

# REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2015



## ÍNDICE

3	PALABRAS DEL PRESIDENTE
4	CARTA DEL GERENTE GENERAL
5	MATERIALIDAD
6	COBERTURA Y ENFOQUE DE GESTIÓN
6	ESTRATEGIA DE NEGOCIO
7	ÁREAS DE NEGOCIO
7	EMPRESAS SUBSIDIARIAS
10	VALOR ECONÓMICO
10	PRODUCTOS Y SERVICIOS
15	PRO.CRE.AR.
21	INICIATIVAS PARA MEJORAR EL ACCESO DE PERSONAS EN SITUACIÓN DE DESVENTAJA A LOS SERVICIOS FINANCIEROS
21	PREMIOS Y MENCIONES
22	HUELLA DE IMPACTO

23	GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA Y TRANSPARENCIA
23	GOBIERNO CORPORATIVO
27	CÓDIGO DE ÉTICA
28	PREVENCIÓN Y CONTROL DE FRAUDES
30	GERENCIAMIENTO DE RIESGOS
33	SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN
33	CADENA DE VALOR
33	PROVEEDORES
35	COLABORADORES
46	CLIENTES
49	COMUNICACIÓN Y CULTURA
50	CONSTRUIR COMUNIDAD
50	CULTURA DE RELACIONAMIENTO
51	COMITÉ DE ASUNTOS SOCIALES
51	LINEAMIENTOS DE INVERSIÓN SOCIAL
72	VALOR AMBIENTAL
76	GESTIÓN EN ACCIÓN
80	ESTRATEGIAS PARA EL 2016
81	TABLA DE INDICADORES GRI

# PALABRAS DEL PRESIDENTE

Con alegría les presento el "Reporte de Sustentabilidad 2015" en el cual compartimos nuestra gestión integral en la comunidad. Estamos transitando nuestro año 130 de historia y somos conscientes del orgullo y la responsabilidad de conducir una institución tan representativa para muchas generaciones de argentinos.

Desde nuestros orígenes nos vinculamos con la sociedad de manera muy cercana y siempre atentos a sus necesidades. Constantemente buscamos relacionarnos con organizaciones sociales a través de programas y proyectos que abordan diferentes problemáticas. Hoy estamos presentes junto a más de 350 organizaciones de la sociedad civil.

Quiero destacar especialmente el gran compromiso de la cultura del voluntariado que, gracias a la amplia red de colaboradores de todas las áreas y sectores, trabaja con y para la comunidad. Cada uno de ellos dedica su valioso tiempo brindando ayuda a escuelas, comedores, clubes y hospitales, entre otras organizaciones.

En este camino, afianzamos nuestra misión social y reconocemos el desafío futuro de continuar fortaleciendo los programas en la comunidad. Así crearemos valor compartido en todo el territorio nacional y se potenciará nuestra cultura voluntaria para que, año tras año, más colaboradores sean protagonistas activos en la sociedad de la que todos formamos parte.



**Eduardo S. Elsztain**  
Presidente de Banco Hipotecario

# CARTA DEL GERENTE GENERAL

Este año tan especial nos encuentra celebrando nuestro 130 aniversario. A lo largo de nuestra rica historia, hicimos posible el acceso a la vivienda a cientos de miles de familias, lo que nos convirtió en una institución querida por muchas generaciones de argentinos.

Atentos a las demandas de la sociedad actual, trabajamos para contribuir a que nuestros clientes sean cada vez más dueños de sus propias vidas. Para ello, brindamos todos los servicios financieros, haciendo foco en soluciones integrales para la vivienda en materia de inversión, consumo, créditos hipotecarios y autogestión financiera. A su vez, somos una compañía financiera líder en el gerenciamiento de proyectos constructivos.

En línea con esa visión, construimos vínculos sustentables con individuos, familias, organizaciones y con las comunidades en las que estamos presentes en todas las provincias del país. Lo hacemos a través de diálogos permanentes, con el fin de generar espacios de encuentro plurales y diversos para trabajar juntos en pos del desarrollo social. En el marco de nuestras acciones en la comunidad, nos acercamos a 176.133 personas, con una inversión en proyectos sociales de más 150 millones de pesos en los últimos 10 años y 435 colaboradores trabajando voluntariamente.

Nuestros desafíos futuros como organización implican seguir profundizando una gestión responsable e innovar para lograr un impacto cada vez más positivo de nuestro negocio en la sociedad. Los invito a conocer nuestro recorrido 2015.



**Fernando Rubin**  
Gerente General de Banco Hipotecario

# MATERIALIDAD

Como primer paso del proceso de Reporte 2015, establecimos un diálogo hacia el interior de la organización donde evaluamos la matriz de materialidad definida en el ejercicio anterior y acordamos sostener los temas relevantes comprendidos en esta. Es así como presentamos los impactos económicos, sociales y ambientales así como los aspectos del negocio que pueden influenciar las decisiones de nuestros grupos de interés.

Para la creación de esta matriz, nos basamos en los principios de la "Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad G4", especialmente en la sección "Participación de los Grupos de Interés, Contexto de Sostenibilidad, Materialidad y Exhaustividad". Definimos un total de 9 temas claves que hacen a la materialidad del Banco. Los aspectos ponderados como relevantes fueron los siguientes:

## BANCO HIPOTECARIO

<b>Rentabilidad del Negocio</b>	<b>9</b>
<b>Relacionamiento con el Cliente</b>	<b>8</b>
<b>Capital Humano y Cultural</b>	<b>8</b>
<b>Gobierno corporativo, ética y transparencia</b>	<b>7</b>
<b>Programas de Inversión Social</b>	<b>7</b>
<b>Gestión de Proveedores</b>	<b>7</b>
<b>Impacto Ambiental</b>	<b>6</b>
<b>Seguridad de la Información</b>	<b>6</b>
<b>Canales de Comunicación con los Grupos de Interés</b>	<b>5</b>

Esta matriz es la base para la selección de los indicadores a trabajar durante nuestro proceso de Reporte. De allí se derivan los contenidos claves incluidos en este documento que reflejan nuestra gestión sustentable, logrando que nuestro Reporte sea estratégico, con foco en las acciones realizadas y de fácil consulta.

# COBERTURA Y ENFOQUE DE GESTIÓN

El presente Reporte informa acerca del impacto económico, social y ambiental de Banco Hipotecario para el período Enero a Diciembre 2015. La información reportada se confeccionó a partir de la "Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI)" junto con el "Suplemento Sectorial para la Industria Financiera". En este documento reportamos los aspectos que están relacionados con los temas estratégicos definidos en nuestra matriz de materialidad.

El negocio del Banco se realiza en el territorio argentino a través de su Casa Central y 61 sucursales distribuidas en el país con un total de 2.440 colaboradores. De esta manera, la organización tiene un alcance nacional con presencia en todas las provincias de nuestro país. Banco Hipotecario posee el control directo o indirecto de sociedades que conforman el grupo de subsidiarias y, por lo tanto, las consolida.

El Reporte fue preparado siguiendo los requisitos de la opción "esencial de conformidad" con la Guía G4 de GRI. Comunicaremos para cada aspecto material identificado la información general sobre el enfoque de gestión y, como mínimo, un Indicador. En la tabla de Indicadores GRI contenida al final de este documento, detallamos para cada indicador reportado la justificación por omisión y las limitaciones a la cobertura, en caso de existir.

# ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Con 130 años somos una de las instituciones más sólidas del sistema financiero argentino. Nuestra historia, ligada a los préstamos hipotecarios, permitió a más de 1,5 millones de familias argentinas acceder a su primera vivienda, convirtiéndonos en la institución creadora de dueños por excelencia. Hemos construido desde 1886 un sentimiento de cercanía con la sociedad, contribuyendo con su desarrollo.

# ÁREAS DE NEGOCIO

EC4

Banco Hipotecario está conformado por las siguientes áreas de negocio:

**-BANCA MINORISTA:** ofrece alternativas de financiamiento al consumo de individuos, PYMES y soluciones integrales para la vivienda. Al mismo tiempo, provee una amplia variedad de productos 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 61 sucursales y stands de venta en todo el país.

**-BANCA EMPRESAS:** canaliza el financiamiento a grandes empresas 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.

Esta área también es responsable de desarrollar negocios con las administraciones públicas en el marco de la estrategia comercial del Banco. Dichos negocios comprenden los tres niveles de gobierno: nacional, provincial y municipal.

En el ámbito nacional, trabajamos con universidades nacionales y con fideicomisos, los cuales operan productos como plazo fijo, cuentas corrientes y cajas de ahorro especiales. En el caso de la ANSES, mantenemos una relación comercial y operativa que es fruto de un convenio especial enmarcado en el Programa PRO.CRE.AR.

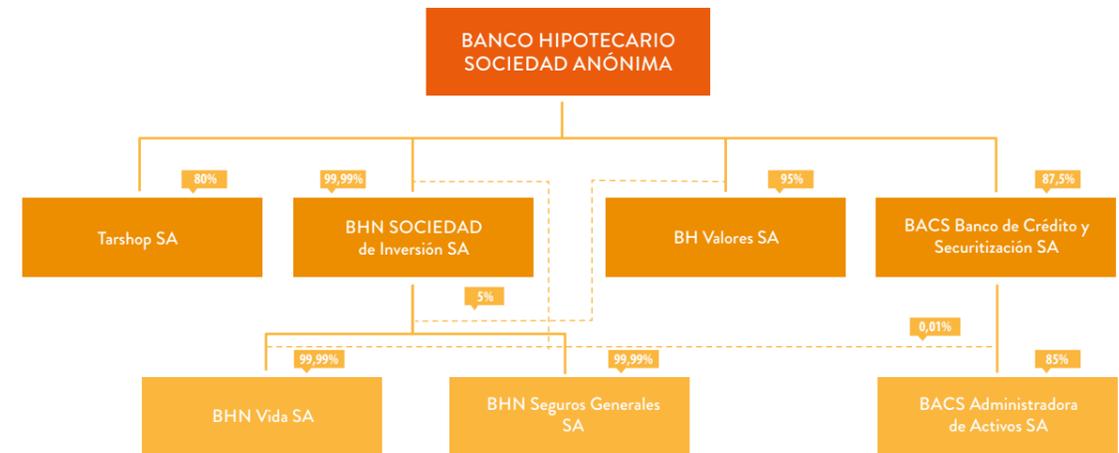
Con los gobiernos provinciales, si bien existe un agente local con prioridad para brindar servicios financieros, desarrollamos algunos negocios como plazo fijo, fondos comunes de inversión, administración de carteras de inversión en títulos públicos, cuentas corrientes, cajas de ahorro especiales, préstamos sindicados con otras entidades financieras y acreditación de haberes para empleados.

En el ámbito municipal, además de los productos que operamos con los gobiernos provinciales, brindamos el servicio de agente financiero, préstamos para el financiamiento de obras, leasing, pago a proveedores y recaudación de tasas e impuestos.

## EMPRESAS SUBSIDIARIAS

El Banco posee el control directo o indirecto de sociedades que conforman el grupo de subsidiarias y, por lo tanto, las consolida. Banco Hipotecario, sociedad controlante, ocupa el centro de las actividades principales de intermediación financiera, en tanto que desconcentra en otras unidades económicas los negocios y servicios complementarios, de banca de segundo grado; de seguros; operaciones de bolsa, la emisión de tarjetas de crédito y en sociedades de administración de fondos comunes de inversión, aunque siempre manteniendo y potenciando la sinergia posible entre sus diferentes clientes.

Consecuentemente, la estructura del Banco y sus subsidiarias es la que se ilustra a continuación:



**-BHN Sociedad de Inversión SA.:** es la actual tenedora del 99% del capital de las compañías de seguros "BHN Vida SA" y "BHN Seguros Generales SA". Dichas sociedades, que se encuentran sujetas al control de la Superintendencia de Seguros de la Nación, otorgan desde julio de 2007 seguros de vida a los beneficiarios de créditos del Banco y de incendio sobre los bienes hipotecados que los garantizan. Adicionalmente el Banco ofrece a sus clientes diferentes productos de las mencionadas compañías aseguradoras bajo el carácter de agente institorio.

Al 31 de Diciembre de 2015, la sociedad a través de BHN Vida SA y BHN Seguros Generales SA poseía más de 1 millón de clientes con más de 2,5 millones de pólizas de seguros. El patrimonio neto de la sociedad, que era de \$609 millones en el 2014, ascendió a 743 millones al cierre del ejercicio 2015.

**-BH Valores SA.:** durante 2015 BH Valores SA, a raíz de la nueva ley de Mercado de Capitales, al cierre del presente ejercicio dejó de operar para el Banco, ya que con la nueva ley desapareció tal figura. Ante esta situación, se está analizando el destino de la Sociedad.

**-Tarshop SA.:** el Banco es titular del 80% del paquete accionario y a través de esta Sociedad participa en el negocio de financiación al consumo. Dentro de la estructura del negocio de tarjeta de crédito, que comercialmente utiliza la marca "Tarjeta Shopping", Tarshop es emisor, procesador y comercializador, obteniendo por ello, la ventaja de flexibilidad comercial en el armado de planes acordes, tanto a los clientes target, como también a los comercios adheridos.

En el ejercicio 2015, debido a los cambios sufridos en el marco de sus negocios, Tarshop se encontraba en un proceso de readecuación de su operación, incorporando la comercialización de la "Tarjeta Shopping Visa" a su set de productos financieros.

Al 31 de diciembre de 2015, Tarshop poseía más de 430.000 clientes con saldo, con una deuda promedio de \$ 8.146 por cuenta. La cartera total, tanto activa como no activa, ascendía a \$3.258,7 millones, correspondiendo el 59,2% a cartera securitizada a través del Programa de Fideicomisos Financieros "Tarshop" y de la constitución de fideicomisos privados.

Tarshop contaba también con una red comercial de 24 puntos de venta y gestión. En ese momento, los comercios que aceptaban la "Tarjeta Shopping" y la "Tarjeta Shopping VISA" eran más de 47.000 y 400.000, respectivamente, generando más de 7,9 millones de transacciones durante el ejercicio económico finalizado en dicha fecha.

**-BACS Banco de Crédito y Securitización SA:** la estrategia de BACS está orientada a crecer en activos, incrementando el apalancamiento financiero y operativo del Banco, a reforzar su posicionamiento como uno de los líderes en el mercado de capitales local, y a desarrollar nuevos negocios que permitan consolidar el modelo de banca de inversión de BACS generando sinergias existentes con las actividades actuales de originación, distribución y trading. Asimismo, BACS continúa incrementando el desarrollo de la operatoria de originación propia de créditos prendarios. Siguió brindando servicios de administrador y organizador de fideicomisos. En cuanto a la administración de activos, busca posicionarse en el negocio de gestión de fondos comunes de inversión a través de su subsidiaria, la sociedad gerente BACSAA, operando bajo la marca comercial Toronto Trust.

Al 31 de diciembre de 2015 la entidad registró una utilidad neta de \$56 millones y su patrimonio neto ascendió a \$296 millones.

**-BACS Administradora de Activos SA SGFCI:** es el Agente de Administración de Productos de Inversión Colectiva de los Fondos Comunes de Inversión Toronto Trust. La sociedad fue adquirida por BACS en mayo de 2012, fecha en que cambió su denominación (antes "FCMI Financial Corporation SASGFCI). BACSAA administra ocho fondos comunes de inversión, cubriendo un amplio espectro de perfiles y horizontes de inversión, tanto de clientes institucionales como individuales. Los fondos son ofrecidos principalmente a través de Banco Hipotecario, en su rol de Agente de Colocación y Distribución de Fondos Comunes de Inversión.

El mercado de fondos comunes de inversión tuvo una fuerte expansión en el año 2015, continuando la tendencia de los últimos años. Los activos bajo administración del mercado en su conjunto alcanzaron \$ 212.489 millones al 31 de diciembre de 2015, mostrando un crecimiento interanual del 60,6%, el cual estuvo impulsado por el segmento de fondos de renta fija. Los fondos administrados por BACSAA alcanzaron un patrimonio de \$2.478 millones al 31 de diciembre de 2015, con un crecimiento en el año de \$1.055 millones (es decir, un 74,2%). La utilidad neta de BACSAA durante el ejercicio 2015 ascendió aproximadamente a \$6,2 millones.

## VALOR ECONÓMICO

### EC1

Durante 2015, a través de nuestras operaciones, generamos diferentes tipos de valor económico que podemos desglosar de la siguiente manera:

COMPONENTE	CONFORMACIÓN	IMPORTE
<b>VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO (VEG)</b>		
Ingresos	Ventas netas más ingresos procedentes de inversiones financieras y venta de activos	11.711.802
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)</b>		
Gastos de funcionamiento	Pagos realizados a terceros: materias primas, instalaciones y servicios adquiridos. También incluye alquileres, tasas de licencias, subcontratación de trabajadores, costos de capacitación a empleados realizados por externos o equipos de protección para empleados.	1.638.809
Sueldos y prestaciones para los empleados	Pagos totales realizados a los empleados y cargas sociales. Entre las prestaciones sociales se mencionan: pensiones, seguros, vehículos de empresa, salud privada, becas de estudios, indemnizaciones por despidos, créditos bonificados, ayuda de transportes.	2.313.783
Pagos a proveedores	Dividendos a los accionistas. Pagos de intereses a los proveedores de crédito, incluyendo deuda, préstamos y pagos atrasados de dividendos.	3.349.403
Pagos a gobiernos	Impuestos de sociedad, sobre los ingresos y de propiedad. Multas.	1.551.050
Inversiones en la comunidad	Remitirse al cuadro presentado seguidamente donde se incluye el comentario adicional del Suplemento Sectorial de Servicios Financieros (*)	37.500
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER) - VEC- VED</b>	Reservas, amortizaciones y depreciaciones, etc.	<b>2.282.205</b>

\*Los valores están expresados en miles de pesos e incluyen a las empresas subsidiarias.

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

### PR3 - PR4 - FS6 - FS7

En Banco Hipotecario apostamos a la integración de 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 orientada a la satisfacción de las necesidades financieras de nuestros clientes.

Nos encontramos en un momento importante para la organización ya que estamos en pleno proceso de consolidación, con una fuerte apuesta por incorporar tecnología para facilitar el acceso a cada vez más familias y empresas a nuestra amplia gama de productos y servicios financieros. Nos hemos propuesto lograr una verdadera revolución en tecnología, con una inversión que supera los 125 millones de pesos y el objetivo de hacerles la vida más fácil a todos nuestros clientes.

Todos nuestros productos, servicios y operaciones se rigen por la normativa del BCRA, de la CNV y por nuestro Código de Gobierno Societario, que contempla, a su vez, el Código de Ética, el Código de Prácticas Bancarias y el Código de Conducta de Agente de Liquidación y Compensación Integral. El Banco Central, en tanto, ha establecido regulaciones de tasas de interés activas y pasivas para algunas operaciones financieras y, asimismo, ha establecido pautas para la definición del precio de las comisiones y cargos vinculados con los servicios financieros. En 2015, en tanto, no registramos reclamos de incumplimiento vinculados con la regulación del BCRA o con el Código de Prácticas Bancarias.

Entre los productos activos, el Banco cuenta con:

#### PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS:

Para el Banco es primordial contribuir a la satisfacción de necesidades del país en materia de soluciones para la vivienda, edificación y desarrollo urbanístico. Esto se refleja en la importancia que tiene este tema dentro de su estrategia de negocios.

Durante el año 2015 el Banco continuó con su firme compromiso de generar financiación para la vivienda, manteniendo una amplia oferta de créditos hipotecarios en el mercado. La oferta de créditos apuntó principalmente a financiar la adquisición, construcción, ampliación y terminación de vivienda, única, familiar y de ocupación permanente, con líneas de créditos a tasa fija y con plazos de hasta 20 años.

En este período, la colocación con fondos propios de créditos para la vivienda alcanzó una originación de aproximadamente \$149 millones, de los cuales el 67% se concentró en el destino construcción, ampliación y terminación de vivienda y el 33% en adquisición de vivienda nueva y/o usada.

#### PRÉSTAMOS AL CONSUMO:

##### A. Préstamos Personales

Para el año 2015 se planteó un objetivo de originación de \$1.200 millones en volumen y 45.000 operaciones, un 33% por encima de la originación del año 2014. Las acciones llevadas a cabo en materia de comercialización y calidad permitieron que el año cerrara con un cumplimiento del 100% del objetivo.

Tras el impacto de las disposiciones de la Comunicación "A" 5590 del BCRA, que estableció un tope a las tasas de interés para préstamos personales, tuvimos que adaptar la política general de tasas de manera tal que se mantuviera la rentabilidad del producto. Se llevó a cabo una estrategia comunicacional que destacaba la simpleza y rapidez como valor agregado, en conjunción con el monto máximo otorgado y la variedad de destinos. De esta manera, se posicionó a la organización como un banco ágil, accesible y confiable.

