



# Índice

3	PALABRAS DEL PRESIDENTE
5	INTRODUCCIÓN
7	PERFIL DE NUESTRO BANCO
17	NUESTROS COLABORADORES
29	NUESTRA CADENA DE VALOR
45	NOSOTROS EN LA COMUNIDAD
72	INDICADORES DE GESTIÓN SUSTENTABLE







Eduardo S. Elsztain  
**Presidente**

Es un gusto para mí presentarles nuestro “Primer Reporte de Sustentabilidad” donde compartimos con ustedes nuestro accionar 2011. Para nosotros este proyecto ha sido un gran desafío institucional y un proceso interno muy enriquecedor en el que participaron las diferentes áreas que integran el Banco.

Somos una empresa familiarmente responsable basada en el compromiso y bienestar de una comunidad simple, contemporánea e inclusiva; cuidando e integrando la vida personal y profesional. Y con esta creencia centrada en el valor de las personas, nos vinculamos como organización financiera con el conjunto de la sociedad.

Con más de 125 años de historia, somos conscientes de lo que significa llevar adelante una institución muy querida por muchas generaciones de argentinos y del compromiso de nuestra misión histórica de seguir creando cada vez más dueños. Este es el espíritu que nos anima para seguir consolidando una comunidad con ganas de crecer, innovar y colaborar con el crecimiento de nuestro país.

Cordialmente,

A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop that ends in a small tail.

Eduardo S. Elsztain  
**Presidente**



## INTRODUCCIÓN

**Desde el año 2006 hemos realizado cinco ediciones de nuestro Informe de Acciones Sociales** donde comunicamos nuestro impacto económico, social y en el medio ambiente a nuestros principales grupos de interés: colaboradores, clientes, comunidades donde estamos presentes, pares de empresas y prensa. Esta experiencia nos ha permitido crear y sostener en el tiempo un canal de diálogo con todos ellos.

**Este año hemos decidido dar un paso más y asumimos el desafío de llevar adelante nuestro Primer Reporte de Sustentabilidad** elaborado bajo el lineamiento de los indicadores internacionales del Global Reporting Initiative (GRI). Iniciamos un proceso interno de aplicación de los indicadores versión G3 y los referidos al Suplemento Sectorial de Servicios Financieros.

**Participaron activamente de la elaboración del Reporte cada una de las áreas del Banco.** Realizamos reuniones con los principales referentes de todos los sectores para relevar la información correspondiente a cada uno de los indicadores. Para esta tarea cada área contó con el apoyo permanente de un equipo liderado por el sector de Asuntos Sociales del Banco.

**A partir de este proceso compartido fuimos creando una radiografía clara del Banco desde el enfoque de la Sustentabilidad.** Esto nos permitió llegar al día de hoy con una mirada integral de toda la organización. En estos meses de trabajo hemos identificado, por un lado, nuestros activos sociales y en el medio ambiente a través de los cuales generamos impactos positivos. Por otro lado, pudimos detectar aquellas acciones que necesitamos modificar y mejorar en un futuro cercano.

**Los invitamos a conocer este enriquecedor proceso** que hemos transitado como empresa familiarmente responsable.



125 AÑOS  
CREANDO  
DUEÑOS

# PERFIL DE NUESTRO BANCO





## 125 AÑOS CREANDO DUEÑOS

El nacimiento del Banco Hipotecario data de finales del Siglo XIX cuando, el 15 de noviembre de 1886, fue creado mediante una ley del Congreso Nacional. A lo largo de toda nuestra historia atravesamos diferentes etapas. **Entre los años 1886-1914 nuestra mayor actividad estaba concentrada en los créditos al sector agropecuario y en la generación de Cédulas Hipotecarias.** Fuimos, gracias a ello, un actor primordial en el crecimiento de la economía y el desarrollo de la sociedad, en un contexto de grandes cambios para la historia del país.

**A partir de 1915 y hasta 1943 continuamos con la emisión de Cédulas Hipotecarias y también iniciamos nuestros primeros pasos en la financiación de viviendas para particulares.** De esta etapa data la expansión de nuestras sucursales en el interior del país. El censo de 1914 muestra que el Banco era, junto a otras entidades de origen extranjero, la mayor colocadora de créditos individuales con hipoteca en primer grado.

**La segunda etapa comienza en 1944 y se extiende hasta 1990. Durante ese período fuimos la principal herramienta del Estado argentino para la construcción de viviendas particulares.** Otro de nuestros mayores logros fue la instalación de sucursales en los territorios nacionales, cuya provincialización se inició a partir de 1951, con el consecuente apoyo para la construcción de viviendas y el crecimiento poblacional de esas zonas. Nuestro programa más emblemático de esta etapa fue el "Plan Eva Perón", destinado a la construcción de viviendas

individuales. Llevado a cabo durante los años 1952 y 1973, este programa permitió que más de 100 mil familias argentinas accedieran a su primera vivienda y ayudó a conformar el perfil de muchas importantes ciudades del interior del país.

**El año 1997 marca el inicio de una etapa novedosa para la vida organizacional del Banco: nuestra conversión en Sociedad Anónima, que permitió potenciar las fortalezas entre los sectores público y privado.** En esta etapa, que podemos extender hasta el año 2002, renovamos todas nuestras sucursales y nuestra sede central pasó desde el histórico edificio lindero a Plaza de Mayo al edificio de Reconquista 151, obra del arquitecto argentino Clorindo Testa.

**A partir del año 2004, comenzamos a transitar por un nuevo desafío: establecernos como banca universal, manteniendo nuestro liderazgo en el sector de los Créditos Hipotecarios.** En esa línea, dimos un notable impulso al crecimiento del crédito y al desarrollo de una amplia gama de productos bancarios que permitieron la expansión del negocio del Banco hacia la banca minorista.

**Es en este período que adoptamos como propia la frase “Creador de Dueños”, capaz de condensar toda nuestra historia y hablar, al mismo tiempo, de nuestra nueva estrategia.** El lanzamiento de las tarjetas cancheras y la figura emblemática del búho constituyen el complemento de nuestra nueva imagen, mucho más cercana a nuestros clientes.

**La fuerza de la originalidad hizo que relanzáramos con éxito catorce nuevas series de Cédulas Hipotecarias Argentinas, con altísimos niveles de sobre suscripción.** Además, realizamos una alianza estratégica con el Estado Nacional

para impulsar los proyectos constructivos para particulares bajo el nombre “Casa Propia” y, posteriormente, una línea que se denominó “El Crédito para Tu Casa” con fondos de la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSeS).

Consolidados como banca universal, apostamos a la integración de todos nuestros productos con el objetivo de atender las demandas de toda nuestra cadena de valor. **Hoy somos una de las instituciones financieras más sólidas del mercado argentino.** Nuestra capacidad para innovar y responder a los cambios, nos ha permitido, a lo largo de 125 años, permanecer en la escena de la vida financiera argentina, fundamentalmente, porque nunca hemos renunciado a ser protagonistas activos de las necesidades de nuestra sociedad.

## GOBIERNO CORPORATIVO

La administración del Banco es llevada adelante por el **Directorio, órgano de gobierno integrado por 13 miembros** con larga trayectoria y experiencia en la actividad financiera. Esta tarea es realizada en conjunto con el **Gerente General, responsable de la dirección general de la organización.**



## AUTORIDADES DEL BANCO

### PRESIDENTE

Sr. Eduardo Sergio ELSZTAIN

### VICEPRESIDENTE 1°

Sr. Mario BLEJER

### INTEGRANTES DEL DIRECTORIO

Sr. Diego Luis BOSSIO

Sr. Marcelo Gustavo CUFRE

Sr. Edgardo Luis José FORNERO

Sra. Ada Mercedes MAZA

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 PISULA

### GERENTE GENERAL

Sr. Fernando RUBIN



### Comité de Asuntos Sociales e Institucionales

#### Arriba:

Edgardo Fornero,  
Eduardo Elsztain,  
Javier Varani.

#### Abajo:

Paula Solsona,  
Fernando Rubin,  
Ada Maza

## COMITÉS ESPECIALES

Existen comités especiales para la toma de decisiones específicas con la participación de áreas afines:

### COMITÉS QUE REPORTAN AL DIRECTORIO

Auditoría
Asuntos Sociales e Institucionales
Tecnología Informática y Sistemas
Prevención de Lavado de Dinero
Comité Ejecutivo

### COMITÉS QUE REPORTAN AL COMITÉ EJECUTIVO

Financiero
Crédito
Nominaciones y Remuneraciones
Vivienda
Riesgos Operativos

## CÓDIGO DE ÉTICA

**Dentro del Banco promovemos entre nuestros colaboradores una cultura de trabajo ética y con valores.**

Contamos internamente con un Código de Ética el cual define las pautas y procesos para el desarrollo de nuestro negocio. Este Código es conocido por todos nuestros colaboradores quienes certifican su lectura al integrarse a nuestro equipo de trabajo.

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

**disponibles para realizar denuncias, se destaca la línea de transparencia confidencial.** Se trata de una línea telefónica 0800 para que los colaboradores puedan informar durante las 24 horas en forma anónima irregularidades o situaciones que afecten al adecuado clima ético del Banco. Las denuncias realizadas son informadas en forma directa al Comité de Ética quien define las acciones a seguir. Esta herramienta de denuncia se complementa con una dirección de correo electrónico.

## ÁREAS DE NEGOCIO

Banco Hipotecario está conformado por las siguientes **áreas de negocio**:

**BANCA MINORISTA:** ofrece alternativas de financiamiento al consumo de individuos y soluciones integrales de financiamiento para la vivienda. Al mismo tiempo, provee un amplio abanico de opciones para la colocación de fondos y brinda servicios transaccionales tales como medios de

pago electrónicos y acreditación de haberes en cuenta. Como apoyo, el área cuenta con una red de distribución de 52 sucursales y stands de venta en todo el país.

**BANCA EMPRESAS:** canaliza el financiamiento a grandes empresas, PYMES y emprendedores, procurando no sólo brindar herramientas de financiamiento convencionales sino también mantener un rol activo para que las empresas obtengan acceso a los mercados de capitales.

Entre las **empresas subsidiarias del Banco** se encuentran:

**BACS S.A.:** Banco de Crédito y Securitización fue fundado en el año 2000, teniendo entre sus accionistas fundadores a Banco Hipotecario, IRSA e International Finance Corporation. En el inicio el Banco estuvo principalmente enfocado en securitizaciones de préstamos al consumo y créditos hipotecarios. En 2010, el Banco redefinió su estrategia para convertirse en un banco de inversión, con importante presencia en el mercado de créditos sindicados, emisiones de bonos y valores de corto plazo y servicios de tesorería. BACS contribuye al crecimiento de las empresas de nuestro país brindando financiamiento corporativo con creatividad y eficiencia en soluciones financieras no tradicionales. A su vez provee una amplia gama de vehículos de inversión y ahorro de alto valor agregado.

**HIPOTECARIO SEGUROS:** es la denominación bajo la cual identificamos a la actividad consolidada de las compañías de seguros BHN Vida S.A. y BHN Seguros Generales S.A. Las empresas fueron creadas en 1998 y la actividad comercial comenzó a desarrollarse a partir de julio de 2007. Hipotecario Seguros comercializa y administra los ramos de Vida Saldo Deudor, Vida Colectivo, Incendio, Combinado Familiar, Accidentes Personales, Robo en Cajeros, entre otros.

**TARSHOP:** el 30 de agosto de 2010 el BCRA aprobó la incorporación de Banco Hipotecario como accionista mayoritario de Tarshop S. A., una entidad de financiamiento al consumo que opera como emisora, procesadora y comercializadora de la marca propia de tarjeta de crédito no bancaria. Fue fundada en 1995, cuenta con una red de 24 sucursales y en la actualidad es una de las compañías líderes en financiamiento al consumo. Esta incorporación dentro del grupo económico liderado por Banco Hipotecario permite canalizar y desarrollar la demanda de financiamiento para consumo, potenciando la estrategia de negocio del Banco. Tarshop, como empresa del grupo de Banco Hipotecario, trabaja con el objetivo de continuar su desarrollo, crecimiento y consolidación.

## PRESENCIA NACIONAL

En el marco del plan de expansión de nuestra red comercial, actualmente contamos con 52 sucursales ubicadas en todas las provincias del país. **A través de nuestra amplia presencia territorial, reforzamos nuestro compromiso por el crecimiento de la bancarización y el desarrollo de las economías regionales.**

### AMBA

ALMAGRO	MORÓN
AVELLANEDA	QUILMES
BELGRANO	SAN ISIDRO
BUENOS AIRES	BARRIO NORTE
LOMAS DE ZAMORA	SAN JUSTO
LANÚS	SAN MARTÍN
LUJÁN	TIGRE

### LITORAL

CORRIENTES
FORMOSA
PARANÁ
POSADAS
RAFAELA
RECONQUISTA
RESISTENCIA
ROSARIO
SANTA FE
VENADO TUERTO

### SUR

BAHÍA BLANCA
COMODORO RIVADAVIA
LA PLATA
MAR DEL PLATA
NEUQUÉN
RÍO GALLEGOS
TANDIL
TRELEW
USHUAIA
VIEDMA

### CUYO NOA

CATAMARCA
JUJUY
LA RIOJA
MENDOZA
SALTA
SAN JUAN
SAN LUIS
SAN RAFAEL
TUCUMÁN

### CENTRO

CERRO DE LAS ROSAS
CÓRDOBA
JUNÍN
PERGAMINO
RÍO CUARTO
SAN FRANCISCO
SANTA ROSA
SANTIAGO DEL ESTERO
VILLA MARÍA

## GESTIÓN DE RIESGOS OPERATIVOS

Desde el año 2007 gestionamos nuestros riesgos operacionales a través de un “Sistema de Gestión de Riesgos Operativos” (SGRO) que nos permite identificar, analizar, evaluar, tratar, monitorear y comunicar todos los riesgos asociados con cualquier proceso o activo de información. De esta manera, minimizamos las pérdidas y maximizamos las oportunidades dentro de nuestra organización.

La experiencia de los últimos 5 años nos permite ir sofisticando cada vez más el uso de nuevas herramientas que mejoran el ambiente de control en el Banco. Durante el 2011 desarrollamos una nueva herramienta para el testeado de los controles de los procesos más críticos de toda la organización. Además, trasladamos nuestro sistema de gestión de riesgos operativos a las empresas vinculadas al Banco.

Nuestros principales logros en la gestión de nuestros riesgos operacionales fueron:

- » **Autoevaluaciones:** identificamos y evaluamos los riesgos en **1.008 subprocesos**. La calidad de estas autoevaluaciones se ubicó en el **89%**.
- » **Autoevaluación en actividades delegadas en terceros:** detectamos y analizamos, por primera vez, los riesgos de los proveedores más críticos de la entidad.
- » **Empresas vinculadas:** pusimos en práctica el sistema de gestión de riesgos operativos en BACS, Tarshop e Hipotecario Seguros con autoevaluaciones, planes de mitigación e indicadores de riesgo operativo.
- » **Indicadores de riesgo:** monitoreamos **338 indicadores** (un **18%** más que el año 2010) y un **5,1%** de ellos se encontró fuera de los límites de tolerancia por lo que gestionamos su regularización. Trabajamos en la creación de indicadores de gestión específicos.
- » **Planes de mitigación:** la cantidad de planes implementados durante el año alcanzó la centena, disminuyendo el **64%** de los riesgos con peligrosidad residual alta.
- » **Testeo de controles:** testeamos los controles y mitigantes en el **98%** de los procesos críticos; sólo el **2%** de los mismos obtuvo algún tipo de observación que corregimos en el transcurso del período.
- » **Base de eventos:** cumplimos con todas las entregas del régimen informativo sobre pérdidas operativas sin ningún tipo de rechazo u observación.
- » **Sistema de incentivos:** llevamos a cabo la cuarta competencia entre los sectores de Casa Central en el “Coeficiente de Gestión de Riesgos Operativos”. Este coeficiente mide la propensión de un área a gestionar sus riesgos y lo hemos incluido dentro de la evaluación de desempeño del 2011 de los principales gerentes del Banco.

