



Reporte de Sustentabilidad

2024





CONTENIDO

| | | |
|----------|--|------------|
| 1 | CARTA DEL PRESIDENTE | 3 |
| 2 | SOMOS EL BANCO DEL HOGAR | 5 |
| 2.1 | QuiÉnes somos | 5 |
| 2.2 | Gestión del Desempeño Económico | 12 |
| 2.3 | Cadena de Valor | 15 |
| 3 | GOBERNANZA, ÉTICA Y TRANSPARENCIA | 26 |
| 3.1 | Gobierno Corporativo | 26 |
| 3.2 | Conducta Empresarial Responsable..... | 32 |
| 3.3 | Gestión Integral de Riesgos | 36 |
| 4 | EQUIPO | 39 |
| 4.1 | Experiencia BH | 39 |
| 4.2 | El desarrollo como pilar estratégico del cambio cultural | 43 |
| 4.3 | Inclusión, diversidad y equidad de género | 51 |
| 4.4 | Equipos sanos y seguros | 58 |
| 5 | IMPACTO SOCIAL | 62 |
| 5.1 | Dejar una huella positiva en la comunidad..... | 62 |
| 5.2 | RELANZAMIENTO DE CRÉDITOS HIPOTECARIOS DE CARTERA PROPIA | 65 |
| 5.3 | Educación financiera | 70 |
| 5.4 | Invertimos en las comunidades..... | 71 |
| 6 | GESTIÓN AMBIENTAL | 86 |
| 6.1 | Finanzas sostenibles | 86 |
| 6.2 | Gestión responsable de materiales | 89 |
| 7 | PARÁMETROS DEL REPORTE | 91 |
| 7.1 | Nuestro impacto sobre los ODS | 92 |
| 7.2 | Trabajo en Alianza | 93 |
| 7.3 | Nuestros Grupos de Interés | 94 |
| 7.4 | Temas Materiales | 95 |
| 8 | ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI | 98 |
| 9 | ÍNDICE DE CONTENIDOS SASB | 102 |



1 CARTA DEL PRESIDENTE

Contenido GRI 2-22

Con gran entusiasmo, les presento el Reporte de Sustentabilidad correspondiente al año 2024, en el que compartimos las acciones y avances más significativos de nuestra gestión. A lo largo de este año, hemos intensificado nuestros esfuerzos para promover el desarrollo sostenible, generando un impacto positivo en la comunidad y en el entorno. A través de iniciativas innovadoras y colaborativas, continuamos consolidando nuestro compromiso con un futuro más responsable y equitativo para todos.

A juicio del Directorio y del mío propio, el resultado alcanzado este año es muy promisorio, caracterizado por un reordenamiento de la macroeconomía durante el segundo trimestre del 2024 y un contexto económico y político favorable para las entidades financieras. En nuestro rol preponderante en el mercado de financiación a la vivienda, el Banco se propuso relanzar las líneas de crédito hipotecario de cartera propia con condiciones preferenciales para los clientes que nos eligieron como su entidad principal. Las nuevas líneas de crédito abarcaron los destinos tradicionales de Adquisición, Construcción, Ampliación y Terminación tanto para vivienda única como para segunda vivienda, como así también para inversión ofreciendo créditos ajustables por UVA con baja tasa, plazo de cancelación hasta 30 años y posibilidad de un 80% de financiación.

Asimismo, en el aspecto social, el desafío del Banco como organización es asumir el rol de un verdadero agente de cambio y replicador de prácticas amigables con el medioambiente. En tal sentido, la gestión estuvo marcada por un fuerte compromiso con la comunidad, promoviendo el trabajo colaborativo y generando oportunidades para el mejoramiento de la vivienda y su equipamiento. Todo ello se encuentra descripto pormenorizadamente en el *Reporte de Sustentabilidad*, cuyo resultado es fruto de la participación activa de todos los colaboradores que forman parte de este banco.

Entre los aspectos más relevantes de la gestión, se destacan los siguientes:

- Se actualizó la visión estratégica, fortaleciendo el rol del Banco como prestador de servicios financieros del hogar, las familias y las empresas argentinas.
- Se enfocó en una estrategia de atención al cliente eficiente y digital, promoviendo una cultura centrada en las personas y la toma de decisiones basada en datos.
- Concomitantemente, se ha trabajado en brindar respuestas ágiles y responsables, fieles a nuestra histórica misión social, acompañando el gran esfuerzo de todos los argentinos.



- En línea con nuestro firme compromiso con la sustentabilidad, durante este año lanzamos el ciclo *“Miremos al negocio con lentes de sustentabilidad”*. Dicha actividad, realizada en colaboración con la ONG Ashoka, tuvo como objetivo integrar la sustentabilidad como una dimensión clave en nuestras decisiones comerciales y en todas las áreas del banco. A través de esta iniciativa, buscamos transformar nuestras prácticas, procesos y productos para que la sustentabilidad sea un factor central en todas nuestras operaciones. Este enfoque transversal nos permitirá no solo mejorar nuestras operaciones, sino también generar un impacto positivo en la comunidad y en el medio ambiente, alineando todos nuestros esfuerzos hacia un futuro más justo y sostenible.
- Se mantuvo la forma de trabajo híbrida, combinando herramientas digitales con formatos laborales tradicionales, ofreciendo alternativas de trabajo remoto y presencial en las instalaciones físicas del Banco; mejorando la experiencia de trabajo y combinando los beneficios de ambas modalidades para mantener los niveles de productividad.

A través de la Memoria, sus Anexos y el Reporte de Sustentabilidad, se describe el contexto macroeconómico general, internacional y local, y en particular la situación financiera y patrimonial del Banco al cierre del ejercicio 2024, que incluye la gestión de la organización; mostrándose las estrategias que se prevén desarrollar durante el próximo año, tanto en la faz económica y comercial como de sostenibilidad en la comunidad. Finalmente, tanto en nombre del Directorio como en el mío propio, deseo manifestar nuestro agradecimiento y destacar el compromiso de todos los colaboradores que forman parte de esta organización para obtener los resultados que nos propusimos, manteniendo siempre el foco en lograr altos estándares de calidad y satisfacción de nuestra cartera de clientes, bregando permanentemente para mantener al Banco Hipotecario como el Banco del Hogar y al servicio de la comunidad.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 12 de febrero de 2025.

Eduardo S. Elsztain

En representación del Directorio

del Banco Hipotecario SA



2 SOMOS EL BANCO DEL HOGAR



2.1 QUIÉNES SOMOS

Temas Materiales: Acceso a la Vivienda, Inclusión y Educación Financiera

Contenido GRI 2-1, 2-6

Somos un prestador de servicios financieros del hogar. Hoy, con 138 años de trayectoria, estamos cerca de las familias y empresas argentinas, brindando soluciones de crédito, ahorro e inversión. Hemos otorgado más de 2 millones de créditos, que ayudaron a familias de todo el territorio nacional a acceder a su primera vivienda. Somos un banco federal, reconocido como el “**Banco del Hogar**”.

Gracias a nuestras 52 sucursales físicas (más 1 sucursal virtual) ubicadas en todo el país, trabajamos con la visión de ser el prestador de servicios financieros del hogar elegido por las familias y las empresas argentinas, eficiente y digital, reconocido por su excelencia en la atención. Para alcanzar este objetivo, promovemos una cultura centrada en las personas y en la toma de decisiones basadas en datos, y procuramos dejar una huella positiva en la comunidad.

SOMOS EL BANCO DEL HOGAR

MÁS DE 2 MILLONES DE FAMILIAS ARGENTINAS CUMPLIERON EL SUEÑO DE TENER SU CASA PROPIA GRACIAS A NUESTROS CRÉDITOS HIPOTECARIOS

A través de nuestra composición accionaria mixta, potenciamos a los sectores público y privado. El Gobierno Nacional representa el 60,29% de las acciones, mientras que el 29,22% corresponde, principalmente, al accionista privado Compañía IRSA Inversiones y Representaciones SA. En ambos casos, los porcentajes se corresponden a la sumatoria de sus participaciones directas como indirectas. El resto de las acciones cotiza en el mercado de capitales.

Composición accionaria



| | |
|--|--------|
| Gobierno Nacional | 60,29% |
| IRSA Inversiones y Representaciones SA | 29,22% |
| Acciones en el mercado | 10,49% |

Asimismo, a partir de la Ley de privatización del Banco, en las Asambleas, las acciones del Sector Privado contabilizan tres votos frente a un voto por parte del Sector Público, siempre y cuando el Estado conserve más del 42% de las acciones clase A. Esto implica que sus voluntades accionarias se computan para el Gobierno Nacional al 40,85% y para el Grupo IRSA al 44,56%.

Crecer de manera sostenible

Creamos una propuesta de valor diferencial, que contribuye al desarrollo de las familias, emprendimientos y empresas argentinas. Banco Hipotecario centraliza las principales operaciones de intermediación financiera y, a través de sus subsidiarias, brinda negocios y servicios complementarios de seguros y de administración de fondos comunes de inversión.

Nuestras unidades de negocio comprenden a la Banca Minorista, enfocada en personas, y la Banca Mayorista, subdividida –a su vez– en los segmentos corporativo, pymes y sector público.

Unidades de Negocio

| Banca Minorista | Banca Mayorista |
|---------------------|-----------------|
| Búho Sueldo | Banca Empresa |
| Búho One Renta Alta | Banca Pymes |
| Búho Emprendedor | Banca Pública |
| Búho Jubilados | |

| Productos activos | Productos pasivos |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Préstamos hipotecarios • Préstamos personales | <ul style="list-style-type: none"> • Depósitos • Obligaciones negociables |



- Tarjetas de crédito
- Seguros
- Préstamos PYME
- Préstamos corporativos

BRINDAMOS SOLUCIONES FINANCIERAS Y DE VIVIENDA, CREANDO VALOR PARA LAS PERSONAS Y EMPRESAS ARGENTINAS, CONVIRTIÉNDONOS EN VERDADEROS AGENTES DE CAMBIO SOCIAL Y ECONÓMICO

Impulsamos el desempeño económico sostenible de nuestro negocio anclándolo en *cuatro focos* estratégicos, logrando impactar positivamente en quienes nos eligen: clientes, nuestra cadena de valor y nuestro equipo.

FOCOS ESTRATÉGICOS DEL NEGOCIO



Cliente en el centro

Basamos la experiencia de nuestros clientes en la innovación, omnicanalidad y excelencia. El objetivo principal es impulsar los *targets* de lealtad, de forma tal que los clientes sean verdaderos promotores del **Banco del Hogar**, incrementando los índices de satisfacción a partir de la mayor y mejor usabilidad de los canales digitales. De esta forma, continuamente, buscamos fortalecer y mejorar nuestros procesos, para que las operaciones y transacciones resulten simples, ágiles y flexibles; facilitando tanto el acceso como el uso de nuestros servicios financieros a más personas.

Ecosistema del hogar

Ser el principal referente del hogar y la vivienda para los argentinos es uno de los objetivos prioritarios. Continuaremos enriqueciendo la propuesta de valor y el alcance de nuestro ecosistema centrado en el hogar, la construcción y la decoración, multiplicando la red de alianzas del hogar más grande del país.



Eficiencia y rentabilidad

Preservar los ratios de liquidez y solvencia, fomentar la estrategia de fondeo robusto y genuino; potenciando la gestión del capital y el riesgo.

Cultura BH

Desarrollo del equipo, dentro de una cultura ágil y flexible, donde las personas son las protagonistas, las decisiones son tomadas sobre la base de datos; promoviendo un impacto social positivo.

PRINCIPALES INDICADORES DE LA ACTIVIDAD

| Principales indicadores | 2024 | 2023 | 2022 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| Cantidad de colaboradores | 1.468 | 1.574 | 1.579 |
| Cantidad de proveedores | 2.357 | 3.151 | 2.112 |
| Cantidad de cuentas corrientes ¹ | 36.937 | 35.250 | 35.708 |
| Cantidad de cajas de ahorro | 1.168.189 | 1.060.815 | 951.957 |
| Cantidad de cajas de ahorro de ayuda social | 24.429 | 28.946 | 15.554 |
| Cantidad de tarjetas de crédito (cuentas con resumen) | 249.136 | 293.942 | 345.044 |
| Cantidad de tarjetas de débito | 1.135.195 | 1.368.409 | 1.353.687 |

2.1.1 BANCA MINORISTA

Durante 2024, la *Banca Minorista* logró fortalecer la relación y experiencia positiva de los clientes, con foco en el ofrecimiento de productos transaccionales y de crédito. Se trabajó en el relanzamiento de los préstamos

¹ Incluye Personales, Pymes, Corporativas y Banca Pública.



hipotecarios apalancados en el ecosistema de beneficios para el hogar buscando la captación de nuevos clientes, con una *onboarding digital*, *fidelización* y *crossselling* sobre la cartera.

En el mes de octubre, se lanzó la **Sucursal Digital** con el objetivo de brindar un modelo de atención digital, personalizado e inmediato; permitiendo fidelizar, rentabilizar y ampliar la cobertura geográfica, brindando un servicio focalizado en la calidad de atención, reflejado en un **90% de satisfacción** de los clientes.

Incrementamos un 10% la actividad digital, logrando que el **78%** de los clientes se autogestionen por canales digitales. Se implementaron mejoras en Home Banking y la App BH tales como: recarga de servicios, gestión de tarjetas, visualización de datos para billeteras digitales y operaciones en tiempo real con fondos comunes de inversión, acciones y bonos. Además, se optimizó la seguridad y la experiencia del cliente con validadores de autenticación y flujos rediseñados. Las encuestas destacaron una alta satisfacción: **81% con Home Banking** y **87% con Banca Móvil**, reflejando el éxito del enfoque digital del banco.

Se profundizó en el modelo de **captación de empresas en conjunto con minorista**, impulsando alianzas del rubro hogar y estrategias de *cross-selling* para mejorar la principalidad y el uso de productos. Se reactivó la colocación de préstamos personales junto con la venta de seguros. Además, se implementó un nuevo modelo operativo en sucursales, con estructura centralizada y flexibilidad para adaptarse a las demandas del mercado, optimizando la productividad y rentabilidad. Se distribuyeron nuevas notebooks y celulares a oficiales comerciales para agilizar la atención al cliente.

CRECIMIENTO DE LA CARTERA

148.228 clientes Búho Sueldo

60.068 clientes de Búho One - Crecimiento interanual: 2%

40.051 clientes Búho Emprendedor - Crecimiento interanual: 4%

10.386 clientes Búho Jubilados - Crecimiento interanual: 327%



2.1.2 BANCA MAYORISTA

- *Banca Empresas* continuó trabajando con el área de finanzas del Banco para ofrecer a los clientes de la banca distintos instrumentos de inversión, ya sea mediante suscripciones primarias y secundarias de distintos instrumentos de mercado de capitales, fondos comunes de inversión, plazos fijos y cuentas remuneradas; así como productos de coberturas de cambio (NDF).
- La banca continuó ampliando la base de clientes incorporando 39 nuevos clientes.
- El Banco participó como colocador en más de **60 operaciones de mercado de capitales**, ratificando nuestro compromiso de ofrecer a nuestros clientes las mejores opciones de financiamiento.

Banca Empresa

Por el lado de los activos la banca mantuvo la estrategia de acompañar a sus clientes en las necesidades de financiamiento ya sea para capital de trabajo o para inversiones. Asimismo, se continuó trabajando en ofrecer a estos clientes diversas alternativas de fondeo mediante colocaciones primarias en el mercado de capitales.

Como aspectos destacados del negocio durante el año 2024 se resalta:

- El volumen transaccional superó los **\$2.000.000 millones anuales** (vs \$440.000 millones del 2023), llevando los saldos vista transaccionales a niveles de **\$3.000 millones** en el mes diciembre (vs \$500 millones del mismo mes del 2023).
- Los pasivos en pesos (saldos vista, cuentas remuneradas y plazo fijo) ascendieron a \$ **141.000 millones** en el mes de diciembre (vs \$12.312 millones a dic 2023).
- Al cierre de diciembre los activos en pesos (préstamos, acuerdos, etc.) ascendieron a **\$104.000 millones** (vs \$12.200 millones a dic 2023) y los activos en dólares a **USD 93 millones** (vs USD 25 millones a dic 2023).

Banca Pyme

En el marco de nuestro compromiso con el desarrollo productivo del país, durante 2024 acompañamos las líneas crediticias del Banco Central de la República Argentina, orientadas a impulsar el crecimiento de las Pymes mediante la utilización de las garantías ofrecidas por las Sociedades de Garantías Recíprocas (SGR). Al cierre del ejercicio, la exposición por financiamiento a estas empresas alcanzó los **\$15.100 millones**.



La estrategia comercial se enfocó en impulsar un crecimiento sostenido de la cartera y ampliar los negocios transaccionales ofreciendo productos competitivos. Gracias a esta visión, logramos un stock de 8.980 Pymes en todo el país, alcanzando un monto transaccional que supera **\$1.600.000 millones** acumulados en el año.

En línea con los objetivos estratégicos, se decidió fortalecer la atención del segmento de empresas **MEGRAS** mediante la incorporación de un nuevo equipo comercial especializado. Como resultado de esta gestión, incorporamos 74 nuevas empresas a nuestra cartera, alcanzando un total de 738 empresas activas en el segmento. A través de estas compañías, operamos líneas de crédito por un volumen total de **\$42.000 millones**.

Además, continuamos desarrollando el producto ON's Pyme, logrando un incremento en los ingresos por comisiones derivadas de la estructuración, organización, colocación y otorgamiento de garantías. Esto también permitió aumentar los depósitos y saldos transaccionales, además de afianzar nuestra presencia en el mercado de capitales local. Durante 2024, acompañamos a 10 Pymes en el lanzamiento y colocación de Obligaciones Negociables Pyme, alcanzando un monto total de **\$4.330 millones**.

EN MARZO Y DICIEMBRE DE 2024, FUIMOS AVALISTAS, ORGANIZADORES Y COLOCADORES DE BONOS CON IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL. ESTAS OPERACIONES SE LLEVARON A CABO EN COLABORACION CON LA ASOCIACION CIVIL SUMATORIA PARA UNA NUEVA ECONOMIA, EN EL MARCO DEL NUEVO REGIMEN SIMPLIFICADO Y GARANTIZADO DE EMISIONES CON IMPACTO SOCIAL. EN TOTAL, SE EMITIERON BONOS POR UN MONTO DE \$600 MILLONES.

ESTOS PROYECTOS REFUERZAN LAS INVERSIONES QUE EL BANCO LLEVA ADELANTE EN MATERIA DE MICROCRÉDITOS, PROMOVRIENDO EL EMPRENDEDURISMO Y GENERANDO UN IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL SIGNIFICATIVO. EL ENFOQUE INTEGRAL BUSCA FOMENTAR LA INCLUSION FINANCIERA Y APOYAR INICIATIVAS SUSTENTABLES QUE POTENCIEN UN DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN TODO EL PAIS.

Banca Pública

Durante el año 2024 se continuó con una estrategia focalizada en el crecimiento de pasivos, la comercialización de productos transaccionales y plan sueldo. Los principales esfuerzos estuvieron direccionados a la incorporación de nuevos clientes y fidelización / *cross sell* de clientes existentes.

Durante este período Banco Hipotecario fue un participante activo en colocaciones primarias de Letras de Tesorería y Bonos de deuda a nivel municipal y provincial.



Como aspectos destacados podemos resaltar los siguientes crecimientos en **2024 vs 2023**

30 NUEVOS CLIENTES

INCREMENTO DE PASIVOS EN MAS DE \$80.000M

FUERTE INCREMENTO DE COMISIONES POR SOBRE LA INFLACION

INCREMENTO DE TRANSACCIONES EN MAS DEL 300%

2.2 GESTIÓN DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO

Temas Materiales: Desempeño Económico de la Compañía

Contenido GRI 3-3, 201-1

La Gerencia de Planeamiento y Control de Gestión, en conjunto con cada una de las áreas de negocio, se encarga de diseñar los objetivos y el Plan de Negocio del Banco. Se definen tomando en consideración el escenario macroeconómico esperado, una visión de largo plazo y los ejes estratégicos definidos por la Alta Gerencia.

El desempeño económico es evaluado rigurosamente, buscando tanto la correcta ejecución del Plan de Negocios como la detección temprana de desvíos y oportunidades de mejora, a fin de dar cumplimiento a los objetivos estratégicos de largo plazo, y consecuentemente, a la visión definida por la Alta Gerencia.

Como parte de la gestión y el monitoreo del desempeño económico, la Gerencia de Planeamiento y Control de Gestión emite reportes y tableros de indicadores diarios y mensuales, dando seguimiento a indicadores comerciales, financieros y de riesgo, tales como la originación de préstamos, captación de depósitos, evolución de saldos, calidad de cartera de activos, entre otros.

A fin de converger hacia la mejora continua y la mayor eficiencia de los procesos de negocios, el sector de Presupuesto y Control del Gasto tiene la misión de asegurar un adecuado ambiente de control de gestión presupuestaria. Esto incluye desde la confección del presupuesto hasta la ejecución final de gastos e inversiones, analizando la razonabilidad, la oportunidad y la medición de las solicitudes de fondos que se generan. Cuenta con una metodología de seguimiento de gastos de administración y egresos por servicios, que incluyen reportes mensuales y trimestrales, reuniones periódicas con las distintas áreas, equipos *ad hoc* para el seguimiento de temas específicos y una herramienta de primera línea para la gestión presupuestaria. Además, impulsa buenas prácticas de gestión presupuestaria en colaboración con distintos referentes del Banco.



Adicionalmente, se estableció una Comisión trimestral de Seguimiento del Gasto, que tiene por objetivo compartir con la Gerencia General la evolución de los componentes del gasto de acuerdo con el plan de ejecución anual.

Para el ejercicio 2024 se definieron resultados clave (KRs) en materia de rentabilidad, eficiencia, saldos vista, satisfacción laboral y del cliente y posicionamiento de marca; habiéndose evidenciado una mejora en la mayoría de los indicadores respecto al 2023.

Hitos y Resultados Económicos

Rentabilidad & KPIs de Negocio:

- Rentabilidad positiva sobre patrimonio neto promedio (ROAE) del **17,3%**.
- Pago de Dividendos: En julio se abonó la tercer y última cuota correspondiente a los dividendos del ejercicio 2023.
- Relanzamiento de Créditos Hipotecarios UVA y pioneros en la liquidación *100% digital* en tan solo 20 días hábiles desde el inicio de la solicitud (663 créditos & \$53.140 millones desembolsados en el segundo semestre del 2024).
- Clientes Banca Mayorista: contamos con un stock de *9.659 clientes* a diciembre 2024, lo que representa un crecimiento del 38% respecto a diciembre 2023.
- Clientes Banca Minorista: contamos con un stock de *1.321.930 clientes* a diciembre 2024, lo que representa un crecimiento de 22.182 clientes respecto a diciembre 2023.
- Seguimos construyendo el *Segmento de Jubilados* que lanzamos en julio 2023. Ya contamos con 10.386 jubilaciones a diciembre 2024, lo que representa un crecimiento de 7.955 clientes respecto a diciembre 2023.
- Consolidación de Buho Bank como canal de venta 100% online: +35.500 activaciones acumuladas de clientes nativos digitales.



