



# INFORME DE ACCIONES SOCIALES 2009

**PERFIL DEL BANCO**

**4**

**EL BANCO EN LA COMUNIDAD**

**14**

**NUESTROS COLABORADORES**

**24**

**NUESTRA CADENA DE VALORES**

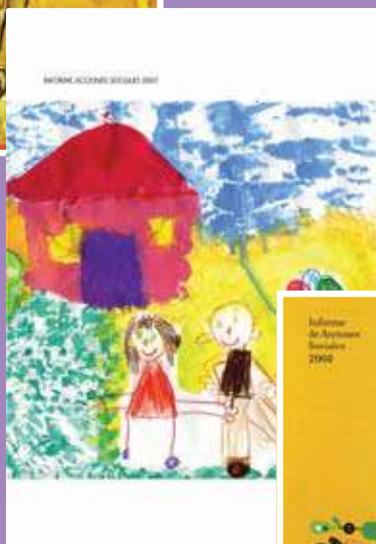
**32**

**DESAFÍOS Y COMPROMISOS 2010**

**44**



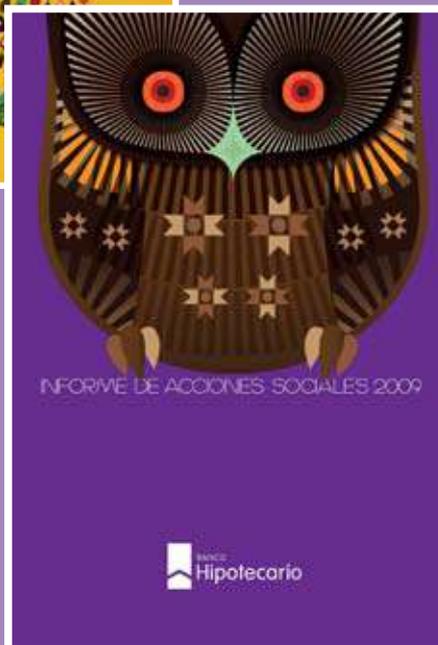
Informe de Acciones Sociales 2006



Informe de Acciones Sociales 2007



Informe de Acciones Sociales 2008







Con orgullo les presento la cuarta edición del Informe de Acciones Sociales en el que continuamos recorriendo un camino de aprendizaje y crecimiento constante hacia el Desarrollo Sostenible.

El 2009 fue un año de grandes desafíos e importantes logros. Signados por los efectos de la crisis mundial del 2008, los primeros meses del año trabajamos muy fuertemente hacia el interior del Banco promoviendo una visión integral y estratégica en todos los procesos de la organización.

Esta actitud nos permitió comprender mejor el escenario para estar a la altura de lo que el contexto requería. Es así como en mayo de 2009 pudimos lanzar un programa de créditos hipotecarios que permitió que más de 7.000 familias argentinas accedan a su casa, contribuyendo a dinamizar la construcción en las distintas regiones del país. El lanzamiento de las series IX, X y XI de Cédulas Hipotecarias complementaron nuestras acciones de impulso al crédito a largo plazo.

Consolidados como banca universal, nos hemos propuesto la misión de ser un banco contemporáneo, simple e inclusivo. Este compromiso nos permitió generar mayor interacción con más de 1 millón de clientes de todo el país, a través de nuestra fortalecida red de sucursales y nuevos canales de atención.

En nuestra comunidad iniciamos el año con un plan de apoyo e inversión en programas y acciones que se fueron concretando a lo largo de los meses. Acompañamos el termómetro social con una actitud comprometida y proactiva que refuerza nuestra forma de involucrarnos en la sociedad argentina. Es así como este año llegamos a más de 43.000 beneficiarios.

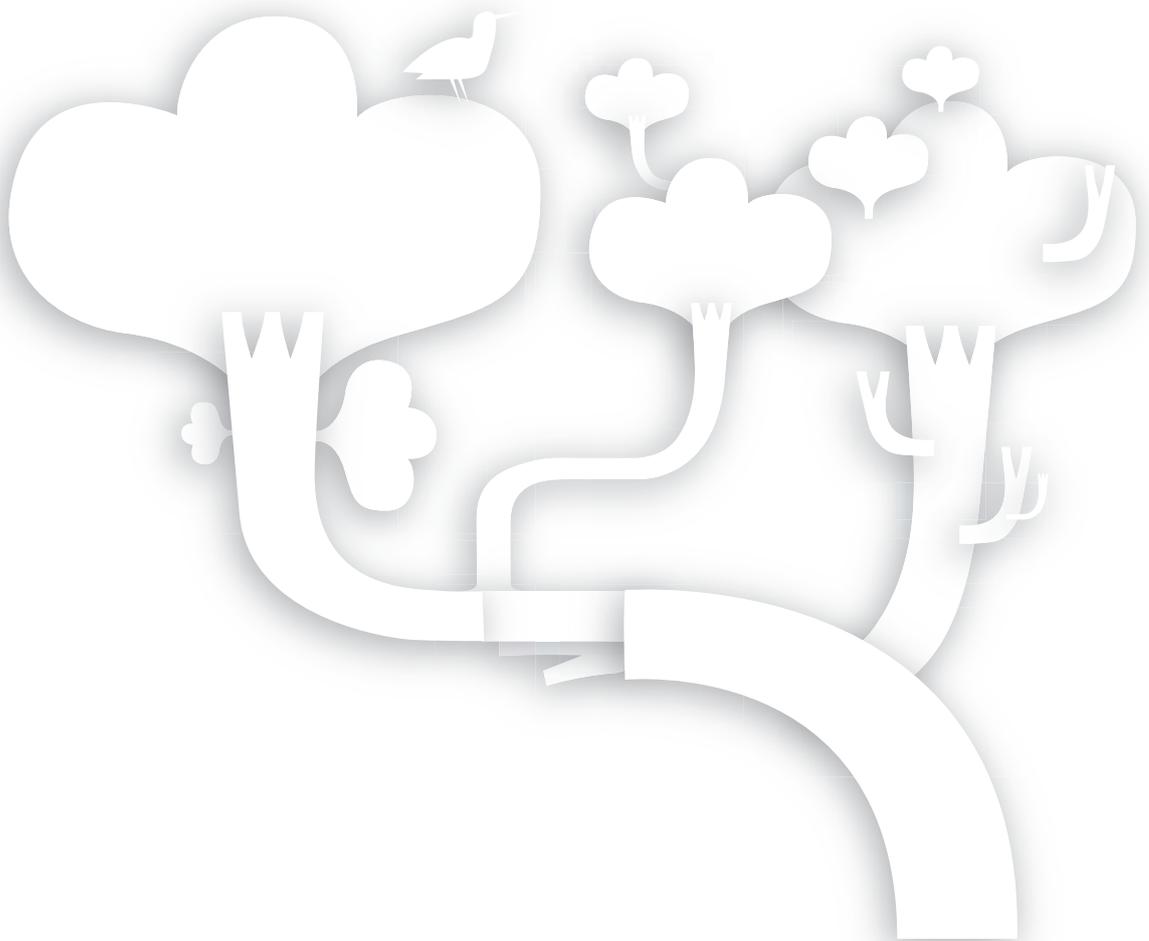
Para nosotros nuestra propia mirada es complementaria de la mirada de todos los actores que conforman nuestra cadena de valor. Por eso, apostamos a que nuestra Responsabilidad Corporativa sea transversal a toda la organización y contribuya a la transmisión de criterios de sustentabilidad hacia adentro y hacia afuera.

Los invito a realizar un recorrido por nuestra historia, el trabajo con nuestros colaboradores, el impacto logrado en nuestra cadena de valor y nuestra participación en la comunidad, con el objetivo de generar en conjunto valor económico, social y medioambiental en beneficio de todos.

Cordiales Saludos

A stylized, handwritten signature in black ink.

Eduardo S. Elsztain  
Presidente



## INTRODUCCIÓN

Con la realización de nuestro primer Informe de Acciones Sociales nos propusimos comunicar nuestra convicción de constituirnos en verdaderos actores de cambio social. Desde entonces, cada año, asumimos el desafío de elaborar nuestro Informe guiados por un concepto unificador y un estilo propio que garantice un canal abierto de diálogo con nuestra cadena de valor.

La primera edición del Informe coincidió con nuestro 120 aniversario. En él plasmamos nuestro rol histórico y misión social que continúa activa y plenamente vigente hasta el día de hoy: facilitar el acceso a la vivienda a millones de familias argentinas.

En nuestro segundo Informe, guiados por el principio de una organización familiarmente responsable y por la aplicación de criterios de Responsabilidad Corporativa en la gestión diaria, nuestros colaboradores y sus familias fueron los protagonistas de un innovador concurso de dibujo infantil para ilustrar la tapa y el interior del mismo.

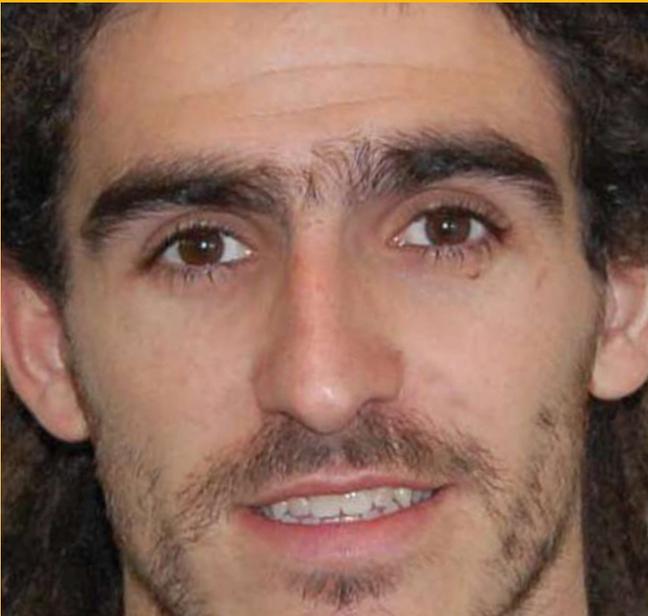
En nuestra tercera experiencia nos centramos en el Banco como un verdadero agente de cambio que en su hacer contribuye a instalar mejoras profundas y perdurables en la comunidad. Elaboramos un relato pleno de acciones, de experiencias, de transformaciones que expresaban los logros plasmados así como las metas por alcanzar con el fin de contribuir como organización en el camino del Desarrollo Sostenible.

Hoy presentamos nuestro IV Informe de Acciones Sociales. La figura emblemática del búho representa el espíritu de nuestra visión y trabajo durante el año 2009; mirada amplia y flexible de 360 grados, solidez y sabiduría, actitud atenta y sensible en la búsqueda de soluciones para resolver problemáticas que aquejan a nuestra comunidad.

La mirada del búho es también la del otro. Es por ello que en este Informe distintos líderes sociales comparten, a través de su mirada, la experiencia vivida a partir de la interacción y construcción de vínculos de confianza con el Banco.

Te invitamos a disfrutarlo.

# PERFIL DEL BANCO



**Manuel Lozano**  
**RED SOLIDARIA**

“Desde hace 3 años, gracias al apoyo del Banco, hemos empezado a recorrer cada una de las provincias de nuestro país intentando consolidar aún más la cultura solidaria. El trabajo en conjunto se ha ido extendiendo con el transcurso de los años y el Banco se ha convertido en una entidad que apoya cada una de las campañas que desde Red Solidaria iniciamos”.

## RESEÑA HISTÓRICA

Uno de cada tres préstamos para vivienda otorgados a familias de nuestro país tiene su origen en nuestro Banco. Desde el año 1886 hemos acompañado a los argentinos en cumplir con una de las misiones más dignas: **facilitar el acceso a la vivienda** a millones de familias.

Durante gran parte del siglo pasado nuestra misión esencialmente social permitió que distintos sectores de escasos recursos pudieran acceder a créditos acordes a sus ingresos a través del otorgamiento de cédulas hipotecarias. La confianza depositada en el Banco Hipotecario y su fuerte respaldo no fueron alterados ni por la crisis de 1890 ni por la primera Guerra Mundial. Hacia 1930 el 50 % de los inmuebles del país habían sido adquiridos a partir de los préstamos del Banco.

En 1997 el Congreso Nacional decidió transformar el Banco Hipotecario en sociedad anónima, sinergizando en una composición accionaria mixta las fortalezas del sector público y privado para su funcionamiento: el Estado Argentino es nuestro accionista mayoritario e IRSA Inversiones y

Representaciones S.A. es el principal accionista privado.

En los últimos años iniciamos un nuevo desafío: establecernos como **banca universal** sin descuidar nuestro liderazgo en el sector de los créditos hipotecarios. En esa línea, dimos un fuerte impulso al crecimiento del crédito y al desarrollo de una amplia gama de productos bancarios que permitieron la expansión del negocio hacia la banca minorista. Así sumamos nuevos productos y servicios.

Con 123 años de vida, nos hemos consolidado como la **institución creadora de dueños** en Argentina. Hoy nuestro Banco es décimo primero en términos de activos, séptimo en financiamiento a familias, quinto en patrimonio neto en el sistema financiero local y líder en el mercado de créditos hipotecarios. Contamos con una red de 50 sucursales ubicadas en todas las provincias, una oferta crediticia diversificada y una sólida situación patrimonial, renovando año a año nuestro compromiso por el desarrollo de las distintas regiones del país.



## ÁREAS DE NEGOCIO Y SUCURSALES

Nuestra sede central está ubicada en las calles Reconquista y Bartolomé Mitre, ciudad de Buenos Aires. El edificio, antigua sede del Banco de Londres, fue proyectado por el Estudio Sepra asociado a Clorindo Testa y es una de las escasas piezas de la arquitectura brutalista en la ciudad.