Además continuamos con la implementación de una herramienta informática de gestión de riesgos operativos. Esta herramienta nos posibilita una presencia permanente de la gestión de riesgos en todos los sectores del Banco y en nuestras empresas vinculadas, una gestión integral de los riesgos operacionales incluyendo activos tecnológicos y tareas delegadas en terceros y una mayor eficiencia en el control interno, entre otros beneficios. Finalizamos el año 2011 con un avance del 70% en la implementación de esta herramienta y estimamos su finalización para el tercer trimestre del 2012.

## PREVENCIÓN DE FRAUDES

El sector de Prevención y Control de Fraudes perteneciente a la Gerencia de Seguridad Física y Lógica del Banco, implementa **un programa para la prevención de fraudes con el cual buscamos proactivamente identificar y prevenir posibles delitos financieros internos y externos.**

En el año 2011 realizamos las siguientes **acciones en materia de prevención de fraudes:**

- » **Mantuvimos un nivel de pérdidas sobre originación** de \$1.361.861.495.
- » **Incrementamos fuertemente el valor de pérdidas evitadas** el cual ascendió a \$27MM y representó el 2% sobre la originación total de productos del Banco.

» **Detectamos el 90% de los fraudes** (documental/usurpaciones) previo a la originación del producto.

» **Aumentamos la detección de fraudes** (usurpaciones de identidad) y detenciones de delincuentes en las sucursales. Esto genera un importante efecto disuasivo en la zona geográfica en la que ocurre.

» **Continuamos con el plan de capacitación** presencial y a través del Centro de Formación Virtual.

## HUELLA DE IMPACTO

### ECONÓMICO

- » **Posicionamiento en el mercado argentino:** según el ranking que considera 80 entidades financieras elaborado por BCRA, el Banco finalizó el año 2011 en decimotercer lugar según el monto de los activos totales, en decimotercer lugar según el monto de préstamos totales, en decimoséptimo lugar según el monto de los depósitos totales y en **sexto lugar según el monto del patrimonio neto.**
- » **Patrimonio neto: \$ 3.212,4 millones.**
- » **Resultado neto del ejercicio: \$ 251,5 millones.**
- » **Total de clientes:** el total de **clientes titulares** de productos activos y pasivos del Banco resultó de **633.471**, mientras que el total de **clientes titulares de Tarshop** fue de **380.501**.
- » **Participación en el mercado argentino de préstamos:** el Banco posee un total de préstamos al sector privado de \$8.052,4 MM. **Banco Hipotecario es líder en el sector de Créditos Hipotecarios con una participación del 20,9% sobre el total de préstamos destinados a la vivienda dentro del sistema.**
- » **Total de Tarjetas de Crédito:** el Banco registra alrededor de **800.000 tarjetas habilitadas, 472.000 cuentas titulares de Tarjetas de Crédito** y un saldo financiado total por esta línea de crédito de **\$ 1.921 MM.**
- » **Posicionamiento en cuanto a financiamiento a familias:** el Banco participa del **4.9%** del financiamiento total a las familias argentinas.

## SOCIAL

- » **Inversión social:** el Banco invirtió en el año 2011 un total de **\$ 5.327.000** en distintas comunidades y grupos sociales de nuestro país.
- » **Programas e impacto:** llevamos adelante **22 programas sociales** que tuvieron un impacto en **69.800 personas**.
- » **Campañas institucionales:** a través de nuestras **4 campañas internas** "Pascuas", "Invierno", "Día del Niño" y "Navidad" beneficiamos a **36.051 personas**.
- » **Voluntarios:** nuestro equipo interno de voluntarios está integrado por **165 colaboradores** de diferentes áreas del Banco.
- » **Presencia territorial:** nuestros programas y proyectos se realizaron en **22 provincias argentinas**.



## MEDIOAMBIENTAL

- » **Uso eficiente de la energía:** en el marco de la campaña interna "Prendete al bajo consumo" concientizamos a **más de 1.500 colaboradores** sobre el uso eficiente de la energía y recolectamos un total de **1.000 lamparitas** que fueron gestionadas por la Fundación Hábitat y Desarrollo para su correcta disposición final.
- » **Reciclado de papel y plástico:** recolectamos y entregamos a la Fundación Garrahan **56.945 kilos de papel (969 árboles que no fueron talados) y 123 kilos de plástico (49.200 tapitas)** a través de campañas internas de concientización con la participación de nuestros colaboradores. Con ambas donaciones ingresaron a la Fundación **\$ 40.000** que posibilitaron continuar con el Programa de Oxigenoterapia.
- » **Revalorización de la chatarra electrónica:** entregamos **2.326 kilos de chatarra electrónica** para su clasificación y posterior reutilización.



125 AÑOS  
CREANDO  
DUEÑOS

# NUESTROS COLABORADORES



## EQUIPO DE TRABAJO

Con una historia de más de 100 años, el Banco fue creciendo y ampliando su operatoria hasta llegar al día de hoy con un equipo de trabajo integrado por colaboradores en todo el país. **Basamos nuestra gestión en 3 ejes organizacionales** que nos permiten abordar los aspectos más importantes para nuestra organización:

- » **Equipo Banco Hipotecario:** integrar, cooperar y participar como un gran equipo de trabajo.
- » **Liderazgo:** promover el desarrollo de todos los colaboradores, su desempeño y la gestión del clima en todas nuestras áreas.
- » **Empresa familiarmente responsable:** sustentar nuestro compromiso y bienestar como una comunidad

que privilegia las personas, cuidando e integrando la vida personal y profesional.

**Nuestro equipo de trabajo está integrado por un total de 1.892 colaboradores** entre Casa Central y una red de 52 sucursales con gran presencia territorial. Contamos con profesionales de diversas edades y carreras, una antigüedad promedio de nuestro equipo de 9 años y una conformación de 52% de hombres y un 48% de mujeres.

EDAD	ALTA GERENCIA	GERENTES	SUPERVISORES, JEFES, LIDERES	ANALISTAS Y ADM.
20 a 30 años	0	0	42	486
31 a 40 años	3	52	173	539
41 a 50 años	9	46	86	214
Mayores de 50 años	7	28	45	162
Totales	19	126	346	1401
<b>TOTAL DE EMPLEADOS</b>				<b>1892</b>

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO	
Masculinos	992
Femeninos	900
<b>TOTAL</b>	<b>1892</b>

DISTRIBUCIÓN POR ESPACIO	
Personal en Casa Central	1255
Personal en sucursales	637
<b>TOTAL</b>	<b>1892</b>

ANTIGÜEDAD PROMEDIO	AÑOS
Alta Gerencia	11.24
Gerentes	11.63
Supervisores, Jefes, Lideres	11.37
Analistas y Administrativos	8.02
<b>PROMEDIO GENERAL</b>	<b>8.90</b>



## GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

En el 2011 **desarrollamos un nuevo modelo de capacidades** para alinear los comportamientos esperados y así alcanzar los retos y metas propuestas para cada colaborador. Entre las capacidades genéricas (rasgos y comportamientos) que promovemos para nuestros colaboradores se encuentran:

- » **Dueñez:** gestionar con actitud de “dueño” tomando iniciativas para ampliar los límites de alcance de la gestión y desafiar los resultados hacia estándares crecientemente superiores.
- » **Gestión de riesgos:** es la capacidad para mirar impactos y considerar mitigantes integrando la variable de costos asociados.
- » **Impulso emprendedor:** gestionar con energía movilizandolos recursos con actitud de “sano inconformismo” e inclinación a ir por más.
- » **Buscar lo simple:** hacer dinámica y ágil la implementación de los temas.
- » **Rigurosidad analítica:** tratar los temas y los problemas con metodología, abordándolos en sus partes constitutivas y elaborando juicios argumentales, con un racional sólido compuesto de datos concretos.
- » **Productividad y resultados:** es la capacidad para gestionar los recursos con foco en la eficiencia operativa y evaluar impactos en términos no solo de resultados, sino también de riesgos.
- » **Trabajar en equipo con perspectiva integradora:** actuar y operar colectivamente buscando sinergias e integración cruzada, potenciando complementariedades de actores dentro del sistema.
- » **Conocer el negocio y la operación:** comprender y operar con las variables que conforman el negocio del Banco, el cumplimiento sobre prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, además de los conocimientos requeridos por el puesto.
- » **Perspectiva industrial y de procesos:** actuar y decidir para fijar estándares estableciendo objetivos e indicadores de seguimiento orientados al logro de resultados con calidad.

## ENCUESTA DE CLIMA

Desde el año 2003 realizamos en forma masiva, anónima y voluntaria la Encuesta de Clima con el objetivo de conocer nuestras fortalezas y nuestros aspectos a mejorar como organización, relevar las opiniones de todos los colaboradores sobre diferentes aspectos que hacen a nuestra vida laboral y medir la efectividad de los planes de acción implementados.

En el mes de octubre del 2011 realizamos la **6° edición de la Encuesta de Clima con un 96% de participación la cual se realizó a lo largo de 3 días** y nos permitió conocer las sensaciones de bienestar, las expectativas y las oportunidades de trabajo con el fin de consolidar a nuestra organización como una comunidad que crece, innova y que es dueña de un espacio para sus ideas.

Entre los resultados obtenidos, podemos afirmar que **seguimos consolidando nuestra cultura solidaria y las oportunidades de crecimiento de nuestro Banco son destacadas** por todos nuestros colaboradores. Fortalecimos el estilo de liderazgo, construyendo equipos que promueven la confianza entre todos sus miembros, que comparten y comunican objetivos y que desarrollan una visión más integral del negocio. En cuanto a los desafíos, tenemos que mejorar la integración de Casa Central y las sucursales fomentando la cooperación y el trabajo en equipo. Hemos mejorado la planificación pero aún tenemos un camino por recorrer.

Los aspectos positivos que se destacan en la Encuesta nos permiten potenciar todas nuestras habilidades como organización. **Las mejoras solicitadas representan para nosotros aprendizajes que tenemos que transitar y oportunidades concretas para consolidar una comunidad con ganas de crecer, innovar y que es dueña de su futuro.**

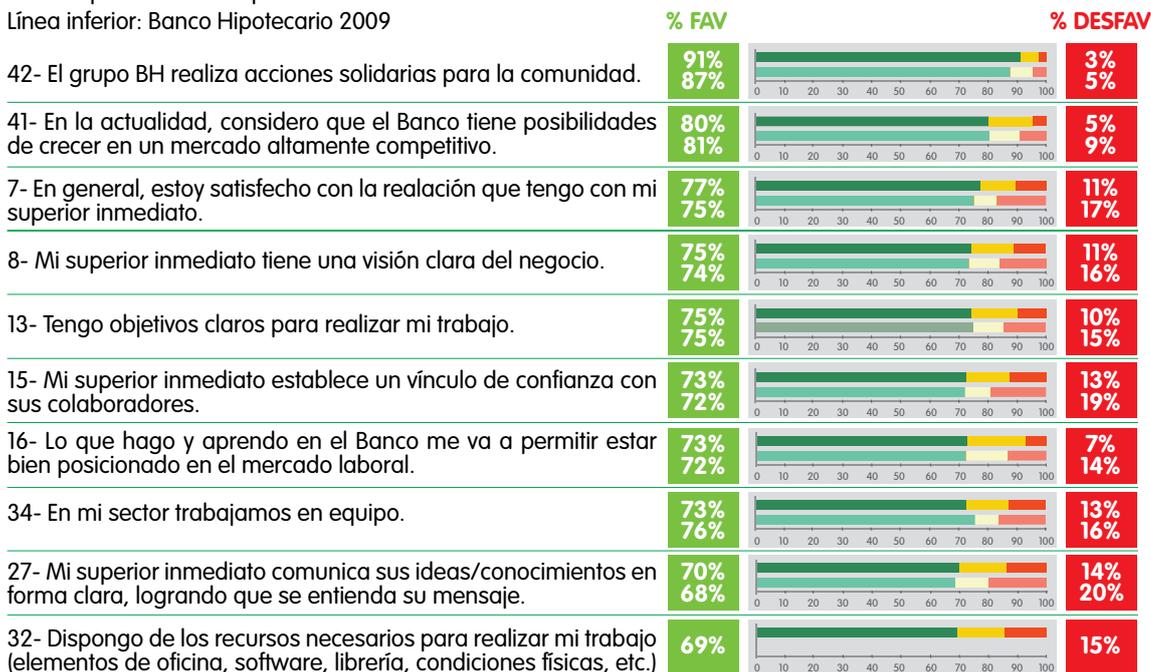
### 10 ÍNDICES MÁS FAVORABLES DE CLIMA

#### Comparación gráfica con encuesta anterior

Línea superior: Banco Hipotecario 2011

Línea inferior: Banco Hipotecario 2009

■ FAV ■ NELI ■ DES



## FORMACIÓN

**Trabajamos en diferentes ejes apoyados sobre nuestro modelo de capacidades** con el objetivo de alinear la estrategia del negocio con la de capital humano. Desde el Área Gestión del Conocimiento acompañamos los proyectos estratégicos para el Banco a través de metodologías de gestión del cambio y formación. Para esto definimos una **estrategia de alcance organizacional para el desarrollo, adquisición y aplicación de conocimientos**. En este sentido, durante el 2011 trabajamos fuertemente en la sistematización del conocimiento vinculado a los puestos críticos para nuestro negocio.

Diseñamos e implementamos el **“Plan de Formación en Habilidades 2011”** que acompañó la estrategia de negocio definida. En el marco del plan, trabajamos en el desarrollo de habilidades en liderazgo, comunicación, productividad y eficiencia, proyectos, flexibilidad y desarrollo personal. En esta línea, el **plan curricular creció un 49%** con 5 nuevas capacitaciones obligatorias que incrementa a un total de 12 cursos obligatorios para todos los colaboradores de Banco.

Contamos con un **Centro de Formación Virtual** que es el medio que utilizamos para la gestión a distancia de cursos y para la difusión de todas las acciones propias del área. El Centro se consolidó como una herramienta que facilita el acceso al conocimiento y la gestión de nuestros colaboradores promoviendo un desarrollo personal y profesional de cada uno de ellos.

Desarrollamos una **Escuela Comercial para brindar los conocimientos y herramientas necesarias para el equipo de la red de 52 sucursales distribuidas**

**en todo el país**. Esta escuela cuenta con un plan de formación diseñado para cada uno de los puestos con oferta presencial y a distancia. Los colaboradores conocen los procesos, normativas y políticas vigentes relacionadas con las responsabilidades y funciones del Banco en general y del puesto a desempeñar en particular. Además, la Escuela favorece el desarrollo de habilidades para trabajar alineados con los objetivos estratégicos, las políticas de servicios y nuestro modelo de calidad de atención. Finalmente instruye a los colaboradores sobre el uso de los canales formales de comunicación y los sistemas que soportan las tareas de cada rol. **En el 2011 llevamos adelante 33 cursos activos.**

### HORAS DE FORMACIÓN

- » **64.221 horas** de formación a distancia y presenciales, un 22% de incremento con respecto al 2010.
- » **23.053 horas** de formación en el puesto.
- » **17.907 horas** en habilidades.
- » **16.716 horas** en formación general.
- » **6.545 horas** en cursos externos y seminarios.
- » Participaron **2.134 colaboradores**.