Posicionamiento Hogar:

- Contamos con más de 1.500 Alianzas Activas del Hogar, la Construcción & Decoración con acreditaciones de cupones dentro del banco (+62% respecto a diciembre 2023).
- Lanzamiento del Comercial “*Mudate para Mudarte*” de la mano del relanzamiento de los Créditos Hipotecarios.

Cultura centrada en las personas:

- Logramos el puesto N°11 como una de las mejores empresas para profesionales sub-35 en argentina y el puesto N° 8 en el ranking sub-35 de profesionales en tecnología del estudio *Employers for Youth* (EFY).
- Pusimos en marcha un nuevo plan de Aprendizaje con foco en el liderazgo y el segmento joven (sub29) & Desarrollamos junto a Di Tella un programa para altos potenciales (*Programa Protagonistas de la Transformación*).

Valor Económico Directo Generado y Distribuido² (en millones de pesos al cierre de cada año)

| Componente | 2024 | 2023 | 2022 |
|---|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Ingresos | \$1.593.497.608,00 | \$944.031,00 | \$169.549,8 |
| VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO | \$1.593.497.608,00 | \$944.031,00 | \$169.549,8 |
| Costes operacionales* | \$55.321.201,00 | \$28.423,77 | \$9.322,5 |
| Salarios | \$153.312.314,00 | \$64.728,47 | \$19.727,7 |
| Pagos a Proveedores | \$932.902.795,00 | \$640.173,24 | \$99.743,3 |
| Pagos a gobierno | \$14.663.815,00 | \$3.460,20 | \$5.717,8 |
| Inversiones en la comunidad | \$684,00 | \$191,70 | \$124,6 |

² En millones de pesos expresados en moneda de cierre de cada ejercicio económico, según Estados Contables individuales publicados, sujeto a redondeo.



| | | | |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------|--------------------|
| VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO | \$1.156.200.809,00 | \$736.977,38 | \$134.635,9 |
| VALOR ECONÓMICO RETENIDO | \$437.296.799,00 | \$207.053,62 | \$34.913,8 |

**No incluye pérdidas diversas.*

Nota: información individual a diciembre 2024. Resultados ajustados por inflación.

| COMPONENTE | 2024 | 2023 | 2022 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO | 100% | 100% | 100% |
| VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO | 72,56% | 78,1% | 79,4% |
| VALOR ECONÓMICO RETENIDO | 27,44% | 21,9% | 20,6% |

2.3 CADENA DE VALOR

Temas Materiales: Derechos Humanos, Experiencia del Cliente, Gestión de proveedores y Prácticas de adquisición

Contenido GRI 2-6, 2-25, 3-3, 204-1

2.3.1 PROVEEDORES

Buscamos garantizar la transparencia y la trazabilidad de nuestra cadena de valor. Contamos con una Política de Compras y Contrataciones y diferentes manuales de procedimiento que definen el proceso de selección y contratación de proveedores. Ante cada nueva relación comercial, se requiere y se observa el cumplimiento de la legislación laboral, previsional y normativa, que prohíbe el trabajo infantil y procura la defensa de los derechos humanos. Asimismo, solicitamos la Política de Anticorrupción a todos los proveedores. En caso de no contar con una, se les solicita la adhesión a nuestra Política de Anticorrupción y declarar si cuentan con un programa de integridad vigente.

+ 90% INVERSIÓN EN PROVEEDORES NACIONALES

Ya iniciada la relación comercial, a través de una empresa tercerizada, verificamos que los proveedores (que prestan servicios en las instalaciones del Banco) cumplan con sus deberes fiscales y previsionales.



Si llegan a detectarse deficiencias o la falta de documentación, se les intima a regularizar la situación. Incumplir algunas de estas pautas puede derivar en sanciones económicas y, en caso de detectarse irregularidades graves, en la desvinculación del proveedor.

Taller de Compras Sustentables

Con el objetivo de impulsar la sustentabilidad desde las diferentes áreas, se realizó un taller de Sensibilización junto a la ONG AMIA y el sector de compras para iniciar un proceso de compras sostenibles.

Durante el encuentro, se presentaron diferentes iniciativas que buscan incorporar criterios ambientales, sociales y éticos en las decisiones de compras, alineando así nuestros procesos actuales con los valores de sustentabilidad que deseamos promover como organización.

La capacitación priorizó la búsqueda de la sensibilización de los compradores respecto a la importancia de integrar la sustentabilidad en sus prácticas cotidianas; proporcionando herramientas prácticas para identificar productos y servicios que cumplan con estándares responsables. Además, se compartieron casos de éxito y mejores prácticas en compras sustentables de distintas organizaciones, con el fin de generar conciencia sobre el impacto que nuestras decisiones de compras tienen en cuestiones ambientales y con la sociedad.

Este encuentro es el puntapié inicial de una serie de acciones que nos permitirán avanzar en la implementación de un modelo de compras más sustentable; no solo reduciendo nuestro impacto ambiental, sino también promoviendo el bienestar social a través de las elecciones comerciales y de proveedores. Con esta iniciativa, se reafirma el compromiso con la sostenibilidad del Banco Hipotecario y la búsqueda incansable de integrar estos principios en cada eslabón de nuestra cadena de suministros.



NPS con un 90% de satisfacción



1. ¿Qué aspectos del taller te resultaron más útiles o interesantes?

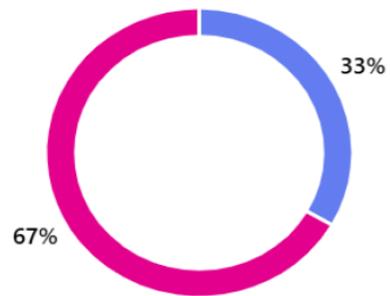
3
Respuestas

Respuestas más recientes

- "Los ejercicios que realizamos con las hojas."
- "Creo que el poder conocer como otras empresas gestion..."
- "Me resulto interesante como se enfoco a la sustentabilidad..."

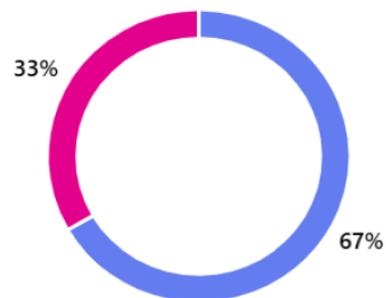
3. ¿Crees que el taller te proporcionó herramientas prácticas para integrar la sustentabilidad en tus decisiones de compra?

- Sí, completamente. 1
- Sí, en cierta medida. 2
- No, creo que podría haber sido más práctico. 0
- No, no me fue útil. 0



4. ¿Te sentis más preparado para incorporar criterios de sustentabilidad en tus decisiones de compra?

- Sí, estoy listo para comenzar a aplicar lo aprendido. 2
- Sí, pero necesito más herramientas o capacitación. 1
- No, el taller no me proporcionó lo necesario. 0





5. ¿Cómo calificarías la dinámica del encuentro?



2.3.2 CLIENTES EN EL CENTRO

LA MEJOR EXPERIENCIA PARA QUIENES NOS ELIGEN

Valoramos significativamente la experiencia de nuestros clientes, y nos esforzamos por crear momentos positivos y memorables que simplifiquen su vida. Nuestro objetivo principal es que cada cliente sea un embajador y promotor de nuestra marca, para que nos recomienden de manera espontánea. De esta forma, potenciamos nuestro negocio, al mismo tiempo que brindamos un servicio excepcional.

Poner al cliente en el centro de cada una de las decisiones que tomamos, tanto a nivel de canales como de servicios y productos, representa nuestra principal estrategia. Para identificar cómo lo estamos haciendo, realizamos la encuesta de satisfacción e índice de recomendación de marca (NPS).

ENCUESTA NPS

41 PUNTOS EN BANCA MINORISTA, CRECIMIENTO DE 13 PUNTOS RESPECTO 2023

8 PUNTOS EN BANCA MAYORISTA, AUMENTO DE 2 PUNTOS RESPECTO 2023

76% DE SATISFACCIÓN USO DE CANALES³

³ Los canales medidos fueron Home Banking, Atención Telefónica, Sucursales, Office Banking, TASI (Terminal de Autoservicio Inteligente), Mobile Banking y Autogestión Telefónica (IVR).



- Hemos realizado un exhaustivo análisis de la experiencia del cliente, involucrando a más de **100.000** personas a través de más de 50 encuestas y complementando este análisis cuantitativo con investigaciones cualitativas a través de *Focus Groups* y entrevistas. Estas instancias participativas, que incluyen tanto a clientes como a no clientes, nos brindan valiosa información sobre sus necesidades, preferencias y expectativas. Este conocimiento nos permite desarrollar soluciones innovadoras y personalizadas que se adaptan a sus requerimientos específicos.
- Los **índices de satisfacción** de los canales a nivel general alcanzaron el **81%** en 2024. Esto implicó un crecimiento de 5 puntos en los canales medidos: Home Banking, App BH, Atención Telefónica, Sucursales, Office Banking, TASI e IVR.
- Realizamos el estudio de **Mystery Shopping** en todas las sucursales de la Red donde el resultado general de la satisfacción fue de **82%**, el cual refleja una caída de 1 punto en relación al mismo estudio de 2023.
- Se logró **comunicar mensualmente mediante el News de Comunicaciones Internas** los resultados de los indicadores más sobresalientes del área.

NOS IMPULSA EL TRABAJAR PARA ALCANZAR LA FIDELIDAD DE NUESTROS CLIENTES Y QUE NOS ELIJAN TODOS LOS DÍAS

BUSCAMOS LA MEJORA CONTINUA DE NUESTROS SERVICIOS

Durante el año 2024 hemos consolidado nuestra posición como el *Banco del Hogar*, patrocinando los principales eventos vinculados al hogar en todo el país y desarrollando eventos propios para clientes y socios estratégicos, aumentando la cantidad de alianzas con foco en hogar; relevando y mejorando la experiencia de clientes en los distintos canales y puntos de contacto.

Se lograron avances en el desarrollo de soluciones con foco en el cliente para fortalecer las comunicaciones, las alianzas y los programas de fidelización; buscando que cada iniciativa contribuya al objetivo general de mejorar la experiencia de quienes nos eligen como su banco principal.



Alianzas Estratégicas y Programas de Fidelización

Desde el área de Alianzas Comerciales, continuamos fortaleciendo el posicionamiento en el segmento hogar, con el objetivo de tener la mejor propuesta de beneficios para nuestros clientes. Buscamos ser reconocidos como el banco con mayores descuentos y promociones en el rubro de la *construcción* (pinturerías, tiendas de materiales, ferreterías, griferías, etc.) como también en *electro y hogar&deco, supermercados*, entre otros.

Actualmente, somos el banco con la red de comercios más amplia en los sectores de hogar. Mas de 4000 alianzas con acuerdo firmado de descuento y cuotas sin interés, con más de 10.000 comercios en todo el país. Entre ellas contamos con más de 1.500 alianzas activas (que acreditan cupones en las cuentas del banco de manera regular), y durante el 2024 generamos un crecimiento del **60%** respecto a diciembre de 2023. De esta forma, complementamos los negocios de la Banca Mayorista y Minorista.

Además, hemos incrementado nuestra participación en el consumo del rubro hogar con tarjetas de crédito frente al sistema. En noviembre de 2024 alcanzamos un 38% vs el 31% del sistema (considerando como rubro hogar a las tiendas de electrodomésticos, supermercados y materiales de construcción).

En julio del 2024, comenzamos con el *Plan de Grandes Marcas* en post de fortalecer nuestro posicionamiento en el rubro Hogar, que potenció aún más nuestra presencia en este segmento. El objetivo principal fue aliarnos con las principales marcas del rubro (Frávega, Musimundo/Oncity, Carlos Isla, Sodimac, Easy, pinturerías Rex etc) con una propuesta de beneficios atractiva para los clientes; lo que nos permitió mejorar nuestra visibilidad (mayor comunicación del banco en el sector hogar) a través de las grandes cadenas, así como en plataformas de comercio electrónico, sitios web y redes sociales.

En cuanto a la oferta (descuentos y cuotas), a partir de junio de 2024, el contexto económico permitió contar con un mercado con tasas favorables, lo que nos facilitó brindar una propuesta diferencial. Logrando ofrecer a grandes comercios promociones especiales de hasta **24 cuotas sin interés**. Además, para los pequeños comercios, se ofreció financiación con pago de cupones a 48 horas, lo que resultó en una de las ofertas más competitivas del mercado. Continuamos con **acciones de efemérides** tales como “*Vuelta al cole, Hot Sale, Día del Padre/niños/madre, fiestas*” entre otras.

Además, estuvimos presentes con especiales todos los meses para las alianzas que poseen acreditación de cupones en cuenta del banco. En 2024 tuvimos acciones como “*semana de la construcción*”, “*semana de la pintura*”, “*semana de deco & hogar*”, etc. Con el objetivo de tener todos los meses una propuesta diferencial y atractiva tanto para comercios con alianza vigente como también para nuestros clientes minoristas.



A lo largo del año, comenzamos a implementar promociones propias y sistémicas de la mano de **MODO**, buscando mejorar la experiencia de los clientes. MODO permite enviar en tiempo real el cash back de las promociones en la cuenta de los clientes, a diferencia de las procesadoras tradicionales (Prisma/Fiserv), que requieren de un período de acreditación que oscila entre 5 a 30 días (cierre de cartera).

Trabajamos también en capacitaciones internas y en charlas con los colaboradores, lo que contribuyó a mejorar la propuesta comercial de cara a los clientes.

Finalmente, realizamos un seguimiento exhaustivo y cumplimos con el plan anual de gastos en fidelización (Alianzas, Búho Puntos, Aerolíneas Argentinas y Libertad), alineándonos siempre con los objetivos de negocio establecidos.

Programas de Fidelización

Búho Puntos (desde el 2011)

Durante el 2024 se lanzó la oferta de pago con puntos (*pay with points*) que busca potenciar los consumos del rubro hogar, otorgando a los clientes la opción de pagar con puntos sus compras con tarjeta de débito. Mediante una push (notificación al celular), que llega inmediatamente luego de efectuar el pago con la tarjeta de débito, el cliente recibe la oferta de canje de puntos. Una vez aceptada, el dinero se acredita en la caja de ahorros. Otorgando una experiencia fabulosa, el NPS del programa fue 45%.

Aerolíneas Argentinas – Cobranding

Desde 2012, mantenemos una exitosa colaboración con Aerolíneas Argentinas a través de nuestro programa de fidelización, diseñado para clientes de renta alta. Esta alianza permite *acumular millas* a través de las tarjetas de crédito y canjearlas por pasajes.

Los Pilares claves de la estrategia de dicho cobranding son:

- Crecimiento selectivo de activos, enfocado en clientes de alta renta con acreditación de sueldo.
- Comunicación continua con Aerolíneas Argentinas, incluyendo actualizaciones semanales sobre destinos disponibles y cupos para canje.
- Publicidad estratégica en pantallas a bordo de aviones, medios propios y redes sociales de ambas marcas, asegurando alta visibilidad.
- Gestión activa de membresías bonificadas y optimización de pricing. Este enfoque permite maximizar el valor para el cliente, reforzando nuestra propuesta de fidelización.



Hipermercados Libertad – Cobranding

Desde 2005, mantenemos una alianza de cobranding con Hipermercados Libertad, que en 2024 experimentó una mejora sustancial en los beneficios y cuotas para los clientes. Se continuaron ejecutando acciones especiales de financiación, consolidando el vínculo con el Hipermercado.

Un avance clave fue la migración de descuentos en línea de caja a descuentos a través de MODO, lo que permitió una experiencia más ágil y conveniente para los clientes.

Asimismo, como parte de la transformación digital, el **Squad de Fidelización** implementó una serie de iniciativas orientadas a fortalecer la fidelización, optimizar la experiencia del cliente y consolidar el posicionamiento hogar. Estas acciones se han enfocado en mejorar las funcionalidades de los Programas y avanzar en la integración de los canales digitales con Salesforce.

Entre los principales logros alcanzados se destacan:

- Salesforce: en el contexto de la implementación de esta herramienta de Marketing Cloud diseñada para centralizar las comunicaciones de los canales propios y hacer más eficiente el contacto con nuestros clientes, participamos en el desarrollo y la ejecución de las integraciones necesarias con los canales digitales. En una siguiente etapa, nos enfocamos en el envío de eventos, comenzando a gestionar de manera integral todos los flujos de clientes provenientes de los canales digitales Home Banking y Mobile. Esto permitió no solo optimizar la coordinación entre sistemas, sino también garantizar una experiencia más fluida y personalizada para nuestros clientes. Continuaremos con esta iniciativa durante el próximo año.
- Pay with Points / Puntos por Pesos: como parte de la continuidad del proyecto, nos ocupamos de todas las mejoras y evolutivos necesarios, completando la integración de la solución en todas las tecnologías y la migración de la cartera de clientes hacia esta funcionalidad. Esto permitió incrementar significativamente el volumen de canjes, potenciar la adopción de la herramienta y elevar los niveles de satisfacción de los clientes.
- ABM - Portal de Beneficios: en este proceso, dimos especial atención al desarrollo de la integración dentro del ABM, del Buscador de Beneficios web, con el objetivo de optimizar los tiempos de carga. Paralelamente, se realizaron ajustes para mejorar la eficiencia de la página del buscador, reduciendo el tamaño de algunos recursos y logrando una página más ligera y con un tiempo de respuesta más rápido. Avanzaremos en la integración de los archivos en la base de datos y continuaremos trabajando en las bases de alianzas para facilitar la carga masiva de datos y a su vez, continuaremos con el



desarrollo del módulo de Alianzas y Reglas de Beneficios. En 2025, con el objetivo de fortalecer la red de partners y optimizar la gestión de campañas, este desarrollo será uno de los principales focos para el equipo.

- Automatización de Procesos: avanzamos con una de las automatizaciones más esperadas, que optimiza los procesos de bonificación, asegurando una mayor precisión y consistencia, especialmente en la experiencia del cliente. Esta mejora contribuye a percibir de manera concreta y efectiva los beneficios para nuestros usuarios.
- Design System: iniciamos este proyecto con el objetivo de estandarizar y optimizar la creación de interfaces, promoviendo consistencia visual y operativa en todos nuestros productos digitales. El equipo adoptó este sistema como una herramienta clave para mejorar la colaboración entre diseño y desarrollo, garantizando una experiencia de usuario coherente y escalable.

En 2024, completamos el diseño y desarrollo de toda la librería de Home Banking, integrando componentes reutilizables y guías de estilo que facilitarán la creación y mantenimiento de interfaces consistentes. Para 2025, nos enfocaremos en la implementación del Design System en nuestras plataformas, asegurando su adopción total en todos los proyectos. Además, avanzaremos con el diseño y desarrollo de la versión mobile, adaptando las soluciones para ofrecer una experiencia fluida en dispositivos móviles.

UX

Se crearon componentes diseñados y desarrollados para la librería UI que se utilizarán en Home Banking para disminuir costos y tiempos de entrega. Se inició el mismo proyecto para Mobile Banking.

Se levantaron puntos de mejora de la App BH a partir de los comentarios que dejaron los usuarios en la misma.

Se realizó el seguimiento de los desarrollos una vez en producción, con el equipo de Experiencia al Cliente (CX), haciendo encuestas de satisfacción sobre nuevas funcionalidades.

Por último, propusimos un flujo de trabajo de UX, que los equipos deberán llevar a cabo, para revisar los desarrollos con el objetivo de reducir errores en producción.



Marketing Digital

Implementamos, Medimos y Optimizamos las propiedades digitales y las comunicaciones del Banco con el propósito de:

- Posicionar al Banco como “*El Banco del Hogar*” llevando al frente la propuesta de valor del Banco y nuestras alianzas dedicadas a rubros Hogar
- Adquirir y Activar clientes de la Banca minorista por el canal Búho Bank y Búho Inversor
- Potenciar la adquisición de Créditos hipotecarios de manera online
- Fomentar la adquisición de Préstamos Personales y Plazos Fijos
- Adquirir potenciales clientes de la Banca mayorista

El **hito** más importante del 2024 y que acompañó nuestro propósito como gerencia fue la implementación de *Salesforce Marketing cloud*, para la ejecución de las comunicaciones a clientes. Migramos las comunicaciones que se ejecutaban en emblue en un 80% aproximadamente y estamos en proceso de migrar las comunicaciones transaccionales y eventos que hasta el día de hoy se disparan vía Doppler. Ese cambio radical significó eficientizar las comunicaciones, concentrando todos los canales de comunicación disponibles (Mail, SMS, Whatsapp, Web, Mobile, Homebanking) pudiéndolas automatizar y optimizar mensajes, momentos claves para las comunicaciones, asuntos, entre otras variables. Para esta implementación, se trabajó en conjunto con el equipo de Comunicación e Imagen, Datos, IT, Squads. Los casos de uso que se implementaron y continúan vigente son: Sueldo Dúho, Conversión Jubilados, Búho Bank, Banco Pagador, Carrito PP, Vencimiento Tarjeta de Crédito.

Para la comunicación de *Posicionamiento*, trabajamos sobre el concepto de El banco del hogar: “**Mudate para mudarte**”, se rodó un comercial que tuvo su despliegue en medios digitales (desde su versión larga, reducciones y adaptaciones de mensajes a cada banca y segmento). Tuvimos presencia con formatos de alto impacto, video y tradicionales en los medios de mayor impacto en el país.

Se geolocalizaron mensajes para un mejor alcance de la comunicación de las alianzas en zonas específicas. Trabajamos la cercanía con clientes y potenciales, comunicando alianzas.

Para adquirir *clientes de Banca Minorista*, vía Búho Bank, robustecimos la pauta buscando primero posicionar la propuesta de valor de cada segmento, para que los potenciales clientes consideren a BH como banco, y por último se den de alta como clientes vía Búho Bank. Se trabajo sobre el armado de eventos en Adjust, para afinar las audiencias en cada instancia del funnel y uso. Para la activación, se implementó un ciclo de vida



automático en Salesforce Marketing cloud, que fue mejorando conforme pasaba el tiempo y las pruebas de contenido, asuntos, piezas.

Lanzamos Búho Inversor, flujo de adquisición de clientes alineados netamente a invertir. Se realizaron campañas en diversas plataformas.

Sumamos a la plataforma de comunicación constante, campañas de Créditos Hipotecarios, Préstamos Personales y Plazo Fijo. Buscando posicionarnos como opción ante clientes y no clientes.

- Para créditos hipotecarios, se realizaron campañas de email marketing a clientes y ciclo de vida a quienes ingresaron a solicitar créditos.
- Para Préstamos Personales, se implementaron campañas en medios y se activó un journey automático a quienes abandonaron el proceso de adquisición de préstamos. Este journey contiene Mail y Personalización en Home Banking de quien abandonó el proceso.
- Para Plazo Fijo, se implementaron campañas en medios y se activaron automatizaciones para la comunicación de los vencimientos y renovación.

Para la adquisición de *clientes de la Banca Mayorista* (Foco en Consorcio Pack, Pyme Pack), mantuvimos estrategias de Paid Media en Google y Meta, activando comunicación Always On (constante y activa) con recambio de piezas trimestrales para aprender y eficientizar el mensaje sobre la audiencia, así mismo mantuvimos la estrategia de contacto por canales propios, principalmente envíos de Email marketing.