### Banca Minorista

Provee el **financiamiento del consumo de los individuos** y ofrece las mejores alternativas para la colocación de sus ahorros. En el año 2009 alcanzamos **1.000.000 de clientes** mediante una red de distribución de sucursales y medios electrónicos presentes en todo el país, logramos un total de

**650.000 clientes** en nuestras carteras activas y pasivas y habilitamos **760.000 tarjetas de crédito**.

### Banca Empresas

Canaliza el **financiamiento a empresas e instituciones** incluyendo una amplia gama de posibilidades de financiamiento. En el año 2009 nuestra cartera de clientes estuvo integrada por **206 empresas** distribuidas en 3 líneas de negocio diferentes: Empresas Corporate (146 empresas), Factoring (44 clientes) y Desarrollos inmobiliarios (16 proyectos constructivos).

## SUCURSALES

PROVINCIA	SUCURSAL
<b>CAPITAL FEDERAL</b>	Almagro Barrio Norte Buenos Aires
<b>BUENOS AIRES</b>	Avellaneda Bahía Blanca Junín Lanús La Plata Luján Mar del Plata Morón Pergamino Quilmes San Isidro San Justo San Martín
<b>CATAMARCA</b>	Catamarca
<b>CHACO</b>	Resistencia
<b>CHUBUT</b>	Comodoro Rivadavia Trelew
<b>CÓRDOBA</b>	Cerro de las Rosas Córdoba Río Cuarto San Francisco Villa María
<b>CORRIENTES</b>	Corrientes
<b>ENTRE RÍOS</b>	Paraná
<b>FORMOSA</b>	Formosa

PROVINCIA	SUCURSAL
<b>JUJUY</b>	Jujuy
<b>LA PAMPA</b>	Santa Rosa
<b>LA RIOJA</b>	La Rioja
<b>MENDOZA</b>	Mendoza San Rafael
<b>MISIONES</b>	Posadas
<b>NEUQUÉN</b>	Neuquén
<b>RIO NEGRO</b>	Viedma
<b>SALTA</b>	Salta
<b>SAN JUAN</b>	San Juan
<b>SAN LUIS</b>	San Luis
<b>SANTA CRUZ</b>	Río Gallegos
<b>SANTA FE</b>	Rafaela Reconquista Rosario Santa Fe Venado Tuerto
<b>SANTIAGO DEL ESTERO</b>	Santiago del Estero
<b>TIERRA DEL FUEGO</b>	Ushuaia
<b>TUCUMÁN</b>	Tucumán



## GESTIÓN DE RIESGOS OPERATIVOS

En el año 2007 nuestro Directorio, con el fin de cumplir las mejores prácticas en la gestión de riesgos operativos y en concordancia con lo establecido por el Banco Central de la República Argentina, aprobó la implementación de una **política de riesgos operativos** como nuevo modelo de gestión.

### OBJETIVOS DE NUESTRO SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGOS OPERATIVOS (SGRO)

1. Anticiparse a los eventos de **pérdidas operativas**.
2. Establecer el mapa o **perfil de riesgos operacionales** de la entidad.
3. Disminuir la probabilidad de **ocurrencia de los riesgos**.
4. Determinar el **valor a riesgo** a que está expuesto el Banco.
5. Atender los **requerimientos normativos**.
6. Desarrollar una **cultura de gestión del riesgo**.

## PREVENCIÓN DE FRAUDES Y LAVADO DE DINERO

En Banco Hipotecario contamos con un **programa para la prevención de fraudes** implementado desde el sector de Prevención y Control de Fraudes perteneciente a la Gerencia de Seguridad Física y Lógica del Banco. Este programa busca detectar y prevenir de manera proactiva posibles delitos financieros tanto internos como externos.

Estamos comprometidos y colaboramos además en forma decidida con los esfuerzos e iniciativas nacionales e internacionales para prevenir el lavado de dinero y la financiación del terrorismo, fortaleciendo continuamente nuestras políticas y actualizando nuestros procedimientos escritos, orientados al conocimiento de nuestros clientes en todos nuestros ámbitos de actuación.

En cumplimiento de las normas del Banco Central, durante el ejercicio 2005 creamos el Comité de Prevención y Control de Lavado de Dinero, integrado por dos Directores, el Gerente de Área de Finanzas y el Gerente de la Unidad de Prevención. Este Comité es el encargado de definir los **procedimientos a implementar para prevenir el lavado de dinero** proveniente de actividades ilícitas. Los citados procedimientos tienen como objetivo evitar que el Banco pueda ser utilizado para cursar transacciones en infracción a las normas legales y regulatorias establecidas en la materia.

### ACCIONES DE PREVENCIÓN DE FRAUDES Y LAVADO DE DINERO 2009

- **Dispositivo de toma de huella dígito pulgar** en las solicitudes de préstamos personales y tarjetas de crédito.
- **Módulo de capacitación** específico en prevención.
- Incorporamos al sector dentro del **circuito de originación de préstamos hipotecarios y productos activos**.
- Mayores **controles muestrales**.
- Mayor participación en **normas, políticas y procesos**.
- **Nuevas medidas de seguridad** en los formularios de plazo fijo.
- **Aumento de las consultas** al sector.
- Disminuimos las **pérdidas por fraudes** correspondientes a usurpaciones de identidad.
- Diseñamos y llevamos adelante **cursos obligatorios para nuestros colaboradores** sobre los procedimientos para prevenir el lavado de dinero.



## CÓDIGO DE ÉTICA

En Banco Hipotecario hemos asumido el compromiso de llevar a cabo nuestra actividad empresarial y social respetando las más altas normas de ética, trabajando con eficiencia, calidad, empeño y transparencia.

Nuestro Código de Ética define las pautas generales que guían el trabajo de nuestros colaboradores en el ámbito laboral. El Banco exige a todos nuestros integrantes adherirse a las más altas conductas éticas en todos los negocios y asuntos relacionados con nuestra organización evitando conflictos y realzando nuestra reputación e integridad. Ninguna persona, sin importar la función o el cargo jerárquico que ejerza dentro del Banco, tiene autoridad para hacer excepciones a nuestro Código de Ética.

Al ingresar al Banco, durante el proceso de inducción, cada uno de nuestros colaboradores recibe un ejemplar de nuestro Código con una declaración de su lectura y conocimiento. Además el mismo se encuentra **disponible de manera permanente para su consulta** en nuestra Intranet en la sección Institucionales.



### Normas éticas que guían nuestro accionar

- Honestidad
- Conflictos de intereses
- Relaciones comerciales
- Prácticas comerciales, leyes y otros reglamentos comerciales
- Transacciones internacionales
- Relaciones con clientes, proveedores, vendedores, agentes, funcionarios públicos y entidades gubernamentales
- Actividades de representación
- Contribuciones políticas
- Compraventa de valores

A los efectos de administrar, hacer aplicar lo previsto por el Código y en la búsqueda de una mayor efectividad, contamos con un **Comité de Ética** que mantiene reuniones periódicas y resuelve cuestiones relativas a la interpretación del Código e investiga las advertencias recibidas. Nuestros colaboradores pueden realizar consultas o denuncias de posibles desvíos en el cumplimiento del Código a través de una línea telefónica del tipo 0800 y dirección de correo electrónico.



## GOBIERNO CORPORATIVO

La conducción del Banco Hipotecario en 2009 funcionó con un **Directorio** compuesto por 11 miembros y 2 sujetos a aprobación del Banco Central con idoneidad y experiencia vinculada con la actividad financiera.

El **Directorio** es el responsable de la **administración de la Sociedad** y, como tal, aprueba las políticas y estrategias generales adecuadas a los diferentes momentos de existencia de la misma.

El **Gerente General** es responsable por la dirección general del negocio y por el logro del máximo rendimiento y retorno del capital invertido en forma sustentable en el tiempo.

Entre las funciones específicas que lleva adelante el Directorio se encuentran:

- Definición y aprobación del plan de negocios, la política de inversiones y financiación.
- Establecimiento de la política de gobierno societario, la política de RSE, las políticas de control y gestión de riesgos.
- Cumplimiento del presupuesto y el plan de negocios.
- Control sobre el desempeño de las Gerencias, lo que comprende que éstas cumplan los objetivos fijados incluyendo las utilidades previstas a cuyo fin cuenta con reportes periódicos que le suministra la Gerencia General.

La gestión de los negocios está a cargo de un **Comité Ejecutivo** constituido por distintos Directores que se reúne como mínimo una vez al mes. Las facultades y deberes de este Comité son las de conducir la gestión ordinaria de los negocios del Banco y de todos los asuntos que delegue el Directorio. A las reuniones del Comité Ejecutivo asisten los miembros de la Comisión Fiscalizadora.

### AUTORIDADES DEL BANCO

#### Presidente

Sr. Eduardo Sergio **ELSZTAIN\***

#### Integrantes del Directorio

Sr. Diego Luis **BOSSIO**

Sr. Marcelo Gustavo **CUFRE**

Sr. Edgardo Luis José **FORNERO**

Sr. Federico León **BENSADON**

Sr. Mauricio Elías **WIOR\***

Sr. Saúl **ZANG\***

Sr. Ernesto Manuel **VIÑES\***

Sr. Gabriel Adolfo Gregorio **REZNIK\***

Sr. Jacobo Julio **DREIZZEN**

Sr. Pablo Daniel **VERGARA DEL CARRIL\***

Sr. Carlos Bernardo **PÍSULA**

#### Gerente General

Sr. Fernando **RUBIN**

\*Integran el Comité Ejecutivo

### Comités Especiales

- Financiero
- Crédito
- Inversiones y Equipamiento
- Nominaciones y Remuneraciones
- Prevención de Lavado de Dinero
- Vivienda
- Riesgos Operativos
- Auditoría
- Asuntos Sociales e Institucionales
- Tecnología Informática

El Directorio atiende las consultas e inquietudes de los accionistas a través de su Gerencia de Mercado de Capitales. Además promueve reuniones informativas con los mismos y convoca a **asambleas ordinarias** en las cuales se cuenta con una alta asistencia, en promedio del 95 % de las acciones en circulación, lo que pone en evidencia una respuesta satisfactoria a dichas convocatorias.



## HUELLA DE IMPACTO 2009

### IMPACTO ECONÓMICO



- Estamos posicionados entre los primeros 5 bancos del país con un **patrimonio neto de \$2.700 millones**.
- El año 2009 tuvo un **resultado neto de \$198 MM**.
- Contamos con una base de **650.000 clientes** en nuestras carteras activas y pasivas.
- Somos **líderes en préstamos hipotecarios** con un 16% de participación en el mercado argentino.
- En tarjetas de crédito contamos con **760.000 tarjetas** habilitadas.
- La principal actividad crediticia del año fue el negocio de préstamos hipotecarios a individuos con más de **3.000 escrituraciones por un total de \$524 MM**.
- El financiamiento del Banco por medio de la operatoria de cédulas hipotecarias **creció \$667 MM**.

### IMPACTO SOCIAL



- Destinamos **\$2.500.000** al fortalecimiento y ampliación de proyectos sociales con la participación activa y comprometida de toda la organización.
- Llevamos adelante **23 programas, acciones y campañas**.
- Alcanzamos un impacto social directo en más de **43.000 beneficiarios**.
- Interactuamos con más de **27 organizaciones** a quienes apoyamos y con quienes implementamos distintos programas sociales.

### IMPACTO MEDIOAMBIENTAL



- Recolectamos **82.234 kilos de papel** que entregamos a la Fundación Garrahan; 10 .200 kilos más que el año anterior.
- Logramos **un ahorro del 8% en el consumo de energía** dentro de nuestras oficinas ubicadas en Capital Federal.
- Entregamos a la Fundación Garrahan **más de 380 kilos en plásticos** para su posterior reciclado.
- Implementamos una nueva acción medioambiental orientada a **“Separar los residuos en Origen”** con notable participación interna.

# EN LA COMUNIDAD



**Alejandro Besuschio**  
**FUNDACIÓN SAGRADA FAMILIA**

“La interacción con el Banco generó algo más que un dar y recibir una donación de dinero. El apoyo del Banco nos da aliento para seguir adelante combatiendo la injusticia social, pensando sobre todo en los sectores más vulnerables. Compartimos también el ser ciudadanos comprometidos que intentan no concretar solamente una ilusión, la vivienda, sino realizar un acto de justicia”.

Desde nuestros inicios cumplimos con una **misión social: facilitar el acceso a la vivienda a millones de familias argentinas**. A lo largo de nuestra historia hemos mantenido un vínculo muy cercano con la comunidad generando distintas acciones que contribuyeron con una mejor calidad de vida de las personas.

En la actualidad, bajo el paradigma del Desarrollo Sostenible, estamos recorriendo un camino donde paso a paso vamos enlazando cada vez más nuestra estrategia de negocios con nuestra estrategia de sustentabilidad. En este sentido, apostamos a que **nuestra Responsabilidad Corporativa sea transversal a toda la organización** llevando criterios de sustentabilidad hacia el interior del banco con nuestros colaboradores y hacia fuera con nuestra cadena de valor y las comunidades donde operamos. Estamos convencidos que ser responsable como organización es un buen negocio para todos nuestros grupos de interés y que juntos podemos generar un círculo virtuoso donde todos generan valor para todos.

## NUESTROS EJES DE ACCIÓN

Nuestro vínculo con la comunidad es muy dinámico y para nosotros es un aprendizaje constante que requiere una **mirada integral**. Contribuimos a satisfacer las necesidades inmediatas de la comunidad en la que operamos pero en paralelo aportamos conocimientos y herramientas que posibiliten el crecimiento de la misma.