#### B. Tarjetas de Crédito

Durante el 2015, el Banco tuvo un crecimiento sostenido en la comercialización de tarjetas de crédito, que lo ubicó dentro de los principales emisores del sistema Visa, contando al cierre del ejercicio con una cartera de más de 1.450.000 tarjetas habilitadas.

A partir de todas las acciones desarrolladas en los canales de originación indirectos propios y, en menor medida en la red de sucursales, el año finalizó con 240.000 nuevas cuentas de tarjeta de crédito: un crecimiento del 13% respecto de 2014. La cartera de consumo durante 2015 superó los \$20.154 millones, mientras que la cantidad de transacciones por cuenta activa creció un 45% interanual. A su vez, el saldo total a diciembre alcanzó los \$8.500 millones, con un crecimiento del 33% interanual.

Se realizaron diferentes campañas para incrementar la adhesión al resumen sin papel, llegando al 80% de la cartera de clientes con esta modalidad. A su vez, el Banco promociona que toda adquisición, consulta y transacción que se realice a través de canales digitales, con el fin de concentrar la operatoria en los mismos.

#### ESPACIO DUEÑOS:

Durante el año el Programa "Espacio Dueños" alcanzó los 76.200 canjes, lo que representa un 32 % de incremento en comparación con el cierre del año 2014. Dentro de la dinámica habitual en el Programa, se realizaron distintas acciones y comunicaciones focalizadas en la oferta de productos, obsequios, rebajas y en la incorporación de categorías especiales.

En la actualidad, el catálogo cuenta con más de 22 categorías y subcategorías de productos y opciones a elegir, entre las cuales se mantiene la oferta de "Cines" y "Espacio Serviclub".

Formando parte de las nuevas acciones claves en el desarrollo estratégico del Programa, se implementó el diseño del nuevo sitio web, lo que permitió mejorar la imagen y navegabilidad para los clientes.

Asimismo, se implementó el proceso para rescate de productos On Line, a través del Home Banking. Ello redundó en una notable baja de los gastos de la dotación del Contact Center, por la reducción del equipo de operadores destinados a la tarea de atención telefónica para la carga de redenciones en el sistema.

#### PRÉSTAMOS CORPORATIVOS:

Durante el año 2015, el Banco continuó desarrollando la operatoria de Banca Corporativa e incrementando la cartera, consolidando a través de la gestión de una estructura de profesionales experimentados, su participación en el mercado y manteniendo la posición de liderazgo en el negocio de mercado de capitales.

Considerando el contexto económico que se vivió a lo largo del año, la estrategia comercial apuntó a mantener una cartera equilibrada en plazos, monedas y tasas, tendiente a optimizar la rentabilidad, equilibrando la exposición crediticia. De esta forma, se logró consolidar un portfolio atomizado compuesto por operaciones a tasa fija y variable, de corto, mediano y largo plazo, con foco en los tramos en los que el Banco es más competitivo, permitiendo de esta forma resguardarse ante cambios en las condiciones de mercado.

**PRÉSTAMOS PYME:**

Durante el 2015 el Banco continuó desarrollando el segmento de banca PYME incorporando líneas de crédito de largo plazo, aspecto que quedó reflejado en gran medida con el crecimiento de las operaciones de leasing y las operaciones de línea de crédito para la inversión productiva.

Al cierre del ejercicio del año 2015, la exposición por financiamiento a empresas PYME superó los \$1.000 millones contra los \$780 millones registrados al cierre del ejercicio 2014. Este logro fue posible en virtud de la gestión desarrollada a través de todas las sucursales del Banco y la implementación de una política tendiente a proveer soluciones de financiamiento vinculados a necesidades de capital de trabajo y, más específicamente, de proyectos de inversión productiva.

**EXPANSIÓN DE LA RED DE SUCURSALES:**

En el marco del plan de expansión de sucursales y acompañando el crecimiento en la cantidad de clientes, realizamos la apertura de sucursal Monte Grande y San Nicolás, a la vez que remodelamos y ampliamos las sucursales Cerro de las Rosas y Luján.

En la provincia de Neuquén, incorporamos un local comercial en el shopping Alto Comahue para impulsar el crecimiento en la zona y captar nuevos clientes.

Por último, comenzamos con las adecuaciones edilicias necesarias para incorporar nuevas terminales de autoservicio y cajeros automáticos, potenciando el uso de canales electrónicos y acompañando el crecimiento transaccional de la red.

**Nuestro compromiso con el desarrollo sustentable se manifiesta en todas nuestras operaciones a través de nuestros diferentes pilares:**

**“Invertir en nuestra gente”:** Queremos que cada persona se sienta valorada.

**“Hacer un ambiente más sustentable”:** Empleamos nuestra experiencia para desarrollar procesos

más “limpios” vinculados con el espacio público, el transporte, la infraestructura y DD. UU.

**“Enriquecer nuestras comunidades”:** Sabemos cuán importante es nuestra presencia en las comunidades.

**“Transparencia en la gestión”:** Sobre la cual basamos nuestro accionar diario.

**BANCA MAYORISTA:**

Durante 2015, el Banco continuó desarrollando el segmento de Banca Empresas que representa una parte significativa de sus negocios. La estrategia de crecimiento de corto y mediano plazo se basó en los ejes:

- Consolidación del negocio de financiamiento a empresas.
- Inversión en el desarrollo de productos con foco en los transaccionales, apuntando a transformarse en el Banco operativo de nuestros clientes.

Por otra parte, se trabajó en equipo con BACS, participando activamente tanto en la estructuración de préstamos sindicados, como en las emisiones de Obligaciones Negociables y Valores de Corto Plazo.

**DEPÓSITOS A LA VISTA:**

En lo referido a cuentas y tarjetas de débito, la captación de cuentas tuvo foco principalmente en los segmentos provenientes de la venta cruzada con

préstamos personales y del Programa PRO.CRE.AR impulsado por el Gobierno Nacional, logrando más de 115.000 aperturas de cuentas nuevas. Plan Sueldo, a su vez, consolidó su posición dentro del portafolio de cuentas impulsado por los convenios logrados con empresas públicas y privadas.

Como resultado de las acciones realizadas en el año, los saldos vista de personas físicas crecieron en \$300 millones. Las cuentas con saldo crecieron un 32% y con movimiento un 33%. A su vez, se incrementó un 76% el pago de tarjeta mediante el débito en la cuenta y en un 58% los pagos por home banking.

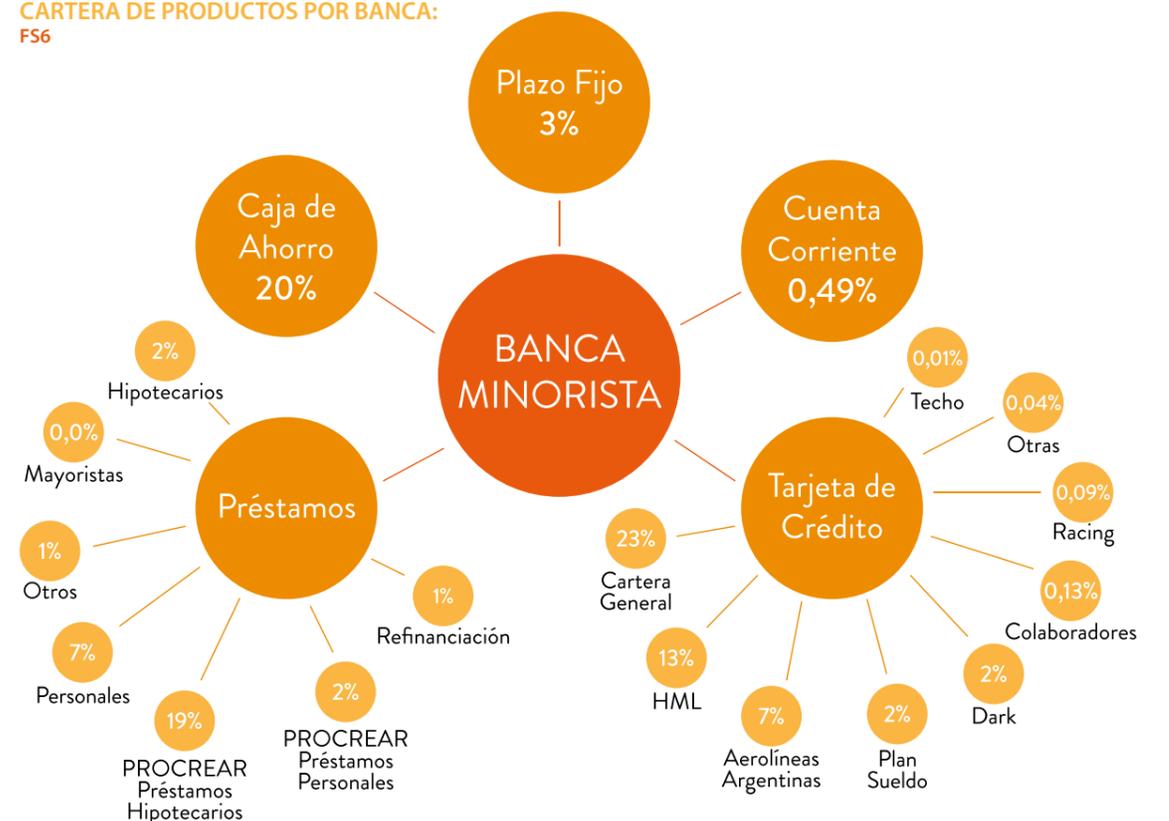
En lo que respecta a Plan Sueldo, durante 2015 se consolidó la estrategia de crecimiento sostenido en este segmento. Se incorporaron nuevos clientes provenientes del sector privado, manteniendo a su vez el desempeño logrado en organismos vinculados al sector público. El crecimiento del stock de acreditantes respecto del año anterior mostró una variación del 16%, con 7.300 nuevos acreditantes.

Al 31 de diciembre de 2015, los depósitos alcanzaron un saldo de \$20.486,8 millones, registrando un aumento del 11,6% respecto al saldo de \$18.361,4 millones del 2014.

**DEPÓSITOS A PLAZO:**

La estrategia de depósitos a plazo fijo apuntó a seguir consolidando los criterios de sustentabilidad, calidad y optimización de la rentabilidad de las carteras. Para ello, se trabajó en forma diferenciada tanto con clientes institucionales como con individuos, aplicando tasas diferenciales por segmento y optimizando el costo de fondeo. A lo largo del 2015 logramos incrementar el volumen de saldos de depósitos a plazo en toda la Red de Sucursales, creciendo \$1.232 millones y alcanzando 31.000 clientes.

**CARTERA DE PRODUCTOS POR BANCA:**  
FS6



BANCA MAYORISTA – PYME		BANCA MAYORISTA – CORPORATE	
AGROPECUARIA	0,00%	AGROPECUARIA	0,00%
INDUSTRIA Y MINERIA	0,04%	INDUSTRIA Y MINERIA	0,01%
COMERCIO	0,08%	COMERCIO	0,00%
SERVICIOS	0,01%	SERVICIOS	0,00%
CONSTRUCCIÓN	0,01%	CONSTRUCCIÓN	0,00%

## PRO.CRE.AR.

FS7

El Estado Nacional realizó durante el año 2012 junto al Ministerio de Economía, ANSES, Ministerio de Planificación Federal y la Agencia de Administración de Bienes del Estado el lanzamiento del Programa PRO.CRE.AR, Programa de Crédito Argentino para la vivienda única y familiar. En este programa, el Banco tiene rol de fiduciario del fideicomiso PRO.CRE.AR y su principal función es realizar la implementación y ejecución del programa.

En ese sentido, el Banco se mantuvo alineado con las medidas activas del Gobierno Nacional orientadas a impulsar la oferta de crédito a las familias a través de préstamos hipotecarios para la vivienda, con miras a lograr que la economía local mantuviera el crecimiento experimentado en los últimos años.

Durante el 2015, la gestión realizada contribuyó a garantizar, de manera creciente, el derecho de acceso a la vivienda y con él, el cumplimiento del sueño de muchos argentinos de tener una casa propia, además de promover un círculo virtuoso en la economía.

PRO.CRE.AR. tiene como meta atender las necesidades habitacionales de los ciudadanos de todo el territorio nacional, contemplando las diferentes condiciones socioeconómicas y la multiplicidad de situaciones familiares, ofreciendo líneas de crédito para la construcción de viviendas, basándose en dos pilares fundamentales:

- Financiaciones de vivienda individual.
- Desarrollo urbano de viviendas sobre terrenos del Estado Nacional, provincial o municipal.

Cabe resaltar que PRO.CRE.AR. es un programa sin precedentes en nuestro país. No sólo por el impacto cuantitativo del mismo sino que también la construcción de viviendas constituye una política fundamental de integración social porque favorece el desarrollo de la vida familiar y el bienestar social, al mismo tiempo que promueve la actividad de construcción, la cual, genera importantes efectos dinamizadores para la economía y genera aproximadamente 125.000 puestos de trabajo directo y aproximadamente 235.000 puestos de trabajo indirecto.

Desde una perspectiva de mejora del hábitat y de reactivación productiva, PRO.CRE.AR es una política integral de vivienda orientada a lograr que las familias argentinas, paulatinamente y en forma creciente, tengan acceso a una vivienda digna. La demanda de créditos hipotecarios surge como resultado de la aplicación de una estrategia gubernamental que favorece la producción y el empleo.

El Programa impulsa la consolidación de un proyecto federal, capaz de desarrollar un trabajo horizontal y en forma mancomunada con las diferentes áreas gubernamentales y no gubernamentales del ámbito nacional, provincial y municipal. Así, coordina a distintos actores y agencias gubernamentales para alcanzar una gestión eficiente de los recursos públicos y ofrecer soluciones habitacionales integrales.

El modelo de gestión que orienta la implementación de PRO.CRE.AR se sostiene en el valor fundamental de transparencia, enlazada con una rigurosa ética pública y apoyada en mecanismos que dan garantía de confiabilidad, calidad y equidad de acceso al Programa:

- Sorteos para la adjudicación de créditos realizados por la Lotería Nacional y transmitidos en directo por la televisión pública y a través de la página web de la ANSES.
- Concursos públicos de proyecto, plazo y precio para seleccionar a las empresas constructoras que llevarán adelante los desarrollos urbanísticos.
- Igualdad de oportunidades para acceder al financiamiento de la vivienda.
- Calidad en la construcción de los desarrollos urbanísticos.

A su vez, los trámites que deben realizar las familias para participar de los sorteos son de carácter personal y gratuito, y se realizan a través de la página web. Con esta medida, se evita que los gestores puedan intervenir innecesariamente en la inscripción o gestión de los créditos.

### LÍNEAS DE CRÉDITOS DE VIVIENDAS INDIVIDUALES

Desde su lanzamiento en el año 2012, las líneas de créditos individuales fueron orientadas a la construcción, ampliación, terminación y refacción de viviendas, luego y en función a las necesidades que manifestaron los interesados, se lanzaron nuevas líneas de crédito destinadas a familias que desean construir pero no tienen el dinero para comprar un terreno y otra para familias que desean acceder a una vivienda ya construida.

A partir del año 2014, con el fin de que más familias pudieran acceder a los beneficios que brinda el Programa, el Comité Ejecutivo de PRO.CRE.AR tomó la decisión de incrementar los rangos de ingresos familiares netos necesarios para acceder al crédito. Asimismo, se definió establecer una categoría diferencial en la escala de ingresos y montos a solicitar para los habitantes de la región patagónica, en función las particularidades que presenta esta región del país, lo que comprende las provincias de Neuquén, Chubut, Río Negro, Santa Cruz, Tierra del Fuego y el Partido de Carmen de Patagones de la Provincia de Buenos Aires. Asimismo, en igual año se decidió otorgar un monto de crédito adicional a los beneficiarios que se encontraban en proceso de construcción cuyo crédito originalmente otorgado, por diversas razones, no les permita alcanzar la finalización de la obra. En cuyo caso, quedaron comprendidos aquellos beneficiarios que hubieron tomado un préstamo destino "construcción" o "compra de terreno más construcción" y que se encontraban en período de desembolso.

Al cierre del año 2015 se contabilizaron un total de 11 sorteos y 7 repechajes en la sede de la Lotería Nacional. En total y sólo de líneas individuales, PRO.CRE.AR. otorgó en todo el país aproximadamente 176.000 créditos, de los cuales 154.000 pertenecen a soluciones de vivienda destinadas a la construcción y 22.000 a créditos complementarios para la terminación de la vivienda.

TOTAL 173.781	
CONSTRUCCIÓN	80.045
TERRENO + CONSTRUCCIÓN	18.068
AMPLIACIÓN / TERMINACIÓN	17.541
REFACCIÓN	34.621
VIVIENDA A ESTRENAR	1.186
DAMNIFICADOS	2.098
ADICIONALMENTE SE OTORGARON 22.366 COMPLEMENTOS CONSTRUCCIÓN	

Evolución de los créditos otorgados:



**Características de los créditos otorgados:**

El promedio de superficie de las viviendas es de 101,8 m2, alcanzando el programa los 12 millones de metros cuadrados construidos. El ingreso neto familiar mensual aproximado es de \$9.111 y la cuota promedio que abonan es de \$3096, en un plazo de 19 años.

⇒	101 m2	PROMEDIO DE M2 EDIFICADOS
⇒	\$285.089	MONTO PROMEDIO DEL CRÉDITO
⇒	\$3.096	CUOTA PROMEDIO DEL CRÉDITO
⇒	\$9.111	INGRESO NETO FAMILIAR PROMEDIO
⇒	19 AÑOS	PLAZO PROMEDIO DE PAGO
⇒	37 AÑOS	EDAD PROMEDIO DE LOS TITULARES DEL CRÉDITO
⇒	3	MIEMBROS PROMEDIO POR FAMILIA

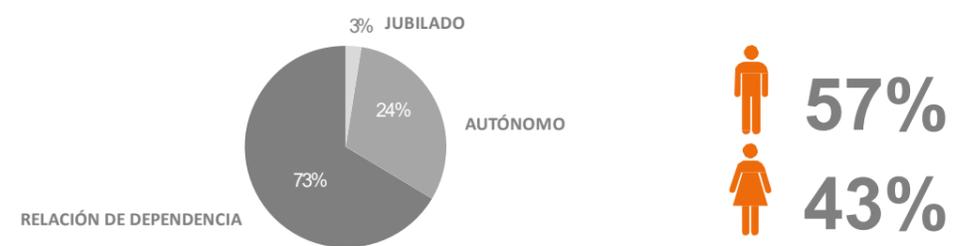
**Detalles por línea de crédito:**

	AMPLIACIÓN Y TERMINACIÓN	COMPRA DE TERRENO Y CONSTRUCCIÓN	CONSTRUCCIÓN	REFACCIÓN	COMPRA DE VIVIENDA NUEVA
SUPERFICIE EDIFICADA PROMEDIO	40,7 m <sup>2</sup>	79 m <sup>2</sup>	108 m <sup>2</sup>	SIN M2 EDIFICADOS	94 m <sup>2</sup>
MONTO PROMEDIO	\$ 181.592	\$ 446.293	\$ 319.053	\$ 84.370	\$ 508.390
VALOR DE CUOTA PROMEDIO	\$ 2.299	\$ 3.467	\$ 2.922	\$ 2.196	\$ 3.545

**Perfil de los beneficiarios:**

El promedio de edad de las personas que requieren los créditos hipotecarios es de 37 años. El 46% de los titulares son casados; el 47%, solteros y el 7%, viudos o divorciados; el 57% son hombres y el 43%, mujeres; el 73% está en relación de dependencia, el 24% es autónomo y el 3%, jubilado.

**SITUACIÓN LABORAL**



**ESTADO CIVIL**



TOTAL GENERAL 100%

**Distribución geográfica:**

Con respecto a cada zona de la República Argentina al 31 de diciembre de 2015, PRO.CRE.AR construyó 12.314 viviendas en el NOA, 10.556 en el NEA, 17.592 en Cuyo, 14.075 en la Patagonia, 104.302 en zona Centro, considerando CABA y Buenos Aires.



Como fiduciarios, queremos garantizar la correcta coordinación de los actores que integran el Programa. Entendemos que el rol coordinador es la condición principal para el éxito. Esto nos permite utilizar mejor los recursos, controlar su uso, evitar la superposición de tareas y, a su vez, nos ayuda a adoptar políticas de acción en situaciones particulares. Para ello, medimos el impacto de las variables a través de evaluaciones, encuestas y diagnósticos de los actores para conocer aspectos, como eficiencia, eficacia e impacto, entre otros.