Comunicación e Imagen

En 2024, y como parte de la estrategia de posicionamiento como el Banco del Hogar, continuamos fortaleciendo nuestra presencia como *main sponsor* en los principales eventos del sector hogar en el país: Casa FOA (Córdoba), BATEV (Buenos Aires), Expocon (Santa Fe), Casa DIR (Jujuy), BADA (Buenos Aires), Casa FOA (Buenos Aires) y Jardín Fest (Buenos Aires).

Además, realizamos por segunda vez, el *Evento del Hogar* con nuestras principales alianzas. En esta segunda edición, participaron más de 400 invitados entre clientes, expertos, personalidades y otros invitados. El evento contó con un espacio para el análisis de las perspectivas económicas 2025 y con un panel de especialistas del hogar y la construcción. Hubo entrega de premios, sorteo de millas y un cocktail para agasajar a los invitados.

Nos enfocamos en renovar constantemente nuestra forma de comunicación, alineándonos con las necesidades de nuestros clientes. Este proceso incluyó la implementación de nuevas estrategias y herramientas de inteligencia artificial para la creación de tutoriales y animaciones dinámicas, diseñadas para



captar la atención de nuestro público objetivo. Nuestro propósito es aumentar el alcance y la interacción de nuestros actuales clientes, seguidores y potenciales clientes.

Seguimos trabajando con nuestra embajadora de marca, una reconocida experta en decoración e interiorismo, para conectar aún más con nuestros clientes. Su experiencia nos permite inspirar y acompañar a las personas a transformar sus espacios en hogares únicos, reflejando nuestro compromiso como Banco del Hogar.

Lanzamos en medios online y offline la campaña “*Mudate para mudarte*”, cuyo objetivo principal fue anunciar el regreso de los créditos hipotecarios de cartera propia 100% online, un producto clave para nuestros clientes. Esta campaña marcó el inicio de una estrategia de comunicación más amplia, convirtiéndose en el puntapié inicial para promover otros productos y beneficios que complementan la oferta integral del Banco, tales como la App, inversiones, préstamos personales y productos y servicios para Pymes y Consorcios.

Implementamos una plataforma donde los comercios y emprendedores que poseen alianzas pueden descargar el material para sus puntos de venta y RRSS para sus propias comunicaciones, a fin de preservar nuestra estética y forma de comunicar.

Renovamos la imagen de todas las vidrieras en nuestras sucursales a nivel nacional, incorporando la gráfica basada en vectores que simbolizan los techos de los hogares. Este diseño busca transmitir cercanía y nuestro compromiso con acompañar y brindar a nuestros clientes soluciones para el hogar.

3 GOBERNANZA, ÉTICA Y TRANSPARENCIA



TOMAMOS DECISIONES BASADAS EN NUESTRO COMPROMISO CON LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE ÉTICA, TRANSPARENCIA, CALIDAD Y EFICIENCIA

3.1 GOBIERNO CORPORATIVO

Temas Materiales: Gobernanza, Ética y Transparencia

Contenido GRI 2-9, 2-10, 2-12, 2-13, 2-14, 2-17, 2-18. 2-19. 2-20, 405-1

Nuestra gobernanza corporativa brinda seguridad económica y jurídica al desarrollo sostenible de la organización, e impulsa la construcción de relaciones de confianza con nuestros grupos de interés.



El Directorio del Banco Hipotecario está compuesto por 17 integrantes titulares, con mandato por dos ejercicios, reelegibles de forma indefinida y escalonada. El Banco Central de la República Argentina (BCRA) examina los antecedentes de los potenciales puestos directivos, contemplando la experiencia para el ejercicio de la función, sobre la base de sus antecedentes en la actividad financiera, sus cualidades profesionales y su trayectoria en áreas afines. Asimismo, la normativa del BCRA exige que, al momento de la conformación del Directorio, al menos las dos terceras partes acrediten experiencia vinculada con la actividad financiera.

Para fortalecer la objetividad en las decisiones y prevenir los conflictos de interés, el Directorio debe contar con tres miembros independientes.

Más información sobre el Directorio [AQUÍ](#)

La gestión de los negocios y otros asuntos son delegados por el Directorio al Comité Ejecutivo, compuesto por Directores de clase D. Entre sus responsabilidades se encuentran desarrollar la política comercial, crediticia y financiera de la compañía, definir las reestructuraciones organizacionales, realizar los nombramientos de las gerencias y proponer al Directorio decisiones sobre la sociedad y las sucursales, entre otras.

Todos los años, el Directorio define y aprueba un Plan de Negocios y Proyecciones, que se comparte, en forma confidencial, con el BCRA. Este plan se encuentra alineado a la estrategia del negocio, y permite el control y la supervisión permanente de la gestión de la organización. El Plan de Negocios y Proyecciones es implementado por las líneas gerenciales, y el monitoreo de su cumplimiento se realiza a través de indicadores, que se presentan mensualmente en un tablero de control. El Directorio del Banco revisa y aprueba la información presentada en la Memoria Integrada. Esta incluye información volcada en el Reporte.

Designación

La elección del Directorio se realiza en asambleas especiales de clases de acciones, de acuerdo con la Ley N° 24.855 de Privatización del BHN y el Estatuto Social.

Los nombramientos se realizan de acuerdo con las distintas clases de accionistas: dos por la clase A, uno por la C y diez por la D. La Presidencia y Vicepresidencia de la sociedad son designadas entre las personas directoras de la clase D. Las correspondientes a las clases A y C son designadas por el Estado Nacional; las de la clase D, por accionistas privados en asambleas especiales. Además, cada clase designa un número de



Directores Suplentes igual o menor al de titulares que le correspondan. En todos los casos, se busca cumplir con criterios de independencia y diversidad.

Evaluación

La Presidencia, con la asistencia de la Gerencia de Cumplimiento Normativo, se encarga de la evaluación del Directorio. Anualmente, se lleva a cabo en forma de autoevaluación en dos niveles: el global, que lo realiza la Dirección con preguntas sobre el funcionamiento del órgano de administración, y el individual, en el que cada persona brinda su punto de vista y califica diferentes temáticas sobre el funcionamiento del cuerpo colegiado.

Capacitación

Con el objetivo de mantener al Directorio actualizado sobre temas de la industria y conocimientos relacionados a sus funciones, anualmente se realizan actividades de capacitación en forma interna y externa. Además, todos los años la Presidencia y la Gerencia de Área Legal organizan la asistencia de la Dirección a conferencias y disertaciones de economistas y especialistas en actividades bancarias. Asimismo, en el reglamento de cada Comité, se menciona la responsabilidad de cada miembro de capacitarse en temas vinculados a su alcance, el Banco y sus operaciones.

Remuneración

En el Estatuto Social del Banco se establecen los lineamientos para la remuneración del Directorio. La remuneración de los miembros no ejecutivos se determina todos los años en la Asamblea General Ordinaria. Posteriormente, se reparte en forma igualitaria entre titulares y suplentes, según el tiempo de reemplazo.

La Presidencia y Dirección de la sociedad con funciones ejecutivas, como gerenciales, técnico-administrativas o de comisiones especiales; reciben una remuneración o comisión establecida de acuerdo con estudios comparativos de mercado. Es fijada por el Directorio y está sujeta a la aprobación de la Asamblea.

La Dirección integrante del Comité Ejecutivo percibe un componente retributivo, que contempla determinados montos máximos y las remuneraciones previstas en los puntos anteriores. Además, a través del Comité de Incentivos al Personal, el Directorio establece la política de evaluación de la gerencia de primaria línea, incluida la Gerencia General, con impacto sobre su remuneración.



Comités del Directorio

Los Comités especiales del Directorio tratan y toman decisiones sobre temas específicos, y conforman un ambiente de control interno. Su constitución y responsabilidades se indican en el Código de Gobierno Societario. A su vez, cuentan con un reglamento de funcionamiento aprobado por el Directorio.

En cada Comité, la gerencia a cargo, junto a especialistas en cada materia proponen –para consideración de los directores nombrados– los diferentes temas por tratar y resuelve el presidente de cada comité. Sobre la base de los antecedentes de cada uno, y junto a sus deliberaciones, las resoluciones son adoptadas por mayoría de votos de los miembros presentes. La gerencia y especialistas convocados no tienen derecho a voto.

Comité Ejecutivo

Supervisa la gestión de los negocios del Banco.

Comité de Auditoría

Vigila el funcionamiento del ambiente de control interno y los sistemas de gestión de riesgos.

Comité de Control y Prevención de Lavado de Dinero y Financiación del Terrorismo

Asegura el cumplimiento de las obligaciones emergentes de la normativa aplicable para prevenir estos delitos.

Comité de Tecnología Informática

Garantiza el cumplimiento de las políticas de tecnología informática, de los sistemas de información y de la seguridad lógica.

Comité de Crédito

Establece el límite de exposición crediticia del Banco con clientes.

Comité de Incentivos al Personal

Revisa 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 compañía.

Comité de Gestión de Riesgos

Controla los riesgos a los cuales se encuentra expuesto el Banco, y asiste al Directorio en la fijación de políticas y estrategias en materia de riesgo, entre otros.



Comité de Gobierno Societario

Supervisa la implementación del Código de Gobierno, controla el cumplimiento de las regulaciones internas y evalúa la gestión del Directorio, entre otros.

Comité de Ética del Directorio y del Personal

Asegura que el Banco cuente con los medios adecuados para promover la toma de decisiones apropiadas dentro de sus consideraciones éticas.

Comité Financiero

Observa el cumplimiento de las políticas de solvencia y liquidez de la compañía, a través de la gestión de los riesgos financieros.

Comité de Protección de Usuarios de Servicios Financieros (PUSF)

Monitorea la relación del Banco con usuarios/as de servicios financieros.

Comité de Asuntos Sociales e Institucionales

Gestiona el vínculo institucional del Banco con la comunidad. Está integrado por la Presidencia del Banco y, al menos, una persona directora representante del Estado Nacional. Se encarga de aprobar y monitorear el Plan Estratégico de Sostenibilidad. Supervisa la gestión integral de sostenibilidad, controla el destino de la inversión social y aprueba las iniciativas solidarias que involucran a los equipos del Banco. Administra la inversión social 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.

Estructura Accionaria

El Banco cuenta con una composición accionaria mixta, con participación de capitales públicos y privados.

El capital social de la Sociedad está integrado por tres clases de acciones:

Clase A Pertenece al Estado Nacional o los agentes fiduciarios que designe, cuyos derechos políticos son ejercidos por el Estado Nacional. Cuentan derechos especiales y las correspondientes al Fideicomiso del FFFIR12 están sujetas a privatización a través de la oferta pública.

Clase C Reservadas para su venta primaria en la oferta pública, para empresas que quieran construir viviendas o invertir en la actividad inmobiliaria. Son gestionadas por el Estado Nacional a través del FFFIR y representan el 5% del capital social.

Clase D Pertenece al sector privado. La venta de las acciones A que efectúe el FFFIR, como las que efectúen los futuros adquirentes de las acciones C, se transformarán en acciones D. Estas no



cambian de clase por estar suscritas o adquiridas por el Estado Nacional, otra persona jurídica de carácter público o por personal que participa en el Programa de Propiedad Participada.

El Banco, dentro de sus premisas establecidas en el Código de Ética, contempla que todos sus colaboradores y colaboradoras deben cumplir con las leyes y reglamentaciones vigentes.

Más información sobre nuestros accionistas [AQUÍ](#)



3.2 CONDUCTA EMPRESARIAL RESPONSABLE

Temas Materiales: Gobernanza, Ética y Transparencia, Anticorrupción y Cumplimiento Normativo

Contenido GRI 2-15, 2-23, 2-24, 2-26, 2-27, 3-3, 205-1, 205-2, 205-3

SASB FN-CB-510a.2

Nuestras operaciones se rigen de acuerdo con las disposiciones del BCRA, la Comisión Nacional de Valores (CNV) y Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA), cumpliendo las normas y regulaciones aplicables a las instituciones financieras. Complementamos sus disposiciones con el Código de Gobierno Societario del Banco, que contempla el Código de Ética, el Código de Prácticas Bancarias y el Código de Conducta de Agente de Liquidación y Compensación Integral.

ACTUAMOS CON RESPETO, HONESTIDAD Y TRANSPARENCIA

Nuestro Código de Gobierno Societario formaliza e informa, a la comunidad de negocios, los principios y lineamientos de cultura y los valores corporativos de Banco Hipotecario. Resume las pautas generales que deben orientar la conducta de la organización y de las personas que la integran, en el cumplimiento de sus funciones y relaciones comerciales y profesionales. Fue elaborado en consideración de la legislación aplicable, en particular, las disposiciones de las Leyes N° 21.526; 26.831; 19.550; 25.877; 24.855 y 24.240, los Decretos reglamentarios y complementarios, las normas del BCRA, de la CNV, de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires (BCBA), del Mercado Abierto Electrónico (MAE) y del estatuto social.

Conocé nuestro Código de Gobierno Societario

<https://www.hipotecario.com.ar/media/codigo-gobierno-societario-11-de-septiembre-de-2024-def.pdf>

Nuestro Código de Ética aborda los temas más relevantes que hacen a la integridad de la organización, como el trato de personas, la seguridad en el trabajo, el sistema de sanciones, la inclusión de personas con discapacidad, la confidencialidad y la prevención de lavado de dinero y protección de activos, entre otros.

Al momento de ingresar al Banco, cada persona recibe un ejemplar del Código de Ética y debe declarar su lectura y conocimiento. Además, todo nuestro equipo recibe capacitaciones virtuales para estar informados de cualquier actualización del documento.

[Conocé nuestro Código de Ética](#)



Nuestros principales compromisos, para desarrollar una conducta empresarial responsable, se establecen en nuestro Código de Ética:

- Requerir que las personas que trabajan en el Banco se traten con respeto, en cumplimiento de las normas del Código, y las leyes y reglamentos aplicables.
- Prohibir el trabajo infantil en nuestras instalaciones y la obligación del cumplimiento de los derechos humanos, civiles y leyes laborales aplicables.
- Exigir que todas nuestras unidades provean condiciones laborales de higiene y seguridad, y que los equipos reciban las prestaciones amparadas por las leyes aplicables.
- Seleccionar y contratar a nuevas personas, y desarrollar a nuestros equipos en un marco de diversidad, sin discriminación en cuanto a edad, raza, origen, estado cívico, religión, sexo, orientación sexual, o cualquier otra característica protegida por la ley.
- Proporcionar oportunidades igualitarias de ascenso a las personas de nuestros equipos, e impulsar un lugar de trabajo libre de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias.
- Extender la prohibición de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias a las personas vendedoras, profesionales y otros proveedores de bienes y servicios del Banco.
- Cumplir con el derecho, de las personas con discapacidad, a contar con espacios y comodidades razonables y necesarias para poder desarrollar sus tareas en el lugar de trabajo.

EL CÓDIGO DE ÉTICA SE COMUNICA AL 100% DEL EQUIPO, A TRAVÉS DE PUBLICACIONES EN LA INTRANET Y EN LA WEB INSTITUCIONAL

Durante 2024, no se reportaron casos significativos de incumplimiento de las leyes y reglamentos aplicables. El Banco, dentro de sus premisas establecidas en el Código de Ética, contempla que todos sus colaboradores y colaboradoras deben cumplir con las leyes y reglamentaciones vigentes

Conflicto de interés

Todas las decisiones y acciones de las personas que trabajan en Banco Hipotecario, así como sus administradores y representantes legales, deben estar orientadas a obtener los mejores resultados para la organización. Cualquier acción motivada por consideraciones personales se considerará un conflicto de interés.



Cualquier situación que pudiera originar a una persona directora o miembro de la gerencia un conflicto de interés, debe informarse al Comité de Ética o al Directorio con suficiente anticipación. El Comité de Auditoría es el encargado de analizar el caso y brindar opinión para determinar la existencia de un conflicto de interés, en los casos en que se sospeche el incumplimiento del Código de Ética.

Prevención de la Corrupción

Estamos comprometidos a luchar contra la corrupción para mantener la confianza de nuestros clientes, resguardar la reputación del Banco y fortalecer la integridad de nuestras operaciones. Contamos con una Política Anticorrupción, aprobada por el Directorio y se exige a los proveedores que, si no cuentan con una propia, adhieran a la nuestra.

Además, disponemos del programa Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, de acuerdo con la legislación y las normas vigentes en la Argentina, y a los estándares reconocidos internacionalmente en la materia.

A través de este programa, damos a conocer las políticas y las acciones que deben cumplir las autoridades y las personas del equipo, para minimizar los riesgos relacionados con el uso de la organización o sus servicios para tales fines.

Permanentemente, monitoreamos nuestras actividades para detectar potenciales casos de corrupción. En 2024, once reportes fueron evaluados en relación con riesgos de corrupción, entre los casos de operaciones sospechosas de clientes informadas al Organismo de Control de la Unidad de Información Financiera. Al cierre del informe, se había detectado que los reportes estaban relacionados con 13 personas expuestas políticamente. No obstante, aún no se ha confirmado alguna relación con hechos de corrupción.

Durante el año, ningún organismo de fiscalización aplicó multas o sanciones de fraude contable o acciones de corrupción. Asimismo, para promover la transparencia de la información del Banco, los diferentes sumarios (en los que intervenimos) son publicados en los Estados Financieros.



Capacitación en Ética y Anticorrupción

| | Red de Sucursales | Casa Central | Total 2024 | Total 2023 | Total 2022 |
|--------------------|-------------------|--------------|------------|------------|------------|
| Colaboradores | 66 | 201 | 267 | 367 | 118 |
| % de colaboradores | 13% | 21% | 18% | 23,3% | 7,5% |

Línea Ética

Disponemos de un canal de comunicación, para que todas las personas –que trabajan en el Banco– puedan informar durante las 24 horas, los 7 días de la semana, hechos de corrupción o situaciones que vulneren los lineamientos de nuestro Código de Ética, o cualquier otra ley o regulación aplicable.

Todas las denuncias se realizan de forma anónima y segura. Una firma externa contratada se encarga de informar, a las Gerencias de Cumplimiento Normativo, Desarrollo Organizacional y Auditoría Interna, las denuncias recibidas por la línea ética. De esta forma, se inicia el proceso de investigación, debiendo elaborar un informe con sus comentarios y sugerencias para ser tratado de manera confidencial por el Comité de Ética, que decidirá las acciones que se deberán tomar. En ninguna circunstancia se tomarán medidas adversas contra la persona que efectúe una consulta, o contra quien denuncie un posible ilícito o situación anormal.

Las denuncias, relacionadas con la operatoria de Agente de Liquidación y Compensación, serán derivadas al Responsable de Cumplimiento Regulatorio. Los Comités involucrados en la gestión de los incidentes recibirán el listado con la totalidad de las denuncias recibidas que estén bajo su competencia, y el estado en que se encuentren las investigaciones.

www2.bdolineaetica.com/bancohipotecario

Mail: BancoHipotecario@bdolineaetica.com

0800-222-3368

Correo postal: Maipú 942 PB (C1006CN) Buenos Aires, Argentina dirigida a
“BDO – Línea Ética Banco Hipotecario”

Entrevista personal: Maipú 942, PB, Buenos Aires, Argentina



3.3 GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

Temas Materiales: Seguridad de la Información/Ciberseguridad

Contenido GRI 2-12, 2-13, 3-3, 206-1, 418-1

SASB FN-CB-230a.1, FN-CB-230a.2, FN-CB-510a.1, FN-CB-550a.2

Aseguramos la adecuada administración de los riesgos de la organización, a través de un marco y dispositivos de gestión de acuerdo con la dimensión, complejidad, importancia económica y perfil de riesgo del Banco. Esta estructura está alineada con lo establecido por el BCRA y las buenas prácticas del mercado.

El proceso tiene el objetivo de integrar al Directorio y la Alta Gerencia en la vigilancia de la gestión de los riesgos significativos, y de que comprendan la naturaleza y el nivel de riesgo asumido por la entidad y su relación con el capital.

Dentro de los dispositivos de la gestión se encuentran la Estrategia de Riesgo, el Programa de Pruebas de Estrés, el Plan de Contingencia, el Capital Económico, el Proceso de Evaluación Interna de Adecuación de Capital (IAC), el Sistemas de Información General y la Gestión de Riesgo de Subsidiarias.

La **Política de Jerarquía Normativa** y la **Política de Gestión de Riesgos** conducen nuestro accionar corporativo. La Política de Gestión de Riesgos establece el marco organizacional, normativo y los dispositivos comunes para una gestión integral de los riesgos. Asimismo, describe los procesos específicos de gestión de cada riesgo y, de manera pormenorizada, las metodologías de gestión de los riesgos de mercado y de liquidez. Además de estos, establece pautas para los riesgos de crédito, de tasa de interés, operacionales, de titulización, de concentración, reputacionales y estratégicos.

Es importante destacar que contamos con unidades responsables de la gestión de cada uno de los riesgos. Por su parte, el Comité de Gestión de Riesgos se encarga de realizar el seguimiento de las actividades de la Alta Gerencia, relacionadas a la gestión de riesgos, y asesorar al Directorio sobre los riesgos de la organización.

MONITOREAMOS Y GESTIONAMOS LOS RIESGOS DE NUESTRO NEGOCIO PARA MANTENER LA SOLIDEZ Y CONTINUIDAD DE LAS OPERACIONES



La gestión del riesgo estratégico está a cargo de la Gerencia de Área de Planeamiento y Control. Define la política y el marco para administración del riesgo estratégico, identificar las variables relevantes por modelar y establecer los escenarios para cuantificar el impacto del cumplimiento inadecuado de la estrategia definida en el Plan de Negocios. Además, evalúa el resultado del ejercicio de modelización y su significancia, diseña planes de acción para acotar el potencial impacto negativo y monitorea el cumplimiento del Plan Estratégico, detectando desvíos y analizando el posible impacto en resultados.

El Plan de Negocios detalla la proyección de las utilidades y el consumo de capital, derivados del crecimiento de la actividad y el perfil de los riesgos del Banco. Estos aspectos son sometidos a la incidencia de factores de riesgos externos, a través de las pruebas integrales de estrés. Para ello, se consideran distintos escenarios de estrés relativos a las condiciones de los mercados en los que operamos y su eventual impacto sobre rentabilidad, liquidez y solvencia.

Los resultados de las pruebas integrales de estrés directas muestran si, aun en el escenario considerado más adverso, el Banco podría mantener ratios adecuados de solvencia en los próximos años, o si corresponde prever la necesidad de obtener capital adicional para mantener la operatoria.

3.3.1 SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Día a día, nos comprometemos en ser una entidad líder en la gestión de los activos y operación de nuestros clientes. Las estrategias de seguridad de la información y ciberseguridad son los pilares fundamentales que nos permiten brindar un entorno seguro y confiable a quienes nos eligen.

Nuestro principal objetivo es evitar cualquier impacto negativo relacionado con la indisponibilidad de los servicios digitales, ataques informáticos, suplantación de identidad o suplantación de dispositivos; preservando, además, la reputación organizacional. Cumplimos rigurosamente con los estándares locales establecidos por el BCRA y la Ley de Habeas Data, así como con las mejores prácticas internacionales. En marzo de 2024, obtuvimos la certificación **ISO 27.001** de Ciberseguridad, uno de los estándares internacionales más relevantes en materia de Seguridad de la Información.