Abordamos distintas temáticas que hoy son claves para nuestra sociedad en alianza con los principales líderes y organizaciones especialistas en estos temas. Nuestros campos de acción están basados en **4 ejes: Educación, Inclusión social e Inserción laboral, Medioambiente y Voluntariado interno**. Todos ellos son gestionados desde la Gerencia de Relaciones Institucionales y con la Comunidad, la cual traza una estrategia anual y elabora un plan de acción que es aprobado por el Comité de Asuntos Sociales integrado por las principales autoridades del Banco.



## EDUCACIÓN

Creemos en la educación como una **herramienta fundamental para el crecimiento de las personas** y en la escuela como un espacio de reflexión para el desarrollo de la sociedad argentina. La alfabetización en nuestro país es elevada en comparación con el resto de Latinoamérica con un porcentaje del 97,4; sin embargo, en la actualidad nuestro sistema educativo afronta una serie de barreras como la permanencia de los jóvenes en la escuela y la falta de infraestructura de las escuelas rurales de Argentina, entre otras.

Desde Banco Hipotecario trabajamos junto a distintas organizaciones sociales en el desarrollo de programas que permitan la asistencia de jóvenes a la escuela a través del otorgamiento de becas, la formación permanente de los educadores para lograr una calidad superior en la enseñanza y el mejoramiento de la infraestructura de escuelas rurales en localidades cercanas a nuestras sucursales.

Durante el año 2009 implementamos **7 programas y acciones** en el eje Educación:

### “Escuelas rurales a nuevo”

Desde el año 2006 trabajamos en alianza con la **“Asociación Civil de Padrinos de Alumnos y Escuelas Rurales” (APAER)** en el mejoramiento de la infraestructura de escuelas rurales de nuestro país. A través de este programa aportamos recursos económicos que, mediante el trabajo de un arquitecto voluntario y la propia comunidad local, posibilitan la mejora integral de las instalaciones de centros educativos que están alejados de las zonas urbanas. Este programa promueve la enseñanza en espacios bajo condiciones dignas, afianza los lazos comunitarios y brinda nuevos conocimientos y capacidades a los padres de los alumnos que participan en las obras realizadas en la escuela.

### “Conbeca”

Más de 10 millones de argentinos no han finalizado sus estudios secundarios. Frente a esta realidad Conbeca, un programa de la **Asociación Conciencia**, acompaña a adolescentes y jóvenes de bajos recursos para que puedan completar la escuela. Participamos de este proyecto con el **otorgamiento de becas** para lograr el desarrollo en forma integral de jóvenes que, carentes de recursos económicos, demuestran esfuerzo, buen rendimiento, responsabilidad y compromiso en sus estudios. De esta manera, ayudamos

a combatir la deserción escolar, la cual desencadena exclusión social y desigualdad en jóvenes de comunidades vulnerables.

### “Escuelas del Bicentenario”

Se trata de un proyecto que articula el sector público y privado para colaborar con la **mejora de escuelas primarias públicas** que atienden a población vulnerable y contribuir con el diseño de políticas públicas para lograr una mejora escolar. Participamos de este proyecto junto con el **Ministerio de Educación Nacional y los Ministerios de Educación y Salud provinciales, las municipalidades, distintos organismos internacionales y más de 40 empresas y fundaciones.**

### “Programa Inclusión Educativa - Emaús”

El Programa Emaús, desarrollado por **Cáritas Argentina**, promueve **conocimientos, habilidades y aptitudes que posibiliten afianzar las competencias personales y socio-comunitarias**. Este programa implica un proceso integral con 6 acciones que se desarrollan en forma gradual y sostenida: becas familiares, alfabetización de adultos, becas universitarias y terciarias, promoción de espacios educativos, voluntariado juvenil y proyectos innovadores en educación social. Participamos de este programa con el aporte de recursos económicos para la realización de las distintas acciones que lo conforman.

### “IDEA, inclusión educativa de adolescentes”

A través de este programa, jóvenes beneficiarios de la **Fundación Tzedaká** que cursan el secundario, reciben diversos tipos de ayuda. Nos sumamos a este programa con recursos económicos para promover **becas**, apoyo escolar, orientación social, control integral de salud, apoyo psicopedagógico, participación en talleres de metodología de estudio y orientación vocacional, espacios de socialización y desarrollo cultural para evitar la deserción escolar.

### “Cátedra de Cultura Solidaria”

La Cátedra de Cultura Solidaria nace a raíz de una iniciativa de la **Red Solidaria** motivada en la posibilidad real y concreta de **desarrollar la cultura solidaria** en nuestra sociedad. Apoyamos esta iniciativa con aportes económicos para la realización de distintos encuentros en todo el país. Invitamos también a nuestros colaboradores a participar de charlas solidarias que realizamos dentro del Banco con la presencia de líderes sociales.



## “Cátedra de Cultura y Literatura Argentina”

La Cátedra de Cultura y Literatura Argentina se dicta en el marco de **The City University de Nueva York**. Participan de la misma alumnos de doctorado de la universidad y las clases

son dictadas por profesores de larga trayectoria. Contribuimos con el desarrollo de la cátedra con el fin de **difundir nuestra tradición en el exterior**.

## Impacto 2009: Eje Educación



PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	REGIÓN	CANTIDAD DE BENEFICIARIOS
ESCUELAS RURALES A NUEVO	APAER	Santiago Del Estero	114
		Salta	40
		Salta	42
		Salta	21
		Corrientes	36
		Salta	40
CONBECA	Asociación Conciencia	Bariloche	15
ESCUELAS DEL BICENTENARIO	UNESCO y Universidad de San Andrés	Tucumán	822
		Tucumán	616
		Tucumán	1160
		Tucumán	448
		Corrientes	440
		Corrientes	477
		Chaco	330
		Chaco	456
		Chaco	593
		Chaco	741
PROGRAMA INCLUSIÓN EDUCATIVA EMAUS	Cáritas	Viedma	482
		Jujuy	707
		Formosa	823
IDEA	Fundación Tzedaká	CABA	50
CÁTEDRA SOLIDARIA	Red Solidaria	Nacional	1505
CÁTEDRA DE CULTURA Y LITERATURA ARGENTINA	CUNY	Nueva York, EEUU	25

## INCLUSIÓN SOCIAL E INSERCIÓN LABORAL

Como organización responsable queremos contribuir a la construcción de una **sociedad argentina más equitativa y justa**. Invertimos en programas que a través del trabajo, desarrollo de emprendimientos y el deporte posibiliten a todos aquellos que están marginados incorporar herramientas que les permitan desarrollarse e integrarse en la comunidad.

Llevamos adelante a lo largo del año 2009 **8 programas y acciones** en el Eje Inclusión Social e Inserción Laboral:

### “Ayuda inmediata”

**Cáritas Argentina**, organización de larga trayectoria en nuestro país, trabaja en el área de ayuda inmediata con el fin de **atender necesidades urgentes de familias, grupos y comunidades** que se encuentran en situación de pobreza. Las principales acciones están relacionadas con: asistencia alimentaria (comedores, copa de leche, viandas), salud (provisión de medicamentos, talleres de prevención, gestión de prótesis) y vestimenta (entrega de ropa y calzado). Aportamos recursos económicos para llevar esta ayuda a distintas provincias de Argentina a través de sus diócesis.

### “Emprendimientos productivos”

Colaboramos junto con la **Red Solidaria** en el programa Pro Huerta del INTA. A través de este programa familias y grupos comunitarios generan sus propios **emprendimientos productivos de alimentos frescos** provenientes de huertas y granjas. Además se propone a las familias intervinientes la incorporación en su alimentación de frutas, verduras y otros productos de granja y se los incentiva a participar en ferias y micro emprendimientos.

### “Potenciar a la mujer”

Desde el inicio de sus operaciones en el norte de Argentina, apoyamos a la organización internacional **Pro Mujer**. Su misión es proporcionar a las mujeres de escasos recursos de Latinoamérica los medios para generar el **sustento familiar a través de las microfinanzas, la capacitación en negocios y el apoyo en salud**. A partir del otorgamiento de créditos se promueven emprendimientos en estas mujeres de bajos recursos de la región NOA.

### “Un techo para mi país”

La organización **Un techo para mi país** ha desarrollado un modelo de intervención social que comprende la realidad de los asentamientos y de las familias que viven en ellos desde un enfoque de vulnerabilidad social. A partir de éste, se diseñan estrategias de intervención que apuntan a provocar un cambio significativo en las familias, permitiéndoles contar

con herramientas y capacidades efectivas para superar su condición actual y salir de los asentamientos de forma autónoma. Trabajamos en conjunto con esta organización en la expansión regional de la ONG hacia el interior del país y en la **construcción de viviendas** en diferentes comunidades del interior.

### “Mejoramiento de viviendas vulnerables”

**La Fundación Sagrada Familia** es una organización sin fines de lucro que a través de programas que facilitan el **acceso a la vivienda**, contribuye a la promoción de las personas y a la consolidación de familias de bajos recursos económicos. Otorgamos fondos para el desarrollo de “Promevi”, proyecto de microcréditos, y participamos también de “Sume materiales”, un programa autosustentable que actúa como nexo entre quienes tienen materiales de construcción y mobiliario para donar y quienes los necesitan.

### “Olimpiadas Especiales”

**Nuevas Olimpiadas Especiales Argentina** es una asociación civil sin fines de lucro que facilita la **inclusión social de personas con discapacidad intelectual a través del deporte** en todo el país. Aportamos recursos económicos para que la organización brinde información, enseñanza, perfeccionamiento y competición en deportes de tipo olímpicos para personas discapacitadas.

### “Desarrollo comunitario”

El Proyecto Esperanza es una propuesta de la **Diócesis de San Isidro** que está orientada a dar respuestas concretas a urgentes necesidades de una población realmente necesitada y afectada por los rasgos más salientes de la exclusión social. Educación, Capacitación Laboral, Desarrollo Comunitario, Espiritualidad y Salud son la base de esta propuesta que, en forma integrada y coordinada, constituye un aporte concreto en el actual contexto social.

### “Casa de mediodía en Piedrabuena”

**Asociación Civil Integra** es una organización sin fines de lucro que se dedica a la **prevención y atención del uso y abuso de drogas** así como a la investigación y capacitación de agentes multiplicadores. En el año 2009 la asociación firmó un convenio con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires para abrir 5 centros ambulatorios intensivos en villas y barrios vulnerables para la atención a personas con problemas de adicción. Aportamos recursos económicos para la apertura de uno de esos centros en el barrio de Piedrabuena, Villa Lugano.



## Impacto 2009: Eje Inclusión Social e Inserción Laboral



PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	REGIÓN	CANTIDAD DE BENEFICIARIOS
AYUDA INMEDIATA	Cáritas	Nacional	1943
EMPRESARIOS PRODUCTIVOS	Red Solidaria	Paraje Miranda, Prov. de Buenos Aires	4500
POTENCIAR A LA MUJER	Pro Mujer	Salta, Tucumán, Jujuy	8000
UN TECHO PARA MI PAÍS	UTPMP	Neuquén	79
		Posadas	65
MEJORAMIENTO DE VIVIENDAS VULNERABLES	Fundación Sagrada Familia	GBA Noroeste	14
OLIMPIADAS ESPECIALES	Nuevas Olimpiadas Especiales	Municipio Malvinas Argentinas	250
		Municipio La Matanza	400
		Municipio de la Costa	125
		Córdoba	70
		Santiago del Estero	44
		San Luis	140
		Morón, Buenos Aires	120
		Mercedes, Buenos Aires	11
DESARROLLO COMUNITARIO	Arzobispado de San Isidro	Tigre	300
		Pacheco	472
		San Isidro	5000
CASA DE MEDIO DÍA EN PIEDRABUENA	Asociación Civil Integra	Villa Lugano	200



Un Techo para mi país - Neuquén



Un Techo para mi país - Posadas

## MEDIOAMBIENTE

La **generación de residuos y la utilización de los recursos energéticos** son temas claves hoy en nuestro país. Sólo en Capital Federal cada habitante desecha en su hogar alrededor de 1 kilo y medio de basura por día. Por otro lado, la demanda de energía es cada vez mayor con un record de 19.370 megavatios en la Ciudad de Buenos Aires. Frente a esta situación, desde Banco Hipotecario decidimos abordar el cuidado del medioambiente a partir de programas y acciones que nos posibiliten como organización separar nuestros residuos en origen, reutilizar materiales como papel y plástico y reducir nuestro consumo de energía.

En el año 2009 desarrollamos los siguientes **2 programas** en el Eje Medioambiente:

### “Comprometidos con nuestro papel y plástico”

Dentro de nuestras oficinas hemos implementado una campaña interna de **concientización y recolección de papel y tapitas de plástico**. Hemos distribuido en todos los pisos de nuestro edificio central contenedores especiales para este fin donde nuestros colaboradores pueden depositar

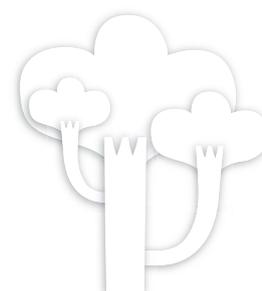
lo recolectado. Todo el material es enviado a la **Fundación Garrahan** la cual obtiene recursos económicos para el desarrollo integral del Hospital.

### “Acciones Descontaminantes”

Nuestro programa medioambiental “Acciones Descontaminantes”, que llevamos adelante desde el 2002, giró en el año 2009 en torno a 2 acciones principales: **ahorro de energía y residuos en origen**. Por segundo año consecutivo implementamos una campaña interna de uso racional de los recursos energéticos donde transmitimos a nuestros colaboradores la importancia del ahorro de energía en nuestros hogares y lugares de trabajo teniendo en cuenta el consumo energético actual y pequeñas acciones cotidianas posibles de realizar para disminuir dicho consumo. Por otro lado, desarrollamos una campaña de separación de residuos en origen (envases de plástico, cartón o tetra brick y latas de gaseosa) para su posterior recolección y reciclado. Con esta iniciativa redujimos la basura contaminante enviada a los rellenos sanitarios, colaboramos con la integración social y laboral de los recicladores urbanos y fortalecimos nuestra gestión medioambiental.