Consideramos el proceso de evaluación debe construirse a partir de la superación de la brecha entre lo cualitativo y lo cuantitativo, en la especificación, identificación y concertación de indicadores que nos permitan alcanzar los objetivos.

Otro aspecto central es la comunicación. Ésta, desarrollada eficazmente, establece puentes de diálogo que permiten homogeneizar el lenguaje y evitar, así, la instalación de mensajes equívocos. De este modo, con una correcta comunicación y con la centralización se intenta cohesionar y evitar la fragmentación en los flujos de información.

En este sentido, nuestra visión se extiende más allá de los límites del Programa e intenta posicionar la imagen del Banco ante nuevos desafíos y búsquedas de mercados específicos.

**PRINCIPALES RESULTADOS DEL PROGRAMA DURANTE 2015**



**DESARROLLOS URBANÍSTICOS**

Durante el año 2015, articulamos esfuerzos e intereses de manera eficiente y eficaz, de modo tal que se ha logrado completar la adjudicación de 79 predios, lo que representa un total de 29.665 viviendas, significando un 75% de lo esperado para la línea. Aún queda un predio en proceso licitatorio –Berazategui-, de inminente adjudicación. Estas viviendas representan más de 3.034.403 de metros cuadrados a construirse, con una inversión realizada de \$13.318 millones.

Por otra parte, continuamos los sorteos en diferentes provincias y, durante el segundo semestre de 2015, comenzamos la entrega de viviendas en diferentes localidades/provincias. La cantidad de inscriptos ha ido incrementándose en la medida que se anunciaban los distintos predios en todo el territorio nacional, alcanzando el número de 20.800 inscriptos, a Noviembre de 2015. Ya fueron entregadas 530 viviendas al cierre de 2015 y se proyectan más de 8.000 viviendas durante el 2016.

**LOTES CON SERVICIOS**

Con presencia en 13 provincias y con aproximadamente 11.634 lotes, la línea "Lotes con Servicios" continua en constante ascenso. La inversión estimada asciende a \$1.271 millones y ya se encuentran finalizados 402 lotes, de los cuales han sido entregados 54.

**ACCESO DE PERSONAS EN SITUACIÓN DE DESVENTAJA A LOS SERVICIOS FINANCIEROS**

En 2014 iniciamos un trabajo para fomentar la bancarización de personas de comunidades vulnerables ofreciéndoles alternativas de productos y servicios. Hemos invertido en el relevamiento de información sobre la población argentina a partir del Censo Nacional del 2010 y así lograr una radiografía clara de la población de nuestro país.

# INICIATIVAS PARA MEJORAR EL ACCESO DE PERSONAS EN SITUACIÓN DE DESVENTAJA A LOS SERVICIOS FINANCIEROS

FS14

Sobre la base de la información censal adquirida en 2014, elaboramos un análisis para caracterizar a las personas que habían accedido a líneas crediticias sin estar previamente bancarizadas. En este estudio se priorizó la dimensión geográfica, por eso, se apuntó a entender el grado de bancarización novel en capitales de provincias, ciudades medianas o chicas del interior, cabeceras de partidos del Gran Buenos Aires o barrios de CABA. Los resultados obtenidos permitirán diseñar mecanismos de selección de perfiles de bajo riesgo en todo el país, con foco en las personas sin historial crediticio previo, por lo general desatendidas por el mercado.

Con el fin de acceder a otras fuentes alternativas para validar los requisitos necesarios de una persona para ser bancarizada, en julio de 2015 firmamos un convenio con la Fundación Sadosky a partir del cual recibimos un asesoramiento periódico por parte de expertos en datos. Esta mesa de trabajo se abocó principalmente a desarrollar el text mining como un recurso analítico para encarar proyectos relativos a inteligencia de datos. La relevancia de esta técnica se sustenta en que los burós de crédito ofrecen muy poca información sobre personas no bancarizadas y eso dificulta desarrollar estrategias de expansión en este tipo de segmentos. En tales contextos, la información que esos individuos publican en blogs o en redes sociales cobra mayor importancia, para lo cual se vuelve necesario disponer de herramientas orientadas a la explotación e interpretación de textos. En este sentido, hacia fin de año terminamos un primer proyecto a modo de prueba piloto, lo cual permitirá capitalizar aprendizajes de la experiencia.

## PREMIOS Y MENCIONES

Mundo Búho, la revista interna del Banco, fue galardonada con el "Premio EIKON a la Excelencia en Comunicación Interna", otorgado por la Revista Imagen, en la categoría Publicaciones Institucionales. El objetivo de la revista es promover la participación de los colaboradores y su protagonismo en la

transformación cultural y del negocio que atraviesa Banco Hipotecario en su pasaje a un banco más competitivo. Este medio de construcción colectiva integra a todas las áreas de la organización hacia un mismo norte, marcando los conceptos clave de la nueva cultura que están forjando.



Colaboradores voluntarios para la Revista Mundo Búho.

En 2015 se generaron 4 nuevas ediciones: "Banco del Futuro", "Protagonistas de la Productividad y la Eficiencia", "Gestionamos el Cambio para ser Mejores" y "Edición Especial N° 10". El equipo de corresponsales alcanzó los 61 voluntarios y la red de fotógrafos a 25.

## HUELLA DE IMPACTO

SO1

ECONÓMICO	SOCIAL	AMBIENTAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>• \$1.085 millones de resultado neto del ejercicio</li> <li>• Los préstamos hipotecarios alcanzaron una originación de \$149 millones.</li> <li>• Mediante las líneas de crédito individuales PRO.CRE.AR, se otorgaron en todo el país más de 175.925 créditos, de los cuales 153.559 pertenecieron a soluciones de vivienda destinadas a la construcción y 22.366 a créditos complementarios para la terminación de la vivienda.</li> <li>• Se logró fidelizar una cartera de más de 1.450.000 tarjetas habilitadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 369 programas sociales con un impacto en 176.133 personas.</li> <li>• \$37.5 millones invertidos en la comunidad.</li> <li>• 48 organizaciones apadrinadas por colaboradores participaron del programa de fortalecimiento a iniciativas solidarias.</li> <li>• 435 colaboradores voluntarios.</li> <li>• Por primera vez, alcanzamos el 100% de participación de la Red de Sucursales en las Campañas Institucionales, reafirmando el compromiso federal del Banco con la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5.825 kilos de papel y 52 kilos de plástico, entregadas a la Fundación Garrahan y 9.800 botellas plásticas y 450 latas metálicas donadas a la Cooperativa Reciclando Trabajo y Dignidad.</li> <li>• Se redujo en un 56% el desperdicio de papel y en un 42% el desperdicio de plástico, en relación al año 2014.</li> <li>• Se destinó 965 mobiliarios y materiales de chatarra electrónica a 75 organizaciones de la sociedad civil, dentro del programa Equipados para dar.</li> </ul>

# GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA Y TRANSPARENCIA

## GOBIERNO CORPORATIVO

El Banco cuenta con un Directorio integrado por 13 miembros con larga trayectoria y experiencia en la actividad financiera. Este órgano lleva adelante la administración del Banco en conjunto con el Gerente General, responsable de la dirección general de la organización. Junto con un equipo de altos ejecutivos, el Gerente General define objetivos, políticas, procedimientos y resultados a alcanzar con una visión de largo plazo.

### DIRECTORIO DEL BANCO

Sr. Eduardo Sergio ELSZTAIN – Presidente  
 Sr. Mario BLEJER – Vicepresidente 1°  
 VACANTE  
 VACANTE  
 Sr. Edgardo Luis José FORNERO – Director Titular  
 Sra. Ada Mercedes MAZA – Director Titular  
 Sr. Mauricio Elías WIOR – Director Titular  
 Sr. Saúl ZANG – Director Titular  
 Sr. Ernesto Manuel VIÑES – Director Titular  
 Sr. Gabriel Adolfo Gregorio REZNIK – Director Titular  
 Sr. Jacobo Julio DREIZZEN – Director Titular  
 Sr. Pablo Daniel VERGARA DEL CARRIL – Director Titular  
 Sr. Carlos Bernardo PÍSULA – Director Titular

### COMISIÓN FISCALIZADORA

Sr. Francisco Daniel GONZÁLEZ – Síndico Titular  
 Sr. Héctor Oscar IVANCICH – Síndico Titular  
 Sr. José Daniel ABELOVICH – Síndico Titular  
 Sr. Marcelo Héctor FUXMAN – Síndico Titular  
 Sr. Ricardo FLAMMINI – Síndico Titular

### COMITÉS DEL DIRECTORIO

Existen adicionalmente once comités especiales del Directorio para la toma de decisiones específicas con las participaciones de áreas afines:

1. Ejecutivo
2. Auditoría
3. Control y Prevención de Lavado de Dinero y Financiación del Terrorismo
4. Tecnología Informática
5. Crédito
6. Incentivos al Personal
7. Gestión de Riesgos
8. Gobierno Societario
9. Ética
10. Financiero
11. Asuntos Sociales e Institucionales

El Banco tiene organizado por Estatuto el **Comité Ejecutivo** que está integrado entre un mínimo de 5 y un máximo de 9 Directores elegidos por las acciones clase D y una cantidad de Directores suplentes de la misma clase de acciones que determine el Directorio. Por otra parte, cuando fuera convocado al mismo, podrá participar el Gerente General con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años, siempre que su mandato no expire antes, pudiendo ser reelegidos indefinidamente en esas condiciones, a dicho Comité asisten adicionalmente los miembros de la Comisión Fiscalizadora.

El **Comité de Auditoría** estará integrado por un número no inferior a 3 ni superior a 7 Directores titulares, y por el responsable máximo de la Auditoría Interna quien participará en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años (siempre que su mandato no expire antes) y máximo de 3 años. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director con experiencia en la materia. La mayoría de los Directores que integren el Comité deberán investir condición de independiente. A dicho Comité asisten adicionalmente los miembros de la Comisión Fiscalizadora y está invitado el auditor externo.

El Banco tiene organizado un **Comité de Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo** que estará integrado por un número no inferior a 2 Directores titulares, uno de ellos el responsable anti-blanqueo de la Entidad ante la UIF y el BCRA, y por el responsable de la unidad de prevención y control de lavado de dinero y financiación del terrorismo y por un funcionario de máximo nivel con experiencia y conocimiento en las operaciones de intermediación financiera (actualmente el Gerente de Área de Riesgo y Controlling); éstos participarán con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años (siempre que su mandato no expire antes) y máximo de 3 años. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director con conocimiento en operaciones de intermediación financiera y experiencia en la materia. Asisten los miembros de la Comisión Fiscalizadora.

El **Comité de Tecnología Informática** estará integrado como mínimo por 2 Directores titulares y un máximo de 5 Directores titulares y por el responsable máximo de sistemas y el máximo responsable de seguridad informática, quienes participarán en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director titular no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director con experiencia y conocimiento en la materia.

El **Comité de Crédito** estará integrado por un mínimo de 3 Directores titulares y un máximo de 7 Directores titulares, y por los responsables máximos de riesgo de crédito, tanto del segmento banca minorista como del segmento banca empresa quienes participarán en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director con experiencia y conocimiento en la materia.

El **Comité de Incentivos al Personal** estará integrado por 3 Directores titulares y por el responsable máximo del Desarrollo Organizacional quien participará en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director con experiencia y conocimiento en la materia.

El **Comité de Gestión de Riesgos** estará integrado por un mínimo de 3 Directores titulares y un máximo de 5 Directores titulares, y por el responsable máximo de la gestión de riesgos quien participará en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director con experiencia y conocimiento en la materia. Por otra parte, se invita a la Comisión Fiscalizadora a participar.

El **Comité de Gobierno Societario** estará integrado por el número de Directores titulares que resuelva el Directorio entre un mínimo de 3 y un máximo de 5 Directores, de los cuales al menos uno, revestirá la condición de independiente. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el

Comité se encuentre integrado con mayoría de Directores con conocimiento en la materia. Por otra parte, se invita a la Comisión Fiscalizadora a participar.

El **Comité Financiero** estará integrado por un número no inferior a 3 ni superior a 7 Directores titulares, y por los responsables máximos de finanzas, operaciones financieras y riesgo de mercado, quienes participarán con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director o Directora con experiencia y conocimiento en la materia.

El **Comité de Asuntos Sociales e Institucionales** estará integrado por un mínimo de 2 Directores titulares y un máximo de 5 Directores titulares, y por el responsable máximo de Relaciones Institucionales y con la Comunidad, quien participará en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director con experiencia y conocimiento en la materia.

El **Comité de Ética del Directorio** estará integrado por un mínimo de 3 Directores titulares y un máximo de 7 Directores titulares. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado al menos por un Director con experiencia y conocimiento en la materia. La mayoría de los Directores que integren el Comité deberán investir condición de independiente, de acuerdo a los criterios establecidos en el Código de Gobierno Societario y las demás condiciones y principios establecidos en el mencionado Código. Asimismo, el Banco cuenta con el Comité de Ética del Personal que estará conformado por el Gerente General, el Gerente de Área de Desarrollo Organizacional y Calidad, el Gerente de Área de Auditoría, y el Gerente de Área Legal, actuando el primero de ellos como Presidente y el segundo como Secretario del Comité. Asimismo, si los miembros permanentes del Comité, cuando tuvieran razones fundadas y que lo ameriten, podrán convocar a un quinto miembro del Banco para la conformación del presente Comité. Dicho miembro tendrá voz y voto en las resoluciones del Comité.

El **Comité de Ética del Directorio** estará integrado por un mínimo de 3 Directores titulares y un máximo de 7 Directores titulares. Los Directores miembros permanecerán en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo podrá ser extendido para cada caso sólo por expresa decisión del Directorio en forma indefinida. El lapso de permanencia de los Directores en dicha función no deberá ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentre integrado

al menos por un Director con experiencia y conocimiento en la materia. La mayoría de los Directores que integren el Comité deberá invertir condición de independiente, de acuerdo a los criterios establecidos en el Código de Gobierno Societario y las demás condiciones y principios establecidos en el mencionado Código. Asimismo, el Banco cuenta con el Comité de Ética del Personal que estará conformado por el Gerente General, el Gerente de Área de Desarrollo Organizacional y Calidad, el Gerente de Área de Auditoría, y el Gerente de Área Legal, actuando el primero de ellos como Presidente y el segundo como Secretario del Comité. Asimismo, si los miembros permanentes del Comité, cuando tuvieran razones fundadas y que lo ameriten, podrán convocar a un quinto miembro del Banco para la conformación del presente Comité. Dicho miembro tendrá voz y voto en las resoluciones del Comité.

## CÓDIGO DE ÉTICA

SO8 - LA16 - HR3

En Banco Hipotecario promovemos el desarrollo de procesos transparentes que guían diariamente nuestro negocio. Los pilares para una gestión responsable están contenidos en nuestro Código de Ética, el cual define las pautas generales que orientan el trabajo de nuestros colaboradores en el cumplimiento de sus funciones y en sus relaciones comerciales y profesionales.

Creemos que nuestro Código debe ser una herramienta viva, por lo que periódicamente revisamos y actualizamos su contenido, accesible y de público conocimiento entre nuestros colaboradores. Por lo tanto, cada uno de nuestros integrantes recibe un ejemplar del Código con una declaración de su lectura y conocimiento al momento de hacer su ingreso al Banco.

Además, nuestro Código de Ética se encuentra disponible para su consulta en nuestra Intranet en la sección principal. Hemos desarrollado e implementado distintos canales de comunicación confidenciales que posibilitan a nuestros colaboradores realizar consultas o denuncias sobre posibles desvíos en el cumplimiento de nuestro Código de Ética, es decir, sobre hechos de corrupción o cualquier otro tipo de situaciones que afecten el adecuado clima ético.

Así, los colaboradores pueden compartir sus reclamos mediante la línea de transparencia **0800-222-3368** y la dirección de correo electrónico **transparencia@hipotecario.com.ar**. Estos canales están disponibles las 24 horas, los siete días de la semana, en forma anónima, confidencial y segura. Una vez recibida la solicitud, se iniciarán los procesos que permitan responder las consultas y/o constatar lo denunciado. Es un objetivo declarado de la Dirección del BHSA llevar a cabo el tratamiento formal de todas las consultas y denuncias recibidas, arribando en todos los casos a su resolución. Dicha resolución será comunicada a través de una respuesta formal, utilizando el canal que se considere pertinente en cada caso.

A la línea de transparencia y al correo electrónico se suma la posibilidad de canalizar con el gerente o con el superior directo y con referentes de Desarrollo

Organizacional y Calidad, posibles desvíos en el cumplimiento de las normas y valores éticos a los que el Banco adhiere.

Ningún organismo de fiscalización aplicó multas por el incumplimiento de la normativa vinculada con el Código de Ética. Tampoco hubo multas relacionadas con fraude contable, discriminación en el trabajo o acciones de corrupción.

Asimismo, en pos del criterio de transparencia de la información, en sus estados contables, el Banco expone los diferentes sumarios en los que interviene. Al 31 de Diciembre de 2015, no existieron multas y/o sanciones no monetarias firmes por incumplimiento de la legislación y la normativa.

### ¿QUÉ DICE NUESTRO CÓDIGO DE ÉTICA?

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

Todos los integrantes del Banco deben tratarse con respeto y de acuerdo con las normas del Código y con las leyes y reglamentaciones aplicables. Por lo tanto, las expresiones agraviantes, orales o escritas, son observadas y tratadas como incumplimiento del Código. Asimismo, alentamos a nuestros colaboradores para que informen al Comité de Ética casos de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias. Toda situación se aborda de manera inmediata y confidencial, y se notifica al informante sobre su resolución.

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

Esta política también se cumple en otros entornos, como viajes de negocios, eventos sociales o reuniones patrocinadas o autorizadas por el Banco. Además, prohibimos el trabajo infantil en nuestras instalaciones y cumplimos con todos los derechos humanos, civiles y leyes laborales vigentes. A nuestras unidades, les exigimos que provean un entorno y condiciones laborales de higiene y seguridad; además, sus integrantes deben recibir las prestaciones amparadas por la ley.

Seleccionamos a los nuevos colaboradores y desarrollamos a quienes forman parte de nuestro equipo en un marco de diversidad, sin tener en cuenta edad, color, origen, estado cívico, religión, sexo, orientación sexual o cualquier otra característica. Les brindamos las mismas oportunidades de ascenso a todos, y mantenemos una fuerza laboral diversa y un lugar de trabajo libre de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias. Todas las decisiones de contratación se basan en las aptitudes de los solicitantes de empleo, y las decisiones de ascenso, en las de los empleados individuales.

## PREVENCIÓN Y CONTROL DE FRAUDES

SO3 - SO4 - SO5

**Un hecho de corrupción es cualquier falta cometida por directivos o por colaboradores en beneficio propio y que atenta contra el Banco, sus valores y sus grupos de interés.**

En materia de prevención y control del fraude externo, el Banco incrementó el nivel de productividad, sin afectar los acuerdos de servicios internos convenidos. Las pérdidas por fraude externo disminuyeron su valor monetario en relación al año anterior en un 59%, reflejando la efectividad de los distintos mitigantes que hacen a la prevención proactiva del fraude frente a una originación de productos que superó los valores registrados a lo largo de 2014.

Por otro lado, las pérdidas evitadas ascendieron a \$43 millones, importe un 32% superior al alcanzado en 2014, representando el 0,18% sobre la originación total de productos del Banco en el período considerado. Consideramos importante destacar que el 91% de los fraudes se detectaron previo a la originación del producto activo solicitado por el prospecto.

Realizamos también cambios en los procesos de originación de tarjetas de crédito pre-aprobadas y en los procesos de seguridad de tarjetas de débito y de validación de identidad en los servicios de banca telefónica y Home Banking orientados a la disminución de pérdidas por fraude.

Construimos un mapa interactivo de riesgo por geo-procedencia, que permite reconocer zonas peligrosas y la localización de domicilios vinculados a estafas desde 2008 a la fecha. Y trabajamos en la adecuación en tiempo y forma de los procesos del sector conforme a la Comunicación "A" 5374 del BCRA, planificando la puesta en marcha de una nueva herramienta de monitoreo en 2016.

Durante 2015 emitimos 15 reportes sobre operaciones sospechosas de clientes con 27 personas expuestas políticamente. Estos casos fueron informados a la UIF. No obstante, no tuvimos confirmación de que estuvieran relacionados con hechos de corrupción comprobados. También se reportó un solo evento operativo por un valor de un millón de pesos. El motivo de la pérdida y desvinculación se fundamentó en el incumplimiento de las pautas establecidas en el Código de Ética.