EN 2024 NO SE REGISTRÓ NINGÚN CASO DE FUGA DE INFORMACIÓN DE CLIENTES

Durante el periodo 2024 la entidad realizó distintos programas de capacitación tanto Internos como Externos en los que se informa y capacita a clientes y colaboradores. Los canales utilizados fueron mensajes de correo, fondos de pantallas, Intranet, Página Institucional y Blogs.



Implementamos procesos de identificación basados en estándares internacionales, para abordar los riesgos asociados a la seguridad de los datos. Para esto, llevamos a cabo la clasificación completa de nuestros activos y el escaneo regular de las vulnerabilidades permanentes de todas las plataformas, tendientes a detectar –de forma temprana– cualquier desvío o falla en estas, y asegurando el mantenimiento de un entorno seguro y confiable.

3.3.2 PREVENCIÓN Y CONTROL DE FRAUDES

Desde octubre de 2023, el área de Prevención y Control de Fraudes se transformó en Gerencia, reportando directamente a la Gerencia de área de Planeamiento y Control, adquiriendo una visión más sinérgica dentro de la organización.

Con este enfoque, trabajamos exhaustivamente en generar información de múltiples orígenes, que permitieran visualizar la problemática de fraudes y los mecanismos que se utilizan para la intrusión en las cuentas de clientes. Así, el área cuenta con información completa y acabada sobre la operatoria de fraudes, que permite una mejor comprensión de la problemática y posibles vulnerabilidades para realizar las mejoras necesarias.

En nuestros canales de atención, recibimos 543 reclamos de nuestros clientes relacionados con operatorias posiblemente fraudulentas con sus cuentas. Todas fueron tratadas por el área de Fraudes y no repercutieron en reclamos de autoridades regulatorias. No hubo casos de fraudes internos, pero el área de legales intervino en 120 casos de fraudes a nuestros clientes efectuados por terceros, con una pérdida de \$111.920.229,59 y USD 8.720 aproximadamente.

Durante el período del reporte, no hubo casos de procedimientos judiciales relacionados con el uso de la información privilegiada, antimonopolio, competencia desleal, manipulación del mercado, mala praxis u otras leyes o reglamentos de la industria financiera.



4 EQUIPO



4.1 EXPERIENCIA BH

Temas Materiales: Empleo de Calidad, Derechos Humanos

Contenido GRI 2-7, 2-8, 3-3, 401-1, 401-2

Somos el **Banco del Hogar**, el Banco de todo nuestro equipo, quienes lo convierten en su lugar elegido para trabajar. Nos encanta contar con personas que buscan nuevos desafíos, y que suman su actitud a nuestro propósito compartido de ser la compañía prestadora de servicios financieros para el hogar, las familias y las empresas argentinas.

Vivimos cada cambio cultural con espíritu transformador. Construimos en equipo dejando huella, con actitud de líderes y haciéndolo simple y claro. Nos apasiona construir equipo para desarrollar experiencias únicas, con impacto positivo en toda la comunidad.

En 2024 sostuvimos el modelo de trabajo híbrido, robustecimos las tribus en el negocio, promovimos la experiencia digital y medimos la satisfacción, para brindar el mejor clima laboral. Asimismo, destacamos la importancia del modelo de competencias, a partir del cual entendemos que podremos alcanzar la transformación real, impulsar el negocio y potenciar nuestro propósito.

LAS COMPETENCIAS FUERON DISEÑADAS PARA QUE CADA INTEGRANTE DEL EQUIPO LAS HAGA PROPIAS Y EVOLUCIONE PERSONAL Y PROFESIONALMENTE



Lo hacemos simple y claro

- Buscamos hacer simple lo complicado y actuamos con transparencia

Construimos equipo

- Hacemos equipo al complementarnos en conocimientos, experiencias y compromiso

Sumamos con actitud de líder

- Empoderamos a las personas inspirando desde el ejemplo

Dejamos huella

- Capitalizamos nuestra diversidad para crear algo único y sentimos orgullo por lo que hacemos

Medir la satisfacción

A través de la encuesta de clima interno, que llamamos *Satisfacción BH*, monitoreamos que cada oportunidad de empleo que creamos sea de calidad. Una persona satisfecha con su rol y el clima laboral estará más comprometida con su trabajo y contribuirá positivamente a potenciar el negocio.

A través de esta herramienta de evaluación, medimos la percepción que tienen las personas sobre la calidad de su trabajo. Sus resultados son la base que nos permitirán fijar las metas y los próximos pasos para mejorar aún más la satisfacción y el desarrollo de todas las personas.

88% DE PARTICIPACIÓN

1.358 PERSONAS

84% ÍNDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL

UN EQUIPO CON ACTITUD

1.468 personas en el equipo

100% empleos permanentes y a tiempo completo



Distribución por género

677 mujeres, 46,2%

791 varones, 53,8%

Distribución por región

| CENTRO | CUYO | NOA | NEA | PATAGONIA | TOTAL DOTACION |
|--------|------|-----|------|-----------|----------------|
| 1.236 | 49 | 81 | 44 | 58 | 1.468 |
| 84% | 3.5% | 5% | 3.5% | 4% | 100% |

Nuevas contrataciones

| Región | Centro | Cuyo | NOA | NEA | Patagonia | Total 2024 | Total 2023 | Total 2022 |
|--------------------------------|--------|------|------|------|-----------|------------|------------|------------|
| Distribución por género | | | | | | | | |
| Mujeres | 53 | 1 | 2 | 0 | 5 | 61 | 89 | 53 |
| Varones | 170 | 2 | 4 | 2 | 5 | 183 | 138 | 83 |
| Distribución por edad | | | | | | | | |
| Menores 30 años | 133 | 1 | 4 | 0 | 1 | 139 | 111 | 26 |
| 30-50 años | 86 | 2 | 2 | 1 | 9 | 100 | 106 | 99 |
| Mayores 50 años | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 5 | 10 | 11 |
| Total de Contrataciones | 223 | 3 | 6 | 2 | 10 | 244 | 227 | 136 |
| Tasa de Contrataciones* | 18,06 | 0,24 | 0,49 | 0,16 | 0,81 | 19,76 | 14,4 | 8,6 |

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



La *estrategia de incorporaciones* estuvo orientada a incorporar talento joven con potencial y posicionarnos como una empresa atractiva para este segmento con una propuesta de valor diferencial. Para ello:

- Participamos en ferias de empleo.
- Generamos alianzas con universidades.
- Posicionamos la marca empleadora a través de redes sociales.
- Lanzamos un programa de pasantías. Incorporamos 16 pasantes en diversas áreas del Banco para instalar un semillero de talentos y ganar competitividad en el mercado.

4.1.1 PROPUESTA DE BENEFICIOS

Contamos con una propuesta de beneficios para que todo el equipo pueda cuidar su salud y familia, disfrutar de su tiempo libre y potenciar su desarrollo, organizada en 3 pilares:

VIVÍ TU EXPERIENCIA

- Plan de salud corporativo, cerrado y exclusivo, para todo el grupo familiar.
- Campaña de vacunación antigripal.
- Consultorio médico en Casa Central.
- *Servicio de Área Protegida*: para asistencia médica de colaboradores, clientes y proveedores, dentro de las instalaciones.
- *Welltest*: estudio anual para posiciones gerenciales.
- Descuento en YMCA.
- Espacio de guardado de bicicletas en Casa Central.
- Vestuarios con *lockers*.
- Licencia por nacimiento para gestantes.
- Licencia extendida de 20 días para no gestantes.
- *Licencia por adopción*: 60 días para cuidadora primaria y 20 para secundaria, 10 días adicionales por trámites en ambos casos.
- *Licencia extendida de nacimiento*: 30 días extras para nacimientos prematuros o con discapacidad. Aplica también en adopción.
- Lactario en Casa Central.
- *Días por enfermedad de hijo/a*: 5 días al año para gestantes, no gestantes, cuidadoras primarias y/o secundarias.



- Reintegros en guardería, jardín de infantes, educación especial y colonia de vacaciones.
- *Licencia por vacaciones*: computadas por días hábiles.
- Día libre de cumpleaños.
- Día libre de la familia por año.

IMPULSÁ TU DESARROLLO

- *Academias, escuelas y cursos*: para fomentar la formación continua y desarrollo profesional.
- Descuentos en universidades, casas de estudio y centros de idiomas.
- *Licencias de UDEMY*: para desarrollo técnico específico.
- *Licencias por examen*: 21 días para rendir exámenes.
- *Regalo de graduación*
- *Hay Beneficios*: una plataforma exclusiva de descuentos en comercios, gimnasios, servicios, aprendizaje y ¡más! ¿Lo mejor? Se puede compartir con familiares y amigos.

DISFRUTA DE TU HOGAR

- Condiciones exclusivas en los productos BH para colaboradores.
- El Banco cuenta con la red de comercios más grande con descuentos y beneficios en todo el país.

4.2 EL DESARROLLO COMO PILAR ESTRATÉGICO DEL CAMBIO CULTURAL

Temas Materiales: Formación y desarrollo del personal

Contenido GRI 2.4, 3-3, 404-1, 404-2, 404-3

Nuestra visión organizacional está basada en las personas y por eso, están en el centro de nuestra cultura. Todos los servicios financieros, que brindamos a las familias y empresas argentinas, son posibles gracias al gran trabajo de nuestro equipo; este es reconocido por la excelencia en la atención al cliente, la toma de decisiones basada en datos y su impacto positivo en la comunidad.

Trabajar en el aprendizaje y desarrollo fueron aspectos identificados como desafíos en los diferentes diagnósticos realizados para la construcción de la estrategia de cambio cultural implementada en 2022, cuyos resultados son monitoreados mediante el Índice de *Satisfacción Laboral*.

Además, trabajar de manera proactiva, en la formación y desarrollo de las personas, nos permite atraer y fidelizar el talento de manera sostenible a largo plazo.



Durante 2024 fortalecimos la estrategia de Capital Humano-rediseñada en 2023, con foco en impulsar los resultados del negocio desde las personas que hacemos al equipo.

Esta contó con 4 pilares:

Liderazgo

Identificar el liderazgo clave para nuestro negocio y garantizar las bases para los/as líderes requeridos en el corto, mediano y largo plazo.

Talento

Impulsar el desarrollo y aprendizaje de las personas en post del crecimiento del negocio.

Agilidad

Consolidar el modelo de WoW de agilidad junto con el desarrollo del *mindset* ágil en toda la organización.

Experiencia BH

Gestionar las experiencias que movilizan el compromiso de las personas.

Cada uno de estos pilares cuenta con programas y acciones para cumplir su propósito, e indicadores clave de desempeño. Los impactos de esta estrategia pueden observarse en el crecimiento del Índice de Satisfacción 2024 en comparación con 2023:

| | |
|--|--|
| 84% Satisfacción general 2024 ↑ 7ptos + que lo planificado (77%) | 57,8 NPS general 2024 ↑ 17,8 ptos + que lo planificado (40 puntos) |
|--|--|

Encuesta EFY:

- Fuimos destacados como una de las Mejores Empresas para Profesionales Sub-35 en Argentina, según el estudio Employers For Youth (EFY) realizado por @FirstJob en la edición 2024.
- También logramos la posición 8° de 14 empresas participantes en el Ranking EFY Tech Argentina 2024.



| Horas de formación | 2024 | | 2023 | | 2022 | |
|---|--------|-------|-------|--------|--------|-------|
| | Horas | Media | Horas | Media* | Horas | Media |
| Distribución por género | | | | | | |
| Mujeres | 12.167 | 4,25 | 7.612 | 9,8 | 8.825 | 11,2 |
| Varones | 17.056 | 3,96 | 8.464 | 10,6 | 9.362 | 11,8 |
| Distribución por categoría laboral | | | | | | |
| Gerentes | 2.241 | 12,59 | 2.943 | 23,0 | 2.524 | 3,4 |
| Mandos Medios | 14.060 | 8,22 | 3.827 | 13,6 | 3.654 | 12,1 |
| Sin gente a cargo | 12.922 | 2,45 | 9.306 | 8,6 | 12.009 | 10,1 |

*Reexpresión de información por error de cálculo

4.2.1 PROGRAMA DE LIDERAZGO

Durante 2024 se capacitó a todos los líderes de la organización en habilidades de conducción donde se abordaron temáticas sobre gestión del cambio, desarrollo de equipos en contextos complejos, feedback, entre otros. La oferta académica se organizó en 2 grupos:



-
- Líderes estratégicos: reportes de staff.
 - Líderes en Evolución: mandos medios.

Alcanzamos un total de: **207** líderes capacitados, con un promedio de 10,4 hs. por participante y un **88%** de índice de satisfacción. La misma estuvo a cargo de la consultora *Agile Cooking*.

Además, definimos 2 nuevas competencias exclusivas para líderes: *Gestiono con Visión Estratégica* y *Desarrollo Equipos*. Para cada una de ellas establecimos también sus comportamientos observables y síntomas de carencia. Esto permitió evolucionar nuestro modelo de competencias global, redefiniendo las 4 competencias generales:

- Construimos en equipo
- Cliente en el centro
- Lo hacemos simple y claro
- Sumamos con actitud

4.2.2 HABILITAR EL POTENCIAL

Estamos convencidos de que para alcanzar la transformación debemos transitar el cambio cultural. Por eso, continuamos desarrollando distintos procesos de aprendizaje, que habiliten el potencial de nuestros equipos. Mediante el pilar *Habilitadores*, presentamos un modelo de desarrollo profesional basado en tres caminos:

Aprendemos

A través de cursos, programas y reconversión de perfiles.

Reflexionamos

A través del ciclo de *performance* de nuestros equipos, el mapeo de talentos y el modelo de competencias BH.

Potenciamos

Implementamos procesos de desarrollo a través de promociones y movimientos laterales.



24 promociones

33 movimientos laterales

4.2.3 ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE

Durante el 2024, desde el equipo de desarrollo hemos diseñado iniciativas orientadas a lograr que nuestros procesos internos sean más proactivos y enfocados en que los colaboradores tengan un papel activo en su propio desarrollo.

Por un lado, lanzamos una **campaña de actualización de perfil profesional** con el objetivo de acceder a la información más actualizada de los colaboradores (tales como estudios completados/en curso, posibilidades de movilidad y experiencias anteriores) para así poder considerarla como input, junto a mapeo de talento y desempeño, para futuros procesos de desarrollo. Al mismo tiempo, la iniciativa buscó generar un cambio de mindset a partir del cual los empleados pudieran generar sus propios espacios de conversación con sus líderes para dialogar acerca de sus expectativas de carrera dentro de la organización.

A su vez, durante el 2024 se introdujo la posibilidad, por primera vez, de generar procesos de desarrollo interno transversales entre Hipotecario Seguros y Banco Hipotecario, implicando a ambas compañías en todas las iniciativas y campañas de comunicación.

En esa línea, se lanzó una **campaña de testimonios** en los news de ambas empresas que tuvo como protagonistas a aquellas personas que fueron parte de los procesos de desarrollo interno del 2024. Dicha campaña estuvo orientada a inspirar a los demás colaboradores a generar espacios de conversación genuinos con sus líderes sobre su plan de carrera, mantener sus perfiles profesionales actualizados y a animarse al crecimiento.

La estrategia de formación durante el 2024 se apalancó en *4 grandes ejes*:

- Talento
- Liderazgo
- Negocio
- Autogestión



Talento

El mapeo de talento es una herramienta de gestión que resulta indispensable para identificar, segmentar y gestionar el talento de la organización. En 2024 evolucionamos la matriz en las siguientes categorías: **Talento consolidado**, **Talento en desarrollo**, **Contribuidor Activo** (versátil o Experto) y **Contribuidor Funcional**. Así, logramos mapear a **1.345** personas totales. Se tomó como input el proceso de mapeo de talento del 2023 y se realizaron las siguientes acciones:

- *Protagonistas de la transformación*: se abordaron distintas temáticas vinculadas al negocio, liderazgo, gestión del cambio, skills digitales, datos etc. Esta capacitación estuvo a cargo de la **Universidad Torcuato Di Tella**. Participaron 18 colaboradores del pool de talento, con un promedio de 41 hs. por participante y una satisfacción del 93%.
- *Escuela de Gerentes de la Red*: orientada a personas con potencial para asumir la posición de Gerente de sucursal. La misma estuvo a cargo de formadores internos y las consultoras **Rindo y Business Skills**. Fueron en total 16 participantes y un promedio de horas de formación de 70 hs. y una satisfacción del 98%.
- *Negocios digitales*: un espacio orientado al pool de talento Jr. donde se abordó la temática de negocios que se transformaron a partir de la irrupción de lo digital priorizando la experiencia del cliente. Participaron en total 27 colaboradores con un promedio de 4 hs. promedio y una satisfacción del 96%.
- *Líderes del futuro*: orientado a colaboradores con potencial para asumir responsabilidades de liderazgo o bien líderes promovidos recientemente. Fue facilitado por la consultora **Estudio Lotch** brindando herramientas y metodología para trabajar sobre habilidades de liderazgo vinculadas a nuestro modelo de competencias. Participaron un total de 37 colaboradores, con un promedio de 12 hs. y una satisfacción del 98%.

Respecto al **Negocio** se trabajaron las siguientes iniciativas:

Ampliamos la Escuela Pyme para nivelar los conocimientos de Oficiales de Banca Empresa y Gerentes de Sucursal sobre el negocio Pyme.

- Implementamos el On Boarding Pyme, que tuvo 4 ediciones y contó además con nuevos dispositivos para ordenar la comunicación y el acceso a información para todos los oficiales:



- Mail de bienvenida con el acceso al Espacio Pyme, el ABC del oficial y la agenda de acciones planificadas durante sus primeros 3 meses.
- ABC del Oficial, documento guía que compila el acceso a contenidos de aprendizaje online sobre procesos, productos y uso de los sistemas.
- Estrenamos el *Espacio Pyme*, sitio de Intranet con links útiles para los oficiales.
- Relanzamos el grupo en *Teams Comunidad Pyme* administrado por Banca Empresas para enviar notificaciones y crear comunidad.
- Implementamos los *Workshops* con áreas clave, un ciclo de 12 encuentros sincrónicos con los referentes de las áreas vinculadas estratégicamente con la gestión del Oficial: Riesgos, ComEx, Legales, Alianzas, Segmentos, etc.
- Realizamos la primera etapa de la certificación en análisis crediticio con 4 *Webinars* sincrónicos liderados por expertos, que incluyó además una evaluación final de conocimientos.

Horas totales: 8.711,35 | 8,25 hs. promedio por participante.

Personas alcanzadas: 76 Cobertura del 100% de los oficiales. **Satisfacción General 96.3%**

Red de Inversiones: son capacitaciones, actualizaciones y certificaciones para los roles que asesoran al público inversor. A este programa incorporamos cambios en la gestión de la inscripción al examen de idoneidad ante la CNV y 2 ediciones de 8 clases de repaso cada una. De esta manera, logramos un 66% de efectividad y 41 personas obtuvieron su certificación.

62 personas | 26 hs. Promedio por persona

1.608 horas de aprendizaje. **Satisfacción General 97%**

Respecto al eje de **Autogestión**, desplegamos diversas iniciativas para promover el autodesarrollo de los colaboradores, entre ellas:

- Redefinición y simplificación del proceso de solicitud de cursos externos, que con la implementación de una nueva funcionalidad en el Portal de Autogestión agilizamos los plazos de aprobación y pago y alcanzamos a 100 colaboradores.



- **Taller de PDA** facilitado por el equipo de Empleos, direccionado a colaboradores Jr. que estuvieron transitando sus primeros pasos en BH enfocados en el autoconocimiento y en brindar herramientas orientadas al autodesarrollo. Participaron 57 asistentes | *94% Satisfacción*.
- **Workshop de Selección y gestión de nuevos talentos**, también liderado por el equipo de Empleos, orientado a líderes y enfocado en brindar herramientas para la detección y gestión de nuevos talentos. 44 asistentes | *93.4% Satisfacción*. Los contenidos a su vez fueron publicados en formato e-learning, disponible para todos los interesados.
- **Edición 2024 de Experto BH**: Acercando el negocio a las nuevas generaciones. Desarrollamos este espacio pensando en el segmento joven, en el que; durante 3 ediciones, los líderes de las tres bancas: Banca Minorista, Mayorista y Finanzas compartieron un espacio de integración y aprendizaje para conocer las áreas estratégicas del banco. 87 asistentes | *94% Satisfacción*.
- Relanzamos las **licencias UDEMY** para generar visibilidad del beneficio e incrementar su uso interno. De esta manera ampliamos la cobertura y llegamos a más de 200 usuarios, sumando más de 2.700 horas de aprendizaje, con una *satisfacción del 94%*.
- Estrenamos 2 nuevos espacios de capacitación facilitados por expertos para desarrollar habilidades clave para el negocio. Este año exploramos las temáticas *Experiencia del Cliente* basada en el modelo Disney y Comunicación, entrenando a los colaboradores para que presenten *Elevators Pitches* impactantes. 163 asistentes | *83% Satisfacción*.
- Ampliamos la oferta **e-learning en ADN** con más de 30 nuevos cursos, organizamos el catálogo en base a nuestras competencias y estrenamos nuevas categorías orientadas a desarrollar habilidades para dos segmentos clave: líderes, con ADN Lidera y nuevas incorporaciones Jrs, con ADN Inicia.

4.2.4 AGILIDAD

Junto al Centro de Excelencia de Agilidad (COE), trabajamos en la actualización y ampliación de los contenidos destinados a **capacitaciones para la transformación**, sumando espacios de encuentros a distancia para profundizar en temáticas tales como marketing digital, gestión de productos y conformación de casos de negocio. Además, se reformuló la instancia de certificación, para que los/as participantes, luego de recorrer diferentes etapas de aprendizaje relacionadas con la transformación



digital, la agilidad y el rol de *Product Owner*, desarrollaran una solución digital atractiva, intuitiva y funcional, para resolver un problema financiero real y que facilite la vida de las personas usuarias.

4.2.5 CICLO DE PERFORMANCE

Mediante esta herramienta de desarrollo, medimos la contribución de cada persona a la Visión BH.

Asimismo, es un input para el cálculo del pago del bono anual, sujeto a cumplimiento de resultados del negocio.

Modelo simplificado del ciclo de performance

Redefinimos y optimizamos el proceso de desempeño estableciendo 4 *instancias* clave para simplificarlo y brindar claridad y previsibilidad:

1. *Planificación de objetivos al iniciar el año*
2. *Pre-Evaluación*
3. *Reuniones de calibración*
4. *Feedback.*

En la pre-evaluación el líder establece una calificación global contemplando el Qué (resultados obtenidos en términos de contribución) y el Cómo (competencias) para luego consensuar la calificación final en la instancia de calibración junto a su líder + 1 y sus pares, lo que permite alcanzar un criterio homogéneo sobre el desempeño esperado de los colaboradores.

A su vez, modificamos la escala existente, extendiéndola del 1 al 5 y se actualizó el modelo de competencias, sumando conductas asociadas y síntomas de carencia como guía de observables para los líderes con gente a cargo.

100% DEL EQUIPO RECIBE EVALUACIONES PERIÓDICAS DE DESEMPEÑO Y DESARROLLO PROFESIONAL

4.3 INCLUSIÓN, DIVERSIDAD Y EQUIDAD DE GÉNERO

Temas Materiales: Inclusión, Diversidad y Equidad de Género

Contenido GRI 3-3, 401-2, 401-3, 405-1



Hacemos comunidad gracias a nuestra cultura centrada en las personas. Esta visión nos compromete a implementar prácticas, conversaciones, tareas, herramientas y procesos que aportan miradas diversas y que incluyen a cada persona que forma parte de Banco Hipotecario. Este compromiso lo logramos con la participación de todo el equipo.