## Impacto 2009: Eje Medioambiente

PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	REGIÓN	IMPACTO
<b>COMPROMETIDOS CON NUESTRO PAPEL Y PLÁSTICO</b>	Fundación Garrahan	Buenos Aires	82.234 kilos de papel y más de 380 kilos en plástico
<b>ACCIONES DESCONTAMINANTES</b>		Buenos Aires	8% de ahorro en consumo de energía





## VOLUNTARIADO INTERNO

El **voluntariado es hoy una de las vías de ayuda social más importantes** en nuestro país. Desde Banco Hipotecario trabajamos por una cultura solidaria dentro de nuestra organización apoyando tanto a los voluntarios del Banco como involucrando al resto de los colaboradores en campañas institucionales.

### “Fortalecimiento a instituciones de los voluntarios”

El eje central de nuestra política de relaciones con la comunidad hacia el interior de la organización, consiste en **apoyar y respaldar económicamente las iniciativas propuestas por nuestros colaboradores**, voluntariamente comprometidos en organizaciones y entidades de la sociedad civil que ellos mismos eligen y que, en la mayoría de los casos, están relacionadas con su ámbito de referencia familiar, social y barrial. El trabajo voluntario solidario que llevan adelante se centra en hogares, comedores comunitarios, centros religiosos y escuelas distribuidas en una gran cantidad de provincias de nuestro país, así como también abundan proyectos vinculados con niños con

capacidades diferentes y con centros de salud infantil.

### “Campañas institucionales”

Para acompañar y fortalecer la continuidad de la labor social de más de 75 voluntarios internos que colaboran con distintas instituciones, desde el año 2002 a través de la Gerencia de Relaciones Institucionales y con la Comunidad, **instrumentamos anualmente 4 campañas: “Pascuas”, “1+1 Invierno”, “1+1 Día del Niño” y “Navidad”**. Participan activamente en las mismas los restantes colaboradores del Banco para apoyar a dichas instituciones beneficiadas. Bajo el concepto “1+1”, el Banco aporta el mismo monto que el reunido por los colaboradores fortaleciendo así sus donaciones.

### “Equipados para dar”

Contribuimos con la **mejora de las condiciones mobiliarias y tecnológicas** de entidades locales próximas a nuestras sucursales, oficinas comerciales y puntos de venta. Donamos muebles y computadoras del Banco que ya no cuentan con un destino utilitario interno específico.

## Impacto 2009: Campañas Institucionales

PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	REGIÓN	CANTIDAD DE BENEFICIARIOS
PASCUAS	Hogares, Asociaciones, Comedores, Escuelas	Buenos Aires	3680
		22 localidades del Interior	2670
INVIERNO	Hogares, Asociaciones, Comedores, Escuelas	Buenos Aires	1192
		12 localidades del Interior	1835
DÍA DEL NIÑO	Hogares, Asociaciones, Comedores, Escuelas	Buenos Aires	2771
		24 localidades del Interior	2927
NAVIDAD	Hogares, Asociaciones, Comedores, Escuelas	Buenos Aires	4011
		47 localidades del Interior	4623



## Impacto 2009: Fortalecimiento a Instituciones de los Voluntarios

ORGANIZACIÓN	REGIÓN	CANTIDAD DE BENEFICIARIOS
Parroquia Santa Isabel de Hungría Padres Palotinos	Capital y GBA	200
Cooperadora Hospital Niño Jesús de Praga	Capital y GBA	140
Sociedad de Fomento Unión y Progreso	Capital y GBA	175
Centro de Acción Comunitaria Liceo Norte	Santa Fe	65
Becas Asociación Civil Protección de la Infancia en	Santiago del Estero	3
Hogar Jesús de Nazareth	Capital y GBA	40
Parroquia Cristo Rey	Capital y GBA	150
Parroquia Santa Teresita del Niño Jesús	Capital y GBA	190
Parroquia Nuestra Señora de Moscatti	Capital y GBA	250
Hogar El Alba	Capital y GBA	45
Comedor San Nicolás La Morita	Capital y GBA	150
Un Mundo Especial	Santa Fe	45
Parroquia Nuestra Señora del Milagro	Capital y GBA	250
Cooperadora del Hospital materno Infantil	Salta	100
Cooperadora del Hospital Tobar García	Capital	200
Cottolengo de Don Orione	Capital	100
Proyecto Manzanares	GBA	80



Campaña de Navidad



Campaña de Pascuas



## Impacto 2009: Equipados para Dar

ORGANIZACIÓN	REGIÓN	CANTIDAD DE BENEFICIARIOS
Hospital Nacional Posadas	Buenos Aires	3
Escuela No 406 - Banfield	Buenos Aires	4
Fundación Cosechando Alegrías	Buenos Aires	6
Policía Federal - División Comunicac. Fed.	Buenos Aires	5
Centro Jubilados - Ex Caja Nacional	Buenos Aires	2
Fundación Uniendo Caminos	Buenos Aires	5
Centro Jubilados-Ex Caja Nacional	Buenos Aires	3
Archivo Gral de la Nación	Buenos Aires	3
Comedor Comunitario M.Belgrano	Buenos Aires	3
Escuela Rural El Dorado	Buenos Aires	3
Escuela Chaco	Chaco	10
Asociación Civil Tiflonexos	Buenos Aires	3
Policía Federal - División Científica	Buenos Aires	11
Parroquia Cristo Rey	Buenos Aires	14
Capilla San Ignacio	Buenos Aires	1
Bomberos voluntarios La Matanza	Buenos Aires	5
Policía Federal Comisaría 1era.	Buenos Aires	3
Biblioteca Popular Avellaneda	Buenos Aires	5
Colegio Santa María de los Angeles	Buenos Aires	5
Club Almagro -La Plata	Buenos Aires	5
Fundación Sagrada Familia	Buenos Aires	105
Sociedad Fomento Nueva Victoria	Buenos Aires	34
Circolo Italiano- Dante	Chaco	3
Cottolengo Don Orione-Itatí	Corrientes	4
Nuestra Señora de la Merced-Cáritas	Corrientes	3
Asociación Civil "Vivir Mejor"	Corrientes	3
Fundación Unidos por Jujuy	Jujuy	3
Escuela Comunitaria Campo Verde	Jujuy	3
Policía de Jujuy	Jujuy	4
Asociación Jujeña de ciegos	Jujuy	2
Escuela Félix de Azara	Misiones	3
Rotary club San Rafael Este	Mendoza	3
Hogar San Martín de Tours	Mendoza	3
Colegio Isabel La Católica	Mendoza	2
Escuela Aprendizaje Oficios	Ushuaia	3
Institución Rosario Peñaloza	Viedma	2



# COLABORADORES



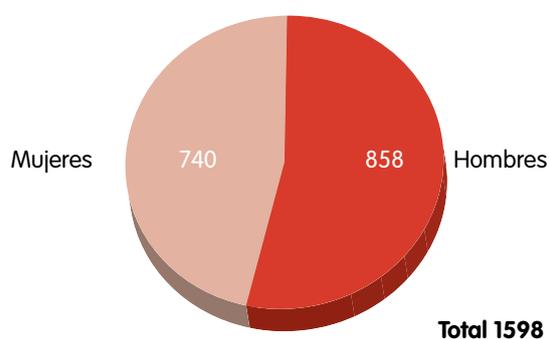
**Gabriel Castelli**  
**CÁRITAS ARGENTINA**

“La alianza con el Banco Hipotecario permitió la profundización del desarrollo integral de los distintos componentes del programa en un marco de sustentabilidad económica. Esto posibilitó una mejor planificación de los compromisos comunitarios y organizacionales a través de acciones para el corto, mediano y largo plazo”.

Somos una organización con más de 120 años de historia que actúa bajo un **modelo de trabajo flexible y eficiente** para la gestión integral de las personas y equipos que la integran dando respuesta a las necesidades de crecimiento y formación de cada uno de nuestros colaboradores.

Nuestro Banco está integrado por un total de **1.598 colaboradores** distribuidos entre la Casa Central donde trabajan 1.027 personas y las distintas sucursales de nuestro país en las cuales están presentes un total de 571.

### Distribución de colaboradores por género



### Distribución de colaboradores por rango

EDAD	ALTA GERENCIA	GERENTES	JEFES, LIDERES, SUPERVISORES	ANALISTAS Y ADMINISTRATIVOS
20 a 30 años	0	2	44	426
31 a 40 años	3	45	153	445
41 a 50 años	8	44	58	187
Mayores de 50 años	6	18	36	123
<b>Totales</b>	<b>17</b>	<b>109</b>	<b>291</b>	<b>1181</b>

### Antigüedad promedio de colaboradores

Alta Gerencia	9 años
Gerentes	10 años
Jefes, Líderes, Supervisores	10 años
Analistas y Administrativos	8 años
<b>Promedio General</b>	<b>9,25 años</b>

En el año 2009, a través de la gestión del Área de Desarrollo Organizacional y Calidad, continuamos trabajando en el desarrollo de diferentes **acciones que promueven y contribuyen en el equilibrio de la vida personal y laboral** de nuestros colaboradores. Incorporamos además la Gerencia de Organización y Procesos y un nuevo sector de Calidad. Esta nueva estructura tiene como objetivo generar y promover una visión integral y de alineación estratégica en todos los procesos de la organización.



## CLIMA LABORAL

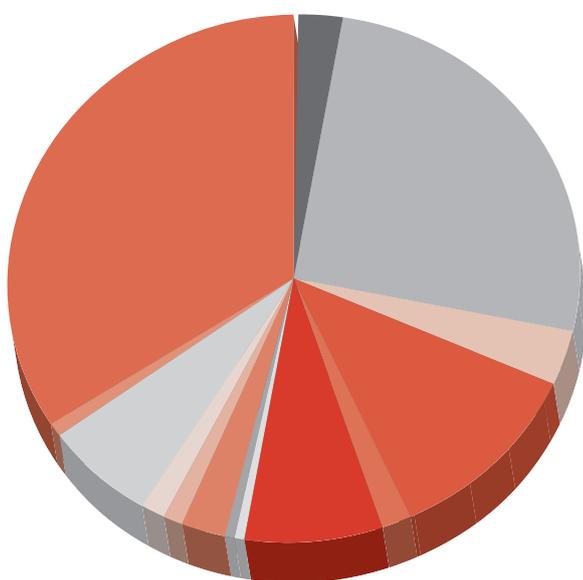
En octubre realizamos la 5° edición de la encuesta de clima con una **participación del 94%** de nuestros colaboradores superando los niveles del anterior relevamiento realizado en el año 2007. Continuamos con la metodología de toma electrónica y nos acompañaron en el proceso 93 facilitadores que promovieron el espacio de participación en sus áreas

## Evolución de la participación en la encuesta de clima

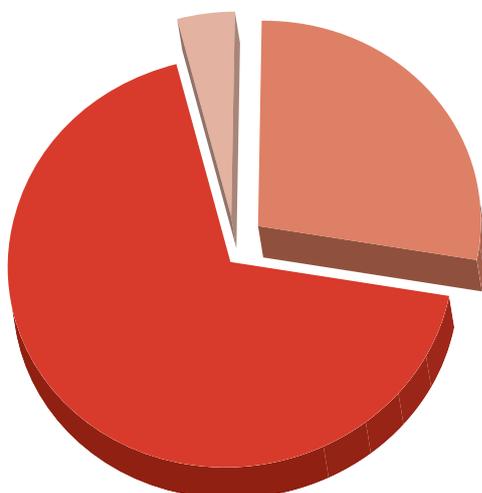
Resultados finales

2009	2007	2005	2004
<b>94%</b>	<b>92%</b>	<b>77%</b>	<b>73%</b>

## Perfil de los Participantes



- Distribución Minorista (incluye Sucursales) 34%
- Banca Empresa 0,97%
- Riesgo y Controlling 6,33%
- Financiera 1,29%
- Auditoría 1,23%
- Legal 2,46%
- Gerentes de Área con reporte a la Gerencia General 0,45%
- Directorio y Presidencia + Rel. Instit. y con la Comunidad 0,71%
- Grupos Mínimos y Sin Identificación 7,63%
- Seguridad Física y Lógica 1,75%
- Administración, Lógica y Recupero 11,38%
- Desarrollo Organizacional 3,23%
- Operaciones y Sistemas 25,99%
- Vivienda y Marketing 2,59%



- Sin personal a cargo 68%
- Con personal a cargo 28%
- Grupos mínimos y sin identificación 4%



Los resultados de la encuesta se obtienen teniendo en cuenta las siguientes variables:

**Contexto:** es la percepción de cada uno de nosotros sobre cómo será el futuro del país y cómo serán las posibilidades de encontrar empleo.