La Gerencia de Área de Auditoría Corporativa analizó los procesos de Prevención de Lavado de Dinero y Anti financiamiento del Terrorismo, Código de Ética y Gobierno Societario, y no detectó riesgos significativos. Respecto del Proceso de Prevención de Lavado de Dinero y Anti financiamiento del Terrorismo, tampoco surgieron casos de corrupción. El Proceso de Prevención de Lavado monitorea las operaciones de clientes y de empleados, y garantiza el cumplimiento de las normas que rigen la actividad. De ser necesario, reporta a aquellos clientes que no pueden justificar sus operaciones y procura que se cierren las cuentas de quienes considera que no pueden seguir operando.

#### CAPACITACIÓN

En el Banco contamos con un programa de "Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo" para nuestros colaboradores. Este programa establece las políticas y acciones que deben cumplir nuestras autoridades y colaboradores para minimizar los riesgos relacionados con el uso de la institución o sus servicios para el Lavado de Dinero y el Financiamiento del Terrorismo, dando cumplimiento a la legislación y normas vigentes en el país y los estándares reconocidos internacionalmente en la materia. Dentro del programa uno de los cursos centrales del cual participa nuestro equipo de trabajo es "La Prevención en tus manos".

#### Número y porcentaje de empleados que han recibido capacitación sobre la lucha contra la corrupción, desglosado por Función.

El plan de Capacitación estuvo dirigido a las áreas que tienen contacto directo con el cliente.

ALTA GERENCIA		GERENTES	
Capacitados 2015	5	Capacitados 2015	72
Dotación	24	Dotación	156
<b>Promedio</b>	<b>21%</b>	<b>Promedio</b>	<b>46%</b>

SUPERVISORES/LÍDERES/JEFES		ANALISTA Y ADMINISTRATIVOS	
Capacitados 2015	144	Capacitados 2015	175
Dotación	508	Dotación	2296
<b>Promedio</b>	<b>28%</b>	<b>Promedio</b>	<b>8%</b>

## GERENCIAMIENTO DE RIESGOS

El Banco cuenta con un proceso integral para la gestión de riesgos, esto es, para identificar, evaluar, seguir, controlar y mitigar todos los riesgos significativos. El proceso integral para la gestión de riesgos está orientado a que el Directorio y la Alta Gerencia se involucren y vigilen la gestión de todos los riesgos significativos y comprendan la naturaleza y el nivel de riesgo asumido por la entidad y su relación con la suficiencia de capital.

Asimismo, está en línea con las buenas prácticas en materia de gestión de riesgos y, en particular, con las disposiciones sobre lineamientos para la gestión de riesgos de las entidades financieras establecidas por el BCRA. Para garantizar una adecuada administración de los riesgos significativos, el Banco cuenta con un marco de gestión y dispositivos de gestión apropiados a la dimensión, complejidad, importancia económica y perfil de riesgo de la entidad.

Durante el ejercicio 2015, se desarrollaron las siguientes acciones puntuales vinculadas con la política descripta:

- **Estrategia de riesgo:** se elaboró la estrategia de riesgo 2016 que forma parte del correspondiente plan de negocios; en la misma se establecen límites o niveles de tolerancia para cada tipo de riesgo y especifican los lineamientos generales relativos a la gestión de los riesgos materiales.

- **Pruebas de estrés:** se realizaron nuevas pruebas integrales, incluyendo el tratamiento de las empresas subsidiarias y se presentaron los resultados en el Comité de Gestión de Riesgos y al Directorio. Adicionalmente, se realizaron pruebas individuales sobre los principales riesgos.

- **En materia de cultura de riesgo:** se efectuaron diversas acciones de comunicación y capacitación con el objetivo de continuar impulsando la instalación de mejores prácticas: se continuaron dictando jornadas de entrenamiento gerencial y se organizaron diversas charlas, talleres y seminarios sobre la relevancia de una gestión eficiente de los riesgos y su impacto en el capital y la liquidez de la Entidad.

- **Tablero de Control de Riesgos:** se incorporaron nuevos indicadores sobre aspectos regulatorios y de capital económico y se continuó desarrollando un tablero de indicadores para monitorear el comportamiento de los principales factores de riesgo a los que está expuesto el Banco por su rol de fiduciario del fideicomiso PRO.CRE.AR.

- **Rentabilidad Ajustada por Riesgo (RAROC):** se incorporó esta herramienta para el análisis retrospectivo y prospectivo del negocio y para la evaluación de decisiones comerciales.

El Banco cuenta con políticas que conducen las decisiones del Banco, con el objetivo de implementar su estrategia para la gestión integral de riesgos. Las principales son las siguientes:

- **Política de Jerarquía Normativa:** en esta política se define la estructura normativa interna del Banco y los lineamientos a los que debe ajustarse el proceso de creación, emisión, administración o actualización y distribución de las normas que la componen. Establece en general la jerarquía de las distintas normas, los responsables de la elaboración y el esquema de aprobación de cada una. En particular regula, entre otras cosas, el lanzamiento de nuevos productos y/o servicios, con el objetivo de asegurar su aprobación por parte del Directorio, y su posterior administración. Respecto del lanzamiento de un nuevo producto o servicio, establece la obligatoriedad de elaborar un Programa de Producto y, de corresponder, un Programa de Crédito; y obtener la debida aprobación.

- **Política de Gestión Integral de Riesgos:** en esta política se establecen las principales pautas para realizar una adecuada gestión de los principales riesgos que podría asumir el Banco. Comprende los riesgos de crédito, liquidez, mercado, tasa de interés, operacional, titulización, concentración, reputacional y estratégico.

Por una parte, fija el marco organizacional y normativo general y los dispositivos comunes para una gestión integral de los riesgos a los que se enfrenta la entidad.

Por otro lado, describe los procesos específicos de gestión de cada uno de los riesgos mencionados precedentemente y, en particular, describen de manera pormenorizada las metodologías de gestión de los riesgos de mercado y del riesgo de liquidez.

Adicionalmente, forman parte de esta política: (a) la Política de Referencia para la Cotización de Préstamos y Depósitos; (b) la Política de Pruebas de Estrés y Plan de Contingencia; y (c) el Plan de Contingencia.

- **Política de Planificación Estratégica:** en la misma se establecen los lineamientos generales para la confección del Plan de Negocios del Banco, que es aprobado de forma anual por el Directorio. La formulación del Plan de Negocios implica un proceso de planeamiento estratégico. Como tal, implica la definición de un conjunto de actividades específicas que procuran cumplir con la Visión y Misión que la organización se ha propuesto.

La Visión de la organización es una descripción de las metas de largo plazo. Compone una imagen, define una idea orientadora y a la vez la manera por la cual la organización desea ser percibida externamente.

La Misión es una especificación de los objetivos de mediano plazo. Describe el propósito básico hacia el que apuntan las actividades de la organización y sus valores centrales, apuntando hacia la definición de la percepción interna.

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

Específicamente, la realización del Plan del Negocios implica la planificación estratégica por parte de todas las áreas del Banco y sus subsidiarias, atendiendo los siguientes ejes de discusión: (a) Niveles de originación y nuevos negocios, (b) Estructura de fondeo, (c) Estrategia de gestión de riesgos, (d) Canales de distribución, (e) Productividad y calidad y (f) Imagen y relación con los clientes.

Estructura organizacional: El Banco cuenta con unidades responsables de la gestión de cada uno de los riesgos significativos comprendidos en esta política. Las mismas adoptan la forma de comité o están integradas por áreas de nivel gerencial, en cuyo caso reportan al responsable máximo del área de riesgo, Gerente de Área de Riesgo y Controlling, quien reporta al Gerente General.

Asimismo, el Banco ha constituido un Comité de Gestión de Riesgos, integrado por al menos 3 Directores y el responsable máximo de la Gerencia de Área de Riesgo y Controlling. El Comité tiene como objetivo principal realizar un seguimiento de las actividades de la Alta Gerencia relacionadas a la gestión de riesgos y asesorar al Directorio sobre los riesgos de la Entidad.

Dispositivos de gestión: El Banco dispone de procesos adecuados –viables, estables, eficientes y eficaces– para gestionar cada uno de los riesgos significativos comprendidos en esta política. Dichos procesos recogen en cada caso la especificidad de su materia. No obstante, el Banco cuenta también con dispositivos que favorecen la integralidad de la gestión de riesgos.

## SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

El objetivo principal de la Gerencia de Protección de Activos de Información es proteger, asegurar y velar por la seguridad de la información en todos los procesos de negocio, sistemas y soportes. Para eso, eleva los estándares de seguridad y crea ambientes de sustentabilidad y de inteligencia organizacional que protegen la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de la información.

En el Banco, trabajamos con un marco normativo conformado por políticas, normas y procedimientos que velan por los activos de información y que aseguran su uso aceptable. De esta manera, prevenimos la ejecución de operaciones que puedan comprometer la confidencialidad, disponibilidad, integridad o auditabilidad de la información. Para ello, establecimos un conjunto de requisitos en concordancia con las directrices del BCRA, modelos de buenas prácticas, estándares internacionales y la Ley de Protección de Datos Personales, entre otros. En 2015, concretamente, no registramos reclamos vinculados con la violación de la privacidad o con la fuga de datos de clientes, ni filtraciones, robos o pérdidas de datos personales.

## NUESTRA CADENA DE VALOR

Está integrada por 1.444 proveedores, 2.440 colaboradores y más de 1 millón de clientes titulares. 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.

## PROVEEDORES

EC9

En el Banco consideramos indispensable, para seleccionar a los proveedores con los cuales trabajamos, su compromiso social y medio ambiental. 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. Todos los proveedores contratados

por el Banco son locales o bien están radicados en Argentina, en los casos de empresas de tecnología.

Están organizados en dos grandes categorías: por provisión de insumos y por prestación de servicios (honorarios).

El Banco posee una **Política de Compras y Contrataciones y Manuales de Procedimiento** para realizar las mismas. 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 una comunicación fluida y cercana con nuestros proveedores a través del contacto telefónico, correo electrónico y reuniones.

Solicitamos a los proveedores información sobre los servicios que prestan y antecedentes de prestaciones a otros clientes. Eventualmente, dependiendo del servicio del que se trate, pedimos referencias a empresas donde los proveedores hayan trabajado. Posteriormente a la contratación, realizamos un control de documentación mediante el cual chequeamos que cumplan sus obligaciones como empleador y como contribuyente. En este marco, no sólo controlamos al proveedor a través de su comportamiento fiscal sino que le exigimos la presentación de la documentación de respaldo. El no cumplimiento reiterativo de las pautas de este control puede derivar en sanciones económicas y hasta en la desvinculación, si se detectan irregularidades graves (como ser el no pago de aportes jubilatorios, ingresos brutos, etc.).

Nuestra Política de Compras y Contrataciones Corporativa define el tipo de evaluación de proveedores. Allí utilizamos matrices con un componente "técnico" del 70% y económico del 30%. Es decir, que contempla darle más importancia a la calidad de lo contratado que a su valor económico. En las evaluaciones técnicas consideramos diversos aspectos que van desde las marcas, prestaciones, antecedentes en el mercado hasta la trayectoria de los proveedores y su comportamiento en la industria.

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.

Prácticas de adquisición	Año 2015
Presupuesto total proveedores locales	\$1,670,655,473.77
Gasto destinado a proveedores locales	99.50%

Asimismo, controlamos la documentación y los aportes de quienes prestan servicios en nuestras instalaciones y dependen de proveedores. Así, nos aseguramos de que cumplan con la legislación vigente. Este control está tercerizado en empresas que verifican mensualmente el cumplimiento de las obligaciones previsionales y fiscales. Ante la detección de deficiencias o falta de documentación, intimamos al proveedor para que regularice la situación. Los incumplimientos repetitivos pueden dar lugar a sanciones económicas o, incluso, a la desvinculación.

# COLABORADORES

LA1 - LA2 - LA3 - LA9 - LA10 - LA11 - LA12 - LA13 - EC5 - EC6 - PR5

Desde sus orígenes, el Banco fue creciendo y ampliando su operatoria hasta llegar al día de hoy con un equipo de trabajo integrado por colaboradores distribuidos en sucursales en todo el país. Al 31 de diciembre de 2015, el Banco contaba con una nómina de 2440 personas, distribuidas entre Casa Central (1531) y Sucursales (909), con un promedio general de antigüedad de 8 años.

PLANTILLA DE EMPLEADOS	CANTIDAD DE EMPLEADOS			
<b>TOTAL</b>	<b>2654</b>			
<b>Ingresos Financieros</b>				
Hombres	72,39%	18,68%	7,13%	1,80%
Mujeres	82,21%	15,44%	2,35%	0,00%
<b>Desglose por grupo etario</b>				
Menores de 30 años	29,94%	3,75%	0,00%	0,00%
Entre 30 y 50 años	58,90%	78,15%	76,98%	66,67%
Más de 50 años	11,17%	18,10%	23,02%	33,33%
<b>MARGEN FINANCIERO NETO</b>	<b>2.592.444</b>	<b>2.003.986</b>	<b>588.458</b>	<b>29,4%</b>

En 2015, evaluamos el índice de rotación de los colaboradores dentro de las empresas del Grupo (Banco Hipotecario, BACS, BH Valores, BHN Sociedad de Inversión, BHN Seguros Generales y BHN Vida) y el índice de contratación. Dentro de las compañías del Grupo, el índice de rotación de los colaboradores fue del 12,43%, mientras que el índice de contratación fue del 8,18%. El mayor índice de contratación y rotación se dio entre los colaboradores menores de 30 años.

Índice de rotación y nuevas incorporaciones	Año 2015
Índice de rotación media	12,43%
Índice de contrataciones	8,18%

	MENORES DE 30 AÑOS		DE 30 A 50 AÑOS		MÁS DE 50 AÑOS	
	H	M	H	M	H	M
Rotación	19,47%	9,76%	12,47%	11,64%	13,54%	8,40%
Altas	21,37%	21,41%	4,75%	4,20%	2,62%	0,84%

Para el cálculo, se consideró al personal que trabajó en relación de dependencia en las compañías del Grupo (Banco Hipotecario, BACS, BH Valores, BHN Sociedad de Inversión, BHN Seguros Generales y BHN Vida) hasta el 31/12/2015. Cuando hubo doble o triple relación de dependencia, se tomó solo un caso. Para el cálculo de los índices, se tomó el personal efectivo hasta el 31/12.

Índice de reincorporaciones tras baja por maternidad o paternidad	2015	
	H	M
Empleados con derecho a baja por maternidad/paternidad	81	123
Empleados que ejercieron su derecho a baja por maternidad/paternidad	81	123
Empleados que se reincorporaron al trabajo después de finalizar su baja por maternidad/paternidad	81	120
Empleados que se reincorporaron al trabajo después de finalizar su baja por maternidad/paternidad y conservaron su empleo pasados doce meses desde su incorporación	78	117
Índice de reincorporación	96,30%	97,50%

Los honorarios de nuestros colaboradores, hombres y mujeres, superaron al salario mínimo Vital y Móvil en un 266%.

Relación entre el salario inicial y el SMVM	Año 2015
Rango entre el salario inicial y SMVM – Mujer	12,43%
Rango entre el salario inicial y SMVM – Hombre	8,18%

El Salario Mínimo Vital y Móvil (SMVM) considerado es el de Agosto a Diciembre de 2015. El mismo asciende de \$5.588,00. El SMVM anterior se utilizó desde Enero hasta Julio de 2015 y el importe fue de \$4.716,00.

Relación entre salarios mujeres y hombres	
Analistas y Administrativos	83,24%
Supervisores, Líderes y Jefes	85,59%
Gerentes	87,23%
Alta Gerencia	N/A

Se considera el salario promedio de los colaboradores que integran las posiciones.

Porcentaje de directivos provenientes de la comunidad local	Año 2015
Cantidad de directivos (total)	149
Cantidad de directivos locales	149
Porcentaje de directivos locales	100%

### MODELO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Durante 2015, el abordaje organizacional se realizó a través del rol del Referente de Capital Humano. Esta metodología permite acompañar eficientemente el desarrollo de los colaboradores y el negocio del Banco. Se caracteriza por un mayor acercamiento, presencia y conocimiento de las áreas y de sus equipos.

El modelo de Desarrollo Organizacional se define sobre dos ejes:

#### A. Perspectiva de Clientes:

Durante el año 2015 el área de Calidad realizó 81 encuestas que incluyeron relevamientos de satisfacción, de opinión y de desarrollo de nuevos productos/servicios. Estas mediciones estuvieron dirigidas a clientes y colaboradores del grupo con el objetivo de conocer su percepción respecto al cumplimiento de sus requisitos, necesidades y/o expectativas.

También se: (a) realizó el lanzamiento de la campaña denominada "Experiencia Dueños", que estuvo vigente durante todo el año e incluyó el relevamiento de los siguientes aspectos: satisfacción general con el Banco, calidad de atención, aspecto de la sucursal, resolución de consultas/ trámites, tiempo de espera en ser atendido, preguntas generales sobre canales autogestivos, (b) implementó una nueva metodología para medir la voz del cliente que permite conocer el grado de recomendación que tienen sobre el Banco Hipotecario. Se trata del Net Promoter Score (Índice de Recomendación Neta) y en esta misma campaña se alcanzó un porcentaje de 33.9%, (c) mantuvo la certificación ISO 9001:2008 en el proceso de Recaudaciones, superando con éxito la auditoría de mantenimiento. Además, renovamos por tres años el certificado del proceso de Acreditación de Haberes mediante plataforma electrónica.

Por otro lado, y con el objetivo de ser más transparentes como fiduciarios del Programa PRO.CRE.AR, certificamos con la norma ISO 9001:2008, el seguimiento y control sobre los Desarrollos Urbanísticos. La Gerencia de Área de Auditoría Corporativa, en tanto, sumó la certificación ISO 9001:2008 a todos los procesos del área, como complemento al reconocimiento que otorga el Referencial N.º 13 de IRAM.

Asimismo, se desarrolló el programa "Socios de la Calidad", que permitió alinear a los distintos sectores y áreas de apoyo para mejorar los procesos y enfocarse en la satisfacción del cliente. Sobre la base de las oportunidades de mejora detectadas, los sectores elaboraron planes de acción con miras a 2016.

Con el objetivo de mejorar el tiempo de atención de los clientes y para ser más eficientes, durante 2015 se trabajó en la mejora del proceso de alta de productos minoristas de todos los canales del Banco. Una marcada disminución en el índice de reprocesos y la estandarización de criterios de análisis y tareas se vieron reflejados en una mejora de la experiencia de los clientes.

Por último, para mejorar la calidad de los desarrollos de sistemas y acelerar el tiempo de puesta en producción, se trabajó en la profesionalización del equipo de Calidad de Software y en iniciativas de optimización de ambientes de pruebas.

### B. Perspectiva Interna:

El área de Capital Humano (Capacitación, Desarrollo, Selección, Gestión del Cambio, Comunicación y Cultura) trabajó para construir una cultura de inclusión que promueva el desarrollo y la contribución individual de nuestra gente para el logro de los objetivos estratégicos del Banco.

#### FORMACIÓN

Durante 2015 el Banco dictó cerca de 30.000 horas/hombre de formación e-learning y presencial. El Plan de Formación se elaboró para responder rápidamente a las demandas del negocio y de la industria, desarrollando las capacidades de los colaboradores, buscando la innovación en el diseño y en la oferta, y atendiendo las necesidades y los diferentes estilos de aprendizaje.

#### Promedio de horas de formación por empleado

Promedio de horas general	
Total de Hs 2015	26.586
Dotación	2.984
<b>Promedio</b>	<b>9</b>

Promedio de horas hombres	
Total de Hs 2015	13.863
Dotación	1.520
<b>Promedio</b>	<b>9</b>

Promedio de horas mujeres	
Total de Hs 2015	12.723
Dotación	1.464
<b>Promedio</b>	<b>9</b>

#### Promedio de horas de formación por categoría profesional

Alta Gerencia	
Total de Hs 2015	387
Dotación	24
<b>Promedio</b>	<b>16</b>

Gerentes	
Total de Hs 2015	2.077
Dotación	156
<b>Promedio</b>	<b>13</b>

Supervisores/Líderes/Jefes	
Total de Hs 2015	5.901
Dotación	508
<b>Promedio</b>	<b>12</b>

Analista y Administrativos	
Total de Hs 2015	18.221
Dotación	2.296
<b>Promedio</b>	<b>8</b>

Asimismo, se trabajó en la construcción de un **Modelo de Liderazgo** que guía las competencias de los líderes de la organización. En este marco, se diseñó el “Programa de Liderazgo” y se lo implementó en todos los niveles de conducción del Banco. Como primer paso, se entrenó a 38 líderes –Gerentes de Área que reportan al Gerente General, Gerentes de Área que no son reportes directos, gerentes del sector de Casa Matriz y gerentes regionales–.