La promoción de la equidad de género forma parte de nuestro posicionamiento institucional. En el progreso hacia un futuro más justo e inclusivo, los bancos desempeñamos un papel fundamental en el acceso equitativo a servicios financieros, empleo y desarrollo profesional. Así, el ecosistema financiero fortalece la diversidad y, también, contribuye al crecimiento económico sostenible, empoderando el potencial de talento y habilidades desde una perspectiva de género.

PROMOVER UNA CULTURA ORGANIZACIONAL INCLUSIVA FAVORECE LA TRANSICIÓN HACIA UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA Y EQUITATIVA, EN LA QUE TODAS LAS PERSONAS TENGAN LA OPORTUNIDAD DE DESARROLLARSE PROFESIONALMENTE Y EMPODERARSE FINANCIERAMENTE

Contribuimos al sostenimiento de iniciativas de diversidad e inclusión, mediante la generación de oportunidades e impulsando el desarrollo de todo el equipo. Para realizarlo, tomamos diferentes visiones y perspectivas, con flexibilidad de adaptación para potenciar los resultados del negocio y nuestra cultura centrada en las personas.

Diversidad del Equipo

| Categoría laboral | | Asistentes y analistas | Jefaturas | Gerencia | Dirección | Total 2024 | Total 2023 | Total 2022 |
|-------------------|---|------------------------|-----------|----------|-----------|------------|------------|------------|
| Por género | | | | | | | | |
| Varones | Q | 640 | 87 | 63 | 1 | 791 | 801 | 791 |
| | % | 80,91 | 10,99 | 7,96 | 0,12 | 53,8 | 50,9 | 50,1 |
| Mujeres | Q | 574 | 74 | 29 | 0 | 677 | 773 | 788 |
| | % | 84,78 | 10,93 | 4,28 | 0 | 46,2 | 49,1 | 49,9 |



| Por rango de edad | | | | | | | | |
|--------------------------|---|-------|-------|-------|------|-------------|--------------|-------------|
| Menores de 30 años | Q | 186 | 1 | 0 | 0 | 187 | 119 | 32 |
| | % | 99,46 | 0,54 | 0 | 0 | 12,7 | 7,6 | 3,9 |
| Entre 30 y 50 años | Q | 855 | 110 | 58 | 0 | 1023 | 1.157 | 602 |
| | % | 83,57 | 10,75 | 5,68 | 0 | 69,6 | 73,5 | 73,7 |
| Mayores de 50 años | Q | 173 | 50 | 34 | 1 | 258 | 298 | 183 |
| | % | 67,05 | 19,38 | 13,18 | 0,39 | 17,7 | 18,9 | 22,4 |

Un espacio de trabajo inclusivo

La diversidad e inclusión en el entorno laboral aportan diversas perspectivas y experiencias, que enriquecen la toma de decisiones y fomentan la innovación. Al promover la inclusión, creamos un ambiente donde todas las personas se sienten valoradas, respetadas y tienen igualdad de oportunidades, para crecer y desarrollarse profesionalmente.

LA COLABORACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y EL TRABAJO EN EQUIPO MEJORAN SIGNIFICATIVAMENTE DESDE EL ABORDAJE DE LA INCLUSIÓN, GENERANDO UN AMBIENTE MÁS PRODUCTIVO Y POSITIVO

RECONOCER Y VALORAR LA DIVERSIDAD CONTRIBUYE A ATRAER TALENTOS Y POTENCIA LA GENERACIÓN DE CONFIANZA DE NUESTROS CLIENTES

Potenciamos acciones y prácticas para favorecer el desarrollo de espacios de trabajo inclusivos. Participamos de espacios de intercambio sectorial, brindamos herramientas, para abordar y experimentar, integralmente; una cultura organizacional inclusiva a las personas que trabajan en el Banco, y conmemoramos fechas clave del año con todo el equipo y la sociedad.



Diálogos que transforman

Formamos parte de distintos espacios de diálogo junto a empresas financieras y no financieras, para compartir buenas prácticas de diversidad e inclusión, aprender y formarnos, e impulsar en conjunto una industria más justa y equitativa.

Club de Empresas por la Diversidad

Somos parte de la *Red de Empresas por la Diversidad*, creada por la Universidad Di Tella, que desarrolla y promueve la diversidad e inclusión dentro de las organizaciones empresariales.

Protocolo de Finanzas Sostenibles

En el marco de nuestra participación del Protocolo de Finanzas Sostenibles, formamos parte de la *Comisión de Género y Taxonomía*. Este espacio de trabajo se focaliza en el análisis de empresas lideradas por mujeres y en el diseño de indicadores desagregados por género, para la implementación de perfiles de taxonomía ligados al análisis de la cartera de clientes.

Grupo de Equidad de Género

Integramos el Grupo de Equidad de Género de la Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA).

Cultura de la inclusión

Acercamos herramientas a nuestros equipos para formarlos en diversidad y equidad, concientizar sobre brechas y desigualdad en la sociedad, y promover su bienestar y seguridad.

- **Los líderes** participaron de actividades organizadas por la R.E.D. de Empresas por la Diversidad de la Universidad Torcuato Di Tella.
- **Taller Ambientes de trabajo saludables y respetuosos:** durante abril los líderes pudieron participar de un webinar de formación y reflexión sobre mobbing.
- Contamos con un espacio en nuestra Intranet donde compartimos las prácticas que impulsamos en BH respecto a **Diversidad e Inclusión**.
- **Lactario.** En nuestra Casa Central, contamos con un espacio para acompañar a las mamás a conciliar la vida laboral y familiar.
- **Acción ante casos de violencia de género** Desde 2019 contamos con el Protocolo de acción ante casos de violencia de género.



Conmemoraciones y celebraciones

Realizamos actividades especiales en fechas clave del calendario de diversidad e inclusión, para sensibilizar a nuestros equipos e impulsar la igualdad.

Mes de la mujer

Compartimos historias de nuestras clientas. Mujeres profesionales, líderes y emprendedoras que nos eligen para hacer crecer sus proyectos.





4.3.1 UNA CULTURA DE IGUALDAD

Entendemos que la construcción de una sociedad igualitaria comienza mediante la educación en la primera infancia. En Banco Hipotecario consideramos este aspecto a la hora de diseñar la propuesta de beneficios para nuestros equipos de trabajo.

Promover la equidad de género (desde la primera infancia) ayuda a romper estereotipos de género y roles predefinidos, permitiendo que los niños y las niñas desarrollen habilidades, intereses y aspiraciones sin limitaciones. Además, fomenta relaciones familiares más igualitarias, donde se comparten responsabilidades y tareas domésticas por igual. Vivenciar modelos de roles equitativos, también empodera a las mujeres a participar plenamente en el ámbito laboral y tener una mayor autonomía financiera.



LA EQUIDAD DE GÉNERO EN LA CRIANZA COLABORA A QUE TODAS LAS PERSONAS TENGAN IGUALDAD DE OPORTUNIDADES. EDUCAR DESDE ESTA PERSPECTIVA CONTRIBUYE AL CONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS CIUDADANOS

Potenciamos la mirada institucional inclusiva. En las licencias relacionadas a nacimientos, nos referimos a personas gestantes y no gestantes. La licencia por nacimiento para no gestantes es de 20 días.

En casos de adopción, disponemos 10 días adicionales de trámites para la persona que cuida en forma primaria o secundaria, además de los 60 días para la persona definida como primaria en el cuidado.

Para casos de nacimientos prematuros o con discapacidad, adicionamos 30 días para gestantes, no gestantes y adopciones.

Habilitamos la licencia por enfermedad de infantes para las personas que cuidan como primarios o secundarios. A su vez, incorporamos un beneficio por guardería para gestantes y no gestantes. En ambos casos, si las personas gestantes y no gestantes trabajaran en el Banco o en alguna subsidiaria, cada familia decide quién percibe el beneficio.

Complementamos estos avances con la integración de un fondo de ayuda ante situaciones coyunturales a nuestra propuesta de valor. Además, en las búsquedas internas que consideran personas de sucursales, ofrecemos la posibilidad de seguir su camino de desarrollo sin la necesidad de cambiar su lugar de residencia, cubriendo posiciones 100% remotas.

| PERMISO PARENTAL | 2024 | 2023 | 2022 |
|---|-------------|-------------|-------------|
| <i>Colaboradores que han tenido derecho a permiso parental</i> | | | |
| Mujeres | 13 | 17 | 30 |
| Varones | 4 | 16 | 24 |
| <i>Colaboradores que disfrutaron de un permiso parental</i> | | | |
| Mujeres | 13 | 17 | 30 |
| Varones | 4 | 16 | 24 |



| <i>Colaboradores que regresaron al trabajo una vez finalizado el permiso parental</i> | | | |
|--|-----|-----|-----|
| Mujeres | 13 | 17 | 30 |
| Varones | 4 | 16 | 24 |
| <i>Colaboradores que regresaron al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo</i> | | | |
| Mujeres | 13 | 17 | 26 |
| Varones | 4 | 16 | 22 |
| <i>Tasas de regreso al trabajo</i> | | | |
| Mujeres | 100 | 100 | 100 |
| Varones | 100 | 100 | 100 |
| <i>Tasas de retención</i> | | | |
| Mujeres | 100 | 100 | 86 |
| Varones | 100 | 100 | 90 |

4.4 EQUIPOS SANOS Y SEGUROS

Temas Materiales: Salud y Seguridad Ocupacional

Contenido GRI 3-3, 403-1, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

Todos los días, trabajamos para garantizar un ambiente laboral seguro, saludable y productivo. Gestionar la salud y seguridad en el trabajo no solo protege el bienestar físico y mental de nuestro equipo, sino que también contribuye a la eficiencia y el rendimiento general de la organización.

Promover prácticas y políticas que fomenten la salud reduce el riesgo de enfermedades y lesiones laborales, lo que, a su vez, disminuye el ausentismo y mejora la satisfacción laboral. Además, brinda a las personas la confianza y tranquilidad necesarias para realizar sus tareas de manera segura.



Contamos con dos enfoques de nuestro sistema de gestión: *salud y seguridad*. Este último comprende las funciones de planificación, identificación de áreas riesgosas, coordinación, control y dirección de las actividades de seguridad en las sucursales y anexos, con el fin de prevenir accidentes y enfermedades profesionales.

UN AMBIENTE SEGURO EN NUESTRA CASA CENTRAL Y EN TODAS NUESTRAS OFICINAS Y SUCURSALES

Para implementar acciones que resguarden la seguridad física de las personas, nos guiamos por la normativa vigente y las recomendaciones del BCRA, junto con el Plan Integral de Seguridad de Banco Hipotecario. Este fue elaborado teniendo en cuenta el Análisis de Riesgo de Sucursales.

Asimismo, todos los meses, realizamos el mantenimiento y la revisión del sistema de detección y extinción de incendios, y contamos con la asistencia de un bombero las 24 horas del día, los 365 días del año, en nuestra Casa Central.

Por otro lado, la Ley N°24.557, de riesgos del trabajo, nos brinda el marco legal para que adoptemos acciones preventivas de salud por parte del sector médico: la prevención de riesgos y contingencias, y la determinación y revisión de las incapacidades laborales provocadas por accidentes o enfermedades profesionales.

El servicio médico asegura el bienestar de las personas dentro y fuera del ámbito laboral, a través de un consultorio médico ubicado en Casa Central. Allí trabajan una persona de enfermería y una médica, además del personal administrativo. Se realizan las consultas médicas generales de enfermedades prevalentes y laborales. El consultorio, además, centraliza todas las acciones y comunicaciones del país vinculadas a la salud de las personas que trabajan en el Banco.

100% DE PERSONAS EMPLEADAS Y NO EMPLEADAS, QUE TRABAJAN EN BANCO HIPOTECARIO, ESTÁN CUBIERTAS POR EL SISTEMA DE GESTIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD

Implementamos un *Servicio de Área Protegida*, brindado por una empresa externa médica, para la atención y el traslado a instituciones médicas, en los casos requeridos. Este servicio es para equipos de trabajo y público externo. Las enfermedades ocupacionales y los accidentes son atendidos por la Aseguradora de Riesgos de Trabajo (ART), y seguidos por el propio servicio médico. La ART también coordina inspecciones periódicas, con el fin de detectar condiciones inseguras en materia de seguridad.



Indicadores de salud y seguridad

0 fallecimientos por accidentes laborales y/o dolencias o enfermedades laborales

18 lesiones registrables por accidentes laborales

0 lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias

0 dolencias y enfermedades laborales registrables

Las principales dolencias laborales son leves y de carácter osteomuscular

4.4.1 FORMACIÓN EN SALUD Y SEGURIDAD

Garantizamos la calidad de los servicios de salud y seguridad, y facilitamos su acceso, a través de una serie de capacitaciones que realizan todas las personas del Banco, con el fin de prevenir accidentes y enfermedades ocupacionales.

En 2024 realizamos los siguientes cursos:

- RCP y primeros auxilios
- Capacitaciones sobre patologías
- Curso de protocolo y prevención de Coronavirus, en modalidad *e-learning* y obligatorio para todas las personas
- Simulacro de evacuación de incendios dos veces por año
- Seguridad física: prevención de incendios, uso de extintores, uso de equipos de respiración autónoma y plan de evacuación. El personal tercerizado es capacitado por la empresa proveedora del servicio de contratación

Todos nuestros equipos de trabajo están en permanente contacto con el servicio médico y de seguridad, a través de líneas telefónicas, mails, *Teams* o presencialmente, los cinco días hábiles de la semana. Generamos reportes diarios de actividad y novedades en cuanto a la seguridad física.

En la provincia de Santa Fe, además, contamos con un Comité de Salud y Seguridad en el Trabajo, que realiza el seguimiento del plan anual preventivo. Todas las sucursales de esa provincia son alcanzadas por este comité, constituido por representantes del Banco en materia gremial y estatal.



4.4.2 LA SALUD, PRIMERO

Tenemos un plan de salud exclusivo de Swiss Medical para las personas que trabajan en nuestros equipos y su familia primaria. Además, realizamos capacitaciones y charlas informativas, invitando a especialistas sobre temas puntuales o realizando chequeos de salud periódicos.

100% DEL EQUIPO CUENTA CON OBRA SOCIAL PREPAGA

Durante la *Semana de la Salud*, el Banco Hipotecario recibió la visita del equipo de profesionales del Staff Médico Swiss Medical, quienes brindaron diversas actividades y servicios de salud a nuestros colaboradores. A lo largo de la semana, se realizaron consultas presenciales, charlas virtuales y exámenes médicos, con una excelente participación de nuestro personal.

- **Consultorios Médicos:** Un total de 277 consultas fueron atendidas por profesionales de distintas especialidades, garantizando una atención integral para los colaboradores.
- **Skincheck:** Se realizaron 55 revisiones dermatológicas para la detección temprana de posibles riesgos en la piel.
- **Ecografía Mamaria:** 31 colaboradoras participaron en este examen preventivo.
- **Antropometría + Plan Nutricional:** Un total de 48 colaboradores recibieron un análisis físico y orientación nutricional personalizada.
- **Masajes Express:** Se ofrecieron 108 masajes para aliviar tensiones y promover el bienestar físico de nuestros colaboradores.
- **Cardiología:** 35 colaboradores fueron atendidos en consultas cardiológicas para evaluar su salud cardiovascular.

Además de los exámenes y consultas, se llevaron a cabo tres charlas virtuales que contaron con una gran participación:

- Prevención de Cáncer de Mamas: 33 colaboradores asistieron a esta charla preventiva, promoviendo la conciencia y la importancia de la autoexploración y los exámenes periódicos.
- Alimentación Saludable: 62 colaboradores recibieron consejos sobre nutrición y hábitos alimenticios para mejorar su salud y calidad de vida.



- **Manejo del Estrés:** con 72 asistentes, esta charla proporcionó herramientas y técnicas para gestionar el estrés de manera efectiva en el ámbito laboral y personal.

Esta acción se enmarca dentro de la estrategia de salud y bienestar laboral, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los colaboradores, reducir tiempos de espera para la atención médica y fomentar un entorno laboral saludable.

Así mismo, se observó el impacto positivo de la *campaña anual de vacunación antigripal*, dado que disminuyó la afección de gripe-enfermedad, reduciendo drásticamente el ausentismo laboral y su indicador.

5 IMPACTO SOCIAL



5.1 DEJAR UNA HUELLA POSITIVA EN LA COMUNIDAD

Temas Materiales: Acceso a la vivienda, Inclusión y Educación Financiera

Contenido GRI 3-3, 203-2

SER EL BANCO DEL HOGAR NOS IMPULSA A CONTRIBUIR ACTIVAMENTE EN LA CALIDAD DE VIDA DE MILLONES DE PERSONAS. SOMOS PROVEEDORES DE CRÉDITOS PARA ACCEDER A LA VIVIENDA, MEJORARLA O AMPLIARLA, AL MISMO TIEMPO QUE BRINDAMOS EDUCACIÓN E INCLUSIÓN FINANCIERA

DESARROLLOS URBANÍSTICOS

Desarrollamos un ecosistema de negocios que incluye créditos individuales, créditos de acceso al suelo y a la construcción, créditos para viviendas terminadas y para mejoras de habitabilidad. El compromiso institucional, para brindar soluciones de acceso a la vivienda, nos acerca a miles de familias de todo el país, empresas constructoras, trabajadores del rubro de la construcción, negocios, locales y municipios.



El año 2024 constituyó un hito para la historia de la administración del *Fideicomiso PROCREAR*. La decisión del Poder Ejecutivo Nacional de poner en pausa aspectos del programa para su consiguiente análisis de continuidad procuró minimizar las entregas de viviendas y lotes y suspender obras de construcción hasta tener nuevas definiciones.

Banco Hipotecario, en su carácter de administrador continuó la gestión de los compromisos asumidos con clientes y empresas involucradas en el ecosistema de viviendas que se había consolidado a lo largo de doce años del programa. Durante la gestión 2024 se administraron los pagos a proveedores, los reclamos de clientes y la finalización de solicitudes de crédito para el acceso a las viviendas o lotes con servicios del programa que fueran iniciados en 2023.

A fines de 2024, el Poder Ejecutivo Nacional firmó el decreto de disolución del fideicomiso, nombrando al Banco Hipotecario como administrador de la cartera de créditos vigentes y de la regularización dominial tanto de las unidades funcionales como de los macizos adquiridos. A la fecha de la elaboración del presente documento, no se ha publicado la reglamentación del decreto en la que se conozca el alcance de las gestiones que el Ministerio de Economía solicitará a nuestra entidad de cara al futuro.

Durante 2024, gestionamos las siguientes líneas de crédito:

- Acceso al suelo (venta de lotes con servicios)
- Líneas para viviendas terminadas en desarrollos urbanísticos
- Impulso económico de la comunidad a través de locales comerciales y venta de cocheras.

En 2024 **se entregaron** 128 viviendas de PROCREAR I y 24 viviendas de PROCREAR II.

En lo que refiere a **lotes con servicios**, durante el año 2024 se entregaron 212 de PROCREAR I y 37 de PROCREAR II.

En cuanto a la **gestión comercial**, en el periodo se vendieron 37 locales y 39 cocheras.

En el siguiente cuadro se detalla el destino de los créditos y los montos totales durante el período 2024:



| Destino Créditos | Monto Desembolsado |
|-------------------------------|----------------------------|
| DDUU (VIVIENDAS) | \$ 6.389.717.605,00 |
| LOTES (crédito hogar) | \$ 1.155.000.000,00 |
| LOCALES | \$ 580.286.397,00 |
| LOTES (crédito en UVA) | \$ 300.000,00 |
| Total | \$ 8.125.304.002,00 |

El *foco en 2024* estuvo centrado específicamente en la regularización dominial y la gestión administrativa de cumplimiento de compromisos con empresas constructoras y rubros adyacentes involucrados en la construcción de los desarrollos urbanísticos. Esos compromisos han sido cumplidos con transparencia, agilidad y eficiencia administrando los ingresos provenientes de la cobranza de créditos de la cartera vigente.

En cuanto a lo dominial se destaca:

| ESCRITURADOS 2024 | CANTIDAD |
|-------------------------------|-------------|
| Procrear I | 1332 |
| VIVIENDA | 947 |
| LCS | 320 |
| COCHERAS VENTA DIRECTA | 39 |
| LOCALES | 26 |
| Procrear II | 31 |
| VIVIENDA | 31 |
| Total | 1363 |



| APTO DOMINIAL 2024 | CANTIDAD |
|------------------------|------------|
| Procrear I | 717 |
| VIVIENDA | 653 |
| LOCALES | 36 |
| LCS | 26 |
| COCHERAS VENTA DIRECTA | 2 |
| Procrear II | 148 |
| LCS | 148 |
| Total | 865 |

5.2 RELANZAMIENTO DE CRÉDITOS HIPOTECARIOS DE CARTERA PROPIA

Temas Materiales: Acceso a la vivienda, Inclusión y Educación Financiera

Contenido GRI 3-3, 203-2

Comenzado el **segundo trimestre de 2024** con los primeros indicios de reordenamiento de la macroeconomía, en nuestro rol preponderante en el mercado de financiación a la vivienda; el Banco se propuso relanzar las líneas de crédito hipotecario de cartera propia.

El relanzamiento abarcó los destinos tradicionales de **Adquisición, Construcción, Ampliación y Terminación** tanto para vivienda única como para segunda vivienda o inversión, ofreciendo créditos ajustables por UVA con baja tasa, *plazo de cancelación hasta 30 años y hasta 80% de financiación.*

Fiel a la visión de ser el prestador de servicios financieros del hogar, pero también de las familias y las empresas argentinas, durante este año nos propusimos ofrecer líneas con condiciones preferenciales para clientes que nos elijan como su entidad principal pasando sus ingresos o su giro comercial por las cuentas del Banco.

Durante el año 2024 trabajamos fuertemente en el desarrollo del **canal 100% digital** para la gestión de créditos a la vivienda, minimizando los tiempos de proceso, haciéndolos más eficientes y logrando una experiencia ágil y sencilla para nuestros clientes que desde su celular u ordenador, en pocos pasos han podido solicitar su crédito hipotecario.



HITOS 2024

- Firmamos un *convenio exclusivo* con la desarrolladora inmobiliaria **Consultatio**, que nos permitió a ofrecer un nuevo producto para la compra de departamentos aún en etapa de construcción. Gracias a este acuerdo sin precedentes, nuestros clientes pudieron acceder a créditos hipotecarios UVA para *adquirir unidades en pozo* que hasta el momento sólo podían comprarse de contado.
- Financiación de unidades en pozo **Edificio del Plata**. En una innovadora propuesta, se lanzó una línea exclusiva para adquirir unidades del emblemático Edificio del Plata que consiste en la calificación crediticia de los interesados en el momento de la firma del boleto y el comienzo del pago de las cuotas cuando se entrega la posesión de la vivienda. De esta forma los interesados *financian hasta el 100% de la vivienda* en dos etapas, la preventa a cargo del fideicomiso de Edificio del Plata, durante la etapa de construcción y el crédito hipotecario de BH S.A. una vez entregada la unidad.
- **Viviendas industrializadas**. En un contexto de gran déficit habitacional y un presente en crecimiento que combina innovación tecnológica, *eficiencia y cuidado del medio ambiente*, el mercado de viviendas industrializadas es el próximo paso donde el Banco del Hogar buscará focalizar el negocio. Pasar de “*construir*” a “*fabricar*” viviendas ya es una realidad por ello hemos firmado convenios con las principales empresas de la industria para financiar este tipo de viviendas.
- Estamos desarrollando un **crédito personal** en unidades de valor adquisitivo (UVA) que permite financiar hasta el 100% de la vivienda con un monto máximo de 50.000 UVAS a un plazo de 72 meses y TNA del 15% que se comercializará exclusivamente para la *construcción de viviendas industrializadas y modulares* ofrecidas por las empresas que firmen convenio con el Banco.