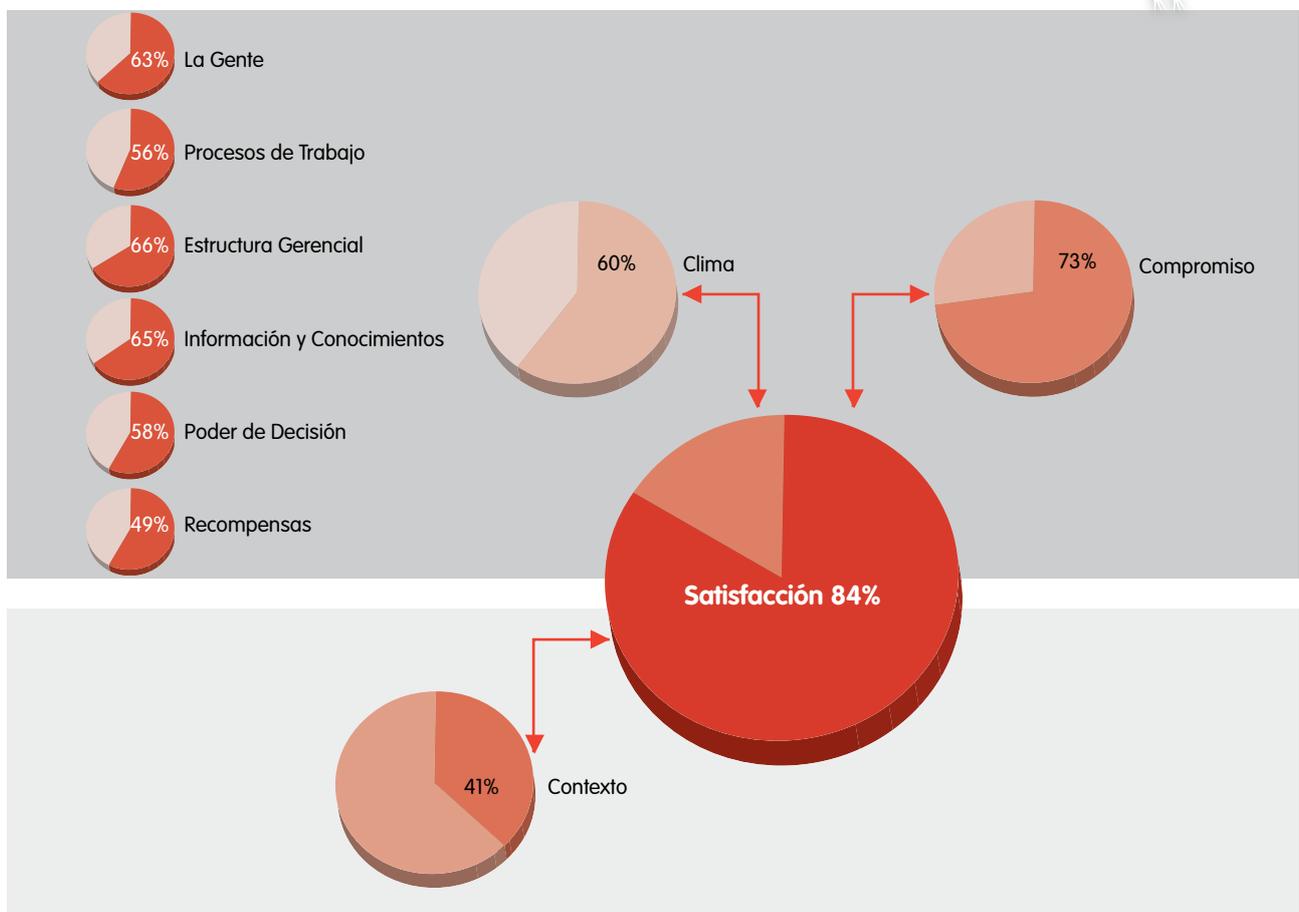
**Clima:** es la percepción de cada uno de nosotros sobre lo que la organización nos "da". El mismo se divide en 6 dimensiones compuestas por la gente, los procesos de trabajo, la estructura gerencial, la información y conocimientos, el poder de decisión y las recompensas.

**Compromiso:** es lo que percibimos estar dando al Banco. El compromiso lo medimos en la encuesta por la identificación con el proyecto de la organización, por el orgullo de pertenecer a la misma, por las ganas de querer permanecer trabajando y por cuánto esfuerzo extra estamos dispuestos a brindar ante situaciones que así lo requieran.

**Satisfacción:** nos permite resumir el estado del contrato de expectativas del colaborador frente a la organización. Cuanto más percibimos estar recibiendo de la organización (clima) y más comprometidos estamos (compromiso), mayor será la satisfacción.



## Principales resultados de la Encuesta 2009



## EMPLEOS

Para los procesos de selección, en el Banco utilizamos diferentes técnicas para evaluar el desempeño individual y grupal incluyendo técnicas psicolaborales. En el año 2009 incorporamos **mejoras en el proceso de selección** con el objetivo de cubrir con mayor eficiencia las posiciones vacantes. Garantizamos también el equipo de trabajo del Plan de Apertura completando la dotación para la transformación de las oficinas comerciales en 4 nuevas sucursales.

## FORMACIÓN

Desde el área de Gestión del Conocimiento continuamos en el 2009 con una estrategia de alcance organizacional para el desarrollo, adquisición y aplicación de conocimientos entre nuestros colaboradores.

Diseñamos e implementamos un plan de formación que acompañó la estrategia de negocio definida. Sumamos a este plan el **eje flexibilidad** donde invitamos a través de diferentes actividades a reflexionar acerca de nuestra productividad, realización personal, el auto-liderazgo y la sinergia con los otros, entre otros temas.

### Temas de los cursos 2009

- Productividad personal y autodesarrollo
- Equilibrio vida laboral y personal
- Simulador del negocio bancario
- Simulador de gestión de proyectos
- Gestión de personas de Generación "Y" en los nuevos escenarios

Incorporamos además **nuevas tecnologías** para la formación de gerentes a través del uso de simuladores que permiten al auditorio tomar decisiones en tiempo real e invitan a una mirada integral del negocio donde se ponen en juego habilidades relacionadas con los conocimientos, la toma de decisiones y la alineación estratégica al mismo.

Otorgamos un total de **73 becas** a colaboradores para que puedan finalizar sus estudios de grado, postgrado y maestrías. Luego realizamos seguimiento semestral del desempeño académico de los colaboradores becados logrando un mayor compromiso de los mismos.

### Empleos 2009

- Cubrimos **30 posiciones** en menos de 20 días.
- Realizamos **10 Assessment Center** donde conocimos a 140 personas.
- Cubrimos **36 búsquedas internas**, instancia clave para brindar oportunidades de desarrollo a los colaboradores.

Continuamos con nuestra **Plataforma de Educación a Distancia** la cual facilita la adquisición de conocimientos desde los puestos de trabajo, permitiéndonos llegar al mismo tiempo a todos los colaboradores del Banco. En el año 2009 duplicamos la oferta disponible en cursos a distancia alcanzando a **1.598 colaboradores**; potenciamos la oferta del **Centro de Formación Virtual**, como espacio primordial que nos permite la integración de los ámbitos donde circula el conocimiento generando un repositorio único de saberes compartidos.



### FORMACIÓN 2009

- Se dictaron **30.129 horas** de formación a distancia y presenciales.
- Participaron **1.222 colaboradores** distribuidos en **284 sesiones** presenciales alcanzando el **74% de la población** total del Banco.
- Constituimos un equipo de **16 referentes** de capacitación en las diferentes áreas del banco para facilitar los procesos de inscripción y seguimiento de las vacantes de formación.
- Se otorgaron **73 becas** de estudio a colaboradores: especialización (6), carreras de grado (56) y posgrados (11).
- Se concretaron **5.956 hs de educación a distancia** logrando una cobertura del **97% de la población** total del Banco.



## FORTALEZA ORGANIZACIONAL

Llevamos adelante la **4° Edición del Programa Fortaleza Organizacional** con la participación de **132 colaboradores**. En este programa todos los participantes fueron evaluados con diferentes fuentes de información, Assessment Center,

entrevistas individuales y con sus jefes. Se realizaron entrevistas de feedback sobre los resultados obtenidos y sumamos un informe a cada jefe para que pueda acompañar el crecimiento de nuestros colaboradores.



Reconocimiento a la Excelencia 2009



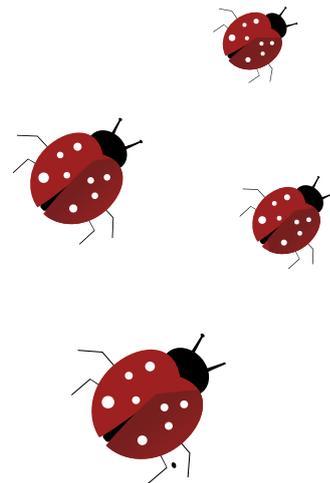
Premiación - Optimización de Costos 2009

## DESARROLLO INDIVIDUAL

Para contribuir en la productividad de los equipos de trabajo se diseñó un **Programa de Mejora al Rendimiento**. Se llevaron a cabo **13 Planes** para aquellos colaboradores que obtuvieron baja performance en su última Evaluación de Desempeño. Los planes tienen una duración de dos meses realizándose entrevistas al comenzar y finalizar cada plan. En este proceso es fundamental el rol del líder con su feedback y compromiso.

### Gerencias que participaron del Programa Mejora al Rendimiento

- Banca Automática
- Infraestructura
- Publicidad
- Sucursal Rosario
- Sucursal Reconquista
- Sucursal Corrientes
- Sucursal San Rafael
- Sucursal Venado Tuerto
- Sucursal Villa María



## COMUNICACIONES INTERNAS

Desde Comunicaciones Internas se generaron distintos espacios de intercambio de conocimientos, información y opiniones entre los colaboradores:

- Realizamos **1 encuentro por mes**. La asistencia promedio fue de 3 encuentros, agasajos, celebraciones o jornadas a lo largo del año.
- Llevamos adelante también **eventos en diferentes fechas representativas**: Día de la Mujer, Día del Niño, Día de la Secretaria, Día de la Primavera, Entrega de Medallas a los 25 y 30 años, Fiesta y Brindis por fin de año y actividades para integrar a la familia a nuestra organización.
- Implementamos **2 concursos de dibujo Infantil** con la participación de **192 familias**. De estas acciones se originaron los calendarios 2010 y las tarjetas de salutación de fin de año.
- Promovimos la participación en actividades deportivas con sponsoreo en **4 maratones** y continuamos con el equipo de corredores a lo largo del 2009. Disfrutaron de estos beneficios **87 colaboradores** con el objetivo de continuar con la promoción de la calidad de vida en nuestra organización.
- En diciembre 2009 retomamos la 4° edición del Reconocimiento a la Excelencia junto a la premiación del Programa de Optimización de Costos, Ingresos e Inversiones. Por Reconocimiento a la Excelencia **se premiaron 30 colaboradores de manera individual y 10 colaboradores por la gestión y desarrollo en equipos**. Por Optimización de Costos se premiaron **3 propuestas presentadas e implementadas por 7 colaboradores**.
- Participamos activamente acompañando con comunicaciones y gestión **“Nuestro Compromiso Solidario y con el Medio Ambiente”**. Para ello implementamos la separación de residuos en origen en Casa Central y Torre San Martín y promovimos campañas solidarias propuestas por la Red Solidaria (Tartagal, Navidad y San Antonio de Areco).





## Participación de nuestros colaboradores en los encuentros

Encuentro equipo gerencial y Mandos Medios	Día de la Mujer	Día del Niño	Día de la Secretaria	Día de la Primavera	Fiesta de Fin de año
288	753	1020	27	1010	1000

Entrega de Medallas	Cultura Solidaria	Rec. a la Excelencia	Brindis de Fin de Año
17	40	47	600



Brindis Fin de Año



Entrega de medallas a los 25 y 30 años



Fiesta de Fin de Año

## BENEFICIOS

Ofrecemos a nuestros colaboradores una serie de beneficios que representan una ayuda económica y promueven el equilibrio entre su vida laboral y familiar:

- **Día de la Familia:** nuestros colaboradores pueden elegir un día laboral entero al año para compartir con su familia.
- **Aniversario de Natalicio:** en su día de cumpleaños el colaborador puede retirarse del trabajo a las 13 hs.
- **Licencias:** las madres con hijos de hasta 15 años disponen de 5 días hábiles por año con goce de sueldo en caso de enfermedad de los mismos. Los padres varones tienen una licencia por nacimiento y adopción extendida a 7 días corridos.
- **Subsidios:** otorgamos un subsidio mensual por guardería a todos los colaboradores con hijos cuya edad esté comprendida entre los 45 días y los 6 años. Además reintegramos los gastos de educación especial a hijos con alguna discapacidad.
- **Colonia de Vacaciones:** todos los colaboradores con hijos de hasta 12 años inclusive cuentan con un subsidio para colonia de vacaciones.
- **Club de Beneficios:** incorporamos más y mejores beneficios corporativos para nuestros colaboradores.
- **Fondo de Ayuda a empleados en situaciones de crisis:** asistimos económicamente a los colaboradores y sus familias que atraviesan una situación crítica coyuntural.
- **Beneficios en Productos del Banco Hipotecario:** los colaboradores cuentan con condiciones preferenciales para la adquisición de nuestros productos.

# CADENA DE VALOR



**Noemí Arbetman**  
APAER

“El valor que generó la interacción entre el Banco Hipotecario dentro del marco del proyecto nos ha permitido modificar el entorno físico y social de las comunidades educativas. Cuando una comunidad construye un comedor, además de mejorar la alimentación de sus alumnos, construye relaciones sociales ya que para su realización participan los padres y docentes mancomunadamente”.

## CÓDIGO DE PRÁCTICAS BANCARIAS

En el año 2005 adherimos voluntariamente al Código de prácticas bancarias el cual fue elaborado con la participación de todas las asociaciones de bancos y entidades financieras de nuestro país como una iniciativa de autorregulación destinada a **promover las mejores prácticas bancarias** en Argentina. Dicho código establece un estándar de buenas prácticas bancarias de tipo general que deben seguir las entidades adherentes promoviendo un permanente mejoramiento de los niveles de transparencia y calidad de los servicios bancarios.