El plan de liderazgo implica una perspectiva de largo plazo; contempla una formación de tres años que atraviesa los ejes Autoliderazgo, Gestión de Equipos, Gestión de Personas y Negocio.

También se inició el diseño de la nueva “Escuela Comercial”, que ofrece un plan de capacitación para todos los puestos de la Red de Sucursales.

Además, se sumaron nuevos cursos al Centro de Formación Virtual, con herramientas concretas para el desarrollo de los colaboradores. En algunos casos puntuales, los cursos se realizaron en instituciones externas. Por último, se lanzó el programa de “Formación en habilidades”, que permitió fortalecer las habilidades técnicas y personales tanto de colaboradores como de mandos medios en todo el país.

Función	Total
Alta Gerencia	10
Analista y Administrativos	230
Gerentes	46
Supervisores/Líderes/Jefes	124
Total general	410

**Se incluye:**

*Plan de Formación en Habilidades, cuyo objetivo es desarrollar las capacidades definidas por el banco.*

*Cursos externos, cuyo costo es absorbido en su totalidad por la Gerencia de Capital Humano. Estos programas están apuntados a desarrollar habilidades técnicas requeridas para cada posición.*

**BENEFICIOS SOCIALES PARA NUESTROS COLABORADORES**

En el marco del programa “Dueño de tus beneficios y tu bienestar”, para colaborar con una mejor calidad de vida, ofrecemos a nuestros colaboradores, tanto de jornada completa como a los de media jornada y temporales, diferentes beneficios, para promover la cultura del bienestar. Llevamos adelante de mayo a noviembre, 7 talleres basados en los ejes energía (respiración consciente, taller de espalda sana, hábitos saludables) y mente (lúdico-anti estrés, creatividad, los 5 dominios del neuroliderazgo, entrenamiento).

**#BIENESTARBH**

- Plan de salud corporativo con plan cerrado y exclusivo. Cobertura para vos y tu familia.
- Reintegro de gimnasio ¡diseñate de tu bienestar y tu salud!
- Consultorio Médico en áreas centrales.
- Mes de la Salud. Acciones y charlas para tu bienestar.
- Licencia extraordinaria sin ausencias, 5 días adicionales.
- Campaña de vacunación a nivel país.
- Ayuda social en situaciones especiales.
- Espacio del colaborador. Comedor en Casa Central para áreas centrales.
- Espacio para la guarda de bicicletas en edificios centrales y en sucursales. ¡Venite en bici!
- Microondas y heladeras para que puedas traer tu vianda.
- Llave de snack y en sucursales servicio de Staples.
- Licencias por vacaciones computadas por días hábiles.

**#FAMILIABH**

- Día de la familia ¡Podés gozarte en cualquier momento del año!
- Nuestros hijos. Reintegros por guardería, Jardín de infantes, colonia de vacaciones y educación especial.
- Beneficios exclusivos para colaboradores en todos nuestros productos.
- Regalos por nacimiento, casamiento y graduaciones.
- Lactancia Materna. Contamos con un moderno lactario para las mamás que trabajan en áreas centrales y en LA red reciben un kit completo de lactancia.
- Portal de beneficios Comunidad BH. ¡Acceder es muy fácil! [www.comunidadbh.com.ar](http://www.comunidadbh.com.ar)
- Tu cumpleaños ¡Disfrutá tu día!
- Días por enfermedad de hijos, 5 días.
- Cartelera Virtual. Ingresá desde intranet para realizar tus publicaciones.

**#DESARROLLOBH**

- Programa de becas. Ingresá a INTRANET y conocé las diferentes alternativas.
- Descuentos especiales para estudiar en universidades. Ingresá a Intranet y conocé las opciones.
- Licencia por examen hasta 21 días.

**#CELEBRACIONESBH**

- Día del niño
- Día de la primavera
- Día de la mujer
- Aniversario del Banco
- Día de la secretaria
- Encuentro de fin de año
- Mes de la familia

Asimismo, mantuvimos los beneficios de los días de mudanza y acompañamiento a la familia, además de un plan cerrado de medicina prepaga exclusivo para colaboradores del Banco Hipotecario.

Es destacable que contamos con una licencia extendida para padres por el nacimiento de un hijo. En este sentido, el 100% de todos los colaboradores que tuvieron hijos en 2015 regresaron a trabajar tras su licencia de paternidad o maternidad.

### GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Acompañamos a cada colaborador en el desarrollo de conocimientos y habilidades para lograr el mejor desempeño de su rol. Durante el año llevamos adelante diferentes acciones para promover la gestión del desempeño en toda la organización.

Nuestros colaboradores son evaluados por nuestro Sistema de Gestión del Desempeño, donde reciben un análisis y devolución detallada de su trabajo a lo largo del año. En el 2015 participaron de esta evaluación:

a) Nómina completa de Banco Hipotecario, actualizada al cierre del periodo a informar.

Dotación evaluable	N°	Porcentaje
Nómina completa de Banco Hipotecario 2015	2679	100%
Población evaluada	2408	90%
Población no evaluada	271	10%
<b>Porcentaje de participación en el proceso</b>	<b>90%</b>	

Motivos de población no evaluada	N°	Porcentaje
Alta Gerencia	5	2%
Baja	125	46%
No corresponde	126	46%
Pendiente de cierre por sistema	15	6%
<b>Porcentaje de participación en el proceso</b>	<b>271</b>	<b>100%</b>

b) Listado de los colaboradores que recibieron Evaluaciones de desempeño, en el que pueda identificarse su género y categoría profesional, obtenida del sistema SAP.

Cantidas de personas que participaron por categoría	Genero		
	Femenino	Masculino	Total General
Alta Gerencia	5	14	14
Analista y Administrativos	965	899	1864
Gerentes	28	91	119
Supervisores/Líderes/Jefes	182	229	411
<b>Total general</b>	<b>1175</b>	<b>1233</b>	<b>2408</b>

### 4. Procedimiento de Cálculo

Concepto	N°	Porcentaje	Cant. de empleados evaluados
Empleados evaluados en el periodo	2408	100%	100%
Total empleados según nómina	2679		

Para calcular el desglose por sexo y categoría profesional las fórmulas a utilizar son:  
 - % mujeres evaluadas =  $(\text{Total de mujeres evaluadas en el periodo} / \text{Total mujeres de la nómina}) \times 100$

Cantidas de personas que participaron por categoría	Genero		
	Femenino	Masculino	Total General
Alta Gerencia		5	5
Baja	66	59	125
Con nota	1175	1233	2408
No corresponde	81	45	126
Pendiente de cierre por sistema	8	7	15
<b>Total general</b>	<b>1330</b>	<b>1349</b>	<b>2679</b>

Concepto	N°	Porcentaje	Cant. de empleados evaluados
Total mujeres evaluadas en el periodo	1175	100%	88%
Total mujeres de la nómina	1330		

- % hombres evaluados =  $(\text{Total de hombres evaluados en el periodo} / \text{Total hombres de la nómina}) \times 100$

Cantidas de personas que participaron por categoría	Genero		
	Femenino	Masculino	Total General
Alta Gerencia		5	5
Baja	66	59	125
Con nota	1175	1233	2408
No corresponde	81	45	126
Pendiente de cierre por sistema	8	7	15
<b>Total general</b>	<b>1330</b>	<b>1349</b>	<b>2679</b>

Concepto	N°	Porcentaje	Cant. de empleados evaluados
Total hombres evaluados en el período	1233		
Total hombres de la nómina	1349	100%	91%

- % de empleados en Categoría Profesional 1 evaluados = (Total de empleados en Categoría Profesional 1 evaluados en el período / Total empleados en Categoría Profesional 1 de la nómina) x 100

Cantidad de personas que participaron por categoría						Género	
Categoría profesional	Alta Gerencia	Analistas y Administrativos	Gerentes	Supervisores/ Líderes/jefes	Total General		
Alta Gerencia	5				5		
Baja	2	103	11	9	125		
Con nota	14	1864	119	411	2408		
No corresponde	1	117	5	3	126		
Pendiente de cierre por sistema	2	8	3	2	15		
<b>Total general</b>	<b>24</b>	<b>2092</b>	<b>138</b>	<b>425</b>	<b>2679</b>		

Concepto	N°	Porcentaje	Cant. de empleados evaluados
Total Alta Gerencia en el período	14		
Total Alta Gerencia de la nómina	24	100%	58%

Cantidad de personas que participaron por categoría						Género	
Categoría profesional	Alta Gerencia	Analistas y Administrativos	Gerentes	Supervisores/ Líderes/jefes	Total General		
Alta Gerencia	5				5		
Baja	2	103	11	9	125		
Con nota	14	1864	119	411	2408		
No corresponde	1	117	5	3	126		
Pendiente de cierre por sistema	2	8	3	2	15		
<b>Total general</b>	<b>24</b>	<b>2092</b>	<b>138</b>	<b>425</b>	<b>2679</b>		

Concepto	N°	Porcentaje	Cant. de empleados evaluados
Total Analista y Administrativos en el período	1864		
Total Analista y Administrativos de la nómina	2092	100%	89%

Cantidad de personas que participaron por categoría						Género	
Categoría profesional	Alta Gerencia	Analistas y Administrativos	Gerentes	Supervisores/ Líderes/jefes	Total General		
Alta Gerencia	5				5		
Baja	2	103	11	9	125		
Con nota	14	1864	119	411	2408		
No corresponde	1	117	5	3	126		
Pendiente de cierre por sistema	2	8	3	2	15		
<b>Total general</b>	<b>24</b>	<b>2092</b>	<b>138</b>	<b>425</b>	<b>2679</b>		

Concepto	N°	Porcentaje	Cant. de empleados evaluados
Total Gerentes en el período	119		
Total Gerentes de la nómina	138	100%	86%

Cantidad de personas que participaron por categoría						Género	
Categoría profesional	Alta Gerencia	Analistas y Administrativos	Gerentes	Supervisores/ Líderes/jefes	Total General		
Alta Gerencia	5				5		
Baja	2	103	11	9	125		
Con nota	14	1864	119	411	2408		
No corresponde	1	117	5	3	126		
Pendiente de cierre por sistema	2	8	3	2	15		
<b>Total general</b>	<b>24</b>	<b>2092</b>	<b>138</b>	<b>425</b>	<b>2679</b>		

Concepto	N°	Porcentaje	Cant. de empleados evaluados
Total Supervisores/Líderes/Jefes en el período	411		
Total Supervisores/Líderes/Jefes de la nómina	425	100%	97%

#### PROGRAMA DE BECAS

En el Banco contamos con un programa de becas que representa un apoyo para diferentes colaboradores en su etapa de estudio o perfeccionamiento de conocimientos. En base al desempeño del colaborador, acompañamos con un porcentaje en el beneficio al Programa de Beca.

Durante 2015, un total de 38 colaboradores recibieron la aprobación de su solicitud por parte del Comité de Beca.

## DESARROLLO

Gestionamos la cobertura de 160 vacantes a través de 132 procesos de desarrollo (81 búsquedas internas y 51 sponsoreos). Se realizaron 42 promociones y 92 pases entre áreas.

Además, continuamos reforzando el compromiso en la Gestión del Desempeño como una responsabilidad de todos los colaboradores, como desafío de crecimiento individual y para el desarrollo de la organización. Trabajamos en instalar el feedback como eje fundamental del proceso y como espacio de conversación entre jefe y colaborador respecto del desarrollo, compromiso, expectativas, reconocimiento y desempeño. Para esto, llevamos adelante 15 talleres de relevamiento con colaboradores del Banco, Hipotecario Seguros y BACS para conocer sus expectativas respecto del proceso de evaluación de desempeño.

También continuamos trabajando con el Coaching Ejecutivo, que tiene por objetivo incentivar procesos de transformación personal y profesional, orientado a enriquecer el desempeño y las competencias requeridas para incorporar nuevas habilidades.

A través del Plan de Apertura de Sucursales, continuamos con los procesos de evaluación de desarrollo para mapear a los colaboradores y contar con los equipos para las sucursales que abrieron en 2015, promoviendo el desarrollo interno e involucrando a los colaboradores como protagonistas de su propio desarrollo.

## SELECCIÓN

Durante 2015 trabajamos fuertemente para dar respuesta a los proyectos estratégicos mediante las siguientes acciones: (a) completamos 350 procesos de selección e incorporación de personal, (b) conformamos el Call Center interno de ventas de Hipotecario Seguros por medio de la selección e incorporación de 60 asesores de venta telefónica, 4 Teams Leaders y 2 Supervisores; una estructura total de 66 personas. Además de la efectivización de toda la estructura del Call Center interno, siendo más de 100 colaboradores, (c) potenciamos la estructura de Desarrollos Urbanísticos con la incorporación de 49 colaboradores, (d) continuamos con el programa de inserción laboral de "Puerta 18", incorporando tres colaboradores en los sectores de Marketing y Publicidad, Calidad de Software y Productos Minoristas.

Asimismo, el Banco participó en la feria virtual de empleos "ExpoZonajobs": la feria virtual más importante de Argentina, en la cual estuvieron presentes más de 50 grandes firmas y se incorporó en LinkedIn como medio de comunicación y posicionamiento de nuestra marca empleadora.

## GESTIÓN DEL CAMBIO

En marzo de 2015 relanzamos el área de Gestión del Cambio con el propósito de contribuir al éxito de los proyectos de cambio organizacional, maximizando el alineamiento, compromiso y desarrollo de las personas. Esta decisión surgió a partir de la proliferación de proyectos transformacionales que está atravesando el Banco. Se trata de impulsar las transformaciones organizacionales requeridas para favorecer la implementación de proyectos estratégicos, adaptar-

se eficientemente a cambios de contexto y/o anticiparse a nuevas realidades y, finalmente, contribuir en el alineamiento de las personas a la cultura deseada.

Para ello, en primer lugar, trabajamos internamente en la definición de los principales lineamientos institucionales del área (misión, visión, objetivos) para consolidar el alcance de nuestra tarea. En paralelo, seleccionamos los primeros proyectos en los que íbamos a participar: Gestión del Desempeño y, principalmente, el Roll-out del nuevo marco metodológico para las áreas de Procesos, Sistemas y Tecnología y Estrategia Organizacional y Proyectos. Allí, desarrollamos actividades de integración, un ciclo de capacitación denominado "Programa de facilitadores metodológicos", a partir del cual fuimos compartiendo con todos los equipos las etapas y entregables de la nueva metodología y la detección y mitigación de riesgos asociados a la implementación.

# CLIENTES

## PR5

Desde el Banco trabajamos para mejorar el rendimiento del negocio, contribuyendo a una cultura de integración y teniendo en cuenta al cliente como centro de cada una de nuestras acciones.

En 2015 continuamos consolidando la estrategia de inserción en el negocio minorista, sustentada bajo el concepto "TODO PARA TU CASA", incrementando el volumen de negocio por cliente y ampliando la cartera.

El principal eje de acción fue la profundización de la relación con los clientes y fortalecer nuestro posicionamiento en el mercado, con una estrategia centrada en el ofrecimiento continuo de los productos a través de la red de sucursales y canales indirectos propios, el uso intensivo de herramientas de inteligencia comercial para la venta y gestión de los clientes, la reducción de los tiempos de aprobación y la orientación de los sistemas y procesos al cliente.

La mejora en los productos y la mayor productividad en los canales de distribución permitieron un gran crecimiento en los volúmenes de colocación respecto del año anterior y se continuó potenciando la utilización de otro importante eje de acción como es el de los canales electrónicos y manteniendo el lugar de liderazgo obtenido con los mismos.

Todos estos logros, desarrollos y desafíos, posibilitaron un fuerte apalancamiento, generando altas economías de escala y un gran crecimiento en los resultados del negocio de Banca Minorista.

## INTELIGENCIA COMERCIAL

La estrategia se centró en tres ejes: (a) contribuir en la originación de todos los productos minoristas que comercializa el Banco, (b) foco en la retención y fidelización de clientes y (c) soporte al programa PRO.CRE.AR. Estos pilares se sostuvieron por las campañas desarrolladas de Marketing Directo orientadas a satisfacer estos pilares.

Dichas acciones contribuyeron al incremento de la originación de todos los productos minoristas, logrando aportar el 71% de las tarjetas de crédito vendidas, el 54% de los préstamos personales y el 41% de las pólizas de seguros.

Específicamente, dentro del programa brindado a PRO.CRE.AR, se continuó realizando mediante la gestión de comunicación electrónica, realizando durante el transcurso del año un total de 120 millones de envíos de e-mail y 19 millones de envíos de SMS. Estos canales fueron utilizados para acciones sobre cartera propia con objetivos de incentivación a la utilización de los canales digitales, para acciones de adquisición de clientes (email marketing de todos los productos), up selling y cross selling sobre cartera vigente, comunicaciones sobre mejoras de servicios, promociones de alianzas y para reforzar comunicaciones sobre PRO.CRE.AR.

Durante el transcurso del año, se continuó con la maximización de acciones sobre la cartera, logrando reducir los tiempos del proceso de oferta y maximizando el modelo de oferta continua.

#### GERENCIA CANALES DE ATENCIÓN

Durante 2015, buscamos soluciones integrales que estuvieran en línea con nuestra misión, procurando que cada cliente tenga una experiencia de contacto simple, satisfactoria y personalizada:

- Consolidamos nuestra visión y pusimos el foco tanto en el crecimiento del negocio como en la calidad del servicio. Desde Telemarketing, principal canal de origen de seguros y tarjetas de crédito del Banco, incrementamos la rentabilidad del negocio. Incorporamos discadores de potencia con administración centralizada y, así, mejoramos la productividad diaria por operador. Las acciones de comercialización se centraron en tarjetas de crédito, préstamos personales y seguros opcionales, y se aprovechó la ventaja del canal para manejar grandes volúmenes de prospectos y clientes.

Se originaron más de 133.500 altas de tarjetas de crédito y 141.000 pólizas de seguros opcionales. Se profundizó el modelo basado en la formación de agentes multitarea y se continuó trabajando en la especialización de los supervisores y agentes telefónicos para propiciar la maximización de los recursos y la mejora de la productividad. Nos concentramos en incrementar el nivel de cross sell sobre la oferta y la cartera del Banco.

- El Centro de Contacto atendió 2.202.407 llamadas, un 7% más que en 2014. A través del canal de respuesta vía e-mail, se contestaron 47.372 consultas, 45% más que el año anterior. Las transacciones realizadas mediante autogestión del menú telefónico (IVR) aumentaron un 50%.

- En el marco de soporte a los proyectos de PRO.CRE.AR., sumamos al equipo de preventa y de atención de garantía de las viviendas entregadas a través de Desarrollos Urbanísticos.

#### El conocimiento y la aplicación de estrategias de servicio son piezas claves de nuestra gestión para incrementar la eficiencia con información exacta y útil, manejando conflictos y ofreciéndoles a nuestros clientes resoluciones apropiadas.

- Incorporamos un nuevo canal de atención, el videotótem, en cuatro sucursales (Avellaneda, Monte Grande, San Nicolás y Casa Central). Esta herramienta nos permitió generar mayor cercanía con el cliente, ya que se trata de un estilo de atención novedoso, con un interlocutor con quien es posible hablar "cara a cara".

#### Las acciones de capacitación realizadas durante el año –cursos, talleres y programas especiales– brindaron herramientas esenciales para el desempeño más eficiente de cada posición y función.

- Diseñamos e implementamos más de 29.000 acciones de calidad relacionadas con nuestros procesos clave de negocio, que permitieron potenciar la recolección activa de información y poner en práctica nuevas acciones de mejora.

- Para medir el nivel de satisfacción de nuestros clientes, realizamos una encuesta luego del contacto telefónico. De esta manera, sobre 976.419 encuestas obtuvimos, los siguientes indicadores:

- El 86% manifestó que se encontraba satisfecho o muy satisfecho con la atención general del Banco.
- El 95% manifestó estar satisfecho o muy satisfecho con el trato recibido por el asesor.
- El 78% manifestó estar satisfecho o muy satisfecho respecto del tiempo de espera.
- El 89% manifestó haber recibido solución a su inquietud durante la llamada.

- Comenzamos a trabajar en el Proyecto Relacionamiento 360 de Clientes. Su principal objetivo es lograr que los colaboradores de las distintas áreas que interactúan con el cliente cuenten con una visión integral (productos, perfil de cliente, interacciones con el Banco, historia y situación actual) en un solo sistema. Mediante la implementación de una nueva herramienta tecnológica, se mejorará la experiencia de trato con el cliente y del usuario interno, aumentando la rentabilidad y eficiencia de los contactos.