Dimos un paso más en la formación de profesionales del Área de Operaciones y Sistemas. Para promover la capacitación continua, incrementar y unificar el conocimiento disponible en el Banco, diseñamos la **Escuela de Operaciones que ya cuenta con 9 cursos a distancia disponibles en nuestro Centro de Formación Virtual**.

Acompañamos el desarrollo de nuestro **Centro de Contacto Interno** y comenzamos a diseñar un programa de capacitación blended learning para nuestros asesores, que se traduce en formación a distancia complementada con encuentros presenciales. La misma incluye conocimientos de productos, procesos, sistemas y habilidades de comunicación, con el fin de optimizar la calidad de atención brindada a nuestros clientes.

## DESARROLLO

En el marco de la Gestión de Personas y Equipos, implementamos **herramientas de detección y seguimiento de personas claves dentro de la organización** y acciones de formación puntuales para garantizar el desarrollo de los colaboradores con alto potencial. Identificamos con la alta gerencia los puestos claves y de mayor impacto en la estrategia del negocio y definimos cuadros de reemplazo para garantizar la sustentabilidad del management y su plan de desarrollo para los próximos años. Además, desarrollamos planes de mejora para aquellas personas cuyo desempeño no alcanza los estándares requeridos. Participaron del plan 18 colaboradores de la red de sucursales.

Acompañar y garantizar las transiciones profesionales, es un reto compartido para nuestra organización y, por ello, lanzamos nuestro **"Programa de Mentoring"** con el fin de acompañar a los niveles de

conducción a transitar nuevos desafíos. De esta manera, facilitamos el desarrollo del nuevo puesto del colaborador y lo orientamos en los atributos y percepciones que nuestro equipo prioriza en nuestra cultura organizacional.

Otorgamos **99 becas** y realizamos seguimiento semestral del desempeño académico de los colaboradores becados logrando una mayor responsabilidad con el programa. **Se graduaron 15 colaboradores** con los cuales celebramos el compromiso asumido y generamos un espacio para conocerlos y que nos cuenten su experiencia con el programa de becas y su aspiracional de desarrollo con el Banco.

Contamos con un **Portal de Autogestión** en el cual nuestros colaboradores pueden cargar sus objetivos y autogestión del desempeño, realizar consultas en línea de su formulario de trabajo y realizar la autoevaluación de sus objetivos y capacidades, entre otros. Incorporamos una nueva herramienta al portal que permite una gestión más efectiva para el acuerdo de objetivos y la evaluación de desempeño. Esta innovación implicó la automatización de todo el proceso, definición y carga de objetivos, autoevaluación y evaluación de desempeño.

### OTROS LOGROS 2011

- » Conocimos a más de **266 colaboradores**.
- » Implementamos la **5° edición del Programa de Fortaleza Organizacional** para el desarrollo del equipo de conducción del Banco con la participación de **87 colaboradores**.
- » Se cubrieron diferentes posiciones a través de **búsquedas internas**, instancia clave para brindar oportunidades de desarrollo a los colaboradores.
- » Acompañamos el crecimiento del Banco participando en la conformación de **nuevas estructuras**: Gcia. de Ventas, Banco Custodio, Gestión de Calidad, PYME, Plan Sueldo y Distribución Minorista.
- » Desarrollamos la **herramienta de gestión del desempeño** que promueve el liderazgo eficaz, cultiva el compromiso de los colaboradores y asegura un mejor uso del talento para reconocer las contribuciones individuales a los resultados del Banco.
- » Trabajamos **Nuestra Propuesta de Valor** que es la suma de todo lo que cada colaborador experimenta y recibe mientras forma parte de la comunidad Banco Hipotecario: desde la satisfacción por el trabajo, junto con el ambiente, el liderazgo, el equipo y todos sus beneficios.
- » Estamos desarrollando el concepto de **Marca Empleadora** que acompaña la consolidación de la marca corporativa. Se definirán un conjunto de estrategias que nos permitirán desarrollar el concepto en nuestra comunidad.

## 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:** el colaborador podrá gozar de un día de licencia al año para disfrutar en familia.
- » **Días por paternidad:** se otorgan 7 días corridos a partir del día del nacimiento.
- » **Día de cumpleaños:** si el cumpleaños es un día laboral hábil, los colaboradores pueden retirarse a las 13 hs para disfrutar de su día.
- » **Becas:** de estudio de grado y posgrado.
- » **Beneficios en productos bancarios:** créditos hipotecarios, préstamos personales, tarjetas de crédito, entre otros. Dependiendo de la línea de productos se ofrecen tasas, plazos y comisiones diferenciales.
- » **Reintegros:** de guardería, colonia, matrícula y educación especial. En 2011 se reintegraron \$2.940.000. Además se realizan reintegros de gimnasio.
- » **Club de beneficios:** descuentos en comercios adheridos.

## COMPROMISO SOLIDARIO

Junto con la Gerencia de Relaciones Institucionales, promovimos la participación y la conformación de una cultura solidaria. A la largo del año realizamos **10 actividades de Voluntariado en Buenos Aires, Salta, Córdoba, Cerro de las Rosas, Santiago del Estero, Paraná, Neuquén y Posadas.** Participaron **más de 240 colaboradores** quienes construyeron junto a Un techo para mi País **más de 24 casas**, que permitieron fortalecer nuestros vínculos y valores como equipo Banco Hipotecario dentro de nuestra comunidad.





## UN LUGAR PARA TODOS

Uno de los pilares estratégicos de nuestro Banco es ser “contemporáneo, simple e inclusivo”. Guiados por esta identidad, **asumimos el desafío de diseñar e implementar un programa de inclusión laboral para personas con discapacidad que denominamos “Un lugar para todos”**. Para dar nuestros primeros pasos en el programa, consultamos diferentes organizaciones y decidimos finalmente que Manpower, por su experiencia y trayectoria, era la indicada para acompañarnos en este nuevo desafío.

**Los padrinos de esta iniciativa fueron un grupo de colaboradores con discapacidad quienes compartieron su experiencia de vida** en los primeros talleres de concientización que brindamos a los Gerentes y Mandos Medios del Banco. Sus testimonios nos permitieron derribar mitos, aclarar dudas y compartir miedos en relación a las diferentes discapacidades y su adaptación al ritmo laboral del Banco.

Hoy contamos con 9 colaboradores que trabajan en diferentes áreas del Banco: Gerencia de Recupero,

Gerencia de Capital Humano, Gerencia de Alta de Producto, Gerencia de Área de Seguridad Física y Lógica, Gerencia de Atención a Clientes y Gerencia de Administración Centralizada de Productos. **Hemos sido reconocidos por Manpower, durante 2 años consecutivos, como “Socios en la Inclusión” comprometiéndonos activamente en la promoción de la diversidad y la inclusión en el mundo del trabajo.**

Fue muy importante para el éxito de este programa, **la concientización y el acompañamiento a todo el equipo de trabajo para poder contener a cada integrante**. Para nosotros como organización familiarmente responsable es una gran experiencia de vida y un aprendizaje transformador de cada una de las personas que formamos el Banco.

“Estoy realmente muy contento de trabajar en el Banco y en un sector donde me hacen sentir bien. Tener personas dispuestas a ayudarme en lo laboral me facilitó mucho adaptarme a mi función. Quiero agradecer al programa por su labor. Es muy difícil conseguir trabajo para nosotros, pero gracias que hay gente que se ocupa, es posible...”

**Daniel Villarreal, Gerencia de Alta de Producto**

“Hace un año, entré al mundo laboral. Con mis 24 años, el Banco me abrió sus puertas y día a día me permite extender mis alas. Los compañeros que tengo son un lujo y puedo contar con ellos desde que entré. En cada sector, que tuve el privilegio de conocer, siempre me escucharon con una sonrisa...”

**María Lourdes Vidale, Gerencia de Capital Humano**

“...Sólo restan palabras de eterno agradecimiento por la oportunidad que nos brindan para demostrar que el mundo es un lugar para todos, el Banco es un lugar para todos y ya lo considero como mío también. Sigán adelante porque este espacio trae luz y esperanzas a personas que ya daban la batalla por perdida”.

**José María Castillo, Gerencia de Atención del Cliente**

## COMUNICACIÓN E INTEGRACIÓN

**Creemos que la comunicación es un recurso clave para enfrentar los desafíos del negocio.** Por eso desarrollamos, a lo largo del año, distintos espacios de intercambio, celebración e integración en los que participan nuestros colaboradores estrechando lazos y compartiendo experiencias.

**En el marco del 125 aniversario del Banco, realizamos diferentes encuentros y celebraciones:** "Día de la Mujer", "Día del Niño", "Aniversario", "Entrega de Medallas", "Fiesta de Fin de Año", "Papá Noel", "Premio a la Excelencia", "Desayunos de Destacados", "Día del Voluntario", "Tu historia en el Banco en 125 caracteres", concurso de dibujo "El Banco Cumple 125", entre muchos otros. Estos encuentros aportaron espacios de integración y aprendizaje entre diferentes áreas y colaboradores.

Seguimos gestionando la transformación organizacional y construyendo nuestro equipo gerencial. En abril realizamos el segundo **Encuentro Gerencial** que reunió a todos los gerentes de BHSA, BACS, Hipotecario Seguros y Tarshop.

Asimismo, para la **Comunidad de Mandos Medios** llevamos adelante 3 encuentros que permitieron difundir la estrategia del Banco y fijar objetivos comunes con la integración y participación de los jefes, líderes y supervisores de áreas centrales y sucursales. Se sumaron a estas iniciativas **más de 472 colaboradores**.

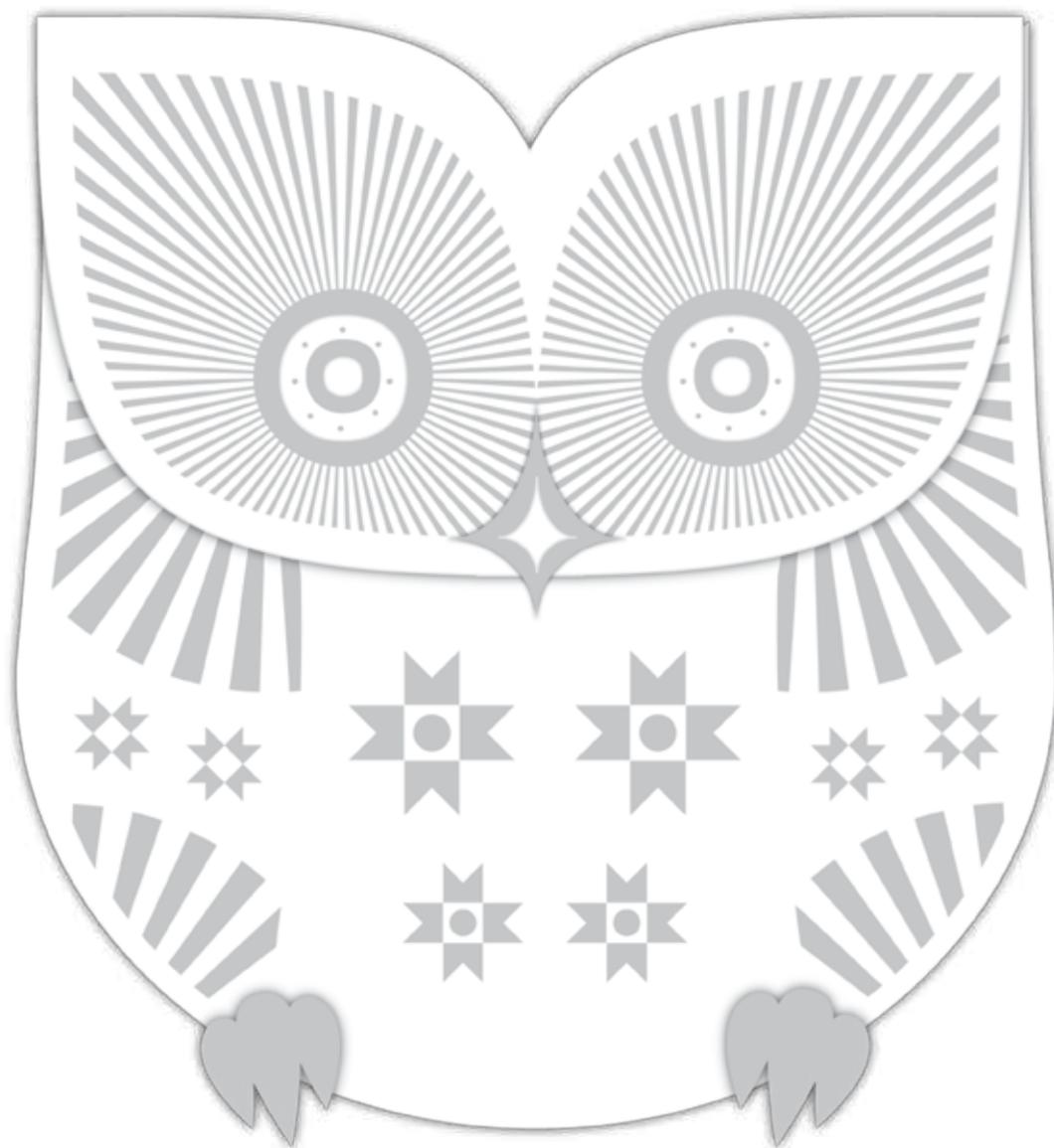
Continuamos con la implementación de los **talleres de calidad de vida** para propiciar el desarrollo armonioso y lograr el equilibrio entre la vida laboral y profesional. Participamos en 3 maratones (Maratón Solidaria, Reebok y 8 Km. Solidarios), continuamos con el equipo de running y realizamos diferentes charlas de promoción para la salud en temas como alimentación saludable, cuidados de la mujer y salud postural con la participación de **más de 150 colaboradores**.

Bajo el **concepto de 2.0** promovemos una mayor conectividad dentro de nuestra organización. Continuamos posicionando el uso de la **Intranet** como canal institucional. Para eso incrementamos sus funcionalidades, posicionando la herramienta como un canal de doble

vía donde los colaboradores pueden comentar y participar. Además para las instancias de selección trabajamos para estar presentes en las redes sociales para los procesos de primer contacto.

En noviembre de 2011 realizamos la prueba piloto de **Uniendo Experiencias**, un programa que busca acortar las distancias entre Casa Central y sucursales, promoviendo la integración y cooperación en la organización y conectando realidades laborales distintas. Participaron de este programa 7 Gerentes de áreas centrales quienes visitaron diferentes sucursales y trabajaron un día completo en la atención al público. Esta experiencia les brindó la posibilidad a los participantes de estar en contacto directo con los clientes para comprender que lo que cada día se genera en las áreas centrales impacta en un destinatario final.







125 AÑOS  
CREANDO  
DUEÑOS

# NUESTRA CADENA DE VALOR



**Nuestra cadena de valor está integrada por cerca de 1.000 proveedores, 3 empresas subsidiarias y más de 630.000 clientes.** En esta cadena creemos que es muy importante integrar y hacer participar a todos los eslabones que la forman para lograr resultados económicos, un impacto social positivo y una actuación correcta sobre el medioambiente.