La adopción de este Código contribuye a **afianzar los derechos del usuario** de servicios y productos financieros acrecentando, al mismo tiempo, la transparencia de la información provista por las instituciones financieras a sus clientes y los lazos de quienes proveemos servicios financieros y la comunidad a la que pertenecemos. En tal sentido, entendemos que la incorporación de un código al quehacer financiero contribuye a que los derechos del consumidor se sigan consolidando hasta convertirse en una tradición que prevalece más allá del marco legal que la regula.

Este Código es el resultado de un acuerdo de voluntades que reconoce que las relaciones que nacen con la celebración de contratos y operaciones bancarias conllevan un contenido ético que excede los compromisos formales. Pensamos también que las condiciones que brinda una economía de mercado en la que prevalece la competencia es el marco más favorable para que los derechos del cliente queden plenamente asegurados.

La adopción de las prácticas bancarias que conforman el Código constituye un **instrumento dinámico que se enriquece** a través del tiempo. Además su cumplimiento es monitoreado en forma permanente tanto por cada entidad, a través de un responsable de cumplimiento, como por un ente independiente de las entidades, el Consejo de Autorregulación, que representa los intereses de la industria bancaria en lo que hace a la aplicación del Código.



## PROVEEDORES

La vinculación con nuestros proveedores es llevada adelante por el sector Compras y Contrataciones, una unidad comercial responsable de la gestión para la provisión integral de todos los requerimientos y/o necesidades del Banco. Este sector también coopera en forma permanente con las distintas Gerencias de nuestra organización que requieran sus servicios (informar cambios tecnológicos, actualizaciones de precios, entre otros).

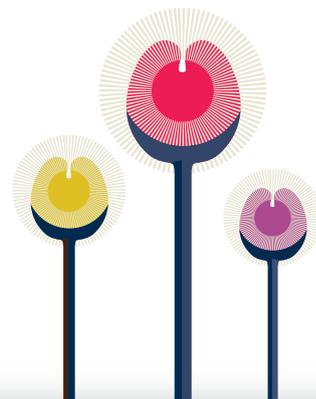
Los proveedores del Banco se dividen en dos grandes categorías:

- 1. Bienes y servicio:** proveen todo tipo de insumos.
- 2. Honorarios:** abarcan a profesionales independientes que brindan asesoramiento de acuerdo a su especialidad.

Para la selección y contratación de nuestros proveedores tenemos en cuenta distintos criterios, entre ellos los más destacados son: el cumplimiento de la legislación laboral y previsional, el respeto a la ley que prohíbe el trabajo infantil y la **protección y cuidado del medioambiente** donde se contemplan variables como el tratamiento de los residuos. Dicha selección se realiza bajo estrictos procesos de transparencia de la información.

Para el seguimiento de nuestros proveedores, hace tres años en el Banco desarrollamos e implementamos un **ranking** mediante el cual se realiza una evaluación anual de los mismos. En su elaboración participan distintas Gerencias como la Usuaría, la de Desarrollo Organizacional y la de Legales, entre otras. En el año 2009 incorporamos el ítem de normas de calidad; el proveedor que posee dicha certificación tiene mayor puntaje en nuestro ranking.

Mantenemos una **comunicación fluida y cercana** con nuestros proveedores a través de contacto telefónico, correo electrónico y reuniones en las instalaciones del Banco. Además anualmente realizamos un encuentro para afianzar el vínculo con los mismos. En el 2009 participaron cerca de 70 y se premió a los 3 primeros proveedores según nuestro ranking de seguimiento generando de esta forma un lazo muy fuerte con los homenajeados.



### Campaña "Un sol para los chicos"

"Un sol para los chicos" es una acción televisiva de recaudación de fondos que se lleva adelante desde hace 18 años a total beneficio de UNICEF, organización que trabaja para hacer que todos los **derechos de los niños y adolescentes** que viven en la Argentina se conozcan, se comprendan y se cumplan. Se trata de la campaña anual más importante que realiza esta organización a través de la cual se sustenta la tarea que la misma realiza en todo el país.

En el año 2009 Banco Hipotecario colaboró con Atento, responsable de la atención telefónica para los proveedores del Banco, en la acción "Un sol para los chicos". Atento realizó en forma gratuita la atención de todas las donaciones telefónicas destinada a UNICEF durante el programa televisivo a través de 1.000 empleados voluntarios en todo el país. A su vez, Banco Hipotecario entregó distintos premios a Atento que fueron sorteados entre los operadores a manera de agradecimiento por su participación en esta acción.



## BANCA EMPRESAS

En Banco Hipotecario asistimos a distintas empresas de nuestro país que se gestionan de manera responsable, están comprometidas con la protección del medio ambiente en su operación y generan desarrollo en las comunidades en las que están insertas. Esta tarea es llevada adelante por la Gerencia de Área Banca Empresas conjuntamente con la Gerencia de Riesgos Corporativos, quienes seleccionan y se vinculan con los grandes clientes del Banco.

En la actualidad, nuestra cartera de clientes está integrada por **206 empresas y 3 líneas de negocio** diferentes conformadas de la siguiente manera:

- 1. Empresas Corporate:** 146 empresas
- 2. Factoring:** 44 clientes
- 3. Desarrollos inmobiliarios:** 16 proyectos constructivos

Muchos de nuestros clientes empresa han concretado, a través de nuestro financiamiento, importantes innovaciones

tecnológicas, mejoras en las condiciones laborales para sus colaboradores e implementación de normas para el cuidado del medio ambiente. Además hemos asistido a **emprendedores con alto potencial** con financiamientos estructurados de mediano y largo plazo posibilitando la generación de nuevos emprendimientos con gran impacto multiplicador en sectores como energía, construcción y agroindustria, entre otras.

En cuanto a los **desarrollos inmobiliarios**, los proyectos que financiamos son analizados previamente teniendo en cuenta, como uno de los criterios fundamentales de aprobación, el impacto ambiental que generan en la comunidad en que se llevan adelante. En el año 2009 el Banco financió **16 obras** por un total de más de **250.000 m2** de construcción brindando trabajo a más de **3.500 personas** y posibilitando la vivienda a más de **2.500 familias**.



### Clientes con fuerte compromiso social y medioambiental

- **Camuzzi S.A.:** a través de su vínculo con el Banco realizó obras de infraestructura en su red de distribución de gas impactando en el desarrollo social de las poblaciones alcanzadas.
- **Hidroeléctrica El Chocon S.A.:** destinó el financiamiento provisto por el Banco al mantenimiento y desarrollo de su infraestructura generadora de energía limpia y libre de impacto en el medio ambiente.
- **Los Grobo Agropecuaria S.A.:** gestiona sus proyectos bajo un modelo de Responsabilidad Social Empresaria.
- **Los Grobo SGR:** empresa comprometida con el desarrollo social a través del impulso a sus socios PYMES.
- **Prosal S.A.:** a partir del financiamiento del Banco amplió su capacidad de producción de azúcar orgánica.
- **Sidus S.A.:** laboratorio de capitales nacionales, líder de América latina en biotecnología.
- **Transclor S.A.:** su proyecto de inversión fue destinado a la adecuación de su planta de producción de cloro industrial a normas internacionales de calidad.

## CLIENTES

En los últimos años definimos una nueva estrategia de negocios en la que nos orientamos hacia la **banca comercial**. Esta reconversión se materializó a partir del lanzamiento de distintos productos, la adaptación de los sistemas y procesos y el fortalecimiento de nuestro posicionamiento en el mercado.

Para la implementación de esta nueva estrategia realizamos acciones tendientes a **profundizar nuestras capacidades diferenciales** tales como inteligencia comercial, servicio rápido de entrega de productos y canales de comercialización alternativos como así también una mejora en la infraestructura, un crecimiento en la cobertura geográfica de nuestra red y un mayor nivel de automatización en nuestras operaciones. De esta manera, continuamos con el impulso de mejorar la calidad de servicio y accesibilidad a nuestros productos.

Si bien, años atrás nuestros clientes se vincularon a través de la solicitud de créditos hipotecarios, hoy se vinculan también a través de la adquisición de tarjetas de crédito y préstamos personales. Asimismo, cada año desde la Gerencia de Banca Minorista buscamos **acompañar cada vez más a nuestros clientes**. Al final del ejercicio 2009, llegamos a más de 1.000.000 clientes mediante una red de distribución de sucursales y medios electrónicos presentes en todo el país.

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

Paulatinamente comenzó a tomar forma una nueva visión de nuestra organización como banco contemporáneo, simple e inclusivo con mayor foco en la **interacción con nuestros**

**clientes**. En el año 2009 ofrecimos una serie de productos y servicios que nos permitieron generar una atención de calidad y acorde a las expectativas de nuestros clientes:

### Plazos Fijos y Cuentas

La estrategia de depósitos para 2009 se orientó principalmente a un criterio de sustentabilidad, calidad y rentabilización de la cartera basada en tres pilares fundamentales: crecer, diversificar y optimizar.

La captación de depósitos continúa siendo unos de los objetivos principales del negocio, tanto para el segmento minorista.

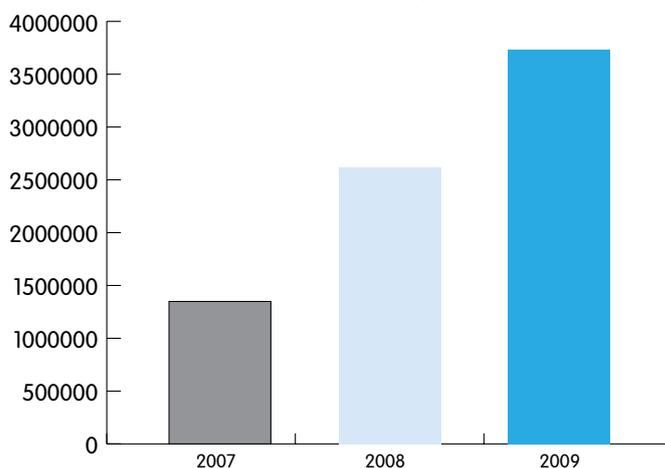
### Encuentro con Clientes

En abril de 2009 se realizó en el Hotel Sheraton de Buenos Aires el 2do Encuentro de Clientes Institucionales, con el fin de reforzar el posicionamiento de la marca BH entre quienes toman o ejercen influencia en las decisiones de inversión.

Participaron del evento 160 clientes representando a más de 120 instituciones tales como cajas previsionales, obras sociales, sindicatos, compañías de seguros, colegios y asociaciones profesionales, empresas, clientes de banca minorista, de los cuales un 79% aproximadamente, corresponde a representantes del interior del país.

Se brindaron charlas con economistas de renombre y mesas de debate logrando una fuerte interacción y fluidez en la relación entre los ejecutivos de las entidades y nuestros gerentes.

### Evolución de depósitos





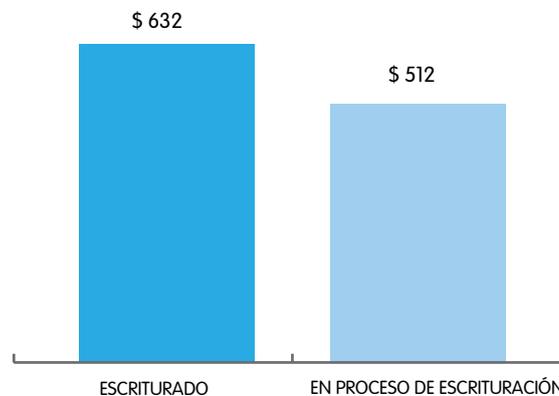
## Créditos hipotecarios

Por nuestra experiencia y especialización, hoy con 123 años facilitando a los argentinos el acceso a la vivienda propia, somos el **mayor referente en créditos hipotecarios del sistema financiero local**.

A nuestra tradicional línea de créditos hipotecarios, en el año

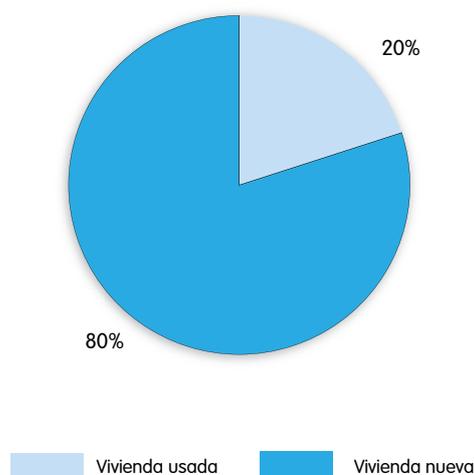
2009 lanzamos con fondos de Anses la línea **“El Crédito para tu Casa”**, programa que contempló los destinos construcción, ampliación, terminación y adquisición de vivienda nueva y usada. Así posibilitamos el sueño de **3.937 familias argentinas** que lograron acceder a su casa propia y nos convertimos en la única entidad financiera en el mercado que ofreció créditos a tasa fija con plazos de hasta 20 años con una financiación del 100% para algunos destinos.

### El crédito para tu casa - Programa 2009 en Millones de pesos

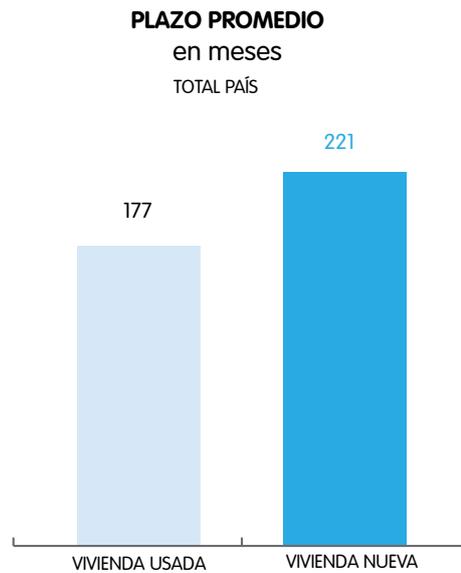


El Banco alcanzó una escrituración de \$ 632.000.000 desde el lanzamiento de la línea “El crédito para tu casa”.