- Continuamos con el desarrollo del proyecto de Diálogo Inteligente con el Cliente (DIC), cuyo objetivo es maximizar los momentos de contacto a través de un motor de reglas de decisión que predice la mejor próxima interacción. En 2015, implementamos dos grandes tipologías de notificación que determinaron 18 posibles contactos con nuestros clientes: Préstamos Personales preaprobados, Tarjetas de Crédito preaprobadas, Tarjetas de Crédito adicionales, débitos automáticos en Tarjetas de Crédito, Adhesión a resumen digital de Tarjetas de Crédito, aviso de vencimiento de Préstamos, salutación en el día del

cumpleaños del cliente, débito automático en Préstamos Personales y Tarjetas de Crédito en cuenta, estimulación al consumo, activación temprana de Tarjetas de Crédito, disponible Plan V, adhesión Banca Móvil, actualización de datos, entrega de plástico, Up Grade de Tarjetas de Crédito, Tarjeta de Coordinadas y gestión de mora. Así, generamos más de 200.000 solicitudes de carga entre las alarmas disponibles a través de Home Banking y Contact Center.

- Nos propusimos potenciar la autogestión del cliente en nuestros portales de consulta online y alcanzamos un total de 1.939.115 respuestas vistas. Además, trabajamos en la gestión y en la administración de las comunicaciones que tenían como destinatarios a clientes del Banco, manteniendo un lenguaje claro y sencillo. Así, enviamos más de 135.000 comunicaciones con el fin de anticiparnos a sus necesidades de información.

## COMUNICACIÓN Y CULTURA

Acompañamos la transformación organizacional y del negocio, manteniendo informados a los colaboradores acerca de los proyectos estratégicos definidos para los próximos años, para lograr que nuestros clientes sean más dueños de su vida.

Con el objetivo de impulsar el aporte individual y la performance organizacional, en 2015 lanzamos un ciclo de encuentros llamado "Conociendo el Negocio" con los principales referentes de la organización. Se realizaron 7 encuentros, donde participaron 230 colaboradores, con un 100% de satisfacción en todos los ciclos.

En 2015 inauguramos los encuentros de "Diálogos en BH", un espacio para conocerse más, intercambiar opiniones y potenciar el desarrollo organizacional. Estas reuniones convocan a colaboradores del Banco con Gerentes de Área, quienes responden a sus inquietudes. Llevamos adelante 9 encuentros, en los que participaron 108 colaboradores y 9 Gerentes de Área.

En el marco del compromiso con la conciliación laboral y familiar, logramos ser parte de la 3° guía del Club IFREI impulsado desde el Centro Walmart Conciliación Familia y Empresa, del IAE Business School (ConFyE). Allí 25 empresas compartieron sus buenas prácticas de conciliación, y Banco Hipotecario estuvo presente con el testimonio de dos colaboradoras sobre el beneficio "fondo de ayuda". La guía impulsa a muchas empresas a trabajar la cultura familiarmente responsable y acompaña el desarrollo de nuestra marca empleadora.

Realizamos la 8va edición de la toma de la Encuesta de Clima. Con un 89% de participación, los resultados fueron: 70% en satisfacción, 53% en clima y 65 % en compromiso. La encuesta nos permite conocer nuestras fortalezas y oportunidades, para construir planes de acción en 2016.

Entre agosto y diciembre de 2015 implementamos la campaña publicitaria "Querés ser dueño de tu vida", con distintos spots de productos y servicios. La misma generó alto impacto en medios masivos: televisión, radio, gráfica y vía pública; además de su amplificación en redes sociales y sucursales.

En el marco del Programa de Relacionamiento, realizamos más de 100 eventos y apadrinamos eventos deportivos, artísticos y culturales, alcanzando a más de 5.000 clientes de todo el país. Por sexto año consecutivo el Banco acompañó a Racing Club como sponsor oficial bajo el claim "La pasión tiene dueño", como también dentro del automovilismo, en la categoría Turismo Nacional, y las charlas innovadoras de TEDxRíodelaPlata.

## CONSTRUIR COMUNIDAD

Como organización cuyos 130 años de historia están enlazados profundamente con el desarrollo de la Argentina, estuvimos siempre muy atentos a los diferentes fenómenos sociales de nuestro país. En un mundo cada vez más dinámico y veloz, los temas que aquejan a la comunidad cambian, se redefinen y modifican la agenda social.

## CULTURA DE RELACIONAMIENTO

Con una mirada integral y abierta a la escucha es que abordamos distintas temáticas que hoy son claves para nuestra sociedad, en alianza con los principales líderes y organizaciones sociales de Argentina. Apoyamos y potenciamos programas y acciones desarrolladas por las mismas organizaciones, que son quienes conocen en profundidad el campo social.

Buscamos que estos programas tengan un alcance nacional al igual que nuestro negocio, a través del cual operamos en todas las regiones de nuestro país. Acompañamos proyectos por un mínimo de 3 a 5 años de duración ya que consideramos que el cambio social necesita del compromiso sostenido en el tiempo.

# COMITÉ DE ASUNTOS SOCIALES

Como parte de nuestra gestión corporativa, operan dentro del Banco diferentes comités especiales del Directorio para la toma de decisiones específicas, con la participación de áreas afines. Toda nuestra estrategia social es aprobada y monitoreada por el Comité de Asuntos Sociales e Institucionales del Banco.

Este Comité es el encargado de diseñar los lineamientos de la gestión en la comunidad y aprobar el presupuesto anual del Banco para llevar adelante los distintos programas y proyectos sociales. Está integrado por el Presidente del Banco, el Gerente General, miembros del Directorio y de la Gerencia de Área de Relaciones Institucionales.

*Comité de Asuntos Sociales.  
De izquierda a derecha: Javier Varani, Paula Solsona, Eduardo Elsztein, Ada Maza, Fernando Rubin y Edgardo Fornero.*



# LINEAMIENTOS DE INVERSIÓN SOCIAL

En 2015 continuamos el proceso de redefinición de los lineamientos de nuestra estrategia en la Comunidad, iniciado en 2014. Desde el Banco, creemos que este es un ejercicio saludable porque entendemos que la RSE es un campo en permanente desarrollo, que se ha ido complejizando para abarcar cada

vez más temas y, por lo tanto, debe ser abordada desde nuevos enfoques y conceptos.

De este modo, los ejes de acción comunitaria con los que trabajamos hasta el 2014 (Educación, Inclusión Social e Inserción Laboral, Medioambiente y Voluntariado) fueron resignificados a partir de nuevos lineamientos que permiten analizar en profundidad los programas y proyectos que llevamos adelante.

Este proceso implicó la elaboración de una **nueva matriz**, alineada a la identidad y visión del Banco, a partir de la cual interactuamos con organizaciones de la sociedad civil, implementando alianzas estratégicas a mediano y largo plazo. Su aplicación nos permite obtener una radiografía clara de la forma en que queremos relacionarnos, para generar un impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes.

La estructura de esta herramienta contiene dos ejes y sus correspondientes categorías y sub categorías, atravesadas por dos variables de ponderación: alcance geográfico y tiempo.

El eje **Cultura** refiere a la forma de hacer las cosas y los valores que promovemos tales como la solidaridad, la participación ciudadana, el diálogo transparente, el liderazgo comprometido con nuestro entorno y el sentimiento de comunidad donde somos responsables los uno de los otros. Este eje se construye a partir de las siguientes categorías:

## 1. CIUDADANÍA

Hace referencia a la promoción de una ciudadanía activa y comprometida que participa de una comunidad donde es posible el reconocimiento del otro, el diálogo y el liderazgo para construir un espacio de conocimiento y crecimiento para todos sus integrantes.

Dentro de Ciudadanía se encuentran las sub categorías:

- A. Diálogo:** Es la generación de comunidades donde se promueven los valores del pluralismo, la diversidad, la pertenencia y el trabajo en equipo articulado e integral, sustentados a través del diálogo interreligioso, intercultural, social y político.
- B. Formación de líderes:** Promueve la formación de diferentes líderes (empresarios, políticos y sociales) con visión de futuro, que posibilitan el desarrollo de los participantes de la comunidad en tanto agentes de cambio y que impulsan el empoderamiento de las personas en sus ámbitos de pertenencia.

**Red de innovación local (RIL) [www.redinnovacionlocal.org](http://www.redinnovacionlocal.org)**

Red de Innovación Local (RIL) es una organización que busca transformar los municipios del país en equipos modernos y dinámicos que abracen la cultura de la innovación orientada a resultados, para poder convertirse en verdaderos líderes del desarrollo local.

Desde la organización se trabaja en grupos RIL que están conformados por funcionarios municipales que se asesoran entre sí para aportar soluciones a la

gestión de su ciudad. Estos grupos están coordinados por un asesor técnico de la RIL, especialista en asuntos municipales. Se reúnen mensualmente en las distintas ciudades, convirtiendo la transferencia de conocimiento y experiencias en una plataforma de innovación.

Durante 2015 el Banco realizó un aporte anual de \$80.000 como sponsor principal de la RIL, que posibilitó la realización del "Seminario de Innovación Pública" y actividades relacionadas al apoyo al emprendedurismo en localidades del interior del país y a la gestión del suelo con funcionarios municipales.



Congreso de Innovación Pública – Sunchales, Santa Fe

La segunda categoría dentro del eje Cultura Banco Hipotecario es:

## 2. VOLUNTARIADO

Implica el trabajo solidario de diferentes personas quienes aportan desinteresadamente recursos, capacidades propias y tiempo para colaborar con organizaciones sociales.

Dentro de esta categoría se incluyen las sub categorías:

**A. Como fuerza motora:** Se refiere a aquellas organizaciones cuya misión sólo se concreta a través del voluntariado, siendo éste el motor y canal estratégico de esa ONG. Se aborda el problema social a través del voluntariado.

**B. Iniciativas voluntarias de colaboradores del Banco:** Hace referencia al colaborador solidario que realiza iniciativas voluntarias en ONGs tales como comedores, hogares y escuelas, vinculadas fundamentalmente a su mundo referencial. La naturaleza genuina del valor solidario radica en el compromiso sostenido en el tiempo. En este sentido, el Banco valora la iniciativa voluntaria del colaborador, y lo acompaña para fortalecer su compromiso.

**C. Con colaboradores del Banco:** La ONG lleva adelante acciones voluntarias en las que se invita a participar a los colaboradores del Banco, pudiendo ser estas campañas anuales o acciones puntuales en el tiempo.

**Campaña por las inundaciones en Bs. As.** [www.fundacionsi.org.ar/](http://www.fundacionsi.org.ar/) / [www.manosenaccion.org.ar/](http://www.manosenaccion.org.ar/) / [www.caritas.org.ar](http://www.caritas.org.ar/)

En agosto del 2015, debido a las inundaciones en Luján, Provincia de Buenos Aires, convocamos a nuestros colaboradores a sumarse a una campaña solidaria para potenciar el trabajo de las organizaciones sociales, Fundación Sí, Manos en Acción y Cáritas, durante la emergencia climática.

Esta campaña motivó la participación de los colaboradores de dos maneras diferentes. Por un lado, se colocaron cajas en los accesos de los edificios del Banco donde se podían acercar frazadas, sábanas, toallas, alimentos no perecederos, botas de goma y calzado, elementos de limpieza, pañales y herramientas manuales de trabajo. Un total de cerca de 1.200 materiales recolectados fueron entregados a las 3 ONGs, para ser distribuidos en las localidades más necesitadas.

Por otro lado, se invitó a los colaboradores a ofrecerse como voluntarios para realizar un relevamiento del estado de situación y necesidades de las personas afectadas por las inundaciones. Este relevamiento fue realizado por la Fundación Sí.



Comunicación interna publicada en la Intranet.

**EMERGENCIA POR LAS INUNDACIONES EN BUENOS AIRES**  
SUMATE A LA ACCIÓN SOLIDARIA

Banco Hipotecario acompaña a Fundación Sí, Manos en Acción y Caritas Pilar a través de una Campaña Solidaria.

**SE NECESITAN:**

- Alimentos no perecederos
- Frazadas, sábanas y toallas
- Botas de goma
- Calzado
- Elementos de limpieza
- Pañales
- Herramientas manuales de trabajo.

Los materiales deberán ser depositados en las cajas habilitadas en las puertas de acceso de los edificios del Banco.

También podés ayudar ingresando a [www.fundacionsi.org.ar/comoyudar](http://www.fundacionsi.org.ar/comoyudar) y donando con tu tarjeta de crédito.

¡Todos podemos ayudar a los damnificados por las inundaciones!  
Tenes tiempo hasta el 20 de agosto. Una vez finalizada la Campaña, Banco Hipotecario entregará los materiales recolectados a la Fundación Sí, Manos en Acción y Caritas Pilar, los cuales los distribuirán entre las localidades más necesitadas.

Cualquier duda o consulta, enviá un mail a Karina Gutiérrez



*“...Participé como colaboradora en el relevamiento organizado por Fundación SI. Era la primera vez que me sumaba a una actividad en la cual actuaba como voluntaria pero iba con las manos vacías... Una vez que nos encontramos los voluntarios con los coordinadores, éstos nos dieron las pautas y todo fue sucediendo naturalmente... Era como si supiera exactamente por qué estaba ahí y que era el lugar en el que tenía que estar en ese momento... Descubrí que lo importante no siempre es ir con las manos llenas sino con el corazón abierto, ya que ese es nuestro mayor valor y para quien lo necesita es la mejor caja de alimentos.”*

**Alejandra Sclar**

Voluntaria perteneciente a la Gerencia de Banca Mayorista del Banco.

El otro eje estratégico definido es el de **Comunidad**. Por Comunidad entendemos el conjunto de organizaciones y personas establecidas en aquellos lugares de nuestro país donde estamos presentes como empresa. Nos relacionamos y dialogamos con estas comunidades para comprender sus problemáticas y elaborar en conjunto proyectos sostenidos en el largo plazo.

Contiene las siguientes categorías:

### 1. INCLUSIÓN

El bienestar humano implica tener seguridad personal y ambiental, acceso a bienes materiales para tener una vida digna, buena salud y buenas relaciones sociales. Todo esto se relaciona con la libertad para tomar decisiones y actuar. Serán aquellas ONGs focalizadas en la inclusión a través del desarrollo de factores sociales como el deporte, el arte, la música; que favorezcan procesos de ayuda mutua, de promoción humana y de organización comunitaria centradas en las 4 sub categorías:

- A. Inserción Laboral:** talleres, capacitación, bolsa de trabajo.
- B. Adicciones:** investigación, prevención, contención, trabajo de campo.
- C. Violencia / Maltrato / Bullying:** conciencia, información, red de denuncias.
- D. Discapacidad:** plan de certificación, inserción, legislación, políticas públicas, deportes.

**Asociación Civil De la Nada** [www.delanada.org](http://www.delanada.org)

La Asociación tiene como misión facilitar, por medio de diferentes programas, que personas sin recursos económicos logren desarrollar su potencial, poniendo en práctica sus ideas a través del trabajo y la educación, en las zonas de Luján y General Rodríguez, Provincia de Buenos Aires.

Uno de sus programas principales es “La cocina del trabajo” que se inició en el año 2007 como una escuela de gastronomía para brindar capacitaciones en forma integral en oficios gastronómicos. A fines del 2011, este programa se expandió, sumando una empresa de servicios gastronómicos. Este programa permite realizar prácticas rentadas a los estudiantes, dar una salida laboral a los egresados y obtener dividendos sociales para financiar la escuela de gastronomía y en un futuro, otros programas de desarrollo comunitario que lleva adelante la organización.

A partir de los \$70.000 aportados por el Banco, en 2015 se logró equipar la cocina en donde se brindan los cursos de formación profesional de la Escuela de Gastronomía. También se concretó la compra e instalación de las aberturas necesarias para comenzar a utilizar la planta alta, recientemente construida.

También el Banco los ha formalizado como proveedores de servicios gastronómicos para diferentes eventos y fueron parte de la Campaña de Pascuas que realiza anualmente la organización. El Banco compró roscas a De la Nada que fueron donadas a ONGs presentadas por nuestros colaboradores de Casa Central, BACS, Tarshop e Hipotecario Seguros.



### 2. EDUCACIÓN

El acceso a la educación es clave para el desarrollo de todo ser humano y para sus oportunidades futuras de crecimiento. Para abordar esta categoría se promueve una visión integral con la realización de programas educativos que permitan el desarrollo de las capacidades y potencialidades de cada persona, a saber:

- A. Capacitación:** La ONG lleva adelante capacitaciones para aquellas personas que tienen un rol activo en el sistema educativo, propicia metodologías de participación y reflexión de la práctica y ubica en un lugar protagónico a las personas y sus propios saberes.
- B. Políticas Públicas:** Abarca a aquellas organizaciones que trabajan en la generación de políticas públicas educativas a través de la investigación, el diálogo con actores claves y la inclusión de temas en la agenda nacional.
- C. Infraestructura:** Para el caso de las organizaciones que se focalizan en mejorar la infraestructura de las escuelas de nuestro país y en generar el desarrollo local a través del mejoramiento edilicio.

*Celebración 15 años De la Nada- Salón Cultural Complejo Museográfico Enrique Udaondo*

### Uniando Caminos [www.uniendocaminos.org.ar](http://www.uniendocaminos.org.ar)

La Fundación Uniendo Caminos es una organización de la sociedad civil surgida hace más de diez años, dedicada a la educación como herramienta de inclusión social. Su misión es acompañar a niños, jóvenes y adultos de bajos recursos para que terminen sus estudios y concreten sus proyectos personales. El objetivo final es lograr que egresen de la escuela secundaria con la posibilidad de continuar su capacitación e insertarse laboralmente.

Desde el año 2009 el Banco acompaña el proyecto "Camino Digital" cuyo objetivo es promover la inclusión digital de los jóvenes de bajos recursos económicos con la instalación de un laboratorio digital en el Centro Educativo de la villa 21.24 de Barracas (CABA) y del Barrio Santa Ana de Boulogne (Provincia de Buenos Aires). Allí asisten 300 jóvenes a partir de 12 años que están escolarizados.

Durante el 2015 se aportaron \$60.914, para continuar sosteniendo y ampliando las actividades de los laboratorios digitales.

*"Hace más de 9 años, cuando trabajaba en el Banco, vi nacer la Gerencia de Asuntos Sociales dentro de la organización. Para mí es muy gratificante poder trabajar en un lugar donde los colaboradores podemos completar nuestros intereses y necesidades personales a través del lugar de trabajo... Hace 2 años empecé como voluntaria en Uniendo Caminos, me atrajo su misión de cortar con la deserción escolar, utilizando a la educación como herramienta de inclusión social. Hoy, 2 años después... habiendo disfrutado de la colaboración y los resultados que le brindamos a Uniendo Caminos a través del apoyo que recibieron del Banco, estoy muy contenta de seguir adelante siendo voluntaria..."*

**Eleonora Erijimovich**

Voluntaria de Uniendo Caminos y colaboradora en Tarshop.

Festejo Día del Niño en los Centros Educativos de Barracas y Boulogne.



### 3. ASISTENCIA DIRECTA

Abarca el aporte directo e inmediato de recursos económicos y materiales para solucionar problemáticas sociales básicas que ponen en riesgo la dignidad humana.

Dentro de Asistencia Directa se detallan:

- A. Alimentación:** contribución con aquellas organizaciones que promueven la alimentación de diferentes comunidades vulnerables.
- B. Vivienda:** apoyo a organizaciones que trabajan para garantizar una vivienda digna en distintas comunidades de nuestro país.
- C. Emergencia:** inmediata respuesta con aporte de recursos ante emergencias como incendios, inundaciones, y otras catástrofes naturales, etc.

### El Buen Samaritano

Se trata de un emprendimiento de 30 jóvenes de la Iglesia Jesús Nazareno que lleva ropa y alimento a personas (niños, jóvenes, adultos y ancianos) que viven en situación de calle en Corrientes Capital. Cada noche se entregan cerca de 200 cenas y mudas de ropa a quienes lo necesitan.

Este servicio nació para utilizar el plato de comida como excusa y como medio para acercarse al hermano que necesita, para conocer su realidad, para compartir su dolor, para brindarles un oído dispuesto a escuchar.

Durante el invierno, llevan adelante además una campaña de recolección de frazadas para entregar junto con las cenas nocturnas en sus recorridas por la ciudad. Promocionan la campaña entre vecinos y empresas de la comunidad.

Con los aportes del Banco, a lo largo de sucesivos años se acondicionaron los carros en los que se reparten las cenas y se compraron tubos de gas para poder cocinar, entre otras acciones. En 2015 el monto total donado fue de \$30.300.