**Conformamos una cadena de valor en la cual contratamos de manera transparente a nuestros proveedores** y entablamos una relación personalizada con los mismos que posibilita el monitoreo de su gestión e impacto social. Además, generamos un vínculo de confianza con nuestros clientes para responder a sus necesidades y expectativas.

**Por segundo año consecutivo sponsoreamos a Racing Club** con un nuevo diseño de camiseta sumando la imagen del búho a la frase "DUEÑO de una pasión".

También **lanzamos un nuevo medio de comunicación a través de Dueños TV en sucursales.** Se trata de un canal de circuito cerrado con información centralizada y online que ya se encuentra funcionando en 10 sucursales y permite mantener informados a los clientes de todas las ofertas y promociones.

A su vez, **realizamos acciones promocionales en 10 sucursales,** apoyamos eventos y fiestas locales

organizadas por los Municipios del interior del país, reforzando nuestro vínculo con la comunidad.

Finalmente con la idea de fidelizar a los principales clientes **realizamos acciones diferenciales de alto valor percibido:** participación en eventos deportivos, conferencias (TED Joven, TED x Río de la Plata, Vistage), encuentros con oradores nacionales e internacionales y economistas.

## 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 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.

**El cumplimiento del Código 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

En Banco Hipotecario consideramos un requisito indispensable para seleccionar a los proveedores con los cuales trabajamos el compromiso social y medio ambiental asumido por los mismos. El proceso de selección y contratación se realiza con total transparencia, monitoreando que los proveedores elegidos cumplan con la legislación laboral, previsional y con la ley que prohíbe el trabajo infantil.

Nuestros proveedores están organizados en dos grandes categorías: por provisión de insumos y por prestación de servicios (honorarios). Durante el año 2011 interactuamos con 1.069 proveedores y realizamos 3.777 órdenes de compras por un monto total de contratación de \$ 353.485.456 más IVA.

Como política del Banco, durante todo el proceso de contratación mantenemos informados a todos los proveedores que participan de la selección de forma igualitaria asegurando la transparencia del mismo. Mantenemos luego una

comunicación fluida y cercana con nuestros proveedores a través de contacto telefónico, correo electrónico y reuniones en las instalaciones del Banco.

En cuanto al pago a nuestros proveedores, lo realizamos respetando los plazos negociados. Los períodos de contratación son de un año con posibilidad de extensión a dos. En general, buscamos extender los plazos para promover la continuidad laboral generando a su vez un impacto social positivo en los mismos.



## BANCA EMPRESAS

Desde el Área de Banca Empresas asesoramos y otorgamos financiamiento a grandes clientes de nuestro país para el desarrollo de sus actividades. Esta cartera de clientes se divide en 3 negocios: empresas corporativas, desarrollos inmobiliarios y pymes.

Somos el vehículo para que nuestros clientes desarrollen sus actividades comerciales con mayor eficiencia y potencien sus negocios con su cadena de valor. Para ello los asesoramos comercial y financieramente y les brindamos diferentes productos. De esta manera, impulsamos conjuntamente con nuestros clientes, la creación de empleo, la producción de bienes y servicios y la actividad económica.

Durante el año 2011 continuamos profundizando el desarrollo de las comunidades de negocios dirigidas a fortalecer la relación del Banco con nuestras empresas clientes a través de sinergias de negocios generadas a partir del impulso a comunidades.

### Evolución del número de clientes de Banca Empresas

AÑO	CLIENTES C/LÍNEA DE CRÉDITO
2008	84
2009	80
2010	122
2011	175

### Activos de riesgo colocados

AÑO	ACTIVOS DE RIESGO COLOCADOS AL 31/12	VARIACIÓN PORCENTUAL
2007	\$ 589 millones	
2008	\$ 675 millones	14.60%
2009	\$ 934 millones	38.37%
2010	\$ 1.564 millones	67.45%
2011	\$ 2.297 millones	46.90%

## Gestión responsable

**Para definir las empresas con las cuales nos vinculamos comercialmente y brindamos asistencia crediticia, ponemos especial énfasis en la gestión responsable de las mismas y el cuidado del medioambiente.** También valoramos positivamente a las empresas que, a través de acciones sociales, fomentan el desarrollo de la comunidad en la que se desenvuelven.

**Realizamos previamente una evaluación y control de los riesgos medioambientales y sociales solicitando al cliente un estudio de impacto ambiental, pólizas de seguro por daño ambiental y autorizaciones o permisos estatales** siempre que la actividad del cliente se encuentre comprendida en los rubros definidos como riesgosos, en el marco

de la Ley 25.675. Según lo normado, entre las principales actividades riesgosas para las cuales se debe contratar el seguro por daño ambiental (Resolución 1639/2007) se encuentran las industrias: química y metalúrgica, celulosa y del papel, textil y curtiembres y minería.

**Adicionalmente, en el contrato con clientes incluimos cláusulas relativas a la responsabilidad ambiental, a los seguros y al cumplimiento con la normativa ambiental vigente.** Para efectuar el análisis crediticio de los clientes y a fin de identificar y evaluar los riesgos ambientales que pudieran existir, utilizamos además información de carácter sectorial aportada por consultoras independientes.

**Revisamos trimestralmente o semestral las líneas crediticias, según corresponda, y en dicha oportunidad, verificamos la vigencia de las pólizas de seguro por daño ambiental.** El incumplimiento de alguna de las cláusulas de la póliza, nos habilita a exigir al cliente la inmediata devolución del préstamo.

## Iniciativas de algunos de nuestros grandes clientes en la comunidad

- » **Correo Andreani S.A.:** tiene como objetivo fomentar una mejor calidad de vida de la comunidad en la que la compañía despliega su misión empresaria. La Fundación Andreani desarrolla programas educativos y culturales y organiza y auspicia actividades utilizando los recursos de logística integral del Grupo Andreani.
- » **El Tejar S.A.:** tiene una unidad denominada Compromiso con la Comunidad que ofrece apoyo a todas las unidades de la empresa para sostener diferentes proyectos. Asimismo, continúa reafirmando su compromiso con el cuidado del ambiente.
- » **Los Grobo S.A.:** empresa comprometida con el desarrollo social a través del impulso a sus socios pymes.
- » **Molinos Río de la Plata S.A.:** ofrece productos alimenticios que promuevan una dieta balanceada para una mejor calidad de vida. Cuenta con distintos programas en la comunidad.

## BANCA PYME

**Recientemente lanzamos el área de Banca Pyme cuyo foco está orientado en la captación de nuevos clientes Pyme**, todas aquellas personas jurídicas o físicas con un nivel de facturación anual de entre 10 a 80 millones de pesos. Trabajamos con empresas de servicios, comercio e industrias que buscan financiamiento para su capital de trabajo a través de la compra de un bien mueble o inmueble.

**Trabajamos bajo criterios de transparencia e informamos la situación de nuestros clientes al BCRA de acuerdo a sus regulaciones.** En la actualidad, la operación más desarrollada es la de descuento de cheques a terceros. En esta operatoria el cliente nos acerca los cheques que recibe en parte de pago de sus clientes y, un descuento financiero previo, se le acredita el monto en su cuenta corriente.

**Desde el año 2011 estamos participando del programa SEPYME**, que desarrolla la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa perteneciente al ámbito del Ministerio de Industria de la Nación. Este programa brinda soluciones

a los problemas de las Pymes, con el desarrollo de programas eficientes y de simple implementación que las ayuden a superar obstáculos y consolidarse.

En la actualidad, el negocio Pyme en el Banco se encuentra en un proceso de crecimiento y consolidación. Nuestro equipo de trabajo se compromete y acepta los desafíos del aprendizaje diario. **A futuro estamos analizando la posibilidad de desarrollar una banca para microempresas.** Considerar este nuevo segmento, nos motiva a ocupar un nuevo rol dentro del vínculo banco-cliente. Además de asistir financieramente a nuestros clientes, complementaremos esta tarea con el asesoramiento en educación financiera para el buen desarrollo económico de los proyectos.

## BANCA MINORISTA

En el año 2004 **decidimos asumir nuevos desafíos y redefinimos nuestra estrategia de negocios para convertirnos en un banco universal, minorista y de consumo** transformando el horizonte de nuestras actividades para que nuestros clientes puedan hacer realidad todos sus proyectos. Incorporamos entonces nuevos productos y servicios financieros para complementar el tradicional Crédito Hipotecario.

Luego de un largo camino recorrido, **hoy somos el**

**banco "creador de dueños" con más de 630.000 clientes y una amplia variedad de productos y servicios.** Crecimos en cantidad y calidad de la oferta que ofrecemos a empresas y familias, incorporamos la última tecnología al servicio de nuestros procesos, ofrecemos canales de atención cada vez más dinámicos y profundizamos nuestra presencia en todo el país.



## Atención a clientes

**Para una atención de calidad a nuestros clientes contamos con un Contact Center integrado por un grupo de asesores quienes responden todas las consultas recibidas telefónicamente.**

La tarea de este centro se complementa con un equipo de Back Office, encargado de analizar y brindar las respuestas a aquellos pedidos y reclamos derivados tanto desde el Contact Center como desde nuestras sucursales, con el objetivo de verificar la calidad de la respuesta que recibe nuestro cliente.

**Periódicamente analizamos y medimos la gestión del Contact Center, a fin de conocer el nivel de satisfacción de nuestros clientes e implementar las mejoras necesarias para alcanzar y mantener el estándar estipulado.** Para ello, realizamos monitoreos periódicos de las llamadas recibidas evaluando su duración, la cordialidad, la actitud y el respeto hacia el cliente presentada por el asesor, como así también la resolución en

el primer contacto brindada por el mismo.

**Durante el 2011 llevamos adelante una encuesta de Satisfacción de Clientes,** vía correo electrónico, la cual arrojó los siguientes resultados:

- » **Universo de llamados:** 64.143
- » **Clientes encuestados:** 286
- » **Ítems más valorados:** amabilidad y claridad de los asesores
- » **Ítems a mejorar:** tiempo de respuesta y resolución

**A partir de estos resultados, elaboramos y desarrollamos diferentes planes de acción a fin de mejorar los indicadores.** Estaremos trabajando en 3 puntos fundamentales: el tiempo que el cliente espera en ser atendido, resolución de la gestión y tiempo de resolución. Como desafío para el 2012, planificamos incorporar en cada llamada una instancia de encuesta de satisfacción del cliente, de manera tal de contar con indicadores diarios.

### SEGURIDAD PARA NUESTROS CLIENTES

De acuerdo a la Normativa "A" 5120 del Banco Central, incorporamos nuevas medidas de seguridad para nuestros clientes. **Adecuamos las zonas de cajas en nuestras sucursales con barreras visuales para la protección de la privacidad durante las operaciones bancarias.** Esta adecuación se realizó acorde con la disposición y el diseño de cada espacio.

### SISTEMAS INCLUSIVOS

Durante diciembre de 2011, de acuerdo a la Ley Provincial 3609/2010 de la Ciudad de Bs. As., **comenzamos con la instalación progresiva de teclados con sistema braille y sistema de audio con auriculares a fin de hacer accesibles los cajeros automáticos y terminales de auto consulta a las personas no videntes o con impedimentos visuales.** Hemos finalizado la implementación en sucursales de Capita Federal y continuaremos de manera progresiva en nuestras sucursales del interior.

## 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.

A través del Centro, buscamos satisfacer las necesidades financieras y de inversión de nuestros clientes mediante una variada gama de productos y servicios, aportando verdaderas soluciones, beneficios y ventajas. Esta tarea es respaldada por nuestra fortaleza institucional y un equipo de oficiales de inversión especializados en todas nuestras sucursales.

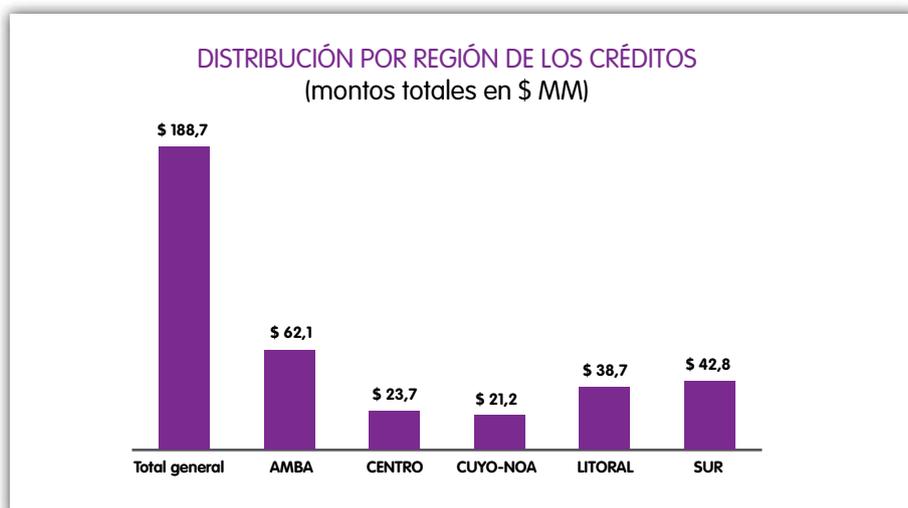
Cuando uno de nuestros clientes quiere realizar una inversión, se lo asesora proponiéndole una cartera de inversión diversificada según sus objetivos, ejecutamos las operaciones necesarias para implementar la cartera de inversión consensuada y llevamos adelante un seguimiento de la inversión realizada.

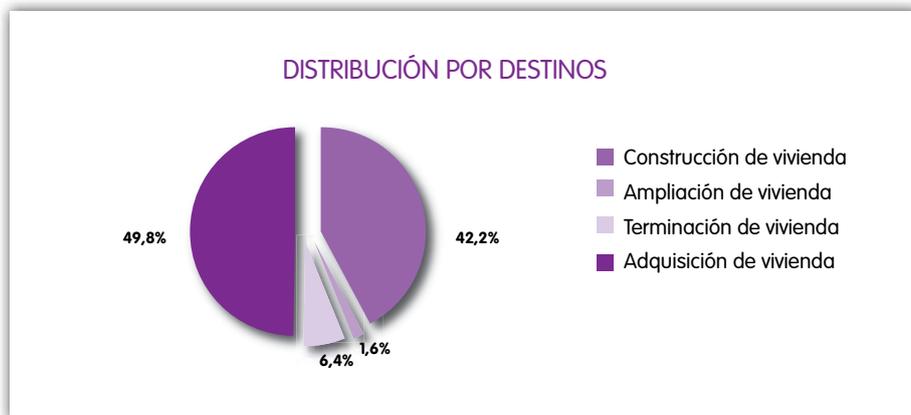
## Créditos Hipotecarios

En nuestros 125 años de vida hemos mantenido un compromiso histórico en materia de financiación a la vivienda a través de la entrega de Créditos Hipotecarios. A partir del año 1945 dirigimos más fuertemente nuestra actividad a la construcción y financiamiento de viviendas individuales y colectivas contribuyendo a conformar la fisonomía de la mayoría de las ciudades de nuestro país.