Nuestro esfuerzo continuo por brindar nuevos productos y servicios que se alineen con las necesidades de los clientes y los *objetivos de sostenibilidad* de nuestra organización, se ven reflejados en los resultados obtenidos durante 2024:

§ 54.200 MILLONES EN CREDITOS A LA VIVIENDA ORIGINADOS AL 31.12.24. SOMOS REFERENTES EN MATERIA DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS PARA LA VIVIENDA EN TODA LA ARGENTINA



| Línea PH Propia 2024 | #PHUVA | Montos Otorgados |
|-------------------------------|------------|-----------------------------|
| ADQUISICION DE VIVIENDA USADA | 395 | \$ 32,124,752,338.77 |
| CONSTRUCCION | 97 | \$ 8,512,168,911.85 |
| ADQUISICION DE VIVIENDA NUEVA | 67 | \$ 6,920,751,710.74 |
| TERMINACION DE VIVIENDA | 96 | \$ 5,693,434,899.00 |
| AMPLIACION | 20 | \$ 872,503,988.27 |
| Total | 675 | \$ 54,123,611,848.63 |

Posicionarnos como el prestador de servicios financieros del hogar, las familias y las empresas argentinas, permite fortalecer el sector de la construcción y de infraestructura, y crea oportunidades de empleo para todas las personas del rubro.

5.2.1 RECONOCER LA GESTIÓN MUNICIPAL DEL SUELO URBANO

Tras 7 años de articulación con las ONG TECHO y Red de Innovación Local (RIL), este proyecto de gestión del suelo y desarrollo urbano nacional publicó una Guía para la acción. Se trata de una comunicación pública y virtual, que reúne buenas prácticas, sugerencias y casos de éxito implementados en gobiernos locales y/o de LATAM.

Sin dudas, esta iniciativa logró consolidar y potenciar los espacios de intercambio con referentes municipales en materia de suelo, impulsando la agenda territorial, desde la colaboración, la asistencia y la cooperación.

El programa de desarrollo urbano participativo es una iniciativa impulsada por RIL (Red de Innovación Local) y el Banco Hipotecario, en colaboración con diversas comunidades locales y expertos en planificación urbana. Su objetivo es fomentar la construcción de estrategias de desarrollo urbano que respondan a las necesidades y deseos de los habitantes, asegurando un crecimiento armónico, sostenible e inclusivo.

A través de este programa, las ciudades tienen la oportunidad de definir de manera colectiva un modelo territorial centrado en las personas, que sea compacto, cercano, equilibrado y respetuoso con el medio ambiente. Esto se logra mediante un enfoque participativo, donde los residentes, en conjunto con las autoridades locales y expertos, identifican tanto las oportunidades como los desafíos a los que se enfrentan en términos de planificación urbana.



El proceso se desarrolla en tres fases fundamentales:

1. **Diagnóstico:** Se lleva a cabo un trabajo conjunto con la comunidad local, en red, para analizar los problemas y potencialidades del territorio. A través de este diagnóstico, se define un mapa claro de necesidades y posibilidades de intervención.
2. **Diseño del Plan de Mejora:** Basado en el diagnóstico, se formula un plan estratégico que aborda los desafíos seleccionados y propone proyectos de mejora a corto plazo. Estos proyectos buscan transformar la realidad urbana, mejorando los servicios y las condiciones del hábitat, mientras se captan los recursos necesarios para ello.
3. **Implementación:** Finalmente, se valida el plan diseñado con la participación activa de la comunidad, asegurando que los proyectos seleccionados sean los más adecuados y efectivos. Se pone en marcha una serie de intervenciones rápidas y concretas, cuyos resultados puedan ser visibles y comunicables a la población en poco tiempo.

De cara a 2025, el Banco Hipotecario reconocerá la gestión municipal del suelo urbano a nivel nacional, con un enfoque en las estrategias, los instrumentos y la información disponible. Se identificarán aquellas ciudades "faro" que resulten ejemplares en la aplicación de modelos urbanos innovadores, así como aquellos casos que muestren oportunidades de mejora. Estos reconocimientos se otorgarán en el marco de una premiación que convocará a los referentes municipales en materia de suelo y hábitat, marcando un verdadero hito nacional.

Este trabajo colaborativo entre RIL y el Banco Hipotecario busca, de manera innovadora, crear ciudades más inclusivas y sostenibles, empoderando a las comunidades locales para que jueguen un papel activo en la construcción de su futuro urbano.

Gestión ambiental en la Provincia de Formosa

En el mes de noviembre, se realizó una jornada de colaboración entre Banco Hipotecario, la ONG RIL y la Municipalidad de Formosa, en el marco del Programa Embajadores, con enfoque en la gestión ambiental.

El proyecto tuvo como objetivo principal la limpieza y puesta en valor del microbasural crónico de Los Constituyentes en la provincia de Formosa, una de las zonas más afectadas por la acumulación de residuos. A través de esta acción, no solo se logró mejorar el entorno, sino también promover la educación ambiental entre los ciudadanos que residen en las cercanías, fomentando la adopción de hábitos responsables con el cuidado del medioambiente.



Gracias a la colaboración de la Sucursal Formosa, la ONG RIL y el municipio local se concretó el cierre de este microbasural urbano, transformando la zona en un nuevo espacio público verde. Se plantó flora nativa y se acondicionó el lugar para el uso recreativo y disfrute de la comunidad.

Además, durante la jornada se llevó a cabo una capacitación sobre compostaje y actividades de sensibilización sobre la importancia de incorporar flora nativa en las ciudades, contribuyendo así a un entorno más saludable y sostenible.



4 avenidas para la Prosperidad, Cena CIPPEC 2024

El Banco Hipotecario jugó un rol importante en la Cena CIPPEC 2024, un evento de gran relevancia para el futuro del desarrollo en Argentina, que reunió a líderes de los sectores empresarial, político, sindical y de la sociedad civil. A través de su apoyo y participación activa, el Banco contribuyó significativamente al posicionamiento de las propuestas de las "4 avenidas para el desarrollo", que incluyen temas cruciales como la educación, la sostenibilidad fiscal, la transformación pública digital, el desarrollo del hábitat y la vivienda, entre otros.

Durante la cena, el Banco fue un aliado estratégico para promover los consensos necesarios que permitirán avanzar en la implementación de soluciones concretas para los desafíos más urgentes del país. Al respaldar temas fundamentales como la implementación de un Sistema de Alerta Temprana para prevenir la exclusión escolar y la propuesta de un sistema previsional más equitativo y sostenible.

Además, al estar presente en un espacio de discusión entre los principales actores sociales, el Banco no solo reforzó su posición como una entidad financiera comprometida con el desarrollo de políticas públicas inclusivas, sino que también colaboró para que se visibilicen las iniciativas innovadoras como el *Ecosistema de Transformación Pública Digital en América Latina*, que busca conectar líderes y soluciones para modernizar



los sistemas de gestión pública en la región. La colaboración del Banco Hipotecario con CIPPEC, en este caso, subraya su responsabilidad como institución bancaria de fomentar el diálogo y las soluciones estratégicas que fortalezcan el desarrollo económico y social del país, especialmente en áreas como la vivienda y el hábitat, temas en los cuales el Banco tiene una vasta experiencia.

En resumen, la participación de Banco Hipotecario en la Cena CIPPEC 2024 fue decisiva para fomentar el trabajo conjunto entre el sector público y privado, y contribuir de este modo a la formulación de propuestas que busquen mejorar la calidad de vida de todos los argentinos.

5.3 EDUCACIÓN FINANCIERA

Temas Materiales: Inclusión y Educación Financiera

Contenido GRI 3-3, 203-2

SASB FN-CB-240a.4

Educación permite brindar herramientas para generar inclusión y contribuir a que más ciudadanos conozcan los beneficios de operar de manera segura y confiable, utilizando productos y servicios financieros que permiten satisfacer necesidades de consumo, en conjunto con la promoción del ahorro y la inversión. Por ello, buscamos generar diversos espacios, para que todas las personas disfruten la experiencia de transaccionar.

IMPULSAMOS LA EDUCACIÓN Y LA ACTIVACIÓN FINANCIERA, PARA QUE MÁS PERSONAS FORMEN PARTE DEL SISTEMA FINANCIERO. LA INCLUSIÓN FINANCIERA PERMITE ACERCAR SOLUCIONES DE AHORRO E INVERSIÓN A LOS CIUDADANOS ARGENTINOS

EDUCACIÓN FINANCIERA

Generamos contenidos que promueven el uso de productos y servicios financieros.

1-Mañanas Financieras

Encuentro virtual exclusivo para clientes Búho One y potenciales Búho One. Como parte de la propuesta de servicios del paquete, el Banco brinda charlas sobre economía y mercado para ayudar a los clientes a tomar mejores decisiones de inversión, además de despejar dudas sobre los productos disponibles en el sistema financiero, capacitarlos e informar las novedades de los desarrollos de los sistemas que mejoran la experiencia para el usuario al momento de operar. Es dictado una vez por mes de forma regular.



Al igual que 2023, el número de clientes que se conectaron en 2024 se encuentra alrededor de 500 personas.

2-Talleres de capacitación e inducción

Durante 2024 se brindó una capacitación para clientes sobre Fondos Comunes de Inversión e instrumentos de renta fija, en el marco de un encuentro dinámico con participación activa de aquellos clientes que mostraron interés en aprender sobre este tipo de instrumentos financieros.

En el marco de la inducción integral que reciben los ingresantes al Banco, el área de Inversiones capacita sobre temas de finanzas personales. También se realizaron dos encuentros híbridos para colaboradores del Banco sobre inversiones en el mercado de capitales. Por último, en el News semanal BH comenzamos este año a publicar contenido regular sobre novedades del producto de inversiones, sugerencias y una miniserie sobre finanzas personales, con las participaciones de referentes del Banco, como así también del Gerente General.

3-Blog BH

A través de esta plataforma *online*, difundimos contenido de educación financiera, de ciberseguridad y de inversiones.

5.4 INVERTIMOS EN LAS COMUNIDADES

Temas Materiales: Inversión social en la Comunidad

Contenido GRI 3-3, 413-1

Todos los días trabajamos para dejar una huella positiva en la comunidad.

\$684 MILLONES INVERTIDOS EN PROGRAMAS DE ALCANCE NACIONAL

35.460 PERSONAS BENEFICIADAS

Mantenemos un compromiso histórico y sostenido con los ciudadanos argentinos. Trabajamos de manera sinérgica y cercana con una red de **76** organizaciones de la sociedad civil de todo el país, a las cuales destinamos una gran inversión social. Apoyamos y fortalecemos sus programas y acciones; con la prioridad de que el impacto tenga un alcance nacional.

El Comité de Asuntos Sociales e Institucionales y el Directorio del Banco aprueban el presupuesto anual de inversión social en la comunidad. La administración y gestión responsable está a cargo del área de Sustentabilidad.



Todas nuestras operaciones tienen programas de participación de las comunidades locales y de desarrollo, y evaluación de impactos. La comunidad local está integrada por la diversidad de personas cercanas a cada sucursal donde opera el Banco en todo el país, y la constituyen los beneficiarios de los programas que acompañamos a través de la inversión social.

Programa Embajadores

Queremos contribuir a que más familias, en situación de vulnerabilidad socioeconómica, puedan acceder a condiciones habitacionales y de alimentación dignas, procurando el acceso a la educación como principal motor de transformación. Creemos que solo puede lograrse a través de una cultura de la solidaridad genuina y sostenida.

El Programa Embajadores (originado en 2023), invita a diferentes equipos de Banco Hipotecario a sumarse como voluntario o voluntaria para dejar una huella positiva en la comunidad. De manera centralizada, desde el área de Sustentabilidad, son presentadas diferentes propuestas basadas en gestión ambiental y desarrollo local; con el fin de contribuir al desarrollo sostenible, anclando siempre en el ecosistema del hogar. La invitación durante 2024 se encontró abierta a equipos de Casa Central.

Hábitat para la Humanidad

Acción de Voluntariado en la Escuela Comunitaria de Villa Astolfi, partido de Pilar

En el mes de octubre, junto al área de Sistemas participamos activamente en una jornada de voluntariado en colaboración con la ONG Hábitat para la Humanidad. Esta acción se enmarcó en nuestro Programa Embajadores, cuyo objetivo primordial consiste en fomentar el compromiso social y la solidaridad de nuestros colaboradores con la comunidad.

La actividad se desarrolló en una Escuela Comunitaria de Villa Astolfi, institución educativa que asiste a niños y niñas de la zona. Un grupo de voluntarios se unió a los esfuerzos de la ONG para mejorar el entorno de aprendizaje de los estudiantes. Durante la jornada, nos enfocamos en la pintura y acondicionamiento del patio de la escuela, transformando este espacio en un lugar más seguro y agradable para los niños y niñas.

Se pintaron las paredes y se mejoraron las instalaciones, lo que permitió la renovación de un sitio tan importante para la recreación y el desarrollo de las infancias. Esta acción no solo contribuyó a mejorar las condiciones físicas del lugar, sino que también promovió la integración y el trabajo en equipo entre los colaboradores del banco como así también con la comunidad.



En este contexto, el área de Sistemas participó de una dinámica de *team building*, fortaleciendo los lazos de trabajo en equipo entre sus miembros. A través de esta experiencia, se promovió la colaboración y el espíritu de solidaridad, elementos fundamentales para lograr un ambiente laboral armónico y fortalecido.

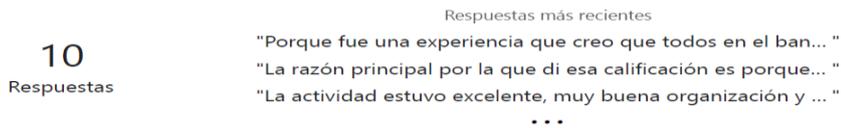




2. ¿Qué tan probable es que recomiendes participar en una actividad de voluntariado a un compañero? 🏠



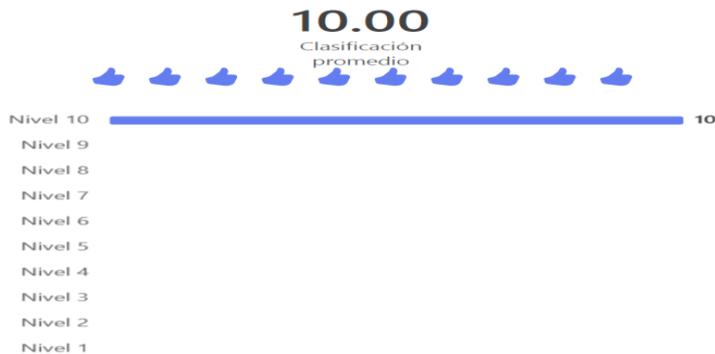
3. ¿Cuál es la razón principal por la que diste esa calificación? 🙏



4 encuestados (40%) respondieron actividad para esta pregunta.

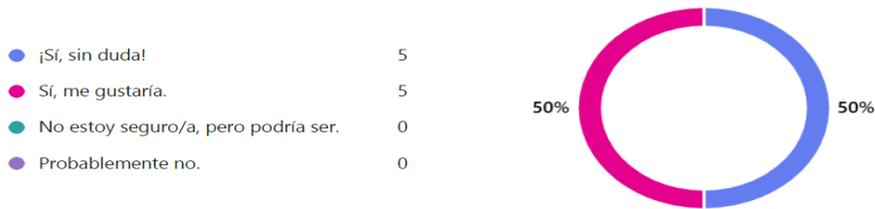


4. ¿Cómo calificarías la organización y coordinación de la actividad? 🏠🙏

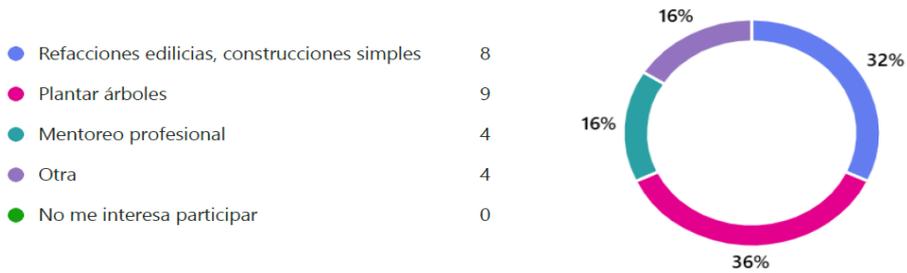




5. ¿Te gustaría participar en futuras actividades de voluntariado organizadas por el Programa Embajadores? 🙋❤️



6. ¿Participarías como Embajador BH en alguna de estas acciones? 🙋🙋 La participación siempre será voluntaria



7. En tu opinión, ¿hay algo que podríamos hacer para mejorar la experiencia de voluntariado en futuras ediciones del Programa Embajadores? 😊👉

10 Respuestas

Respuestas más recientes

"Nada"

"Incluir un espacio para compartir reflexiones o ideas al fin..."

"La experiencia en si fue excelente quizás estaria bueno qu..."

...

3 encuestados (30%) respondieron Nada para esta pregunta.





Acción de Voluntariado en el barrio de La Boca

En el mes de noviembre participamos por segunda vez en el año de una acción de voluntariado junto a la ONG Hábitat para la Humanidad, en un proyecto que busca mejorar las condiciones de vida de personas en situación de vulnerabilidad.

La jornada de voluntariado se desarrolló en un edificio comunitario construido por la ONG en el barrio porteño de La Boca, destinado a brindar alojamiento temporal a personas del programa de alquileres sociales. Este edificio no solo ofrece un lugar seguro para vivir, sino que también facilita la reinserción laboral de sus habitantes, apoyándolos en el proceso de transición hacia una vivienda estable.

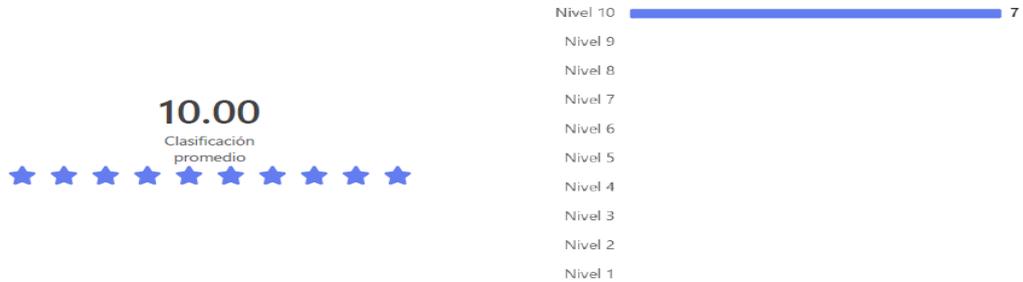
En esta ocasión, el grupo de voluntarios del Banco Hipotecario se encargó de acondicionar los espacios comunes del edificio; como pasillos, áreas de recreación y zonas de esparcimiento. El objetivo fue crear un ambiente cálido y acogedor para quienes allí viven, mejorando su calidad de vida mientras continúan en el proceso de reinserción laboral y social.

La acción favoreció el acondicionamiento físico del lugar como así también fue una oportunidad para fortalecer los lazos de trabajo entre los colaboradores de la organización. El trabajo conjunto, caracterizado por la solidaridad y responsabilidad, permitió que este proyecto se realizara con éxito; demostrando una vez más nuestro compromiso con la comunidad.

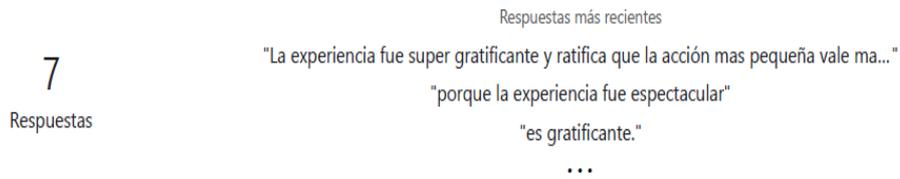




2. ¿Qué tan probable es que recomiendes participar en una actividad de voluntariado a un compañero? 🏠 (0 punto)



3. ¿Cuál es la razón principal por la que diste esa calificación? 🙋 (0 punto)



4. ¿Cómo calificarías la organización y coordinación de la actividad? 🏠🙋 (0 punto)



Estas iniciativas forman parte de la estrategia de sustentabilidad de la organización, que busca generar un impacto positivo y duradero en la sociedad. A través de estas acciones, seguimos reafirmando nuestro propósito de contribuir a la construcción de un futuro más justo e inclusivo, apalancado en la responsabilidad social empresarial y el bienestar de la comunidad.



¡UN AÑO LLENO DE ACCIONES SUSTENTABLES!

Charla de concientización en colaboración con Agenda Ambiental

En el marco de nuestro compromiso con la sostenibilidad, el Banco Hipotecario, en colaboración con la ONG Agenda Ambiental, organizó en 2024 una charla de concientización titulada "*Vida Sostenible en la Oficina y en el Hogar*". El objetivo principal de la actividad fue sensibilizar y proporcionar herramientas a los colaboradores para adoptar prácticas responsables con el medio ambiente, tanto en el ámbito laboral como en el personal.

Durante la charla, se abordaron temas fundamentales relacionados con el desarrollo sustentable y el cambio climático. Las expositoras de Agenda Ambiental mostraron cómo las actividades humanas están contribuyendo al calentamiento global y cómo, a través de pequeñas modificaciones en nuestros hábitos cotidianos, podemos reducir este impacto ambiental negativo. Se ofrecieron ejemplos prácticos y consejos sobre cómo optimizar el uso de recursos, reducir la generación de residuos y promover el ahorro de energía tanto en el hogar como en el entorno de trabajo.

La capacitación también enfatizó la importancia de entender el cambio climático no solo como un fenómeno global, sino como una problemática que afecta directamente nuestra calidad de vida y el bienestar de las generaciones futuras. Este enfoque integral subrayó que el compromiso con la sostenibilidad debe ser adoptado por cada individuo, y que, con acciones cotidianas, todos podemos contribuir a mitigar los efectos del cambio climático.

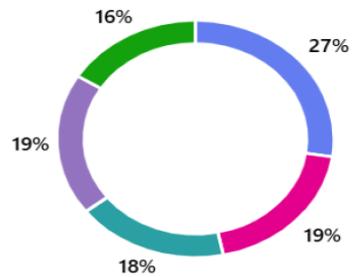
Al finalizar la charla, los colaboradores reflexionaron sobre las acciones concretas que pueden implementar en su día a día; como la reducción del consumo de plásticos, la promoción del reciclaje y la adopción de hábitos de consumo conscientes. A través de esta capacitación, buscamos brindar a nuestros colaboradores las herramientas necesarias para ser agentes de cambio, fomentando una cultura de sostenibilidad dentro y fuera del ámbito laboral. Principalmente poder ser "*replicadores*" de prácticas amigables con el medio ambiente.