### Presupuesto global: \$ 1.134 Millones

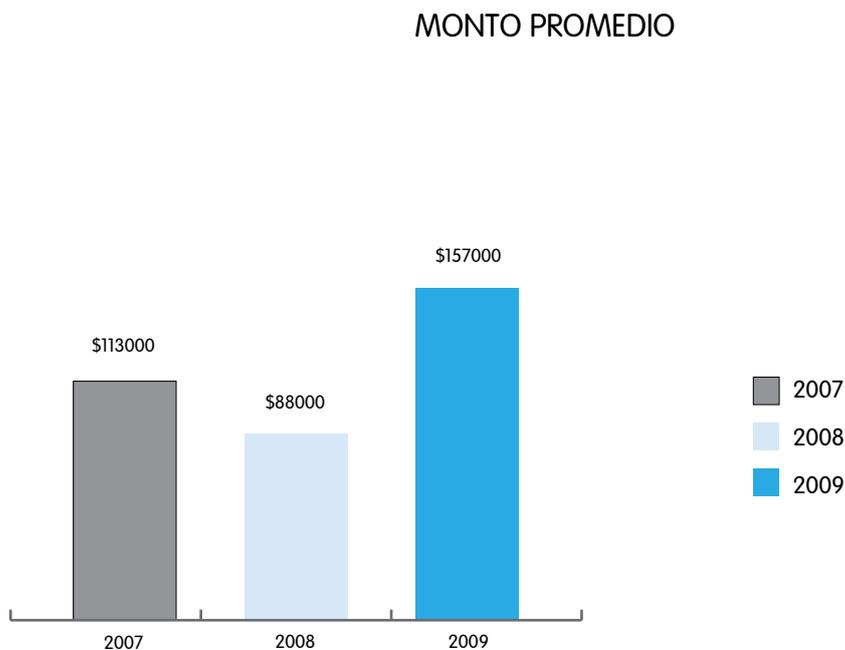


El destino vivienda nueva, compuesto por construcción, adquisición de vivienda a estrenar, ampliación y terminación, constituyó el 80% de lo originado en 2009, mientras que adquisición de vivienda usada alcanzó el 20%.



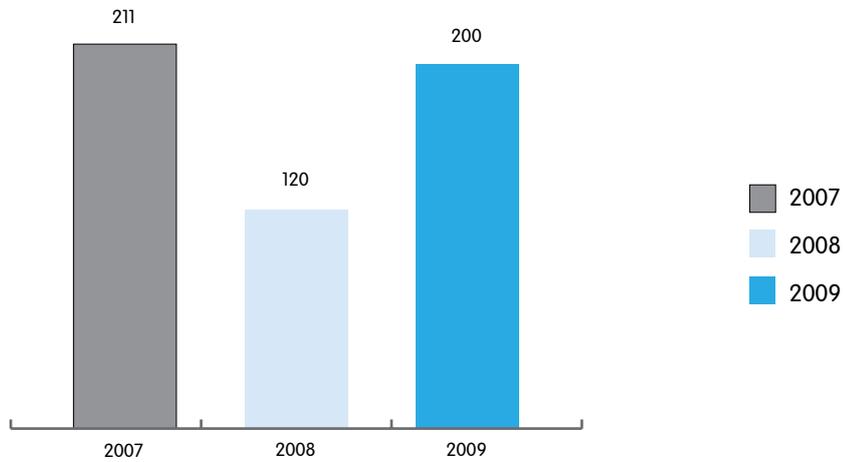
El **monto promedio de crédito a nivel país fue de \$ 156.960**, mientras que el plazo promedio de **199 meses**. El ingreso promedio de los tomadores de crédito ascendió a **\$ 6472**, y en la mayoría de los casos se trató del ingreso familiar. En cuanto al perfil del cliente el **86,45%** de los créditos otorgados se concentró en los trabajadores bajo relación de dependencia, mientras que el **13,55%** fueron trabajadores autónomos.

## Comparativo de la originación de créditos hipotecarios 2007- 2008- 2009



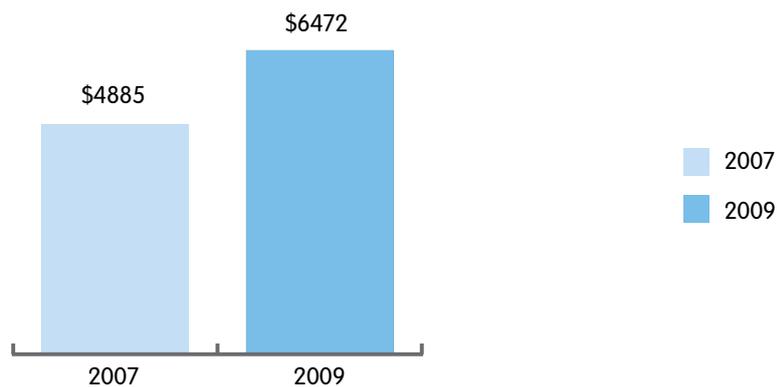


### Plazo promedio en Meses



Tomando la originación de los últimos tres años, se ve claramente que **el monto promedio crédito al que accedieron los clientes durante 2009 es el más elevado**, mientras que el plazo promedio denota un leve descenso. Cabe destacar que 2008 arroja un plazo de 120 meses debido a que el banco no poseía plazos de financiación superiores que fueran a tasas fijas.

### Nivel de ingresos promedio



En cuanto al nivel de ingresos, **2009 demuestra una importante mejora del ingreso de los solicitantes**, considerando que en ambos años la estrategia del Banco consistió en apuntar al mismo perfil socioeconómico, integrado por los sectores medios de la población.

## LANZAMIENTO DE LA LÍNEA ANSES

El 26 de mayo del 2009 la Presidenta de la Nación asistió a Casa Central para la **firma del convenio con Anses**, con motivo del lanzamiento de la nueva línea de créditos hipotecarios para la vivienda.

Durante el año se realizaron **eventos en diversas localidades** del país con el fin de dar a conocer el producto y promocionar el destino construcción.

En octubre de ese año el Banco participó en el Salón del Mercado Inmobiliario que se llevó a cabo en la Rural. El espacio de atención se acondicionó como una casa con todos sus elementos. Se trató de una **propuesta absolutamente innovadora** tanto por el diseño del stand como por la realización de tarjetas de crédito Visa que permitió a los clientes retirarla en el acto. De esta manera se reforzó la estrategia de facilitar el acceso crediticio con alta tecnología y agilidad a través de diferentes canales alternativos consolidando una propuesta de valor orientada al equipamiento de la vivienda y el consumo.



Lanzamiento Línea "El Crédito para tu casa"



Lanzamiento Línea El Crédito para tu Casa - JUJUY



Salón del Mercado Inmobiliario





## CÉDULAS HIPOTECARIAS

Desde nuestra creación, la principal actividad ha sido otorgar préstamos para la compra, construcción y refacción de viviendas. Para financiarnos emitimos Cédulas Hipotecarias Argentinas (CHA). Las CHA son títulos destinados al mercado de capitales local, respaldados por créditos originados por Banco Hipotecario con garantía de hipotecas sobre inmuebles. Por sus **excepcionales condiciones de seguridad, rentabilidad y liquidez** fueron durante la primera mitad del siglo XX el instrumento de ahorro más importante, tanto para pequeños ahorristas como para grandes inversores.

En un contexto de mejora de las condiciones del mercado de crédito, en 2004 nuestro Banco relanzó las CHA y desde entonces se han colocado 11 series con excelente desempeño, pleno cumplimiento y altos porcentajes de sobresuscripción. En el año 2009 se lanzaron las cédulas hipotecarias número IX, X y XI.

Las CHA son mucho más que un título de deuda que emite un banco y una fuente de inversión para grandes y pequeños ahorristas. Son una herramienta para seguir haciendo lo que el Banco más sabe hacer: crear dueños.



Lanzamiento Cédulas Hipotecarias



Lanzamiento Cédulas Hipotecarias



## TARJETAS

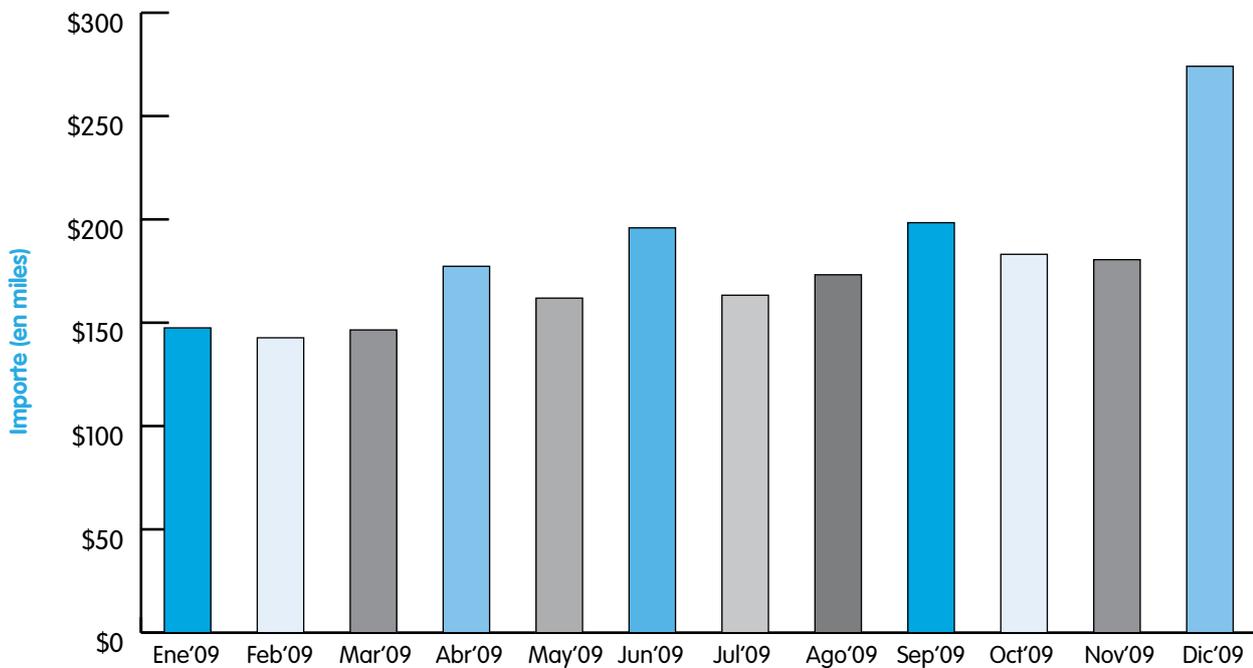
Con una cartera de 800.000 clientes, el Banco se encuentra dentro de las **principales entidades emisoras del Sistema Visa**. Nuestra tarjeta de crédito y préstamo personal fortalece el financiamiento para el consumo y el hogar.

Durante 2009 continuamos con nuestra política de **incrementar el valor a los clientes** buscando nuevas y variadas alternativas de beneficios. Nos focalizamos en ofrecer una amplia gama de productos para su casa y su mayor confort: desde materiales para la construcción,

electrodomésticos, muebles, descuentos en supermercados y beneficios en gastos diarios. En este sentido, impulsamos fuertes alianzas con los principales retailers del país que ofrecen fidelidad a las marcas y un producto sólido y atractivo.

Con el fin de establecer un vínculo diferenciador con nuestros clientes, desarrollamos una **nueva línea gráfica** con una propuesta descontracturada, amena y de alto contenido estético.

### Evolución de los consumos de tarjetas en millones



búho crédito gold



búho crédito classic



búho débito



## SEGUROS

Nuestro grupo asegurador está compuesto por dos compañías sólidas y confiables: BHN Vida S.A. y BHN Seguros Generales S.A. Nuestros clientes pueden acceder a una amplia gama de coberturas con productos pensados para cubrir las diferentes necesidades de protección.

## CENTRO DE INVERSIONES

Nuestro centro de inversiones cuenta con **profesionales especializados** en la materia para acompañar a nuestros clientes en todo el proceso de gestión de sus inversiones, desde el asesoramiento hasta el diseño, ejecución y rebalanceo de carteras de inversión, incluyendo la gestión de colocación en el mercado primario de nuevas emisiones de títulos de valores.

Su objetivo es satisfacer las **necesidades financieras y de inversión** de nuestros clientes mediante una variada gama de productos y servicios aportando verdaderas soluciones, beneficios y ventajas.

## MODELO OPERATIVO EN SUCURSALES

En el 2009 dimos inicio a un nuevo proyecto, denominado Fénix, que nos permitió lograr un **mayor nivel de eficiencia** en nuestra estrategia de reconstrucción de los procesos en sucursales.

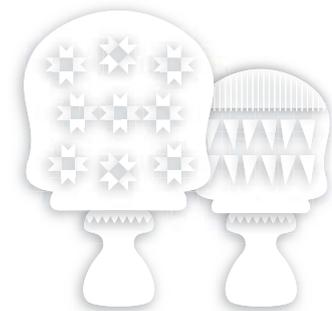
### Resultados 2009

- Mantuvimos la cartera vigente: **236.000** pólizas.
- Crecimos un **57%** en ingresos por un total de **\$ 41 MM.**
- Llegamos a una penetración del **20%** sobre los productos financieros.
- Vendimos **95.000** pólizas.
- Tuvimos un **11%** menos de bajas que en el 2008.

Durante la primera fase del proyecto, hemos desarrollado diferentes procesos y políticas, definimos las responsabilidades por puesto funcional, implementamos mejoras a fin de minimizar los riesgos y, en forma paralela, acompañamos la formación de los colaboradores.