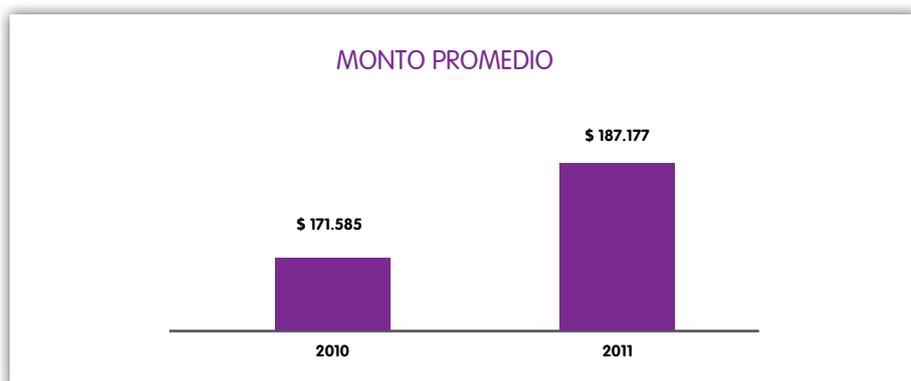
Para nosotros, el Crédito Hipotecario es un producto de importancia estratégica dentro de nuestra línea de

negocios. En el año 2011 la colocación de Créditos Hipotecarios ascendió a la suma de \$ 188 MM originada con fondos propios del Banco a tasa fija. Apuntamos principalmente a financiar la construcción, ampliación, terminación y adquisición de vivienda única, familiar y de ocupación permanente. Utilizamos como canales de distribución las sucursales del Banco establecidas en todo el país.

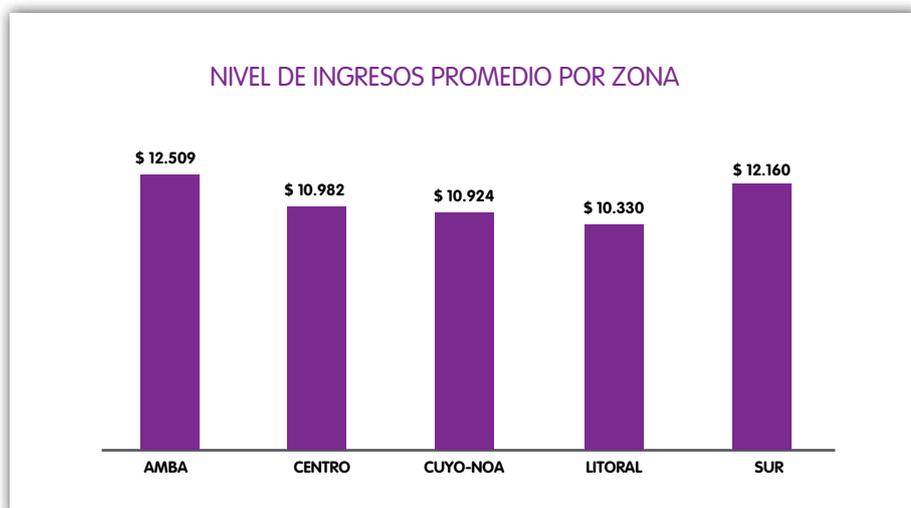




**El 50,2 % de los créditos otorgados fueron destinados a construcción, terminación y ampliación de viviendas.**



**El monto promedio de crédito a nivel país fue de \$ 187,177.**



**El ingreso promedio de los tomadores de crédito fue de \$11,427. En la mayoría de los casos, se trató del ingreso correspondiente al grupo familiar.**

**A lo largo del año realizamos distintas acciones** para lograr la cancelación anticipada de la cartera hipotecaria originada en la pre-convertibilidad o para incentivar el pago en término de las cuotas de los créditos:



» **Dueño cumplidor:** realizamos sorteos trimestrales en todas nuestras sucursales por la bonificación de una cuota de hasta \$500 entre los clientes que se encontraban al día en el pago de las cuotas.



» **Chau hipoteca:** contactamos a los clientes por carta o telefónicamente durante todo el año a fin de asesorarlos e informarles de los beneficios de reducir el plazo de su crédito.



» **Dueño ya:** los créditos que entre el 1 de marzo y 31 de mayo redujeron un 50% del plazo como mínimo y los de préstamos de recálculo que pagaron 4 cuotas juntas, participaron de un sorteo en el mes de junio por la cancelación del préstamo de hasta \$50.000.



» **Cancelar no es un plato, son dos:** los primeros 400 clientes que cancelaron totalmente su crédito entre el 17 y 31 de octubre obtuvieron de regalo un juego de dos platos y cubiertos para asado.



» **Gran beneficio aniversario:** si durante la semana del aniversario del Banco (del 14 al 18 de Noviembre) los clientes redujeron al menos el 50% del plazo de su crédito hipotecario, les bonificamos la primera cuota del nuevo plan hasta \$300.



» **Chau hipoteca en Navidad:** los clientes que cancelaron totalmente su crédito del 21 de Noviembre al 23 de diciembre, participaron de un sorteo por 7 noches con desayuno en un hotel de 4\* más \$2.000 para gastos personales.



» **Chau hipoteca, hola crédito:** a los clientes que cancelaron totalmente su crédito y que calificaron crediticiamente, les otorgamos una tarjeta de crédito y un préstamo personal pre-aprobados.

## Cédulas Hipotecarias

Lanzada al mercado por Banco Hipotecario para financiar los préstamos para la compra, construcción o refacción de vivienda única, **la Cédula Hipotecaria Argentina (CHA) fue, entre finales del siglo XIX y la Segunda Guerra Mundial, el papel de renta preferido por los ahorristas argentinos.**

Las Cédulas Hipotecarias son una alternativa de inversión respaldadas por créditos hipotecarios originados en el Banco. Las mismas cotizan en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y el cliente recibe mensualmente un interés y una amortización de capital de acuerdo a las condiciones de emisión de las mismas. **La inversión en cédulas permite una retroalimentación de fondos, generando nuevos recursos sustentables para el desarrollo del mercado hipotecario, ya**

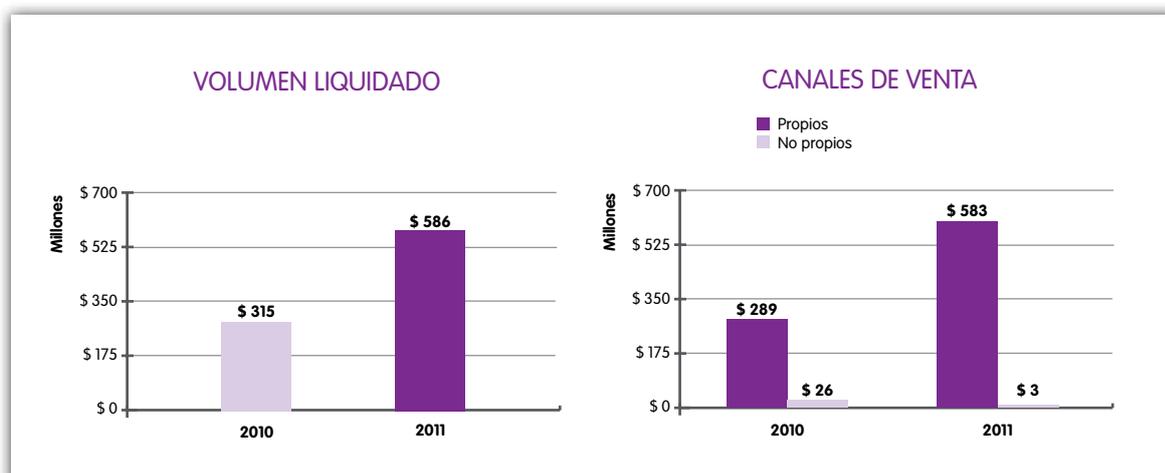
**que se trata de una inversión a largo plazo y en moneda nacional.**

A partir de este instrumento emblemático en la historia de nuestro Banco, en 2004 relanzamos la colocación en el mercado de capitales local de las Cédulas Hipotecarias Argentinas, respaldadas por una cartera de préstamos hipotecarios con historial de excelente comportamiento de pago y un rendimiento atractivo, superior a opciones de similar riesgo. **En un período de 7 años hemos colocado 14 series de fideicomisos CHA, con excelente desempeño, pleno cumplimiento y altos porcentajes de sobre suscripción.**

**Durante el 2011 hemos realizado acciones que buscan posicionar a las cédulas hipotecarias y generar un aporte al cambio cultural en materia de ahorro,** otorgando beneficios a los tomadores de créditos quienes realizando una mínima inversión en cédulas contribuyen a que más argentinos puedan tener su casa propia.

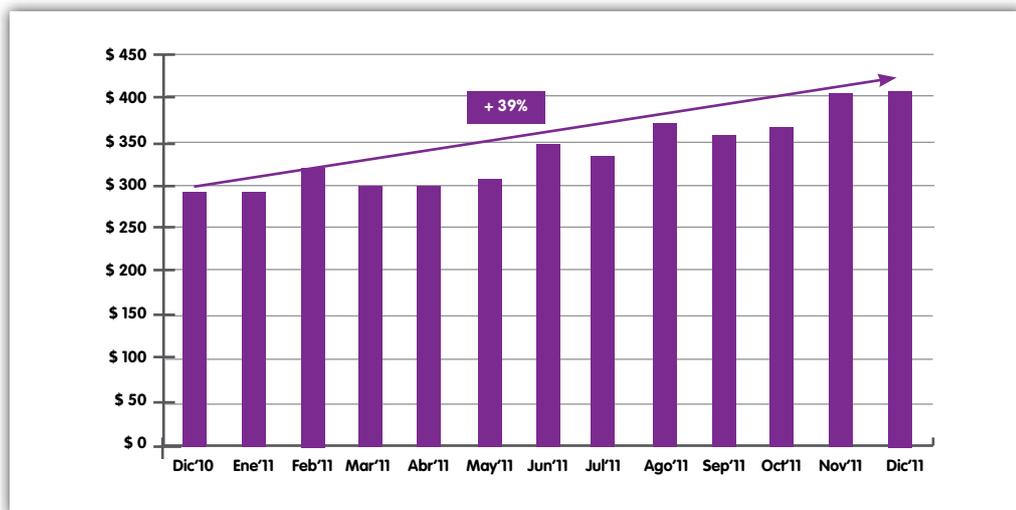
## Préstamos Personales

**Nuestro producto Préstamos Personales crece año tras año.** En el 2011 el total de volumen liquidado fue de \$ 586 millones. Principalmente los préstamos personales fueron dados a través de canales de venta propios.



## Tarjetas

El Banco se encuentra dentro de las principales entidades emisoras del Sistema Visa. **Nuestra Tarjeta de Crédito y Préstamos Personales fortalecen el financiamiento para el consumo y el hogar de nuestros clientes.**



## Alianzas Comerciales

Durante el 2011 **potenciamos nuestro liderazgo en cuanto a beneficios de ahorros y cuotas sin interés en Tarjetas de Crédito y Débito**, acompañando a nuestros clientes en sus compras con la incorporación de más de 50 grandes marcas. Entre las mismas se encuentran:



## Espacio Dueños

**Espacio Dueños es el programa de Banco Hipotecario que premia las compras de sus clientes.** A través del consumo realizado con las tarjetas cancheras de débito y crédito del Banco, los clientes suman puntos que luego pueden canjear por premios en distintos rubros: belleza y salud, viajes y turismo, electrónica, tiempo libre, entre otros.

**Este programa además les brinda la posibilidad a los clientes de transformar**

**sus puntos acumulados en un beneficio para la comunidad.** Espacio Dueños cuenta con una sección especial "Para Ayudar" donde los clientes destinan sus puntos para colaborar con una organización social de nuestro país.

**Hasta el momento la organización beneficiada ha sido "Un Techo para mi País"** cuya misión es construir viviendas para diferentes comunidades vulnerables con la participación de voluntarios. Los clientes canjean sus puntos por materiales como pilotes, aislantes, pisos y paneles para construir las viviendas.

## Canales Electrónicos

**En los últimos años, con el crecimiento de Internet y las nuevas tecnologías, decidimos utilizar estas herramientas con el fin de tener una comunicación**

**más fluida y cercana con nuestros clientes.** Hoy contamos con más de 200.000 usuarios con quienes logramos una fuerte interacción respetando siempre las políticas que rigen Internet y las redes sociales.

### A. Web institucional

Contamos con un portal institucional [www.hipotecario.com.ar](http://www.hipotecario.com.ar) que en el 2011 tuvo un incremento del 17% en la cantidad de usuarios.

### B. Redes sociales



**Somos líderes con nuestra presencia en redes sociales.** Fuimos el primer banco argentino en estar presentes en Google +, la red social de Google, y los primeros en alcanzar los 100.000 fans en Facebook. Nuestro principal foco está en [www.facebook.com/tarjetascancheras](http://www.facebook.com/tarjetascancheras) donde los usuarios son mayoritariamente mujeres con un 65% de participación. Diariamente mantenemos un vínculo con nuestros usuarios, estamos atentos a sus necesidades, les presentamos los beneficios, descuentos y productos en imágenes y respondemos sus inquietudes con inmediatez. Para el cuidado del medioambiente fomentamos la recepción del e-resumen evitando el uso de papel.

### C. Portal para empresas

Desarrollamos un portal especializado para nuestros clientes empresa.

#### D. Banca móvil

Durante el 2011 realizamos distintas innovaciones para dispositivos móviles:

- » Servicio de Banca Móvil para BlackBerry, iPhone.
- » Consulta de saldo de tarjeta de crédito y préstamos personales.
- » Pago de consumos de tarjeta de crédito.
- » Consulta de saldos y últimos movimientos.
- » Constitución de Plazo Fijo.
- » Transferencia entre cuentas misma moneda, mismo titular.
- » Consulta de ubicación de sucursales, cajeros y descuentos para los usuarios.
- » Geolocalización, la banca móvil del Banco reconoce la ubicación del dispositivo móvil y logra así brindar información cercana a esa ubicación.
- » Portal WAP, sitio para móviles. Presentamos el aplicativo en el Congreso Felaban de Cartagena de Indias (Agosto 2011) y en el Congreso de Marketing Bancario AMBA.

### Procesos sin papeles

A partir de la iniciativa impulsada por la Gerencia de Servicios Corporativos, profundizamos nuestro compromiso con la preservación ambiental impulsando una toma de conciencia dentro del Banco, convencidos de que el cuidado del ambiente es un desafío en conjunto.

Estamos implementando una iniciativa que denominamos "Procesos sin papeles" a partir de repensar el uso del mismo dentro de nuestras oficinas. Luego de un minucioso análisis, hemos detectado que el 60% de las impresiones

realizadas en el Banco se transforman en desperdicio ya que no se archivan ni llegan a manos de los clientes.

Este desafío implica un cambio cultural interno. Para dicho cambio ya contamos con varios procesos digitalizados que demuestran que la iniciativa "Procesos sin papeles" es posible:

- » Control de operaciones monetarias mediante canales electrónicos de personas físicas.
- » Operaciones de cuentas corrientes de clientes corporativos.
- » Evaluación de desempeño.
- » Autorización de licencias.
- » Rendición de gastos.
- » Gestión de viajes.
- » Visualización de recibos de sueldos.
- » Pedidos a UPC.
- » Certificaciones de homologación.
- » ABM de Parametrías.

## Sucursal ecológica

**Estamos desarrollando nuestra primera sucursal ecológica en la localidad de San Miguel, Provincia de Bs. As.** Esta sucursal es construida bajo criterios de cuidado del medioambiente en línea con las nuevas tendencias en arquitectura sustentable. Los materiales utilizados para su construcción incluyen madera con certificación FSC proveniente de bosques con adecuado manejo forestal, pisos y cielorrasos modulares reciclados y films de control solar en la fachada para bloquear la incidencia de los rayos UV hasta un 99%, entre otros.