*Voluntarios recorriendo las calles de la provincia de Corrientes para brindar alimento a los más necesitados.*



*"Me siento orgullosa de pertenecer a este grupo y que el Banco en el cual trabajo hace 28 años, colabore con muchas campañas, ya que son pocas las instituciones que tienen este apoyo a distintas ONGs; lo que es destacable, dado que no sería posible sin su ayuda, sin su solidaridad, poner el amor en obras para así poder llegar a las personas que más lo necesitan..."*

**María Antonia De la Sota**

Voluntaria del Buen Samaritano y colaboradora de la sucursal Corrientes del Banco.

#### 4. MEDIOAMBIENTE

Como una organización preocupada por el impacto ambiental de nuestra operación y con el compromiso de concientizar a nuestros colaboradores y mejorar el status de nuestras comunidades, ponderamos ambas gestiones en las siguientes sub categorías:

**A. Colaboradores:** campañas de conciencia ambiental dirigida a nuestros colaboradores con el diseño de campañas anuales puntuales.

**B. Comunidad:** apoyo a proyectos ambientales de organizaciones que apuntan a mejorar la gestión medioambiental de la comunidad.

#### TRATAMIENTO INTEGRAL DE RESIDUOS ESPECIALES

En alianza con Staples, proveedor del Banco, implementamos un servicio de tratamiento integral de residuos especiales y, de esta manera, continuamos fortaleciendo nuestro compromiso con el cuidado del medioambiente.

A través de un sistema de logística reversa, se retiran del Banco y trasladan diferentes materiales para su correcta disposición final. Estos materiales son aquellos que requieren medidas especiales de prevención durante la recolección, almacenamiento, transporte y tratamiento, ya que pueden presentar un riesgo para el medio ambiente y/o la salud de las personas. Los mismos son menos del 5% del total de los residuos generados por una oficina pero representan el 90% de la contaminación generada.

Para ello, dispusimos contenedores de pilas, baterías, pequeños electrodomésticos, tintas y tubos fluorescentes en el edificio de Casa Central y el depósito de Avellaneda. En el edificio de Torre San Martín se recolectan pilas.

Al final del proceso, el Banco recibe los correspondientes certificados que avalan el correcto tratamiento de los residuos recolectados. Este proyecto requirió consolidar un equipo de trabajo interno integrado por las Gerencias de Asuntos Sociales, Administración y Logística, Desarrollo Organizacional y Calidad.

El retiro de los residuos comenzará a efectuarse en el año 2016.

*Disposición de los cestos contenedores en el edificio de Casa Central del Banco.*



#### 5. CULTURA

Esta nueva categoría surge como respuesta a la demanda de crear y promover los espacios de conocimiento, ricos en intercambio y generación de saberes y experiencias. En este caso en especial estas dos sub categorías se retroalimentan, ya que los proyectos financiados nos permiten generar propuestas de actividades culturales para nuestros colaboradores, aumentando exponencialmente la participación en relación directa con la inversión, que puede ser:

**A. Directa:** contribución directa a la generación y difusión de encuentros culturales.

**B. Mecenazgo:** apoyo a proyectos culturales y expresiones artísticas a través de la Ley de Mecenazgo, con especial foco en:

- a) la promoción de oportunidades formativas de los jóvenes de contextos vulnerables,
- b) en la preservación y puesta en valor del patrimonio cultural argentino en todas sus dimensiones.

#### MECENAZGO

Desde Banco Hipotecario promovemos la creación y promoción de espacios de conocimiento, ricos en intercambio y generación de saberes y experiencias. En este sentido, siempre colaboramos con proyectos que contribuyen directamente a la generación y difusión de la cultura. Desde el año 2011 acompañamos diferentes proyectos a través del "Régimen de Promoción Cultural de la Ciudad de Buenos Aires", más conocido como Ley de Mecenazgo, promocionando la cultura de manera integral. En 2012 ampliamos nuestro apoyo, incorporando a nuestras empresas vinculadas.

La Ley de Mecenazgo es para nosotros una vía enriquecedora para acercarnos a nuevas organizaciones de la sociedad civil y a artistas que se destacan en diferentes disciplinas. Además, avala el interés cultural de los proyectos. La propuesta se alinea directamente con el espíritu innovador de la organización -por eso acompañamos a las nuevas generaciones y brindamos oportunidades para que desarrollen su potencial talento- y con nuestra trayectoria nacional como banco con 130 años de historia -es así cómo acompañamos proyectos de preservación y mejoramiento del Patrimonio Cultural-.

Formar parte de esta iniciativa, como benefactores, nos permite enriquecer y fortalecer nuestro vínculo con la comunidad. No sólo incrementamos la red de relaciones sino que también les acercamos a nuestros colaboradores la posibilidad de participar en espectáculos culturales, visitas guiadas o de recibir publicaciones artísticas impresas.

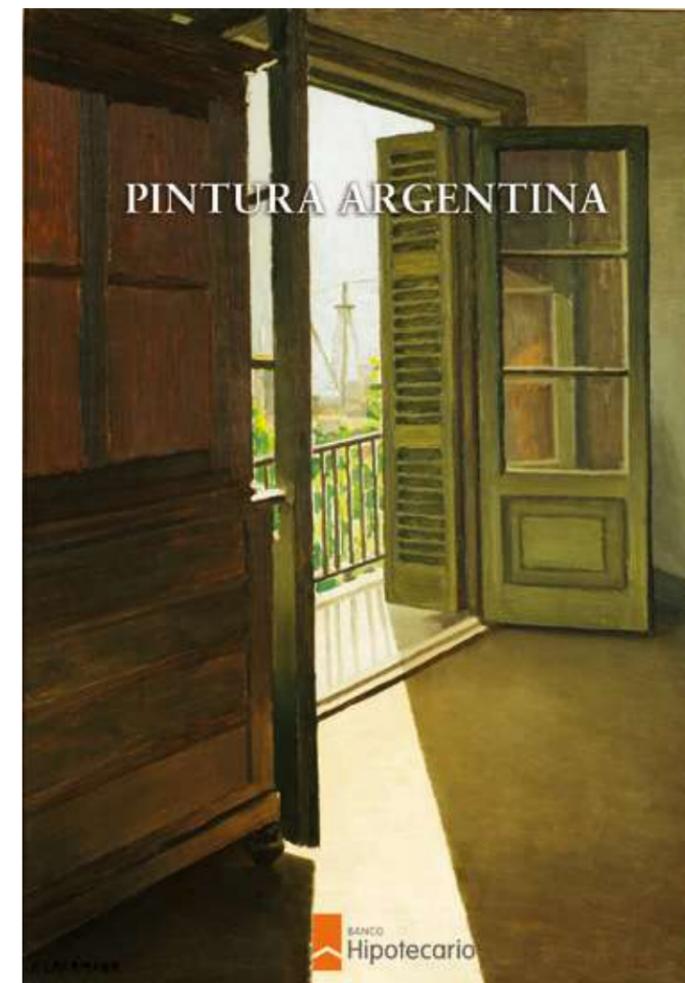
Desde el año 2011 hemos acompañado a más de 100 proyectos, con más de \$40 millones de pesos. Durante 2015, colaboramos con los siguientes proyectos:

PROYECTO N°	CATEGORÍA	TÍTULO
1941 1966 2481 2524	ARTE AUDIOVISUAL Y ARTE DIGITAL	Fase 6 Archivo razonado Lucio Dorr Proyecto documental sobre ferias y mercados 25 Claves para un mundo mejor
2099 2623 3139 3141 3143 2357/2358	ARTES VISUALES	Residencia artistica para la artes visuales de CABA Buenos aires caja mágica Latinoamérica a través de la fotografía Frida Khalo Chema Madoz Taller de arte para jovenes
2398 2405 2409 2400 2807	DANZA	Becas de formacion artistica Certamen nacional de danza Julio Bocca Concursos para jóvenes artistas Reformas edilicias fundacion Julio Bocca Vamos al ballet el lago de los cisnes y las princesas encantadas
3629	LITERATURA	Lectura y Libros en tus Manos
2672 3381 3504 3552	MÚSICA ACADEMICA	Programa de formacion de jovenes talentos y nuevos espectad. Creación y producción temporada de opera Orquesta academica de Buenos Aires Gira porteña Moguilevsky con Cuareim Quartet
2173 2378	MÚSICA POPULAR	Papelnonos por la diversidad cultural Escuela de musica Caacupe
2556 2573 2608 2612 2616 2618 3169 2032 2051	PATRIMONIO CULTURAL	Moderna Buenos Aires, contemporanea Buenos Aires El mas aca club cultural Reapertura del teatro Caminito Bares notables de Buenos Aires primera etapa Antiguos oficios porteños Primer encuentro de comites de icomos de Latinoamerica Escuela de tecnicos del teatros San Martin segunda etapa Documentación digitalización Difusión obra Landrú 3 Restauracion, proyecto ampliacion Museo Juan Ambrosetti
2715 2729 2740 2759 2774	RADIO TELEVISIÓN Y SITIOS DE INTERNET	Buenos Aires en blanco y celeste Plazoleta del Teatro Colón su historia Monumentos historicos nacionales de la ciudad de Bs. As. Catálogo planos palacio Errazuriz Alvear MNAD Catalogo del Museo Benito Quinquela Martin
2795 2799 2802 2832 2836 2856 3913	TEATRO	Alegria intensiva en pediatria Payasos de hospital El porvenir 7ma edicion Proyecto integral formacion artistica comunitaria Formacion de espectadores 1 Bienal de arte lenguajes de inclusion Relatos Interpares

#### INICIATIVA CULTURAL: LIBRO DE ARTE ARGENTINO

Creamos y editamos una publicación especial sobre arte argentino destinada esencialmente a los jóvenes, el mayor capital y futuro de un país. La publicación consiste en un panorama de la pintura argentina y tiene el fin de inculcar en los jóvenes familiaridad y afecto hacia la pintura. Además, una parte de la edición es ofrecida como material básico de consulta y de introducción al conocimiento de la pintura argentina para el público en general.

La presentación oficial de esta iniciativa cultural "Los estudiantes y el arte" contempló la distribución para 100 mil estudiantes del último año del secundario de un ejemplar del libro antes de finalizar el ciclo lectivo en escuelas de Ciudad de Buenos Aires, La Plata, Junín, Santa Fe, Paraná, Concordia, Corrientes, Jujuy, Resistencia, Mendoza, La Rioja, Ushuaia, Formosa, Luján, Córdoba, San Luis, Pergamino, Lomas de Zamora, Monte Grande, Neuquén y Rosario.



## DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN SOCIAL DURANTE 2015

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Escuela N° 925 a nuevo	A.P.A.E.R - Escuelas Rurales a Nuevo	Misiones	11 niños	Promoción dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Infraestructura en educación
Fortalecimiento Institucional	AAMNBA - Museo Nacional de Bellas Artes	CABA		Voluntariado con Colaboradores - Capacitación Educativa - Promoción Cultural - Ley de Mecenazgo
Estimulación Integral, Asistencia y Nutrición	Acompañar con Educación y Responsabilidad (ACER CONIN)	Villa La Cava, San Isidro	127 personas	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Payasos de Hospital	Alegría Intensiva	Buenos Aires	10000 niños	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Asistencia Directa ante Emergencias - Ley de Mecenazgo
Fortalecimiento Institucional	AMIA	Nacional	200 personas	Diálogo Interreligioso - Voluntariado como Fuerza Motora - Inserción Laboral - Discapacidad - Capacitación Educativa - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias - Promoción Cultural
Fortalecimiento Institucional	Amigos de Casa de Galilea Asociación Civil	Villa La Cava, San Isidro	450 familias - 70 voluntarios	Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias - Desarrollo Comunitario
Homenaje al 90° Aniversario a los Cuerpos Estables del Teatro Colón	Amijai	Buenos Aires	1000 personas	Promoción dialógica - Capacitación Educativa - Promoción Cultural
Fortalecimiento Institucional	Anidar	Nacional	120 personas	Promoción dialógica - Capacitación Educativa - Políticas Públicas
Desarrollo y Fortalecimiento de ONG's	Aportes de Gestión	CABA Y GBA	120 voluntarios activos	Promoción dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Capacitación Educativa
Economías Integradas - Empatía y DONCEL	Ashoka	Nacional	6 escuelas	Promoción dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno
Fortalecimiento Institucional	Asociación Centro de Jubilados BHN	CABA y GBA	150 adultos mayores	Asistencia Directa ante Emergencias
Talleres Pedagógicos	Asociación Civil Barbiana	Santa Fé		Capacitación Educativa
'Activá tu Idea'	Asociación Civil Conciencia	Nacional	350 alumnos	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales y empresarios - Voluntariado Interno - Capacitación Educativa
'La Cocina del Trabajo'	Asociación Civil DE LA NADA	Luján	112 personas	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa
Talleres Pedagógicos	Asociación Civil en Sordoceguera - Fátima	GBA	40 chicos	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Discapacidad - Capacitación Educativa
Infraestructura edilicia Hogares Ligüen y Marcelino	Asociación Civil Ligüen	CABA	59 niños	Voluntariado Interno - Violencia - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Infraestructura edilicia Centro de Salud	Asociación Civil Los Molinos	Moreno	80 niños	Voluntariado Interno - Violencia - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Asociación Civil Pilares	GBA		Voluntariado como Fuerza Motora - Capacitación Educativa - Desarrollo Comunitario
La Llave'	Asociación Civil Protección de la Infancia y Adolescencia en Riesgo (ACPIAR)	Santiago del Estero	5 niños	Voluntariado Interno - Violencia - Capacitación Educativa - Asistencia Directa ante Emergencias

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Materiales para Educación Física	Asociación Civil Pumas del Sur	GBA	400 jóvenes	Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Alimentación
Colonia de vacaciones	Asociación Civil, Social y Cultural "El Culebrón Timbal"	GBA	1000 personas	Promoción dialógica - Formación de líderes sociales y políticos - Voluntariado como Fuerza Motora - Inserción Laboral - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa - Políticas Públicas - Promoción Cultural
Infraestructura edilicia	Asociación Cooperadora de la Escuela de Educación Especial n° 504	GBA	57 alumnos	Voluntariado Interno - Discapacidad - Capacitación Educativa
Diversia	Asociación Cultural Armenia	Valentín Alsina, Lanús	250 jóvenes	Diálogo Interreligioso - Capacitación Educativa
Fortalecimiento Institucional	Asociación El Telar	Don Torcuato	600 personas	Capacitación Educativa
Materiales para el Hospital Dra. Teresa Germani	Asociación Hermanas de la Misericordia de Verona	LaFerrere	200 personas	Voluntariado Interno - Asistencia Directa ante Emergencias
Promoción universitaria	Asociación para el Fomento de la Cultura (CUDES)	Buenos Aires	300 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Promoción Cultural
Taller de optimización de técnicas artesanales; de diseño y de generación de redes para emprendimientos productivos	Asociación Talentos	Villa 31, Barrio de Retiro	150 mujeres	Promoción dialógica - Formación de líderes sociales y empresarios - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Desarrollo Comunitario
Fortalecimiento Institucional	Asociación Templo y Escuela Religiosa Israelita HARAV KUK	Buenos Aires		Promoción Dialógica - Capacitación Educativa
Feria del Libro Internacional e Infantil y Torneo Anual de Ajedrez	Biblioteca Banco Hipotecario	CABA y GBA		Promoción Cultural
Rugby Social Argentino' y 'Rugby Rosario'	Botines Solidarios	Argentina	2526 jóvenes	Voluntariado Interno - Violencia
Cuenta Conmigo'	Buen Samaritano - Iglesia Jesús Nazareno	Corrientes	200 personas	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Discapacidad - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Materiales para los talleres de producción de panadería y repostería, elaboración de manteles, sábanas y bolsos y sellado de bolsas	CAPDIM (Centro de Amigos y Padres de Personas Discapacitadas Mentales)	Trelew	65 personas	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Discapacidad - Capacitación Educativa
Plan de Inclusión Educativa Emaús y Tratamiento a personas con adicciones	Cáritas Argentina	Avellaneda - Lanús - Catamarca - Corrientes - Iguazú - Mar del Plata - La Rioja - Orán - Río Cuarto - Mendoza - San Carlos de Bariloche - Reconquista - San Luis - Nacional	790 jóvenes - 4350 niños - 80 personas	Diálogo Interreligioso - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Adicciones - Violencia - Infraestructura en educación - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Investigación científica especializada en Hematología	Cenaele - Centro Apoyo Enfermo Leucemia	Santa Fé	40 personas	Voluntariado Interno - Discapacidad - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Infancias y juventudes en debate	Centro Ana Frank Argentina - ANNE FRANK STICHTING	Nacional	1470 voluntarios - 180000 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado como Fuerza Motora - Violencia - Capacitación Educativa

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Promoción de la cooperación científica con institutos de investigación argentinos y extranjeros	Centro de Investigaciones Filosóficas CIF	Nacional		Diálogo Interreligioso - Formación de líderes sociales - Capacitación Educativa - Promoción Cultural
Salud Bucal	Centro de Medicina Familiar y Comunitaria San Pantaleón	Bajo Boulogne, San Isidro	200 personas	Voluntariado Interno - Asistencia Directa ante Emergencias
Taller de Oficios en panadería, huerta y manualidades	Centro Esperanza Compartida	Luján	13 personas	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Discapacidad - Capacitación Educativa
Escuela de Liderazgo Político e Investigación Social	CIAS	Nacional		Promoción Dialógica - Formación de líderes políticos - Capacitación Educativa - Políticas Públicas
Fortalecimiento Institucional	Cippec	Nacional	300 líderes locales	Promoción Dialógica - Formación de líderes políticos - Políticas Públicas
Fortalecimiento integral Centro Vecinal 'Los Olivares'	Club San Román	La Rioja		Promoción Cultural
Fortalecimiento Institucional	Coas	CABA	1000 asistentes - A la feria van más de 100000 personas	Voluntariado como Fuerza Motora - Asistencia Directa ante Emergencias
Educación Integral	Colegio Buen Consejo	Buenos Aires	1 alumno	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Colegio de María Guadalupe	GBA		Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Desarrollo Comunitario
Educación Integral	Colegio Madre Teresa	Virreyes	1 alumno	Capacitación Educativa
Infraestructura edilicia	Colegio Parroquial Virgen del Carmen	Barrio La Loma, Vicente López	290 alumnos	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Asistencia Directa ante Emergencias
Bolsón de alimentos	Comedor de Ancianos Maná - Parroquia Jesucristo Salvador del Mundo	Córdoba	20 adultos mayores	Voluntariado Interno - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Comunicación para ONGs - Universidad Austral	Comunia	CABA Y GBA	3 alumnos	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Capacitación Educativa
Concientización vial y Recital Solidario	Conduciendo a Conciencia	Santa Fé	810 personas	Promoción Dialógica - Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Políticas Públicas - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Cooperadora Hospital Muñiz	Buenos Aires		Asistencia Directa ante Emergencias
Desarrollo de actividades educativas y culturales	Cuja	San Juan - San Luis - Mar del Plata - Bahía Blanca - Bariloche	22 colegios	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Capacitación Educativa - Promoción Cultural
Fortalecimiento Institucional	Damas Rosadas	GBA	420 voluntarias activas	Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Capacitación Educativa - Asistencia Directa ante Emergencias - Desarrollo Comunitario
Ley de Mecenazgo	Desarrollo de artistas jóvenes y preservación del patrimonio cultural	CABA	44 proyectos culturales	Promoción Cultural - Ley de Mecenazgo
Diseño integral de programas educativos	Educación y Crecer	Nacional	40 jóvenes	Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Desarrollo Comunitario
Curso de Capacitación Laboral gratuito	Empujar	GBA	80 jóvenes	Promoción Dialógica - Formación de líderes empresarios - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Curso de Capacitación Laboral gratuito	Empujar	GBA	80 jóvenes	Promoción Dialógica - Formación de líderes empresarios - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa
Plan de Desarrollo Emprendedor Nacional y Gala Endeavor	Endeavor	Buenos Aires - Tucumán - Neuquén - Córdoba - Rosario - Chubut - Mendoza	8500 asistentes	Promoción Dialógica - Formación de líderes empresarios - Capacitación Educativa
Infraestructura edilicia y tecnológica	Escuela de Educación Especial N° 501	Quilmes	340 alumnos	Promoción Dialógica - Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Alimentación
Desarrollo Taller de Soldadura e Infraestructura edilicia	Escuela Taller Fátima (Obispado de San Isidro) - Jardín de Infantes Rincón de Niños	Barrio Troncos del Talar	250 jóvenes - 82 niños	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fondo de Intercambio Agrario Argentino Israelí (KKL)	Nacional		Capacitación Educativa - Desarrollo Comunitario
Fortalecimiento Institucional	FUDECO	La Rioja		Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales y políticos - Capacitación Educativa - Políticas Públicas - Vivienda
Viajes N° 199 a 203	Fundación ALMA	Salta - Tucumán - Jujuy - Chaco - Santa Fe	6000 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Adicciones - Discapacidad - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundación Amigos Argentinos de la Universidad Hebrea de Jerusalem	Nacional	Más de 1000 académicos e investigadores	Promoción dialógica - Formación de líderes sociales - Capacitación Educativa
Fortalecimiento Institucional	Fundación Amigos del Teatro San Martín	CABA Y GBA		Voluntariado con colaboradores - Promoción Cultural
Fortalecimiento Institucional	Fundación Ayudemos a Crecer	CABA y GBA		Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Te Cuento'	Fundación Casa Rafael	Barrio Chino, La Boca	30 jóvenes	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Adicciones - Violencia - Alimentación - Promoción Cultural
Desarrollo Económico, Social e Institucional	Fundación CEDESI	Buenos Aires		Formación de líderes sociales - Políticas Públicas
Fortalecimiento Institucional	Fundación Ciudadana	Argentina		Formación de líderes sociales - Políticas Públicas - Desarrollo Comunitario
Infraestructura edilicia	Fundación Coincidir	San Pedro, Misiones	210 alumnos	Voluntariado como Fuerza Motora - Infraestructura en educación - Desarrollo Comunitario
'Tratamiento Comunitario'	Fundación Convivir	Villa 21/24 Barracas	55 jóvenes mujeres	Inserción Laboral - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa
Asistencia directa en Comedores Comunitarios - Actividades recreativas para adultos mayores - Inserción Laboral - Salud	Fundación de Jabad	Buenos Aires	635 personas	Inserción Laboral - Adicciones - Violencia - Discapacidad - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Infraestructura tecnológica	Fundación de la Hemofilia	Tucumán		Voluntariado Interno - Infraestructura en educación
Desarrollo de Seminarios a nivel nacional	Fundación Desarrollo Argentino - DAR	Nacional		Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales y políticos - Capacitación Educativa - Políticas Públicas
Educación Integral	Fundación Dr. Carlos María Biedma	CABA		Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Asistencia Directa ante Emergencias