## PLATAFORMA COMERCIAL

Plataforma Comercial es nuestro canal permanente de comunicación con nuestros colaboradores de la red de sucursales. Durante el 2009 diseñamos una nueva versión de nuestra plataforma. Consolidamos en un único lugar toda la información con **contenido más dinámico y completo** para mantenerlos informados sobre las novedades del negocio, brindando las herramientas de gestión necesarias que agreguen valor a su actividad y permitiendo el acceso a las distintas aplicaciones de una manera simple y rápida para una mejor atención a nuestros clientes.



## OTROS PROYECTOS IMPLEMENTADOS

A fin de generar nuevos proyectos, en noviembre de 2009 lanzamos el **Plan Pyme**, cuyo objetivo principal fue trabajar en equipo para llegar a un **nuevo segmento de pequeñas y medianas empresas** con necesidades financieras insatisfechas.

Trabajamos en nuestro proyecto para dar soluciones a través de la asistencia crediticia (financiación a corto plazo) con destino exclusivo al Capital de Trabajo (financiamiento de ventas, cuentas por cobrar o inventarios) a través de nuestros productos financieros.

En esta primera etapa de lanzamiento estuvimos presentes en las principales plazas: Buenos Aires, Almagro, Quilmes, Córdoba, Mendoza y Rosario. Nuestro desafío para el 2010 es continuar con nuestro plan de expansión del nuevo negocio en el resto del país.

## COMUNICACIÓN CON CLIENTES

Desarrollamos una comunicación proactiva hacia nuestros clientes de manera de mantenerlos informados sobre nuestros productos y servicios para estar al alcance de sus necesidades. Todas las piezas utilizadas responden a una línea de **comunicación innovadora**, que nos diferencia del resto del mercado y ha generado gran impacto en quienes las reciben en sus casas o transitan por las sucursales.

Generamos el contacto con nuestros clientes a través de distintas herramientas de comunicación:

- **Medios masivos**, tanto nacionales como locales, especialmente TV y diarios.
- **Acciones de marketing directo** como newsletters a nuestra cartera de clientes, ofertas de préstamos, plazo fijo y tarjetas de crédito preembozadas a clientes y mercado abierto.
- Otras herramientas como **e-mailings y SMS**.

Durante el 2009 comunicamos en medios masivos, especialmente TV y gráfica, la línea de créditos hipotecarios, cédulas hipotecarias y tarjetas de crédito y débito. En cuanto a tarjetas, tuvimos una fuerte presencia en gráfica con promociones, descuentos y beneficios para nuestros clientes.

Además estuvimos presentes en eventos y exposiciones especializadas, como por ejemplo el Salón Inmobiliario, la Cámara Argentina de la Construcción y la Bienal de Arquitectura.

### Canales alternativos 2009

- Sitio e-sales para el otorgamiento de plazos fijos con tasa preferencial y beneficios especiales [www.plazofijobh.com.ar](http://www.plazofijobh.com.ar)
- Sitio e-sales para el otorgamiento de Tarjetas de Crédito y Préstamos Personales [www.guitaya.com](http://www.guitaya.com)
- Renovación del Home Banking para una navegación más simple.
- Acuerdos especiales con portales de e-commerce para otorgar beneficios sobre el consumo y promoción recíproca.
- 10MM E-Mails y 2MM SMS enviados, comunicando ofertas y promociones.
- Creación de comunidades: fan pages en Facebook orientadas a clientes y no clientes: "Dueño de mi Camiseta" "Banco Hipotecario", "Dueño", "Tarjetas Cancheras", "Inversiones" (las últimas 4 en desarrollo).  
Web 2.0 [www.duenio.com](http://www.duenio.com) y club de beneficios [www.clubduenios.com.ar](http://www.clubduenios.com.ar)
- Promociones especiales para actualizar e-mails



## CAMPAÑAS 2009

En el transcurso del año se realizaron diversas campañas con el propósito de rentabilizar la cartera del Banco y regularizar la mora incentivando a los clientes a pagar en término y realizar cancelaciones anticipadas:

- **“Arranque el Año 0 km”**: consistió en un plan de cancelación de créditos para la cartera hipotecaria en el cual entre los titulares que cancelaron total o parcialmente se sorteó un auto 0km.
- **“Sáquese doce cuotas de encima”**: en esta campaña se estimuló el pago de cuotas en término para la cartera hipotecaria vigente y entre todos los clientes cumplidores se sortearon 10 ganadores; el premio consistió en la bonificación de cuotas durante 1 año.
- **“Dueño Cumplidor”**: se implementó un sorteo incentivando a que los clientes se mantuvieran al día. El beneficio consistió en cancelar hasta la suma de \$50.000 al préstamo de quien resultó ganador.
- **“Ahora puede cancelar”**: invitación a cancelar a créditos pre-convertibilidad de saldo menor a \$6.000 y plazo restante mayor a 24 meses.
- **“Dueño Solidario”**: se realizó una campaña para los titulares de créditos que cancelaran hasta el 30 de noviembre y entre los cuales se realizó un sorteo. Al ganador el Banco le donó \$5.000 para compra de elementos destinados a una entidad que él eligiera. La institución seleccionada para la donación fue el Hospital Neuropsiquiátrico de Paraná, Entre Ríos.



# DESAFÍOS Y COMPROMISOS 2010



**Silvina Gvirtz**  
**ESCUELAS DEL BICENTENARIO**

“El Banco está comprometido con el proyecto desde el inicio. Lo hace no sólo a través de los aportes financieros sino a partir de una participación muy activa en el directorio de Escuelas del Bicentenario. A su vez, desde el Banco alentaron la incorporación de nuevas empresas que buscan proyectos interesantes para apoyar”.

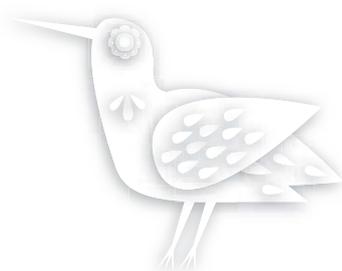
Cada fin de año nos planteamos una serie de desafíos a alcanzar en el siguiente período que nos permitan seguir avanzando en el camino del Desarrollo Sostenible. Estas metas son definidas y consensuadas junto con los referentes de las áreas internas del Banco. Se trata de una serie de objetivos que implican un compromiso como organización responsable y que nos guían en nuestro accionar cotidiano.

Creemos firmemente que nuestra rentabilidad económica debe estar acompañada en paralelo por la generación de valor social y medioambiental en toda nuestra cadena de valor y principales grupos de interés. Por eso las metas planteadas por cada una de las áreas del Banco hacen referencia a esta triple generación de valor.

Para el año 2010 definimos los siguientes desafíos:

## EN LA COMUNIDAD

- Enriquecer los 4 ejes de acción en la comunidad con **nuevos programas y alianzas** con organizaciones sociales.
- Trabajar **nuevas líneas de involucramiento** en la comunidad promoviendo temáticas como:
  - **Vivienda:** promoción de políticas sociales para mejorar la calidad de la vivienda.
  - **Inclusión digital:** desarrollo de programas educativos orientados a la inclusión digital que generen un alto impacto real sobre la comunidad educativa.
  - **Emprendimientos:** apoyo a mentores de nuevas empresas con el fin de brindarles oportunidades para una inserción laboral y profesional.
  - **Prevención de adicciones:** investigación, capacitación y prevención en el uso y abuso de drogas.
- Continuar con el **fortalecimiento de las instituciones en las que participan los voluntarios** del Banco poniendo especial énfasis en aquellas que respondan a las necesidades inmediatas de alimentación, salud y hogar.
- **Involucrar aún más a los voluntarios y restantes colaboradores** del Banco con su participación en los programas que apoya la organización.
- Perfeccionar el **tablero de medición de impacto** en la comunidad.



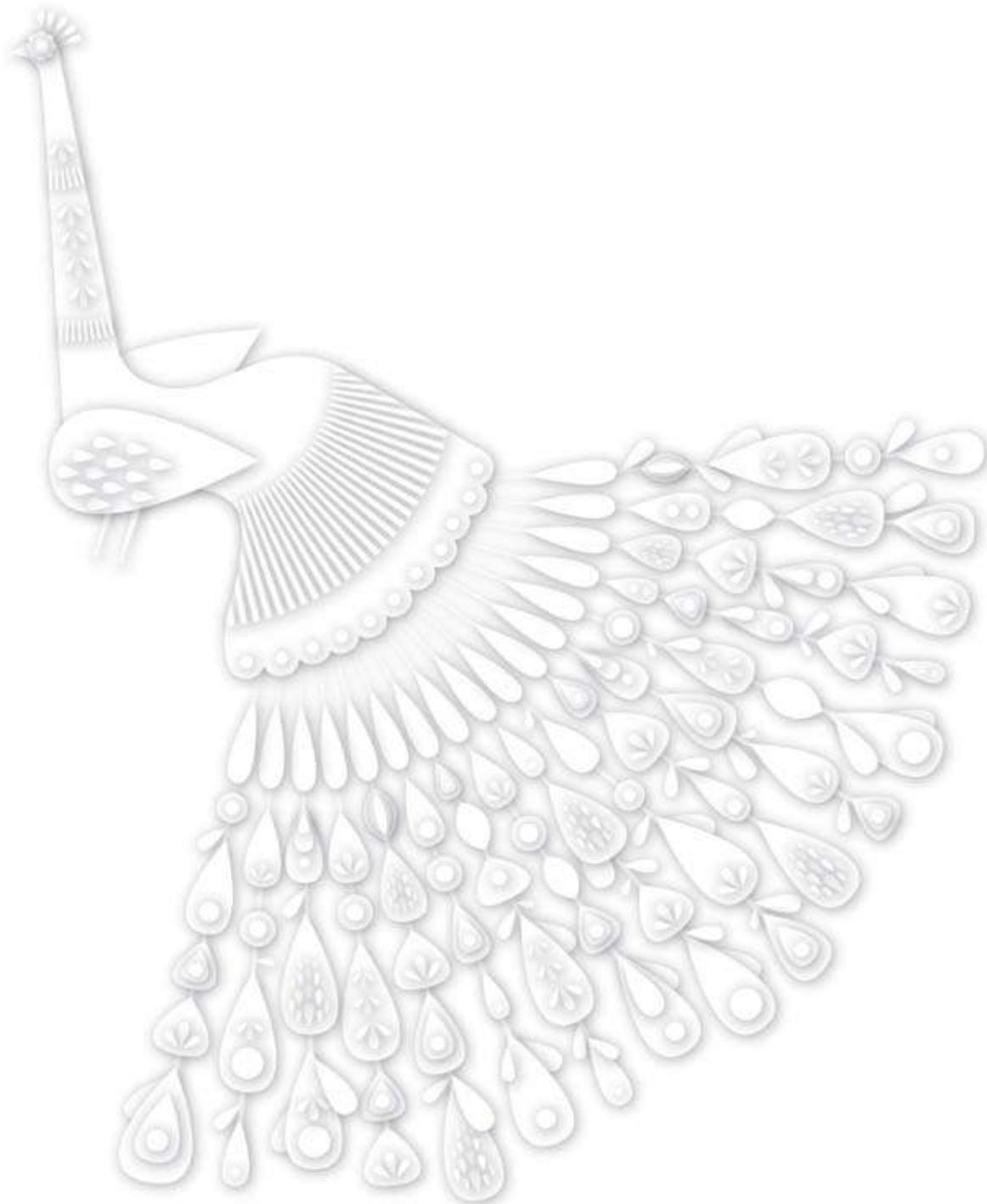
## CON NUESTROS COLABORADORES

- **Sinergia:** integrando la visión de los procesos con la estructura y las personas.
- **Gestión de la Información:** favorecer una cultura que comparte y promueve el conocimiento. La gestión de la información es un proceso clave en la empresa inteligente.
- **Integración de las áreas:** trabajar en la conformación de un equipo de alta gerencia que comparte visión, valores y transmite a la organización un modelo de gestión de alta performance con valores compartidos.
- **Planificar estratégicamente:** Desarrollar contenidos y metodologías sobre toma de decisiones y planificación.
- **Identificar la “voz del cliente”:** alineando sus expectativas con las capacidades del Banco, incrementando la rentabilidad.

## HACIA NUESTRA CADENA DE VALOR

- Continuar el **desarrollo del mercado hipotecario** en la Argentina.
- Implementar un **cuadro de mando integral** para impulsar y gestionar un modelo de crecimiento de la organización.
- Mejorar el **mix de fondeo** de corto plazo y potenciar el fondeo a largo plazo.
- Profundizar la **interacción con proveedores y clientes** logrando sinergias que posibiliten el crecimiento de todos.
- Identificar a **emprendedores con alto potencial** para apoyarlos en el desarrollo de sus proyectos.
- Fortalecer la **expansión del Plan PYME** en el resto del país para el segmento de pequeñas y medianas empresas con necesidades insatisfechas.





## **GERENTE GENERAL**

**Fernando Rubin**

## **GERENCIA DE ÁREA DE RELACIONES INSTITUCIONALES Y CON LA COMUNIDAD**

Gerente de Área de Relaciones  
institucionales y con la Comunidad:

**Augusto Rodríguez Larreta**

Gerente de Relaciones Institucionales:

**Javier Varani**

Líder de Asuntos Sociales:

**Paula Solsona**

Prensa

**Juan Manuel Cancelli**

## **GERENCIA DE PUBLICIDAD**

Gerente de Publicidad

**Ana Gazcón Aráoz**

Jefe de Publicidad

**Mariano Díaz**

Diseño Y Producción Fotográfica

**Verónica Profeta**

**Ariel Milo**

Contenidos:

**Emprendimientos Sustentables S.A.**