**La sucursal cuenta además con un diseño para lograr un consumo eficiente de los recursos naturales.** Se recolectarán aguas grises (de condensación de equipos de aire acondicionado) que se filtrarán y reutilizarán para descarga de inodoros logrando un ahorro de un 30-40% del

consumo de agua potable. También se juntará el agua de lluvia para riego por aspersores, lo que posibilita un ahorro del 100% del consumo de agua potable. Finalmente se utilizarán depósitos de doble descarga para obtener un ahorro del 50% en el uso de agua.

**Por otro lado, se utilizarán energías alternativas** como la energía solar con el reemplazo del termostato eléctrico por un colector solar y tanque de almacenamiento que permite un ahorro de un 50 a 75% en el consumo de energía de la red. La instalación de iluminación LED que promueve una mayor vida útil de las lamparitas, una baja generación de calor y de consumo y un ahorro del 80% en el consumo de energía eléctrica. También se empleará un eolo generador para la iluminación de la marquesina, el hall y las áreas exteriores.

**Finalmente se contará con una buena calidad de aire interior** con aire acondicionado tipo roof top con refrigerante ecológico y conservación de áreas verdes con un jardín con vegetación autóctona que ocupa el 38% del terreno.





125 AÑOS  
CREANDO  
DUEÑOS

# NOSOTROS EN LA COMUNIDAD



**Desde hace 125 años nuestra misión histórica es crear dueños facilitando el acceso a la vivienda a los argentinos.** Esta misión social ha marcado nuestro rumbo desde nuestros orígenes y nos ha permitido desarrollar nuestro negocio siempre pensando en colaborar con el crecimiento y desarrollo de nuestro país y sus habitantes.

La empatía que generamos con la comunidad nos ha acercado a líderes sociales y organizaciones para construir juntos una mirada integral de los temas que preocupan hoy a nuestra sociedad. En consecuencia, **hemos decidido desarrollar e implementar programas que aborden los siguientes ejes comunitarios: Educación, Inclusión social e Inserción laboral, Medioambiente y Voluntariado.**

**Estos 4 ejes se enmarcan en una estrategia anual que lleva adelante la Gerencia de Relaciones Institucionales y con la Comunidad del Banco.** A partir de la definición de la estrategia, se diseña e implementa un plan de acción para el año con herramientas de medición que permiten definir nuevas metas para el siguiente período. El plan de acción es aprobado por el Comité de Asuntos Sociales integrado por las principales autoridades del Banco.

Nuestro impacto positivo en la comunidad y en el medioambiente se multiplica cada año a través de una mayor inversión de recursos económicos y materiales. **En el año 2011 destinamos \$ 5.327.000 para el crecimiento y bienestar de distintas comunidades y grupos sociales de nuestro país.** Esta inversión se canalizó a través de 22 programas que llevamos adelante en diferente provincias.

## EDUCACIÓN

El acceso a la educación es clave para el desarrollo de todo ser humano y para sus oportunidades futuras de crecimiento. Los **7 programas educativos** que apoyamos y son llevados adelante por organizaciones de larga trayectoria se focalizan en lograr una mejora en la calidad educativa de nuestro país, la promoción de políticas

públicas, el acceso a la educación de grupos vulnerables, el mejoramiento de la infraestructura de escuelas rurales y la difusión de una cultura solidaria, entre otros objetivos. **En el año 2011 tuvimos un impacto en 13.083 personas.**





### Dueño de una pasión: donación a la escuela de Racing Club

Desde el año 2010 acompañamos a Racing Club, institución centenaria con la que nos sentimos unidos a partir del lema "Dueño de una pasión". Esta frase, que forma parte la camiseta del club, condensa la historia de ambas instituciones: en nuestros 125 años creamos millones de dueños con la misma pasión que millones de hinchas de Racing en sus 108 años de historia se sienten dueños de los colores de su camiseta.

Iniciamos nuestro vínculo con Racing en el 2010 a partir del sponsoreo de su camiseta y continuamos con el lanzamiento de las tarjetas de crédito y débito "Dueño de

una pasión" con todas las promociones de las tarjetas cancheras del Banco y beneficios exclusivos para los hinchas de "La Academia". En el año 2011 fortalecimos y profundizamos aún más esta relación con una donación de \$ 200.000 al Colegio Racing Club.

La donación aportada por el Banco se utilizó para realizar varias obras en la institución. De la ceremonia de entrega de la donación participaron las principales autoridades de ambas instituciones y el Banco recibió una plaqueta conmemorativa por parte de Racing Club.

**Impacto económico:** \$ 200.000.-  
**Impacto social:** 200 alumnos.  
**Impacto ambiental:** Buenos Aires.  
[www.racingclub.com.ar/seccion/5](http://www.racingclub.com.ar/seccion/5)





### “Escuelas del Bicentenario” – IIPE / UNESCO

Desde el año 2007 apoyamos el proyecto “Escuelas del Bicentenario” que trabaja para lograr una mejora a gran escala de la educación en nuestro país. **Este proyecto busca transformar las condiciones de salud básicas para el aprendizaje de los alumnos, la gestión institucional de las escuelas, el desarrollo de las principales áreas académicas** y el funcionamiento de los institutos de formación docentes locales. En su implementación

involucra a todos los niveles del sistema educativo: responsables del diseño de políticas educativas, supervisores del nivel intermedio, directivos, maestros y miembros de la comunidad educativa.

**Impacto económico:** \$ 430.000.-

**Impacto social:** 5.237 directivos, docentes y alumnos.

**Impacto ambiental:** Chaco y Corrientes.

[www.ebicentenario.org.ar](http://www.ebicentenario.org.ar)



#### ESCUELAS DEL BICENTENARIO

	2007	2008	2009	2010	2011
INVERSIÓN	\$ 300.000	\$ 345.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 430.000
BENEFICIARIOS	5.197	5.200	6.080	7.400	5.237



### “Escuelas rurales a nuevo” – APAER

En el año 2006 sellamos una alianza con la Asociación Civil de Padrinos y Alumnos de Escuelas Rurales (APAER) para construir y reparar escuelas ubicadas en zonas alejadas de los centros urbanos de nuestro país. **Con 6 años de trabajo conjunto se logró transformar casillas de madera que oficiaban de aulas por escuelas construidas con material adecuado a la región**, se acondicionaron cocinas, comedores, aulas, baños y se realizaron

perforaciones para la obtención de agua potable, entre otras reparaciones. En cada una de las construcciones participaron los miembros de la comunidad cercana a cada escuela.

**Impacto económico:** \$ 75.000.-

**Impacto social:** 232 profesores y alumnos.

**Impacto ambiental:** Corrientes, Formosa y Misiones.

[www.apaer.org.ar/campanias](http://www.apaer.org.ar/campanias)

#### ESCUELAS RURALES A NUEVO

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
INVERSIÓN	\$ 400.000	\$ 800.000	\$300.000	\$50.000	\$82.500	\$ 75.000
<b>BENEFICIARIOS</b>	<b>110</b>	<b>150</b>	<b>275</b>	<b>105</b>	<b>300</b>	<b>232</b>
ESCUELAS	5	7	13	3	5	12



### “Becas Familiares” - Cáritas

Becas familiares está integrado por programas y acciones que se implementan con el fin de lograr el acceso a la educación de grupos vulnerables. **El plan tiene un abordaje integral con 6 programas que se desarrollan de manera gradual y sostenida:** equipamiento de espacios educativos y promoción del voluntariado juvenil,

jóvenes mochileros responsables de actividades lúdicas en las comunidades, becas educativas familiares, becas universitarias, alfabetización de adultos y proyectos innovadores en educación social.

**Impacto económico:** \$ 300.000.-  
**Impacto social:** 4.931 personas.  
**Impacto ambiental:** S. Francisco, Formosa y Viedma.  
[www.caritas.org.ar](http://www.caritas.org.ar)



#### BECAS FAMILIARES

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
INVERSIÓN	\$109.967	\$156.220	\$270.000	\$625.000	\$450.000	\$300.000
<b>BENEFICIARIOS</b>	<b>950</b>	<b>964</b>	<b>1.330</b>	<b>2.012</b>	<b>3.991</b>	<b>4.931</b>



### “IDEA y Acción Joven” - Fundación Tzedaká

Desde el año 2009 apoyamos los programas “Inclusión Educativa para Adolescentes” (IDEA) y “Acción Joven” los cuales están destinados a familias vulnerables buscando su inclusión educativa y laboral como herramienta de inserción social. **Se trabaja con adolescentes y jóvenes para que puedan concretar su educación secundaria y sostener un proyecto laboral respectivamente.** De esta manera, se

intenta asegurar a niños y jóvenes su permanencia en el ámbito educativo con el objetivo de convertirlos en ciudadanos, con herramientas para desarrollarse en el mundo adulto, fortaleciendo sus capacidades y facilitando su acceso al mercado laboral.

**Impacto económico:** \$ 220.000.-

**Impacto social:** 768 niños y jóvenes.

**Impacto ambiental:** Buenos Aires.

[www.tzedaka.org.ar](http://www.tzedaka.org.ar)



### “Cátedra de Cultura Solidaria” – Red Solidaria

Esta cátedra tiene como objetivo instaurar una cultura solidaria en Argentina. **Se lleva adelante mediante un curso gratuito estructurado en torno a la exposición de las temáticas que involucran a la solidaridad** (niños perdidos, vivienda, donación de órganos, desnutrición, personas en situación de calle, comedores comunitarios, donación de sangre), convocando para ello a un cuerpo

docente compuesto por personas con un alto grado de conocimiento de la temática solidaria. Además se dictan clases orientadas a la práctica general de la solidaridad a través de la transferencia de la experiencia de la Red Solidaria.

**Impacto económico:** \$ 32.125.-

**Impacto social:** 1.715 personas.

**Impacto ambiental:** Buenos Aires, La Pampa, Mendoza, Santiago del Estero, Río Negro, Tierra del Fuego, Santa Rosa, Santa Fe y Tucumán.

[www.redsolidaria.org.ar/catedra-de-cultura-solidaria.php](http://www.redsolidaria.org.ar/catedra-de-cultura-solidaria.php)

#### CATEDRA DE CULTURA SOLIDARIA

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
INVERSIÓN	\$ 14.400	\$ 14.400	\$ 17.400	\$ 20.400	\$ 25.500	\$ 32.125
BENEFICIARIOS	800	650	650	1.505	2.050	1.715

### “Promoción Cultural” - Ley de Mecenazgo

La Ley de Mecenazgo permite financiar actividades culturales a partir de un incentivo fiscal para quienes destinen aportes. En 2011 apoyamos 4 proyectos: 10 becas para jóvenes músicos de ciudades del interior,

edición de 10 libros de autores en idish presentados en la Feria del Libro, remodelación de la sala permanente del Museo Judío y edición de 1.000 ejemplares de un catálogo con las últimas incorporaciones de obras a la colección del Museo de Arte Moderno.

**Impacto económico:** \$ 507.556.-

**Impacto ambiental:** Buenos Aires y varias ciudades del interior.

## INSERCIÓN LABORAL E INCLUSIÓN SOCIAL

Una sociedad inclusiva posibilita que todos sus integrantes puedan desarrollarse y crecer como personas. En este eje desarrollamos **11 proyectos** con un fuerte impacto en la comunidad. Desde la construcción de viviendas de emergencia, la prevención en adicciones y hasta la inclusión de personas con discapacidad a través del deporte, las acciones que apoyamos en esta línea beneficiaron a **21.349 personas**.

### **125 horas por la Patagonia: innovadora campaña en Internet**

**Nos sumamos a la original campaña de la fundación Just One Planet, una organización sin fines de lucro dedicada a impulsar causas de interés social a través de Internet. La campaña buscó ayudar a la región de la Patagonia, declarada zona de desastre luego de la erupción del volcán Puyehue en el 2011. La fundación creó e implementó una campaña a través de Facebook con el objetivo de apoyar 3 causas de organizaciones sociales que trabajaban en la zona afectada.**

**Durante 5 días y 5 horas** las personas eligieron la causa que más les gustaba y su voto se transformó en dinero donado. Bajo el lema "125 horas por la Patagonia", en conmemoración de los 125 años del Banco, **esta novedosa iniciativa recaudó 520 mil pesos que fueron repartidos**

**entre las tres causas.** Además junto con su voto, los participantes podían donar voluntariamente la suma de 25 pesos.

**El dinero recaudado se destinó a la ONG "Cruzada Patagónica"** para generar alternativas productivas junto a trabajadores rurales, a **"Reconstruyendo La Angostura"** para la contratación de cuadrillas para la remoción de la arena volcánica, generando nuevos puestos de trabajo en la región de Villa La Angostura y a **"Hábitat para la Humanidad Argentina"** para su proyecto de reconstrucción de techos en ingeniero Jacobacci, que restauró las condiciones de vida de las familias afectadas por la caída de ceniza.

**Más de 46 mil seguidores apoyaron la campaña a través de Facebook,** donde además intercambiaron material sobre la delicada situación de esta porción de la patagonia argentina, logrando no sólo colaborar con las causas sino también generar conciencia. A su vez, 600 voluntarios virtuales de todo el mundo contribuyeron al éxito de la iniciativa.



**Impacto económico:** \$ 520.000.-

**Impacto social:** 292 personas.

**Impacto ambiental:** Neuquén y Río Negro.

[www.facebook.com/125horas](http://www.facebook.com/125horas)





### “Construcción de viviendas de emergencia” - Un Techo para mi país

**Un Techo para mi País (UTPMP) realiza su trabajo en asentamientos urbano-marginales a través de un proyecto que consta de 3 etapas: construcción de viviendas de emergencia, habilitación social y comunidad sustentable.** Con presencia en 19 países de Latinoamérica, esta organización no gubernamental está liderada por jóvenes voluntarios. En el año 2009 sellamos una alianza con UTPMP para apoyar con recursos económicos su expansión regional en Argentina y la construcción de

viviendas en diversas regiones de nuestro país con la participación de cerca de 400 colaboradores del Banco. Además dentro de “Espacio Dueños”, programa que premia la compra que realizan nuestros clientes, los mismos tienen la posibilidad de canjear sus puntos acumulados por materiales de construcción para beneficiar a UTPMP.

**Impacto económico:** \$ 1.200.000.-

**Impacto social:** 336 familias.

**Impacto ambiental:** Buenos Aires, Cerro de Las Rosas, Córdoba, Jujuy, Neuquén, Posadas, Resistencia, Río Cuarto, Salta y Villa María.

[www.untechoparamipais.org/argentina](http://www.untechoparamipais.org/argentina)





### **“Programa de Mejoramiento de Vivienda” - Fundación Sagrada Familia**

El PRO.ME.VI está destinado a familias en situación habitacional precaria. **Se desarrolla a través de microcrédito grupal, con garantía solidaria, para la construcción o mejoramiento gradual de la vivienda.** Incluye asesoramiento técnico

constructivo y acompañamiento social. El dinero prestado a una familia, se devuelve a la Fundación en el lapso de 6 meses y puede volver a convertirse en préstamos dos veces más descontado los gastos del programa. Desde 2008 trabajamos junto con la Fundación Sagrada Familia para lograr que las familias participantes asuman responsablemente un compromiso de trabajo y el esfuerzo económico que representa la devolución del microcrédito.