Esta actividad se enmarca en el Programa Embajadores donde tenemos diversas iniciativas para promover el desarrollo sostenible, alineadas con nuestra visión de futuro. Al impulsar estas acciones, no solo estamos contribuyendo a la protección del medio ambiente, sino también reafirmando nuestro compromiso con una gestión responsable y un crecimiento equilibrado para las generaciones venideras. Se busca promover un cambio cultural y consciente entre los colaboradores para así poder tomar decisiones criteriosas y sustentables.



1. ¿Qué acciones te gustaría que se implementen en BH respecto al desarrollo sostenible? (Podés elegir más de una opción) 😊

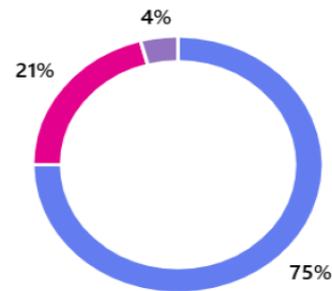
- Jornadas de concientización de educación ambiental 17
- Cartelería en espacios comunes con foco en la generación de hábitos sostenibles (cuidado del agua...) 12
- Armado de islas para la correcta separación de residuos en casa central y sucursales 11
- Jornadas de plantaciones de árboles 12
- Capacitación en compostaje 10





2. ¿Te gustaría participar de la charla? 😊

| | |
|---|----|
| ● Siiii, ahí estaré 😄 | 18 |
| ● Me encantaría. Intentaré sumarme la próxima 🙋 | 5 |
| ● No me resulta interesante participar 🙄 | 0 |
| ● Otras | 1 |



Ciclo "*Miremos el Negocio con Lentes de Sustentabilidad*": impulsando la Sustentabilidad en el Banco del Hogar

Enmarcados en un gran compromiso con el desarrollo sostenible, en Banco Hipotecario se dio inicio, en el mes de junio, a un ciclo de encuentros denominados "*Miremos el Negocio con Lentes de Sustentabilidad*".

El propósito de dichos encuentros fue promover la integración de principios sustentables en todas nuestras prácticas, tanto internas como en la relación con nuestros clientes y proveedores. A través de la innovación y el compromiso social, buscamos fortalecer nuestra propuesta de valor y generar un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente.

Durante este ciclo, tuvimos la oportunidad de contar con la participación de tres destacados oradores, quienes compartieron su visión y sus experiencias sobre cómo integrar la sustentabilidad y los negocios; con el fin de construir un futuro más inclusivo y sostenible.

Los Speakers:

1. **Pablo Lecuona** - Fellow de Ashoka. Pablo Lecuona, un referente en la inclusión social, compartió su experiencia como fundador de Tiflonexos, una ONG dedicada a promover la autonomía de las personas no videntes. Durante su intervención, Pablo abordó las barreras de accesibilidad que enfrentan las personas con discapacidad para acceder a productos y servicios de manera autónoma y eficiente. Su mensaje resaltó la importancia de un enfoque inclusivo en el diseño de servicios, destacando cómo la accesibilidad no solo beneficia a las personas con discapacidad, sino que también fortalece el tejido social y promueve una verdadera cultura de inclusión en las empresas.
2. **Malena Famá** - Co-fundadora de Multipolar. Malena Famá, presentó su trabajo en la red donde se promueve la búsqueda y generación de empleo para personas en situación de calle; una iniciativa que



articula el esfuerzo de empresas y cooperativas para ofrecer oportunidades laborales a personas en situación de vulnerabilidad. A través de su intervención, Malena detalló cómo esta red tiene como objetivo primordial apoyar a las personas en situación de calle, promoviendo su reincorporación social y abordando de manera integral las dificultades que enfrentan en su día a día.

3. **Tati Besada** - Co-fundadora de Unplastify, una empresa dedicada a reducir el uso del plástico. Tati presentó su visión sobre el impacto ambiental que genera el plástico en nuestros ecosistemas. En su charla, compartió alternativas sostenibles que las empresas y la sociedad pueden adoptar para reducir su huella ecológica. A través de sus proyectos y talleres, Tati busca crear conciencia sobre la necesidad urgente de implementar prácticas responsables con el medio ambiente, promoviendo una economía circular y un cambio cultural hacia el consumo consciente.

Desde el Banco Hipotecario, creemos firmemente que la sostenibilidad debe ser un eje central en todos nuestros procesos. En este sentido, nuestro modelo de atención inclusiva no solo tiene como objetivo ofrecer una excelente experiencia a nuestros clientes, sino también dejar una huella social positiva en la comunidad.

Promovemos una cultura de accesibilidad y sostenibilidad en todos nuestros servicios, buscando siempre generar un impacto que vaya más allá de la rentabilidad económica, y que se traduzca en un beneficio real para la sociedad y el medio ambiente.

Este ciclo de encuentros es el inicio de una serie de iniciativas que buscan incorporar los principios de la sostenibilidad a nuestra visión de negocio; reafirmando una vez más el compromiso del Banco del Hogar con un futuro más inclusivo, justo y responsable. A través de estos encuentros, se intenta promover que tanto colaboradores como clientes adopten prácticas más sustentables que permitan avanzar hacia un mundo equilibrado y respetuoso con el ecosistema y las personas.



Pablo Lecuona, Fellow de Ashoka y fundador de Tiflonexos, una ONG que trabaja para promover la autonomía de las personas no videntes.



Malena Famá, co-fundadora de Multipolar, una organización que acompaña a personas en situación de calle en su proceso de reinserción laboral.

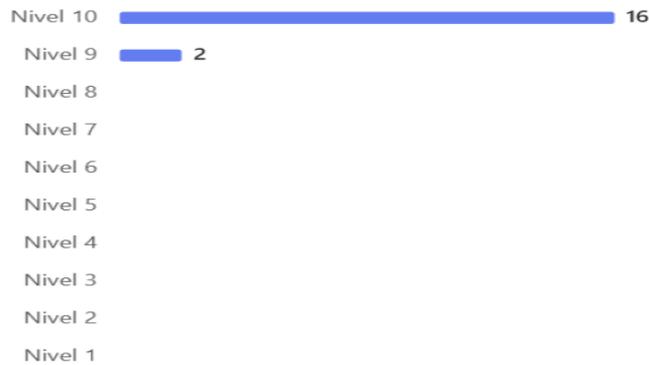


Tati Besada, co-fundadora de Unplastify, una empresa dedicada a reducir el uso del plástico.

2. ¿Recomendarías este espacio a un colega?

9.89

Clasificación promedio





3. **¿Cómo calificarías los contenidos expuestos y el nivel de aplicabilidad para continuar fortaleciendo la cultura BH y el posicionamiento como #ElBancoDelHogar?**



5. **¿Cómo calificarías el encuentro en relación a su duración?**



5.4.1 APOYAMOS LA EDUCACIÓN

La educación es un motor transformador para la sociedad, ya que permite ampliar las posibilidades de participación ciudadana y de inserción, tanto en el mercado laboral como en el académico. Apoyamos la educación formal y no formal de la comunidad educativa, incluyendo docentes y estudiantes, a través de la capacitación presencial o virtual en diferentes disciplinas y el otorgamiento de becas escolares. Complementariamente, generamos oportunidades en torno a la educación financiera.



**CONTRIBUIMOS A POTENCIAR LA EMPLEABILIDAD DE LAS PERSONAS JÓVENES, ACERCÁNDOLES
HERRAMIENTAS PARA PLANIFICAR SU FUTURO PROFESIONAL, CON MIRADA SISTÉMICA**

Prácticas Educativas en el Banco

Por tercer año consecutivo, gracias a la iniciativa propuesta por el Ministerio de Educación del GCBA: "*Actividad de aproximación al mundo del trabajo y los estudios superiores*", recibimos a 27 estudiantes de 5.º año del **Instituto Argentino Excelsior**, brindándoles 20 horas de formación en nuestra Casa Central.

En el *kick off*, les acercamos una primera aproximación a la experiencia laboral en el Banco, participando en charlas y actividades con nuestros equipos de Capital Humano, Gestión Operativa y Red de Sucursales, Banca Pyme y Banca Hipotecaria. Siguieron el recorrido junto a nuestros equipos de Contabilidad e Impuestos, Planeamiento y Control de Gestión, Finanzas, Data Analytics y Sistemas y Tecnología, y cerraron con los equipos de Selección, CoE Agilidad, Asuntos Sociales, Marketing Digital y Experiencia de Clientes.

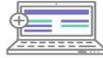
Mediante estos espacios de aprendizaje, los/as jóvenes pudieron adquirir herramientas relacionadas a su futuro primer empleo, finanzas, contabilidad, mindset ágil, data analytics, sostenibilidad, análisis de métricas y algoritmos de redes sociales.

La subsidiaria BHN Vida SA también participó de este espacio educativo. 22 colaboradores de Hipotecario Seguros recibieron a 20 jóvenes de 5.º año de la **Escuela de Comercio N° 17 Santa María de los Buenos Aires** ubicada en el barrio porteño de La Paternal, acercándoles conocimientos específicos de una compañía aseguradora. La experiencia fue sumamente enriquecedora, presentando un NPS del 100%.



Prácticas profesionales

Resultado de la encuesta:



Comentarios

- "Las presentaciones muy llevaderas, todas las chicas muy amables!!!"
- "Me gustó mucho, estubo muy dinámico."
- "Me encanto la manera de comunicarse con nosotros y poder sentirnos cómodos".
- "Me gusto mucho la experiencia y la información que nos brindaron".
- "Me gustó mucho, ya que se explicaba todo de manera detallada y se explicaba las dudas de cada uno, la verdad que en general me gustó mucho. Creo que está muy bien como esta".



Prácticas educativas en Hipotecario Seguros

Prácticas educativas 2024

Resultados



Valoración de cada jornada.



Testimonios

"La dinámica, el ambiente compañero, el que siempre estén dispuestos a responder preguntas y a hacernos reír a todos, en ningún momento me sentí incómoda, ni obligada a responder, al contrario, nos ayudaron a sentirnos en confianza y a no tener miedo a responder. Todas las presentaciones se arriesgaron a la perfección. Me encantó el break que nos dieron para poder comer algo, muy completo todo, los espacios muy lindos y limpios. Las recompensas 1000/10, muy lindas las cosas. Por ahora no siento que haya algo para mejorar, estubo muy bueno".

"Me encantó todo. Todos los días fueron buenisimos, muy informativos, aprendi muchísimo, como dije, desde el primer día nos recibieron muy bien, muy buena cnda, me sentí incómoda, y algo muy importante, con la exposición final pude enfrentar mi miedo gigante a exponer y pude hacerlo tranquila, tomándolos como ejemplo a ellos. Espero que al cumplir, lá pueda tener la oportunidad de sumarme a Hs y mil gracias por los regalos, fue una bella experiencia definitivamente, ahora me siento segura de que voy a poder seguir adelante al terminar el secundario".

- "Me gustó mucho los juegos que se hicieron y en general nada para opinar".
- "Me gustaron las actividades y las explicaciones".
- "Una charla muy buena, sirve un montonazo, me encantaron los tips que dieron para hacer nuestro currículum, las chicas de recursos humanos muy copadas, me hicieron sentir cómoda".



5.4.2 PARTICIPACIÓN CULTURAL

A lo largo de nuestra trayectoria, hemos jugado un papel clave en el acompañamiento y apoyo al desarrollo de proyectos artísticos y culturales a través de la *Ley de Participación Cultural* del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires. Esta ley ha permitido abrir nuevas oportunidades de visibilidad y financiación a una amplia gama de iniciativas que contribuyen al enriquecimiento de nuestra identidad cultural y al fortalecimiento del sector creativo y artístico.

Nuestro compromiso como mecenas del patrimonio cultural y artístico nos ha permitido respaldar y hacer posible la concreción de proyectos diversos, que abarcan un amplio espectro de disciplinas. Entre ellos se incluyen proyectos literarios, iniciativas vinculadas al patrimonio cultural y su preservación, propuestas innovadoras en diseño, programas de radio, producciones de televisión y plataformas en Internet, además de propuestas en las artes audiovisuales y digitales.

Gracias a este aporte, se han podido consolidar siete proyectos concretos que no solo reflejan la pluralidad y la creatividad de los artistas, sino que también contribuyen al fortalecimiento del tejido cultural y social de Buenos Aires.

§32 MILLONES APORTADOS A MECENAZGO

7 PROYECTOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES AUSPICIADOS

6 GESTIÓN AMBIENTAL



6.1 FINANZAS SOSTENIBLES

Temas Materiales: Finanzas Sostenibles

Contenidos GRI 3-3, 203-2

Las decisiones de inversión pueden generar impactos positivos o negativos en el medio ambiente. Asimismo, el direccionamiento responsable de los recursos financieros contribuye a generar un impacto ambiental positivo. Por ello, tenemos un compromiso activo con el fomento de las finanzas sostenibles que defiendan la protección del ambiente y la transición hacia una economía más verde.



ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE LAS FINANZAS SON UN MOTOR PARA PROMOVER LA CONCIENTIZACIÓN Y LA TRANSICIÓN HACIA UNA ECONOMÍA SUSTENTABLE

El sector financiero representa un rol clave en el ecosistema de las finanzas sostenibles. Puede contribuir al financiamiento de proyectos de sostenibilidad o emprendimientos que colaboren con la mitigación del cambio climático, como los dedicados a la energía renovable, la eficiencia energética, la conservación de la biodiversidad y la gestión sustentable de los recursos naturales. Por tal motivo, luego de 4 años de nuestra adhesión al *Protocolo de Finanzas Sostenibles*, logramos fortalecer nuestro posicionamiento institucional en el mercado financiero local, como entidad comprometida con el desarrollo sostenible.

Participamos en la revisión de la guía para elaborar un sistema de administración de riesgos ambientales y sociales, herramienta que permitió que las entidades financieras –que aún no han implementado este sistema– identifiquen ejemplos prácticos que puedan traducirse a su gestión particular.

Comenzamos a participar en un grupo de trabajo organizado en el marco del Protocolo de Finanzas Sostenibles, dedicado a la temática de *Educación Financiera*, con foco en adolescentes del último año de la escuela secundaria. Se ha diagramado colaborativamente con las diferentes instituciones una Guía soporte para el abordaje integral y dinámico de estas temáticas.





GENERAMOS 53 NUEVOS ACUERDOS COMERCIALES, VINCULADOS A EMPRENDIMIENTOS Y/O PROYECTOS CON IMPACTO SOCIOAMBIENTAL POSITIVO, COMO ECONOMÍA CIRCULAR Y MOVILIDAD SUSTENTABLE

Este tipo de proyectos potencia las inversiones que llevamos adelante en materia de microcréditos, promoviendo el emprendedurismo con enfoque de género y el desarrollo de viviendas, entre otras iniciativas.

Bonos verdes

En 2024 participamos en la colocación de los siguientes bonos verdes:

- Asociación Civil Sumatoria Para una Nueva Economía (Clase V) Pesos BADLAR, monto emitido \$ **800.000.000**
- Asociación Civil Sumatoria Para una Nueva Economía (Clase VI) Pesos BADLAR, monto emitido \$ **1.825.000.000**

Destinados a facilitar y ampliar el financiamiento de las actividades desarrolladas por empresas y organizaciones que se encuentren vinculadas en alguno de los siguientes sectores estratégicos:

- Finanzas inclusivas y Equidad de Género,
- Agroecología, Orgánicos, Alimentación Saludable y Sostenible
- Economía Social
- Economía Circular y Reciclaje Inclusivo
- Energía limpia y renovable
- Conectividad
- Proyectos con Impacto

- Genneia (Clase XLIII), Hard Dollar, monto emitido **USD 20.697.951**
- Genneia (Clase XLIV), Dollar Linked, monto emitido **USD 12.502.792**
- Genneia (Clase XLVI), Dollar Linked, monto emitido **USD 60.000.000**
- Genneia (XLVII), Hard Dollar, monto emitido **USD 48.349.695**



Destinados a la refinanciación de una porción de la inversión realizada en los Proyectos Solares Fotovoltaico Tocota III, en el Proyecto Eólico La Elbita, y en los Proyectos Solar Los Molles y Solar Anchoris; y/o la financiación de Proyectos Verdes Elegibles, según lo defina el *Comité de Finanzas Sostenibles* (relacionados a la construcción, desarrollo, expansión, producción, adquisición, mantenimiento y operación de energías renovables).

6.2 GESTIÓN RESPONSABLE DE MATERIALES

Temas Materiales: Gestión de Residuos

Contenidos GRI 3-3, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5

Como empresa de servicios financieros, el principal impacto de nuestras operaciones se da en el consumo de energía, tanto para nuestras oficinas, sucursales y servidores como en la utilización de los insumos requeridos para nuestro trabajo diario. Procuramos tener un consumo responsable y eficiente de estos, garantizando una gestión apropiada y así disminuir la generación de residuos.

La gestión responsable de materiales y clasificación de residuos son parte fundamental de nuestro compromiso de reducción del impacto ambiental, que a su vez nos permite dejar una huella social positiva.

Impulsamos la reducción del uso de materiales en nuestra operatoria diaria, como es el caso del papel; a través de la digitalización de gran parte de nuestros procesos. Estas prácticas ayudan a reducir el uso del papel, el consumo de *toners* de impresión y la energía requerida en esta tarea, mejorando la eficiencia operativa y generando una influencia positiva en la comunidad.

Clasificamos los residuos generados para facilitar su valorización y reciclado mediante cestos que diferencian: húmedos, secos y reciclables. Los residuos húmedos son retirados de manera diaria y los reciclables y secos de manera mensual. Retira la *Cooperativa de trabajo Reciclando Trabajo y Dignidad*, una organización sin fines de lucro dedicada al reciclado de residuos secos, aparatos electrónicos y eléctricos.

El área de Administración y Logística supervisa la clasificación y valorización, y tiene un seguimiento del volumen antes de su entrega a disposición final y/o reciclado para su reutilización.

Durante 2024, no recibimos reclamaciones sobre impactos ambientales que debieran ser abordadas y resueltas mediante mecanismos formales de reclamación.



1.23 TONELADAS DE RESIDUOS RECUPERADOS

1.010 KILOS DE PAPEL DONADOS AL HOSPITAL GARRAHAN

Residuos por composición, en toneladas métricas

| Categoría | Residuos generados | No destinados a eliminación | Destinados a eliminación |
|-----------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Secos no peligrosos | 1,01 | 1,01 | 0 |
| Húmedos no peligrosos | 96,02 | 0 | 96,02 |
| Total | 97,01 | 1,01 | 96,02 |

Residuos no destinados a eliminación, en toneladas métricas

| Categoría | En las instalaciones | Fuera de las instalaciones | Total |
|------------------------|----------------------|----------------------------|-------|
| Residuos no peligrosos | | | |
| Reciclados | 1,01 | 0 | 1,01 |

Residuos destinados a eliminación, en toneladas métricas

| Categoría | En las instalaciones | Fuera de las instalaciones | Total |
|-------------------------|----------------------|----------------------------|-------|
| Residuos no peligrosos | | | |
| trasladados a vertedero | 96,02 | 0 | 96,02 |

Sello Verde

En el mes de diciembre de 2024 Banco Hipotecario ha logrado la certificación en el Programa *Sello Verde* impulsado por la Dirección General de Desarrollo Sostenible y Economía Circular del GCBA. Esta certificación destaca las buenas prácticas y compromiso de la organización con una gestión responsable de residuos dentro de la escala de medición de prácticas y condiciones relativas a la gestión ambientalmente responsable de residuos, obteniendo **86.39** puntos (equivalentes a **dos** estrellas) sobre un total posible de 100. La posición alcanzada refleja un buen compromiso y eficacia en la gestión responsable de residuos.



Consumo eléctrico, gas y agua

Consolidando nuestro modelo híbrido de trabajo, que ya lleva más de tres años implementado y contando con el edificio de Casa Central y toda la Red de Sucursales operando todos los días de la semana; este año logramos una reducción en el consumo energético, de agua y de gas natural. Sin dudas, la educación ambiental ha sido el principal pilar para fomentar los cambios de hábitos necesarios que permiten consumir los recursos de manera más responsable. Además, continuamos con las consultorías eléctricas realizadas por profesionales del rubro, lo que ha contribuido a optimizar el consumo energético, generando un impacto positivo tanto en el ahorro de energía como en la reducción de costos.

En Casa Central, continuaron implementándose protocolos eléctricos mensuales, a fin de asegurar la sostenibilidad eléctrica del edificio.

- 3.724.320 kwh de **consumo eléctrico**. Un 3,6% menos que en el año 2023.
- 78.722 m³ de **consumo de gas natural**. Un 1% menos que en 2023
- 26.070 m³ de **consumo de agua**. Un 5% menos que en 2023

7 PARÁMETROS DEL REPORTE

Contenidos GRI 2-2, 2-3, 2-4, 2-5

Este reporte se ha elaborado utilizando como referencia los Estándares de *Global Reporting Initiative* (GRI) y considerando los indicadores significativos del Sector Financiero de Banca Comercial del *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB). La información presentada no fue verificada externamente. La información financiera proviene de los estados financieros auditados.

Este documento abarca el período comprendido entre el **1 de enero y el 31 de diciembre de 2024**. El documento representa nuestro ejercicio de reporte N.º 14 y presenta las actividades vinculadas a la gestión de sostenibilidad de Banco Hipotecario SA. Los Estados Financieros consolidados contemplan a otras entidades no incluidas en este reporte: BACS Banco de Crédito y Securitización SA, BHN Sociedad de Inversión SA y Fid. Fcieros. CHA, series IX a XIV. Cabe indicar que la información de los estados financieros del Banco Hipotecario, tanto a nivel individual como consolidado, están confeccionados de acuerdo con la normativa vigente impuesta por el BCRA, tanto a nivel sistema financiero como normativa especial formulada hacia este Banco.ac



Durante el período reportado, el Banco no experimentó cambios relevantes en su organización que afecten a la comparabilidad. En aquellos casos en que fue necesario modificar algún valor comparativo, se dejó identificado incluyendo una nota aclaratoria. Considerando que hemos establecido una periodicidad anual para nuestros informes de sostenibilidad, el reporte anterior corresponde al año 2023.

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

7.1 NUESTRO IMPACTO SOBRE LOS ODS

Contenidos GRI 2-23

En línea con la *Agenda 2030*, planteada a nivel global, el Banco asumió un rol activo para impulsar el desarrollo sostenible a nivel local. En este sentido, utilizó la herramienta *SDG Compass* para analizar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por la ONU y sus 169 metas, para luego identificar aquellos en los que tiene mayor posibilidad de contribución desde su gestión.



ODS RELEVANTES PARA BANCO HIPOTECARIO



Además, en forma indirecta como agente colocador de valores negociables emitidos siguiendo los lineamientos para la emisión de valores negociables sociales, verdes y sustentables contribuimos con el ODS 7- Energía Asequible y no contaminante y el ODS 13 – Acción por el clima.