**Impacto económico:** \$ 45.000.-  
**Impacto social:** microcréditos otorgados a 37 familias.  
**Impacto ambiental:** Boulogne.  
[www.sagradafamilia.org.ar/promevi.html](http://www.sagradafamilia.org.ar/promevi.html)

#### SAGRADA FAMILIA

	2008	2009	2010	2011
INVERSIÓN	\$ 11.400	\$ 10.200	\$ 12.600	\$ 45.000
BENEFICIARIOS	65	240	150	200



### “Casa Íntegra” – Asociación Civil Íntegra

La Asociación se dedica a la **prevención y atención del uso o abuso de drogas, así como a la investigación y capacitación de agentes multiplicadores**. Íntegra surge a partir de las inquietudes que despertó en sus miembros

**Impacto económico:** \$ 360.000.-

**Impacto social:** 60 personas.

**Impacto ambiental:** barrios de Ciudad Oculta, Villa Cildañez, Piedrabuena y Villa Lugano (Buenos Aires).

[www.asociacionintegra.com.ar](http://www.asociacionintegra.com.ar)

la falta de espacios que contemplen un abordaje integral acorde a la realidad y el entorno de las personas con problemas de adicciones a las drogas. Está compuesta por un equipo interdisciplinario de profesionales formado en valores como el respeto, la convivencia, la ayuda mutua y el afecto. Apoyamos a la organización en su trabajo terapéutico en distintos barrios de Buenos Aires.

### “Una granja para todos” – INTA

Una granja para todos trabaja con grupos familiares en el **desarrollo de emprendimientos productivos para el**

**Impacto económico:** \$ 38.400.-

**Impacto social:** 4.200 familias.

**Impacto ambiental:** Buenos Aires

**auto sustento de los participantes en el marco del programa Pro Huerta del INTA.** Aportamos recursos económicos anualmente para la expansión del proyecto a nuevas localidades.

### “Investigación sobre adicciones” - Fundación Convivir

La Fundación trabaja por la prevención del uso indebido de drogas, la rehabilitación del adicto y su reinserción social, favoreciendo la inclusión social y ayudando a dar respuesta a otras problemáticas, con el apoyo de entidades públicas y privadas del ámbito nacional e internacional. Por segundo año consecutivo, **aportamos recursos económicos para la realización de una investigación sobre los factores que favorecen la rehabilitación de adolescentes en tratamiento por consumo de paco.**

**Impacto económico:** \$ 49.800.-

**Impacto ambiental:** Villa 21-24  
Zavaleta (Buenos Aires).

[www.convivir.org](http://www.convivir.org)



### “Nuevas Olimpíadas Especiales Argentina”

Desde hace 7 años promovemos la inclusión social de personas con discapacidad intelectual a través del deporte junto a **Nuevas Olimpíadas Especiales Argentina (NOEA)** en todo el país. **Nos comprometimos a acompañar a NOEA apoyando el desarrollo de sus programas que brindan información, enseñanza, perfeccionamiento y**

**competición en deportes de tipo olímpicos a personas discapacitadas** en 14 provincias argentinas. Este acuerdo fue posible gracias a una visión compartida donde junto con **NOEA** apoyamos la inclusión de las personas con discapacidad intelectual a la sociedad, bajo condiciones de igualdad que les permitan ser aceptados y respetados por sus capacidades.

**Impacto económico:** \$ 28.200.-

**Impacto social:** 1.925 atletas.

**Impacto ambiental:** Buenos Aires, La Pampa, Mendoza, Santiago del Estero, Río Negro, Tierra del Fuego, Santa Rosa, Santa Fe y Tucumán.

[www.olimpiadaespecial.org.ar](http://www.olimpiadaespecial.org.ar)





### **“Proyecto Esperanza” – Obispado de San Isidro**

El Proyecto Esperanza es un emprendimiento de la Diócesis de San Isidro que tiene por objeto **dar una respuesta integral a los problemas de marginalidad y exclusión social que afectan a importantes sectores**. Para ello se propone generar en las comunidades marginadas el deseo y la posibilidad de integrarse efectivamente a la sociedad renovando su esperanza de tener una vida digna vivida

en libertad. Apoyamos este proyecto con el aporte de recursos económicos para su crecimiento.

**Impacto económico:** \$ 120.000.-

**Impacto social:** 280 personas.

**Impacto ambiental:** Olivos.

[www.proyectoesperanza.org.ar](http://www.proyectoesperanza.org.ar)





### “Botines solidarios”

La Fundación tiene como misión fomentar la unión del rugby social en toda la Argentina, ofreciendo **un espacio donde los niños y adolescentes puedan participar de una actividad en la que utilizando el rugby y sus valores como**

**medio, se desarrolle un sentimiento de pertenencia e inclusión social.** Realizamos un aporte para el programa “Rugby y Hockey Social” que consiste en la práctica de estos deportes en “Puerto Pibes” con adolescentes de la Villa 31 de Retiro, la Villa 21-24 de Barracas, la Villa 1-11-14 de Bajos Flores y Villa Soldati.

**Impacto económico:** \$ 84.000.-

**Impacto social:** 96 personas.

**Impacto ambiental:** Villa Soldati, Villa 31 Retiro, Villa 21-24 Zavaleta, Villa 1-11-14 Bajo Flores (Buenos Aires).

[botines-solidarios.org.ar](http://botines-solidarios.org.ar)





### **“Merendero Río Luján” - Manos en acción**

Manos en Acción es una Asociación Civil sin fines de lucro, formada por un equipo de voluntarios con distintas formaciones profesionales y laborales, que tiene la convicción de contribuir a mejorar la condición de vida de familias carenciadas. Sus fundadores tienen una vasta experiencia en la temática, desarrollada en la comunidad de los Barrios Manzanares y Río Luján del Partido del Pilar. **Colaboramos para la terminación del “Merendero**

**Río Lujan” que le brinda almuerzo a 110 chicos diariamente** y donde se llevan a cabo talleres de costura y, al mismo tiempo, funciona un consultorio odontológico para tratar a los niños del merendero y aquellos de la zona que no tengan ninguna obra social.



**Impacto económico:** \$ 25.000.-

**Impacto social:** 110 niños.

**Impacto ambiental:** Pilar (Buenos Aires).

[www.manosenaccionargentina.org](http://www.manosenaccionargentina.org)



### "Donación para equipamiento hospitalario" - COAS

COAS es una organización que colabora con el equipamiento de aparatología de última generación en los hospitales públicos del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Su objetivo es lograr que los pacientes reciban una atención médica de calidad, que garantice una verdadera inclusión social.

En el año 2011 **concretamos una donación que se destinó para equipar la guardia del Hospital General de Agudos "Dr. Carlos G. Durand" y el Hospital de Infecciosas "Dr. Francisco Javier Muñiz".**

**Impacto económico:** \$ 110.000.-  
**Impacto ambiental:** Buenos Aires.  
[www.coas.org.ar](http://www.coas.org.ar)



## MEDIOAMBIENTE

El cuidado del medioambiente y el uso eficiente de la energía son muy importantes para el futuro de nuestro Planeta y de las próximas generaciones. **En este eje desarrollamos 3 campañas de concientización interna y una acción para cambiar nuestros hábitos de consumo y utilización de los recursos.** Nuestras campañas se dirigieron a nuestros más de 1.500 colaboradores quienes con su participación activa recolectaron 1.000 lamparitas para su correcta disposición final y enviaron 56.945 kilos de papel y 123 kilos de plástico para ser reciclados.



### **“Prendete al bajo consumo”: Campaña de uso eficiente de la energía**

En el 2011 implementamos la campaña interna “Prendete al bajo consumo” para **concientizar a nuestros colaboradores sobre el uso eficiente de la energía en sus hogares a través de la utilización de lámparas de bajo consumo (LFC).**

A lo largo de los 10 días de duración de la campaña, nuestros colaboradores se informaron sobre la necesidad mundial de ser más eficientes energéticamente, la matriz energética de nuestro país y la **implementación de la ley 26.473 que prohíbe la importación y comercialización de lámparas incandescentes a partir del 31 de diciembre de 2011.**

La campaña no sólo giró en torno a la concientización de nuestro Público Interno sino que además **impulsamos el cambio de hábito en nuestros colaboradores a través del**

**intercambio de las lámparas comunes por las de bajo consumo en los hogares.** Para ello, cada colaborador recibió de regalo 1 lámpara de bajo consumo para llevarse a su casa y traer al Banco la lámpara común reemplazada. **Estas lámparas comunes fueron recolectadas en contenedores especiales** ubicados en lugares estratégicos del Banco para luego ser retiradas y enviadas a su correcta disposición final a cargo de la Fundación Hábitat y Desarrollo.

Para la comunicación interna de la campaña desarrollamos una gráfica especial y utilizamos distintas herramientas de difusión como: mensajes en cada computadora, mails de comunicación interna, afiches para carteleros y charlas de concientización presenciales. **Durante la campaña se recolectaron más de 1.000 lamparitas.**

**Impacto medio ambiental:** se recolectaron 1.000 lamparitas.



### “Comprometidos con nuestro papel y plástico” – Fundación Garrahan

Desde hace 10 años dentro de nuestras oficinas hemos implementado una **campana 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 que obtiene recursos económicos para el desarrollo integral del Hospital. En el 2011 junto con todos nuestros colaboradores logramos

recolectar 56.945 kilos de papel y 123 kilos de plástico (49.200 tapitas) que fueron enviadas a la Fundación. Con la donación de papel realizada se evitaron la tala de aproximadamente 969 árboles. **Con ambas donaciones ingresaron a la Fundación \$ 40.000 que posibilitaron continuar con el programa de oxigenoterapia.** Para el mismo se compraron soportes de oxígeno, mochilas de transporte, oxímetros de pulso, carga de oxígeno, entrega de nebulizadores y aspiradores.

**Impacto ambiental:** recolectamos 56.945 kilos de papel (equivalente a evitar la tala de 969 árboles) y 123 kilos de plástico (49.200 tapitas).



### “Campaña de revalorización de la chatarra electrónica”

Recolectamos internamente desde el año 2007 los aparatos eléctricos y electrónicos del Banco en desuso como plaquetas, pilas y baterías. Estos materiales llamados comúnmente RAEE, en lugar de ser enviados a los rellenos sanitarios, son entregados a Ecogestionar (Silkers), una organización que se encarga del desmontaje y disposición final.

**Impacto ambiental:** entregamos 2.326 kilos de chatarra electrónica para su desmontaje y disposición final.

En el año 2011 el Banco entregó 2.326 kilos de chatarra electrónica. **Este RAEE fue desmontado y clasificado para su posterior exportación a países que se encargan de reutilizarlos** integrándolos nuevamente al ciclo de productos. De esta manera, evitamos que estos materiales contaminen los suelos y generamos un impacto positivo en nuestro medioambiente.

### “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

para que sean reutilizados. En el año 2011 entregamos 101 donaciones a un total de 10 organizaciones ubicadas en las provincias de Buenos Aires, Córdoba, La Pampa, Santa Fe y Santa Cruz.

**Impacto ambiental:** 101 donaciones a 10 organizaciones.

## VOLUNTARIADO

Como organización familiarmente responsable, difundimos la importancia del valor de la solidaridad entre nuestros colaboradores y a nivel corporativo realizamos inversiones sociales en diferentes organizaciones y comunidades. Nuestro equipo interno de voluntarios está integrado por 165 colaboradores de diferentes áreas del Banco. Apoyamos a las organizaciones en las que participan nuestros voluntarios con recursos económicos mensuales y a través de 4 campañas institucionales que en 2011 beneficiaron a 36.051 personas.

### Junto a nuestros voluntarios: apoyo a organizaciones sociales

**Apoyamos a nuestros colaboradores que participan en diferentes organizaciones sociales de nuestro país con recursos.**

Estos colaboradores presentan las entidades en las que participan para recibir donaciones de dinero anuales aportadas por el Banco y recursos materiales que se

recaudan a través de las campañas solidarias que se llevan adelante internamente. Comedores barriales, escuelas, hogares y hospitales reciben recursos económicos que les acercamos para que puedan llevar adelante sus tareas en la comunidad. Miles de familias, alumnos y pacientes son beneficiados por este apoyo.

Queremos compartirles las historias de 5 organizaciones:

#### ASOCIACIÓN CIVIL CONDUCIENDO A CONCIENCIA

El 8 de octubre de 2006 un grupo de estudiantes de Capital Federal volvía desde Chaco de un viaje con fines solidarios. Pero 9 de ellos y su profesora perdieron la vida en un choque entre el micro en el que viajaban, conducido por alguien sin experiencia ni habilitado para hacerlo y un camión, cuyo conductor estaba alcoholizado, en una ruta no dimensionada para el tránsito que posee. A raíz de la tragedia, familiares y amigos de las víctimas se movilizaron con el propósito de **crear conciencia en la sociedad de la situación vial de nuestro país** para que cada uno cuide su propia vida y la de los otros, cumpliendo la ley y exigiendo que se cumpla.

**En el año 2011 aportamos fondos para las distintas campañas de concientización vial** como recitales, lanzamiento del libro "Despertar Conciencia Vial", difusión en medios de comunicación, entre otros.

### ASOCIACIÓN CIVIL PROTECCIÓN DE LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN RIESGO (ACPIAR)

Desde 1994 esta institución realiza un trabajo constante en Santiago del Estero por la protección de la infancia. La Asociación se orienta a la **formación, promoción y desarrollo de adolescentes y jóvenes provenientes de familias de escasos recursos, acompañándolos en su proceso educativo a través de becas anuales.**

**Colaboramos desde hace 8 años acompañando a 4 adolescentes de hogares con carencias económicas becados a través del programa "La Llave".** El mismo permite que los adolescentes puedan comprar útiles escolares, ropa y calzado para actividades físicas, así como también para actos escolares y para su vida diaria. También se les otorga como voto de confianza una suma fija de dinero para comprar elementos personales y en temporada de verano alimentos no perecederos ya que los chicos no cuentan con el comedor escolar.



### CENTRO DE ACCIÓN COMUNITARIA LICEO NORTE

El Centro Comunitario Liceo Norte fue fundado en 1995. **Diariamente le brinda el almuerzo y la cena a más de 150 chicos y sus respectivas familias.** Funciona de lunes a viernes y los días sábados se les entregan viandas. La población que asiste al centro son familias numerosas que viven en extrema pobreza, tanto en lo habitacional, educativo, cultural y laboral. **Actualmente se está construyendo en el mismo predio, una plaza para que los chicos puedan ejercer su derecho a jugar.**

## TALENTOS

La Asociación Civil Talentos fue creada en el año 2005. Su misión es **descubrir y fomentar los talentos personales de los grupos vulnerables**, como ser niños, mujeres, ancianos, aborígenes e inmigrantes.

La asociación genera micro emprendimientos productivos que se adaptan a las necesidades y potencialidades de la comunidad. **En el año 2011 apoyamos el proyecto que se desarrolla en El Bolsón, Provincia de Río Negro, donde funciona un taller de diseño de tejidos y accesorios.** Luego de una capacitación de 10 meses se conformó un grupo emprendedor que confeccionó su primer muestrario para una feria de invierno en el pueblo. Además desde Talentos se realizaron varios encargos con el fin de comercializar los productos en Buenos Aires a través de diversas ferias.



## UNIENDO CAMINOS

Es una organización de la sociedad civil surgida en el 2001 que **se dedica a la educación como herramienta de inclusión social**. Trabaja con jóvenes de bajos recursos económicos en la Villa 21-24 de Barracas, Ciudad de Buenos Aires, y propone un trabajo en red que articule la familia, la escuela y las diferentes organizaciones, involucrando así a todos los que intervienen en el crecimiento del adolescente.

Tienen como objetivo principal acompañar a jóvenes de bajos recursos económicos para que terminen la escuela secundaria y puedan seguir construyendo sus proyectos personales. **Desde el 2010 acompañamos el proyecto "Hacia el Camino Digital" donde participan activamente de talleres de informática 50 jóvenes.**





### Participación interna: campañas institucionales

Para acompañar y fortalecer la continuidad de la labor social de nuestros 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", "Invierno", "Día del Niño" y "Navidad". Participan activamente en las mismas todos los colaboradores del Banco para apoyar a dichas instituciones beneficiadas.



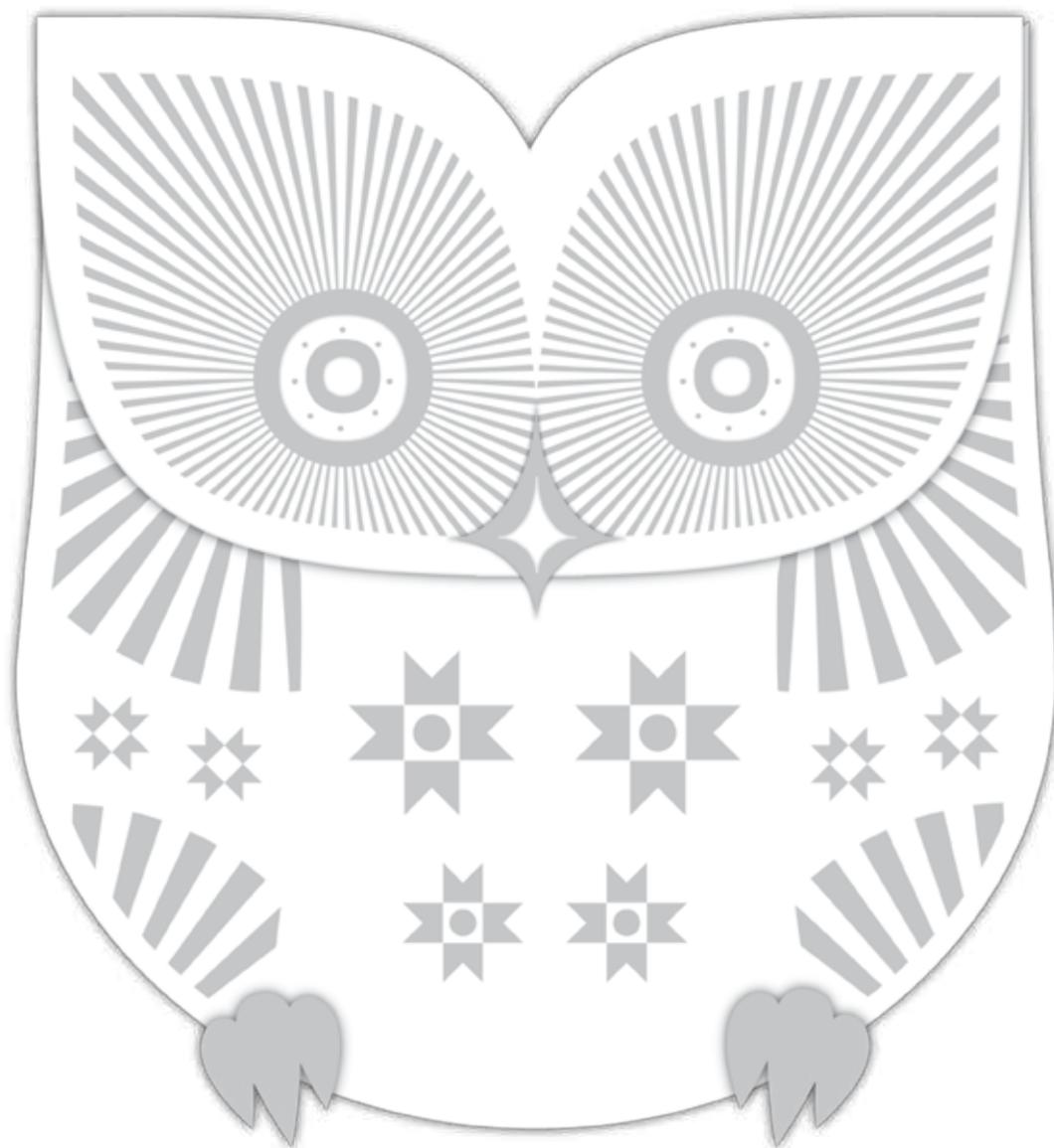
CAMPAÑA	SUCURSALES PARTICIPANTES	INSTITUCIONES BENEFICIADAS	BENEFICIARIOS
PASCUAS	21	56	<b>7.793</b>
INVIERNO	16	23	<b>1.770</b>
DIA DEL NIÑO	9	26	<b>7.888</b>
NAVIDAD	23	55	<b>18.600</b>





## CRECIMIENTO DE NUESTRA INVERSIÓN E IMPACTO SOCIAL

	INVERSIÓN ANUAL	PROGRAMAS	VOLUNTARIOS	BENEFICIARIOS
<b>2006</b>	\$ 2.000.000	15	52	<b>18.200</b>
<b>2007</b>	\$ 2.500.000	20	61	<b>29.571</b>
<b>2008</b>	\$ 2.200.000	20	60	<b>35.000</b>
<b>2009</b>	\$ 2.500.000	23	75	<b>43.000</b>
<b>2010</b>	\$ 3.300.000	19	150	<b>45.000</b>
<b>2011</b>	<b>\$ 5.327.000</b>	<b>22</b>	<b>165</b>	<b>69.800</b>



# ÍNDICADORES GRI

En este Reporte aplicamos los Indicadores Internacionales del Global Reporting Initiative (GRI). Utilizamos la versión G 3.1 y el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros. La calificación obtenida fue C.

Indicador	Referencia
1.1 Declaración del máximo responsable de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Página 3
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Páginas 13, 14 y 15
2.1 Nombre de la organización.	Páginas 8 y 9
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	Páginas 11, 32 a la 42
2.3 Estructura operativa de la organización.	Páginas 9 y 10
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	Reconquista 101, Bs. As., Argentina
2.5 Países en los que opera la organización.	Argentina
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	Páginas 8 y 9
2.7 Mercados servidos.	Página 12
2.8 Dimensiones de la organización informante.	Página 11
2.9 Cambios significativos durante el período cubierto por el Reporte en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	No hubo cambios significativos
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	Recibimos el "Premio a la Solidaridad" en la categoría Grandes Donantes otorgado por COAS, un reconocimiento especial de Talentos Asociación Civil por nuestro apoyo al desarrollo sustentable de comunidades de nuestro país y un reconocimiento de APAER por los 5 años de trabajo.
<b>3. PARÁMETROS DEL REPORTE</b>	
3.1 Período cubierto por la información contenida en el Reporte.	Enero a Diciembre 2011
3.2 Fecha del Reporte anterior más reciente.	Informe de Acciones Sociales 2010
3.3 Ciclo de presentación del Reporte.	Anual
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte o su contenido.	Paula Solsona, Líder de Asuntos Sociales, psolsona@hipotecario.com.ar
3.5 Proceso de definición del contenido del Reporte.	Página 5
3.6 Cobertura del Reporte.	Página 5
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Reporte.	No se reportan las empresas subsidiarias
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre períodos y/o entre organizaciones.	No exista dicha base
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.	Página 5

<b>3.10</b>	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a Reportes anteriores.	No existe tal reexpresión, es nuestro primer Reporte
<b>3.11</b>	Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Reporte.	No existen tales cambios
<b>3.12</b>	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el reporte.	Página 1
<b>3.13</b>	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del Reporte.	No hubo verificación
<b>4.</b>	<b>GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	
<b>4.1</b>	Estructura de gobierno de la organización.	Páginas 9 y 10
<b>4.2</b>	Detallar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	No ejerce un cargo ejecutivo
<b>4.3</b>	Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Páginas 9 y 10
<b>4.4</b>	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Páginas 10 y 20
<b>4.5</b>	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	N/D
<b>4.6</b>	Procedimientos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	N/D
<b>4.7</b>	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	N/D
<b>4.8</b>	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social.	Página 10
<b>4.9</b>	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social.	N/D
<b>4.10</b>	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	N/D
<b>4.11</b>	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Página 13
<b>4.12</b>	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Páginas 46 a 70
<b>4.13</b>	Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Participamos de la "Asociación de Bancos públicos y privados de la República de Argentina" (ABAPPRA), de la "Asociación de Bancos Argentinos" (ADEBA) y de "IDEA"
<b>4.14</b>	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Los grupos de interés fueron relevados pero el diálogo con ellos aún no fue abierto
<b>4.15</b>	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	No existe dicha base aún.
<b>4.16</b>	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	N/D
<b>4.17</b>	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés.	N/D

Indicador	Página de referencia	
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>		
<b>EC1</b>	Valor económico directo generado y distribuido.	Páginas 14, 15 y 70
<b>EC2</b>	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	N/A
<b>EC3</b>	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Página 23
<b>EC4</b>	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	No se recibieron
<b>EC5</b>	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Los salarios de todos nuestros colaboradores se encuentran por encima del salario mínimo, vital y móvil
<b>EC6</b>	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Página 31
<b>EC7</b>	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	N/D
<b>EC8</b>	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Páginas 47, 49, 54, 58, 61, 62 y 64
<b>EC9</b>	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos.	Páginas 23, 31, 34, 36 y 70
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO</b>		
<b>LA1</b>	Desglose del colectivo de trabajadores.	Página 18
<b>LA2</b>	Número total de empleados y rotación media de empleados.	Página 18
<b>LA3</b>	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.	Página 23
<b>LA4</b>	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	94 colaboradores a Junio 2012
<b>LA5</b>	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	Se contempla lo establecido por la ley laboral de Argentina
<b>LA6</b>	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados.	N/A
<b>LA7</b>	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	Está en proceso el armado de reportes en este tema
<b>LA8</b>	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, en relación con enfermedades graves.	Se realizan campañas de prevención
<b>LA9</b>	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Banco Hipotecario tiene una política de salud organizacional la cual es informada al sindicato
<b>LA10</b>	Promedio de horas de formación al año por empleado.	Página 21
<b>LA11</b>	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras.	Página 22
<b>LA12</b>	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Página 22
<b>LA13</b>	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla.	Páginas 9 y 10
<b>LA14</b>	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres.	Los salarios son definidos según el puesto y no por género
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>		
<b>HR1</b>	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No existen dichos acuerdos
<b>HR2</b>	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas.	Página 31

<b>HR3</b>	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con los derechos humanos.	N/D
<b>HR4</b>	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Se recibieron 2 denuncias por discriminación
<b>HR5</b>	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas.	No se registraron
<b>HR6</b>	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.	No se registraron
<b>HR7</b>	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas.	No se registraron
<b>HR8</b>	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Personal de seguridad y vigilancia tercerizado de Prosegur recibe formación sobre derechos humanos relevante para su tarea
<b>HR9</b>	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	No se registraron

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

<b>SO1</b>	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	Páginas 46 a 70
<b>SO2</b>	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Páginas 13 y 14
<b>SO3</b>	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	El 87% de los colaboradores fueron capacitados
<b>SO4</b>	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	No se registraron incidentes
<b>SO5</b>	Posición y participación en las políticas públicas y de actividades de "lobbying".	El Banco participa en diferentes cámaras y asociaciones del sector
<b>SO6</b>	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	No se realizaron aportes
<b>SO7</b>	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	No se registraron
<b>SO8</b>	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	No se registraron

#### INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

<b>PR1</b>	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	N/A
<b>PR2</b>	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida.	No se registraron
<b>PR3</b>	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	El Banco opera según el Código de Prácticas Bancarias
<b>PR4</b>	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	No se registraron
<b>PR5</b>	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Página 35
<b>PR6</b>	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing.	N/D
<b>PR7</b>	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	No se registraron

<b>PR8</b>	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	En nuestra gestión con clientes existe el habeas data con las inquietudes de los mismos sobre el registro y utilización de sus datos personales. En 2011 recibimos 250 pedidos que fueron respondidos.
<b>PR9</b>	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	No se registraron

### INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL

<b>EN1</b>	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Página 62 a 64
<b>EN2</b>	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Página 62 a 64
<b>EN3</b>	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	La medición es para Casa Central. Consumo de energía eléctrica: 1.641 kw de 18 a 24 hs y 1.862 kw de 24 a 6 hs. (datos mensuales) Consumo de agua: 4.591 m3 (dato bimestral).
<b>EN4</b>	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	N/D
<b>EN5</b>	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Hemos realizado varios años una campaña de ahorro de energía para público interno
<b>EN6</b>	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía y las reducciones alcanzadas.	N/A
<b>EN7</b>	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	N/A
<b>EN8</b>	Captación total de agua por fuentes.	El agua proviene de una red de servicio público
<b>EN9</b>	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	N/A
<b>EN10</b>	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No se recicla o reutiliza el agua
<b>EN11</b>	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	N/A
<b>EN12</b>	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	N/A
<b>EN13</b>	Hábitats protegidos o restaurados.	N/A
<b>EN14</b>	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N/A
<b>EN15</b>	Número de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones de la organización.	N/A
<b>EN16</b>	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	N/A
<b>EN17</b>	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	N/A
<b>EN18</b>	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	N/A
<b>EN19</b>	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	N/A
<b>EN20</b>	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	N/A
<b>EN21</b>	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	N/A
<b>EN22</b>	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	N/D

<b>EN23</b>	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N/A
<b>EN24</b>	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea.	N/A
<b>EN25</b>	Recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	N/A
<b>EN26</b>	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Página 42
<b>EN27</b>	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil.	N/A
<b>EN28</b>	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	No se registraron
<b>EN29</b>	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	N/D
<b>EN30</b>	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Página 43
<b>SUPLEMENTO SECTORIAL: SERVICIOS FINANCIEROS</b>		
<b>FS1</b>	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio.	Páginas 31 y 32
<b>FS2</b>	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio.	N/D
<b>FS3</b>	Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones.	Páginas 32 y 33
<b>FS4</b>	Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio.	Páginas 62 a 64
<b>FS5</b>	Interacciones con clientes/sociedades participadas /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales.	Páginas 32 y 33
<b>FS6</b>	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión y el sector de actividad.	Páginas 11, 12 y 30
<b>FS7</b>	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio.	Página 14
<b>FS8</b>	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio.	N/D
<b>FS9</b>	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	N/D
<b>FS10</b>	Porcentaje y número de compañías dentro de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	N/D
<b>FS11</b>	Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	N/D
<b>FS12</b>	Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	N/D
<b>FS13</b>	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente.	Página 12
<b>FS14</b>	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas.	N/D
<b>FS15</b>	Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros.	Trabajamos con manuales de procedimientos para el diseño de nuestros productos y servicios.
<b>FS16</b>	Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	Páginas 46 a 52

**COMITÉ DE ASUNTOS SOCIALES**

Eduardo Elsztain  
Ada Maza  
Edgardo Fornero  
Fernando Rubin  
Javier Varani  
Paula Solsona

**GERENTE GENERAL**

Fernando Rubin

**GERENCIA DE ÁREA DE RELACIONES  
INSTITUCIONALES Y CON LA COMUNIDAD****Gerente de Área**

Javier Varani

**Líder de Asuntos Sociales:**

Paula Solsona

**Analistas**

Luciana Rodríguez Prado  
Alejandro Wasserman

**GERENCIA DE PUBLICIDAD****Gerente**

Martín Gastellu

**Jefe**

Maximiliano D'Elia

**Diseño**

Verónica Profeta

**Contenidos:**

Emprendimientos Sustentables S.A.  
[www.esustentables.net](http://www.esustentables.net)