7.2 TRABAJO EN ALIANZA

Contenidos GRI 2-28

Formamos parte de las siguientes asociaciones:

- Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA)
- Comisión de Género y Ambiental y Social (Protocolo de Finanzas Sostenibles)
- RED de Empresas por la Diversidad
- Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la República Argentina (AMCHAM)
- Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)
- Finanzas para el bien público (Grupo de Fundaciones y Empresas | GDFE)



7.3 NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Contenidos GRI 2-29

Identificamos a nuestros grupos de interés considerando la guía AA1000SES de *Accountability*. Promovemos el diálogo con cada actor para conocer sus expectativas, identificar sus preocupaciones y diseñar una estrategia de valor genuina, que contribuya a mejorar el impacto positivo de nuestras operaciones.

Mantenemos una constante comunicación con los grupos de interés y sus representantes, a través de diversos mecanismos de contacto. Así, identificamos los impactos actuales y potenciales de nuestra organización, potenciamos los impactos positivos y actuamos para prevenir o mitigar posibles impactos negativos.

| Grupos de interés | Mecanismo de diálogo |
|--|--|
| Equipo | Intranet, <i>mailing</i> , <i>WhatsApp</i> , Línea Ética, teléfono fijo y celular, reuniones, videoconferencias |
| Clientes | <i>Mailing</i> , redes sociales, web de Banco Hipotecario, SMS, llamados telefónicos, correspondencia, encuestas, <i>focus group</i> , <i>App Mobile</i> |
| Proveedores y contratistas Gobierno | Mail, teléfono, reuniones |
| Comunidad local | Medios masivos, mails, notas, cartas, comunicaciones, circulares, disposiciones |
| Accionistas y sociedades del grupo | Mail, teléfono, reuniones, encuestas. Comunicaciones a través de CNV, BYMA, mails, reuniones, llamados, página web de Banco Hipotecario |
| Sindicatos | Mail, reuniones |
| | |



7.4 TEMAS MATERIALES

Contenidos GRI 3-1, 3-2

El análisis de materialidad es un proceso significativo para identificar nuestros impactos más relevantes, reales o potenciales, y gestionar activamente la toma de decisiones.

En 2020 se realizó un relevamiento del contexto de sostenibilidad del sector, que permitió identificar los temas materiales que fueron validados con los grupos de interés mediante una encuesta.

Para 2024, según lo requerido por los Estándares de *Global Reporting Initiative*, se efectuó una revisión de los temas materiales definidos. El análisis de materialidad de este Reporte constó de una revisión del contexto de la organización, para identificar cambios significativos en las actividades o en las relaciones comerciales. Una vez validada la lista, se realizó un *benchmark* con pares de la industria, a fin de asegurar que los principales temas materiales considerados estuvieran incluidos.

En cada tema material, identificamos a qué Objetivo de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas contribuye de manera directa.

Listado de temas materiales identificados según criterio *Environmental, Social and Governance* (Ambiental, Social y de Gobierno, en español)

| ESG | Tema material | Capítulo | ODS | GRI Contenidos Generales y temáticos | Temas SASB |
|-----|---|--------------------------|---------------|---|---|
| E | Finanzas Sostenibles | Gestión Ambiental | 7, 9, 13 y 17 | Indicadores propios GRI 203 - Impactos Económicos Indirectos 2016 | SASB - Incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión en el análisis crediticio |
| | Gestión de residuos | Gestión Ambiental | 11 y 12 | GRI 306 - Residuos 2020 | |
| S | Acceso a la vivienda | Impacto Social | 9 y 11 | Indicadores propios GRI 203 - Impactos Económicos Indirectos 2016 | |
| | Inclusión y Educación financiera | Impacto Social | 4, 9 y 11 | Indicadores propios GRI 203 - Impactos Económicos Indirectos 2016 | SASB - Generación de inclusión y capacidad financieras |
| | Inversión social en la comunidad | Impacto Social | 4 | GRI 413 - Comunidades Locales 2016 | |
| | Empleo de calidad | Equipo | 8 | GRI 401 - Empleo 2016 | |
| | Formación y desarrollo del personal | Equipo | 4 y 8 | GRI 404 - Formación y Enseñanza 2016 | |
| | Inclusión, diversidad y equidad de género | Equipo | 5 y 8 | GRI 405- Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016 GRI 406- No Discriminación 2016 | |
| | Salud y seguridad ocupacional | Equipo | 8 | GRI 403- Salud y Seguridad en el trabajo 2018 | |
| G | Anticorrupción y cumplimiento normativo | Somos el Banco del Hogar | 16 | GRI 2 - Contenidos generales 2021 GRI 205 - Anticorrupción 2016 | |
| | Derechos Humanos | Somos el Banco del Hogar | 5 y 8 | GRI 2 - Contenidos generales 2021 GRI 407 - Libertad de Asociación y Negociación Colectiva 2016 GRI 408 - Trabajo infantil 2016 GRI 409 - Trabajo forzoso u obligatorio 2016 | |
| | Desempeño económico de la Compañía | Somos el Banco del Hogar | 9, 11 y 17 | GRI 201 - Desempeño Económico 2016 | SASB - Parámetros de Actividad |
| | Experiencia del cliente | Somos el Banco del Hogar | 9 | Indicadores propios GRI 417 - Marketing y Etiquetado 2016 | |
| | Gestión de proveedores y prácticas de adquisición | Somos el Banco del Hogar | 8 | GRI 204 - Prácticas de adquisición 2016 GRI 308 - Evaluación ambiental de los proveedores 2016 GRI 414 - Evaluación social de los proveedores 2016 | |
| | Gobernanza, ética y transparencia | Somos el Banco del Hogar | 12 y 17 | GRI 2 - Contenidos generales 2021 GRI 206 - Competencia desleal 2016 | SASB - Ética empresarial SASB - Gestión del riesgo sistémico |
| | Seguridad de la información/Ciberseguridad | Somos el Banco del Hogar | 16 | GRI 418 - Privacidad del Cliente 2016 | SASB - Seguridad de datos |

REDACCIÓN Y COORDINACIÓN Equipo de Asuntos Sociales y Sustentabilidad

COLABORACIÓN Equipos de Comunicación e Imagen

DISEÑO Christian Zompa

FECHA DE PUBLICACIÓN del Reporte de Sustentabilidad 2024: marzo 2025

Reporte de Sustentabilidad 2024

INDICE DE CONTENIDOS GRI

| | |
|---------------------------|--|
| Declaración de uso | El presente reporte ser elaboró en referencia a los Estándares GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024. |
| GRI 1 usado | GRI 1: Fundamentos 2021 |

| ESTÁNDAR GRI / OTRA FUENTE | CONTENIDO | PÁGINA/RESPUESTA | AGENDA 2030 | |
|--|---|---|-------------|------------|
| | | | ODS | META |
| CONTENIDOS GENERALES | | | | |
| LA ORGANIZACION Y SUS PRACTICAS DE PRESENTACION DE INFORMES | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | 2-1 Detalles organizacionales | Nuestra sede central se encuentra ubicada en Reconquista 101, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina | | |
| | 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad | 92 | | |
| | 2-3 Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | 92 | | |
| | 2-4 Actualización de la información | 92 | | |
| | 2-5 Verificación externa | 92 | | |
| ACTIVIDADES Y TRABAJADORES | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 5, 15 | | |
| | 2-7 Empleados | Banco Hipotecario no tiene empleados por horas no garantizadas. | 8 - 10 | 8.5 - 10.3 |
| | 2-8 Trabajadores que no son empleados | 40 | 8 | 8.5 |
| GOBERNANZA | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | 2-9 Estructura de gobernanza y composición | 26, 27 | 5 - 16 | 5.5 - 16.7 |
| | 2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno | 27 | 5 - 16 | 5.5 - 16.7 |
| | 2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno | El presidente del máximo órgano de gobierno no es un alto ejecutivo de la organización | 16 | 16.6 |
| | 2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos | 27, 30 | 16 | 16.7 |
| | 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos | 27, 30 | | |
| | 2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad | 27, 30 | | |
| | 2-15 Conflictos de interés | 33 | 16 | 16.6 |
| | 2-16 Comunicación de inquietudes críticas | Durante el período del reporte no han existido preocupaciones críticas que deban ser comunicadas al máximo órgano de gobierno. Consideramos como preocupación crítica a las acciones extraordinarias realizadas por esta institución. | | |
| | 2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno | 28 | | |
| | 2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno | 28 | | |
| | 2-19 Políticas de remuneración | 28 | | |
| 2-20 Proceso para determinar la remuneración | 28 | | | |
| CONDUCTA EMPRESARIAL RESPONSABLE??? | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | 3 | | |
| | 2-23 Compromisos y políticas | 32, 92, 93 | 16 | 16.3 |
| | 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas | 32, 33, 34, 35 | | |
| | 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos | 15 | | |
| | 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | 32, 33, 34, 35 | 16 | 16.3 |
| | 2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas | 32, 33, 34, 35 | | |
| | 2-28 Afiliación a asociaciones | 93 | | |
| PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERES | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés | 94 | | |
| | 2-30 Convenios de negociación colectiva | Durante el período del reporte el 100% de los empleados estuvieron cubiertos por convenios colectivos de trabajo. Al personal que se encuentra fuera de convenio se le aplican las mismas condiciones que al personal encuadrado dentro del convenio. | 8 | 8.8 |

| TEMAS MATERIALES | | | | |
|---|---|--|--------|-------------------------|
| TEMAS MATERIALES | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales | 94, 95 | | |
| | 3-2 Lista de temas materiales | 96 | | |
| DESEMPEÑO ECONÓMICO DE LA COMPAÑÍA | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 12 | | |
| GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido | 14 | 8-9 | 8.1-8.2-9.1-9.4-9.5 |
| | 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación | La compañía no cuenta con un plan de beneficios definido. | | |
| | 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno | Durante el período de reporte, Banco Hipotecario SA no ha recibido asistencia financiera por parte del Gobierno, ya sea por beneficios fiscales o asistencias/subsidios. | | |
| INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 70 | | |
| GRI 203: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS | 203-2 Impactos económicos indirectos significativos | 70 | 1-3-8 | 1.2-1.4-3.8-8.2-8.3-8.5 |
| GESTIÓN DE PROVEEDORES Y PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 15 | | |
| GRI 204: PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales | 15 | 8 | 8.3 |
| GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES | 308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales | Durante el período de reporte, no se han evaluado y seleccionado nuevos proveedores de acuerdo a criterios ambientales. | | |
| GOBERNANZA, ETICA Y TRANSPARENCIA | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 32 | | |
| GRI 206: COMPETENCIA DESLEAL | 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | 36 | 16 | 16.3 |
| ANTICORRUPCIÓN Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 32, 33, 34 | | |
| GRI 205: ANTICORRUPCIÓN | 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción | 32, 33, 34 | 16 | 16.5 |
| | 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | 32, 33, 34 | 16 | 16.5 |
| | 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas | 32, 33, 34 | 16 | 16.5 |
| EMPLEO DE CALIDAD | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 39 | | |
| GRI 401: EMPLEO | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | 42, Adjuntar como respuesta la tabla de hoja adjunta | 5-8-10 | 5.1-8.5-8.6-10.3 |
| | 401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | 39, 51 | 3-5-8 | 3.2-5.4-8.5 |
| | 401-3 Permiso parental | 57, 58 | 5-8 | 5.1-5.4-8.5 |
| SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 58, 59 | | |
| GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO | 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo | 58, 59, 60, 61, 62 | 8 | 8.8 |
| | 403-3 Servicios de salud en el trabajo | 58, 59, 60, 61, 62 | 8 | 8.8 |
| | 403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo | 58, 59, 60, 61, 62 | 8-16 | 8.8-16.7 |
| | 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo | 60, 61 | 8 | 8.8 |
| | 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores | 58, 59, 60, 61, 62 | 3 | 3.2-3.5-3.7-3.8 |
| | 403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales | 58, 59, 60, 61, 62 | 8 | 8.8 |
| | 403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo | 61 | 8 | 8.8 |
| | 403-9 Lesiones por accidente laboral | 60 | 3-8-16 | 3.6-3.9-8.8-16.1 |
| | 403-10 Dolencias y enfermedades laborales | No se registraron | 3-8-16 | 3.3-3.4-3.9-8.8-16.1 |

| FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL | | | | |
|---|---|---|----------------------|--|
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 43, 45 | | |
| GRI 404: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN | 404-1 Media de horas de formación al año por empleado | 45 | 4 - 8 - 10 | 4.3 - 4.4 - 4.5 - 5.1 - 8.2 - 8.5 - 10.3 |
| | 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | 45 | 8 | 8.2 - 8.5 |
| | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | 51 | 5 - 8 - 10 | 5.1 - 8.5 - 10.3 |
| INCLUSIÓN, DIVERSIDAD Y EQUIDAD DE GENERO | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 51, 52 | | |
| GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados | 51, 52 | 5 - 8 | 5.1 - 5.5 - 8.5 |
| GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN | 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas | Durante 2024 Banco Hipotecario no ha recibido ninguna denuncia por discriminación que haya sido necesario evaluar. | 5 - 8 | 5.1 - 8.8 |
| DERECHOS HUMANOS | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 15 | | |
| GRI 407: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA | 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo | En el 100% de las operaciones y relaciones con proveedores son respetados los derechos de los trabajadores a ejercer la libertad de asociación o negociación colectiva | 8 | 8.8 |
| GRI 408: TRABAJO INFANTIL | 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil | No existen | 5 - 8 - 16 | 5.2 - 8.7 - 16.2 |
| GRI 409: TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO | 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio | No existen | 5 - 8 | 5.2 - 8.7 |
| INVERSIÓN SOCIAL EN LA COMUNIDAD | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 71 | | |
| GRI 413: COMUNIDADES LOCALES | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | 71, 72 | | |
| | 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales | El financiamiento de proyectos que puedan generar un potencial impacto negativo socio-ambiental en las comunidades locales representaría nuestro principal riesgo. Durante 2024 ningún proyecto asociado generó un impacto negativo real. | 1 - 2 | 1.4 - 2.3 |
| EXPERIENCIA DEL CLIENTE | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 15 | | |
| | 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios | 29 casos relacionados con incumplimientos en el deber de información (ley defensa del consumidor) registrados en nuestro sistema. | 16 | 16.3 |
| | 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing | Cero casos de incumplimiento | 16 | 16.3 |
| SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN/CIBERSEGURIDAD | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 36 | | |
| GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE | 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente | 36, 37, 38, 39 | 16 | 16.3 - 16.10 |
| FINANZAS SOSTENIBLES | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 86 | | |
| GRI 203: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS | 203-2 Impactos económicos indirectos significativos | 86 | 1 - 3 - 8 | 1.2 - 1.4 - 3.8 - 8.2 - 8.3 - 8.5 |
| ACCESO A LA VIVIENDA | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 62, 63, 64, 65 | | |
| GRI 203: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS | 203-2 Impactos económicos indirectos significativos | 62, 63, 64, 65 | 1 - 3 - 8 | 1.2 - 1.4 - 3.8 - 8.2 - 8.3 - 8.5 |
| GESTIÓN DE RESIDUOS | | | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 89 | | |
| GRI 306: RESIDUOS | 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos | 89 | 3 - 6 - 11 - 12 | 3.9 - 6.3 - 6.6 - 6.a - 6.b - 11.6 - 12.4 - 12.5 |
| | 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos | 89 | 3 - 6 - 8 - 11 - 12 | 3.9 - 6.3 - 8.4 - 11.6 - 12.4 - 12.5 |
| | 306-3 Residuos generados | 90 | 3 - 6 - 11 - 12 - 15 | 3.9 - 6.6 - 11.6 - 12.4 - 12.5 - 15.1 |
| | 306-4 Residuos no destinados a eliminación | 90 | 3 - 11 - 12 | 3.9 - 11.6 - 12.4 - 12.5 |
| | 306-5 Residuos destinados a eliminación | 90 | 3 - 6 - 11 - 12 - 15 | 3.9 - 6.6 - 11.6 - 12.4 - 12.5 - 15.1 |

GRI 401-1

| Mes | DOTACION BHSA | ROTACION BHSA |
|------------|--------------------------|--------------------------|
| enero | 1613 | 3,20% |
| febrero | 1608 | 1,40% |
| marzo | 1606 | 0,90% |
| abril | 1620 | 1,40% |
| mayo | 1602 | 1,30% |
| jun | 1597 | 0,90% |
| jul | 1562 | 1,38% |
| agos | 1561 | 1,25% |
| sep | 1544 | 1,10% |
| oct | 1544 | 1,90% |
| nov | 1517 | 2,11% |
| dic | 1488 | 1,00% |

TEMAS DE DIVULGACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD Y PARÁMETROS DE CONTABILIDAD

| CÓDIGO | PARÁMETRO DE CONTABILIDAD | Sección /Respuesta | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|---------------------|------|--------------|------|---------|------|---------------------------------|------|------------------|-----|--------------------------|-----|----------------------------|-----|----------------------------------|-----|-------|----|
| Seguridad de los datos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-230a.1 | (1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de titulares de cuentas afectados. | Ver Seguridad de la información, pág. 36 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-230a.2 | Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos. | Ver Seguridad de la información, pág. 36 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Generación de inclusión y capacidad financieras | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-240a.1 | (1) número y (2) cuantía de los préstamos pendientes cualificados para programas diseñados para promocionar las pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad. | Se otorgaron 6.472 líneas por un total de \$78.537.593.344,82 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-240a.2 | (1) Número y (2) cuantía de los préstamos vencidos e improductivos cualificados para programas diseñados para promocionar las pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad. | Durante el período del reporte hubo 0 préstamos vencidos e improductivos cualificados para promocionar pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-240a.3 | Número de cuentas corrientes minoristas sin coste proporcionadas a clientes previamente no bancarizados o infrabancarizados. | Durante el período del reporte se otorgaron 11.305 Cuentas Gratuitas Universales. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-240a.4 | Número de participantes en iniciativas de educación financiera para clientes no bancarizados, infrabancarizados o desatendidos. | Durante el período del reporte hubo 500 participantes no bancarizados, infrabancarizados o desatendidos que participaron en iniciativas de educación financiera, sin considerar las visualizaciones del blog BH (ver detalle de la iniciativas en 5.3. Educación Financiera) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión en el análisis crediticio | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-410a.1 | Exposición crediticia comercial e industrial, por sector. | <table border="1"> <tr><td>Sectores Atomizados</td><td>28.2</td></tr> <tr><td>Petróleo/Gas</td><td>16.9</td></tr> <tr><td>Energía</td><td>14.1</td></tr> <tr><td>Alimentos/Bebidas/Supermercados</td><td>12.6</td></tr> <tr><td>Consumer Finance</td><td>5.5</td></tr> <tr><td>Agroquímicos/Agroinsumos</td><td>5.5</td></tr> <tr><td>Retail / Electrodomésticos</td><td>4.2</td></tr> <tr><td>Agropecuaria/Maquinaria Agrícola</td><td>2.9</td></tr> <tr><td>Otros</td><td>10</td></tr> </table> | Sectores Atomizados | 28.2 | Petróleo/Gas | 16.9 | Energía | 14.1 | Alimentos/Bebidas/Supermercados | 12.6 | Consumer Finance | 5.5 | Agroquímicos/Agroinsumos | 5.5 | Retail / Electrodomésticos | 4.2 | Agropecuaria/Maquinaria Agrícola | 2.9 | Otros | 10 |
| Sectores Atomizados | 28.2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Petróleo/Gas | 16.9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Energía | 14.1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alimentos/Bebidas/Supermercados | 12.6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Consumer Finance | 5.5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Agroquímicos/Agroinsumos | 5.5 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Retail / Electrodomésticos | 4.2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Agropecuaria/Maquinaria Agrícola | 2.9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Otros | 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-410a.2 | Descripción del enfoque para la incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa (ESG) en el análisis de crédito. | En los análisis de riesgo de clientes, Banco Hipotecario considera el impacto indirecto de los factores ambientales, sociales y de gobernanza, además de las consideraciones específicas asociadas al otorgamiento del crédito. En los casos en los que el Banco financió un proyecto de inversión, se evaluaron los impactos específicos de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa que el desarrollo del mismo genera. A su vez, el Banco cuenta con una lista de actividades excluidas para aperturas de cuenta para las bancas corporativa y PyME. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ética empresarial | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-510a.1 | Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con el fraude, uso de información privilegiada, antimonopolio, competencia desleal, manipulación del mercado, mala praxis u otras leyes o reglamentos relacionados de la industria financiera. | Ver Prevención y Control del Fraude, pág. 36 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-510a.2 | Descripción de las políticas y los procedimientos de denuncia de irregularidades. | Ver Conducta Empresarial Responsable, Línea Ética, pág. 32 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Gestión del riesgo sistémico | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-550a.1 | Puntuación en la evaluación de banco de importancia sistémica mundial (G-SIB), por categoría. | Ninguna de las entidades financieras constituidas en Argentina reviste el carácter de globalmente sistémica. Asimismo, Banco Hipotecario tampoco es subsidiaria ni sucursal de un Banco del exterior calificado como de importancia sistémica. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-550a.2 | Descripción del enfoque para la incorporación de los resultados de las pruebas de estrés obligatorias y voluntarias en la planificación de la adecuación del capital, la estrategia corporativa a largo plazo y otras actividades de negocio | La proyección de las utilidades y el consumo de capital derivados del crecimiento esperado de la actividad y el perfil de los riesgos del Banco son detalladas en el Plan de Negocios y se someten a la incidencia de factores de riesgo externos a través de las Pruebas Integrales de Estrés. A tal efecto, se consideran distintos escenarios de estrés relativos a las condiciones de los mercados en los que el Banco opera y su eventual impacto sobre su rentabilidad, liquidez y solvencia. Los resultados de las pruebas integrales de estrés directas muestran si, aún en el escenario considerado más adverso, el Banco podría mantener en los próximos años ratios adecuados de solvencia o si corresponde prever la necesidad de obtener capital adicional para mantener la operatoria del Banco e identificar posibles elementos alternativos de capital para cubrir un déficit. | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CÓDIGO | PARÁMETRO DE ACTIVIDAD | Sección | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-000.A | (1) Número y (2) valor de las cuentas corrientes y de ahorro por segmento: (a) personales, (b) pequeñas empresas | Adjuntar como respuesta la tabla de hoja adjunta | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| FN-CB-000.B | (1) Número y (2) valor de los préstamos por segmento: (a) personales, (b) pequeñas empresas, (c) corporativos. | Adjuntar como respuesta la tabla de hoja adjunta | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla indicador FN-CB-000.A

| Concepto | Cantidad | Monto |
|------------------------------|------------------|---------------------|
| Cuentas Corrientes | 31,025 | \$ 21.201 M |
| (a) personales | 22,244 | \$ 777 M |
| (b) pequeñas empresas | 8,781 | \$ 20.424 M |
| Caja de ahorro en \$ | 1,173,793 | \$ 101.931 M |
| (a) personales | 1,168,189 | \$ 99.828 M |
| (b) pequeñas empresas | 5,604 | \$ 2.104 M |
| Caja de ahorro en USD | 692,993 | 151 M |

Tabla indicador FN-CB-000.B

| Concepto | Cantidad | Monto |
|-----------------------|-----------------|---------------------|
| Préstamos | 47,631 | \$ 344.907 M |
| (a) personales | 39,225 | 8,673 |
| (b) pequeñas empresas | 2,312 | \$ 63.972 M |
| (c) corporativos | 264 | \$ 237.170 M |