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Infraestructura edilicia	Fundación Florencia Rossi	GBA		Voluntariado Interno - Discapacidad - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundación Guido Badaloni	Nacional		Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundación Hacer Juntos	La Rioja		Capacitación Educativa - Desarrollo Comunitario
Fortalecimiento Institucional	Fundación Hogar San José	La Rioja		Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Infraestructura edilicia	Fundación JUDAICA	Entre Ríos	1 familia	Diálogo Interreligioso - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Inserción Laboral
Fortalecimiento Institucional	Fundación Libertad	Santa Fé		Formación de líderes sociales y políticos - Capacitación Educativa - Políticas Públicas
Fortalecimiento Institucional	Fundación Metropolitana	Buenos Aires		Capacitación Educativa - Políticas Públicas - Desarrollo Comunitario - Promoción Cultural
Fortalecimiento Institucional	Fundación Museo Histórico de la Boca	La Boca, CABA		Desarrollo Comunitario - Promoción Cultural
Capacitación para conformar la Orquesta de Cámara 'Sinfonietta de Salta'	Fundación Musicarte	Salta	5 personas	Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Promoción Cultural
Infraestructura tecnológica	Fundación Neonatología Funlarga - Maternidad Sardá	CABA y GBA	1200 recién nacidos	Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundación Nuevas Generaciones Políticas	Nacional		Diálogo Interreligioso - Formación de líderes políticos
Atención Integral para personas de tercera edad	Fundación Nuevo Hogar y Centro de Ancianos Ledor Vador	CABA	330 adultos mayores	Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundación para la Ciudadanía y el Desarrollo	Mendoza		Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales y políticos - Voluntariado como Fuerza Motora - Capacitación Educativa - Políticas Públicas - Desarrollo Comunitario
'Mi futuro. Mi trabajo'	Fundación Pescar	CABA - GBA - Córdoba - Mendoza - Santa Fé	150 jóvenes	Formación de líderes sociales y empresarios - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Violencia - Capacitación Educativa
Infraestructura tecnológica para el Complejo Médico 'Churrucá-Visca'	Fundación Policía Federal Argentina	Nacional		Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundación Primeros Pasos	GBA	800 personas	Voluntariado Interno - Asistencia Directa ante Emergencias
Educación para la Generación de Políticas Públicas	Fundación RAP	Nacional	167 políticos	Promoción Dialógica - Formación de líderes políticos - Políticas Públicas
Programa de Formación y Capacitación en Política, Gobierno, Administración y Política Pública	Fundación Rioja Andina	La Rioja		Formación de líderes sociales y políticos - Capacitación Educativa
Fortalecimiento Institucional	Fundación Ruta 40	Nacional		Capacitación Educativa - Infraestructura en educación - Desarrollo Comunitario
Mejoramiento de Vivienda e Infraestructura edilicia	Fundación Sagrada Familia	Boulogne	452 personas	Promoción Dialógica - Inserción Laboral - Vivienda

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Promoción y Desarrollo Comunitario	Fundación San Martín de Tours	GBA		Voluntariado Interno - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundación San Roque González de Santa Cruz	Santa Fé	500 personas	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Construcción 'Centro Universitario de las Warmi en la Puna' y Desarrollo de Recorridos Nocturnos	Fundación Si	CABA y GBA - Mar del Plata - Rosario - Córdoba - Jujuy - Salta - Santiago Del Estero	1785 jóvenes - 1200 voluntarios activos	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno, como Fuerza Motora y con Colaboradores - Adicciones - Violencia - Infraestructura en educación - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
IDEA y Promas	Fundación Tzedaká	Nacional - CABA - Comurbano Bonaerense	30 personas - 125 jóvenes	Diálogo Interreligioso - Formación de líderes sociales - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundalam	CABA		Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Fundaleu	CABA		Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Asistencia Directa ante Emergencias
Curso Básico de Neurodesarrollo Concepto Bobath	Fundasiret	Santa Fé		Capacitación Educativa - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Generaciones de la Shoa	Argentina		Promoción Dialógica - Voluntariado como Fuerza Motora
Desarrollo Talleres de Oficio y Apoyo Escolar	Grupo Andando	Villa 21/24 Barracas	120 jóvenes - 110 voluntarios activos	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Inserción Laboral - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Emprendimiento Carro de Algodón de Azúcar	Grupo de Acción Católica Argentina (ACATS)	Tristán Suárez	50 personas	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación
Centro de Prevención de Desnutrición Infantil y Promoción Humana	Haciendo Camino	Santiago del Estero	60 niños	Promoción Dialógica - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Realización de eventos sociales, celebración de festividades y organización de charlas educativas	Hillel	Nacional	300 personas	Formación de líderes sociales - Capacitación Educativa - Promoción Cultural
Desarrollo de capacitaciones para gestionar microemprendimientos y Apoyo Escolar	Hogar Amparo Maternal	GBA	70 personas	Voluntariado Interno - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Infraestructura edilicia	Hogar de Niños Nomadelfia	Berazategui	40 niños	Voluntariado Interno - Violencia - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Infraestructura edilicia de Casa Lhurs	Hogar El Alba	Longchamps	55 niños	Voluntariado Interno - Violencia - Capacitación Educativa - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Hogar Pereyra	GBA	38 niños	Voluntariado Interno - Violencia - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Infraestructura edilicia	Hogar Querubines	Beccar - Olivos	16 niños	Voluntariado Interno - Violencia - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Fortalecimiento Institucional	HOSPICE San Camilo	GBA	140 voluntarios activos	Capacitación Educativa - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Reapertura Biblioteca Popular	Hospital Tobar García	CABA Y GBA		Voluntariado Interno - Infraestructura en educación - Promoción Cultural
Fortalecimiento Institucional	IARSE	CABA - GBA - Córdoba		Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales y empresarios - Capacitación Educativa
Rescate y cuidado a niños, adolescentes y jóvenes que han vivido situaciones de maltrato	Ieladeinu	CABA y GBA	705 niños	Violencia - Capacitación Educativa - Infraestructura en educación - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Charlas a la Comunidad	INECO	Buenos Aires - Santa Fé		Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Capacitación Educativa - Políticas Públicas
Desarrollo de talleres de temáticas de prevención de adicciones, educación sexual, crianza, y prevención de violencia	Instituto Sagrado Corazón - ALCAL	Villa Jardín, Valentín Alsina	950 personas	Voluntariado Interno - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Conformación del Primer Centro Comunitario de Recuperación de la Argentina	Íntegra Buenos Aires	CABA y San Martín	320 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa - Políticas Públicas
Infraestructura edilicia del Centro de Día. Desarrollo de talleres de carpintería y herrería. Instalación de un Centro de Intervención Comunitaria	Íntegra Rosario	Rosario	250 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa - Políticas Públicas
Desarrollo Jornada Anual	ITBA	Buenos Aires		Promoción Dialógica - Formación de líderes empresarios - Capacitación Educativa
Infraestructura tecnológica	Jardín de Infantes N° 905 'Anastasia Suárez'	Luján	163 niños	Voluntariado Interno - Violencia - Capacitación Educativa
Infraestructura edilicia	Jardín de Infantes N° 905 General San Martín	Pergamino	63 niños	Voluntariado Interno - Capacitación Educativa
Infraestructura tecnológica. Inauguración 'Ropero Comunitario'	Jardín Maternal Jugar y Crecer	San Rafael	106 niños	Promoción Dialógica - Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Alimentación
La Compañía y Las Ventajas de permanecer en la Escuela	Junior Achievement	Jujuy - Salta - Mendoza - Tucumán	385 jóvenes	Promoción Dialógica - Formación de líderes empresarios - Voluntariado con Colaboradores - Inserción Laboral - Capacitación Educativa
Capacitación a líderes comunitarias	La Casa del Encuentro	CABA - Bahía Blanca - Quilmes - Moreno - Luján - La Plata - Dolores - Morón - Haedo - Tandil - Jujuy - Mendoza - Salta	4701 personas	Promoción dialógica - Voluntariado Interno - Violencia
Fortalecimiento integral de los programas culturales, religiosos, educativos y sociales de Lamroth Hakol	Lamroth Hakol	Buenos Aires	2000 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Infraestructura en educación - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias - Promoción Cultural
Fortalecimiento Institucional	Las Lomas Oral	GBA		Capacitación Educativa
Programas anuales de integración comunitaria a través del juego	Lekotek	GBA	2500 personas	Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Discapacidad - Capacitación Educativa

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Desarrollar del 8° Evento Central y del Rosh HaShaná Urbano	Limud	Buenos Aires	10000 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales y empresarios - Capacitación Educativa
Infraestructura tecnológica	LUNCEC	Neuquén		Voluntariado Interno - Infraestructura en educación
Fortalecimiento Institucional	Manos Abiertas	Santa Fé		Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa
Infraestructura edilicia de la nueva Casa Manos, en el Barrio Luchetti	Manos en Acción	Pilar, Manzanares, Río Luján, Barrio Luchetti	70 niños	Promoción dialógica - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Desarrollo Comunitario
Polo de Cultura Solidaria	Mundo Invisible	Argentina		Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado como Fuerza Motora y con Colaboradores - Capacitación Educativa - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Infraestructura edilicia Hotel Mar del Plata	Mutual BH	Nacional		Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento integral del Jardín Maternal Amor y Lucha	Mutual Desalojados de La Boca, Barracas y San Telmo	GBA		Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Desarrollo integral de emprendedores	Njambre + Libertate	Buenos Aires - Santa Fé - Mendoza		Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales y empresarios - Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Violencia - Discapacidad - Capacitación Educativa - Políticas Públicas - Desarrollo Comunitario
Fortalecimiento Institucional	Northlands	GBA	1924 alumnos	Capacitación Educativa
Deporte Unificado' y ligas de fútbol de alcance nacional	Nuevas Olimpiadas Especiales	Buenos Aires - Santa Fe - La Pampa - Mendoza - Entre Ríos - San Luis - Sgo del Estero - Córdoba - Santa Cruz - Río Negro	3130 personas	Discapacidad - Capacitación Educativa
Apoyo Escolar 'Taller San José' e Infraestructura edilicia Colegio 'María Auxiliadora',	Obispado San Isidro (Monseñor Casaretto)	GBA	550 niños	Promoción Dialógica - Capacitación Educativa - Infraestructura en educación - Asistencia Directa ante Emergencias
Desarrollo del 'Taller de Capacitación como Ayudante de Cocina'	Obra San José	CABA Y GBA	30 personas	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Infraestructura en educación - Alimentación
"Directores que Hacen Escuela"	OEI - Ex Escuelas del Bicentenario	Nacional	200 Directivos	Promoción Dialógica - Capacitación Educativa - Políticas Públicas
Fortalecimiento integral de los programas de formación musical	Orquesta Escuela Juvenil San Telmo	San Telmo	45 jóvenes	Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Alimentación - Promoción Cultural
Infraestructura tecnológica	Parroquia Cristo Rey	Luján	150 personas	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación
Infraestructura edilicia	Parroquia Reina de los Apóstoles	Buenos Aires	83 personas	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Programas anuales de integración comunitaria a través del juego	Lekotek	GBA	2500 personas	Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Discapacidad - Capacitación Educativa
Sostenimiento integral del merendero 'Capilla Santísima Trinidad'	Parroquia San José (Obispado de Merlo-Moreno)	Moreno	70 niños	Voluntariado Interno - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias

PROGRAMA <sup>1</sup>	ORGANIZACIÓN <sup>2</sup>	REGIÓN <sup>3</sup>	#BENEFICIARIOS <sup>4</sup>	EJES DE ACCIÓN <sup>5</sup>
Sostenimiento integral de la Parroquia	Parroquia San José Moscatti (Obispado de Lomas de Zamora)	Lomas de Zamora	96 familias	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno y como Fuerza Motora - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Infraestructura edilicia	Parroquia Santa Teresita del Niño Jesús	Virreyes	70 niños	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Capacitación Educativa - Alimentación
Sostenimiento integral del Comedor de la Parroquia	Parroquia Sociedad Apostolado Católico	Barrios Rivadavia y Bonorino, Villa 1-11-14	150 personas	Voluntariado Interno - Capacitación Educativa - Alimentación - Asistencia Directa ante Emergencias
Fortalecimiento Institucional	Powerchair Football Argentina	Argentina		Discapacidad
Fortalecimiento Institucional	Racing Club Asociación Civil	CABA Y GBA		Voluntariado como Fuerza Motora - Discapacidad - Asistencia Directa ante Emergencias - Desarrollo Comunitario
Cátedra de Cultura Solidaria	Red Solidaria	CABA Y GBA	203 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Voluntariado como Fuerza Motora - Capacitación Educativa
Seminario de Innovación Pública	RIL - Red de Innovación Local - Actuar hoy	Argentina		Diálogo Interreligioso - Formación de líderes políticos
Preservación del patrimonio histórico	Santa Coloma - Obispado de Quilmes	GBA		Voluntariado Interno
Fortalecimiento Institucional	Sembrar Valores	Nacional	30000 lectores	Promoción Dialógica - Capacitación Educativa
Infraestructura tecnológica	Taller Protegido Nuevo Horizonte Pigüé	Pigüé, Buenos Aires	30 personas	Voluntariado Interno - Inserción Laboral - Discapacidad - Capacitación Educativa - Alimentación
Construcción de viviendas de emergencia y habilitación social	TECHO	Buenos Aires Córdoba - Salta - Misiones - Neuquén - Rosario - Corrientes	280 familias	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno, como Fuerza Motora y con Colaboradores - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Desarrollo integral charlas TEDxRioDeLaPlata	TEDx	Nacional	10000 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales y empresarios - Voluntariado como Fuerza Motora - Promoción Cultural
Infraestructura edilicia del Centro de Adaptación Temprana	Un Mundo Especial	Colastine Norte, Santa Fé	119 personas	Voluntariado Interno - Discapacidad - Capacitación Educativa - Alimentación - Vivienda - Asistencia Directa ante Emergencias
Participación en el Concurso Interamericano de Derechos Humanos	UNICEN	Buenos Aires		Capacitación Educativa
Infraestructura tecnológica del Laboratorio Digital en Boulogne y Barracas	Uniendo Caminos	Barracas - Boulogne	300 jóvenes	Formación de líderes sociales - Voluntariado Interno y con Colaboradores - Inserción Laboral - Adicciones - Violencia - Capacitación Educativa - Ley de Mecenazgo
Fortalecimiento Institucional	Universidad Di Tella	CABA		Inserción Laboral - Capacitación Educativa
Licenciatura en Enfermería	Universidad Nacional de Tres de Febrero	Noroeste del Conurbano Bonaerense	10 jóvenes	Capacitación Educativa
Posgrado en Organizaciones sin Fines de Lucro	Universidad San Andrés	Buenos Aires	2 personas	Promoción Dialógica - Formación de líderes sociales - Inserción Laboral - Capacitación Educativa

1. Acciones implementadas por las organizaciones sociales, con una finalidad específica, para un público determinado, en una región determinada.
2. Organizaciones de la sociedad civil, sin fines de lucro, con documentación legal vigente, con las cuales el Banco mantiene un relacionamiento sostenido en el tiempo.
3. Zona geográfica específica donde se implementa el programa.
4. Beneficiarios directos informados por la organización.
5. Pilares en los que las organizaciones sociales desarrollan sus programas.

## VALOR AMBIENTAL

EN3 – EN23 – EN27

Consideramos el cuidado del medio ambiente como un valor en sí mismo. Es por eso que siempre estamos atentos a la concientización continua de nuestros colaboradores en distintas temáticas ambientales y les ofrecemos acciones concretas en las que puedan participar: la separación de residuos, el cuidado de la energía, el destino final de la chatarra electrónica y la reutilización de papel y plásticos, con el fin de promover cambios en sus hábitos de consumo y la utilización de recursos.

Durante 2015, nuestra gestión comprometida con el Medio Ambiente, nos permitió alcanzar importantes resultados.

Consumo de energía interno (GJ)	2015
<b>A) Consumo de combustible renovable</b>	-
<b>B) Consumo de combustible no renovable:</b>	
Energía eléctrica	57.584.014 GJ
Diésel	376.203 GJ
Gas natural	6.486.566 GJ
<b>Consumo energético total dentro de la org.: A+B</b>	<b>64.448.798 GJ</b>

- El incremento energético anual no se debió directamente a un mayor consumo, sino a un crecimiento en la red de sucursales.
- El consumo eléctrico tuvo un incremento del 9% debido a que la red de unidades de negocio se incremento en 6 nuevos locales del 2014 al 2015.
- El consumo de gas natural tuvo un incremento del 5% con un nuevo local agregado en 2015.
- El consumo de gasoil en los grupos electrógenos ha bajado un 40 % del 2014 al 2015.

#### REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO Y MITIGACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS: INICIATIVAS Y RESULTADOS

1) Iluminación de bajo consumo: Deducción del 10% del consumo iluminación general con incremento de 10 veces su vida útil por el cambio de luminarias.

2) Disposición final de baterías en desuso y libres de mantenimiento. Se realizó la disposición de cada una de las baterías de UPS por terceros.

3) Servicio de limpieza: se racionalizó la mano de obra del servicio, reorganizando los estándares de limpieza, reduciendo el 20%, en Casa Central y Sucursal, de los costos del servicio, sin modificar la dotación.

4) Se instalaron relojes para el ahorro energético en marquesinas exteriores de sucursales.

5) Se contrató una consultora a fin de optimizar el consumo de energía, impactando en ahorro energético y financiero.

6) Grupos Electrógenos: proyecto Peak Shaving en implementación (se trata del control de la demanda en horarios pico, interviniendo con la estrategia del autoabastecimiento en horarios punta a través del uso del grupo electrógeno).

7) Campaña de racionalización del consumo energético a través de comunicaciones internas vía mail a todo el personal del Banco Hipotecario.

#### VALOR AMBIENTAL

ORGANIZACIÓN	REGIÓN	# MATERIAL DONDADO
Fundación Garrahan	NACIONAL	5825 kilos de papel
Cooperativa Reciclando Trabajo y Dignidad		52 kilos de plástico
		9800 botellas plásticas
Equipados para dar		450 latas metálicas
		965 mobiliarios

#### EQUIPADOS PARA DAR

ONG	MATERIAL	CANTIDAD
Asociación Cooperadora Madre Teresa de Calcuta	Poltronas	15
Asociación Ángeles Especiales	Poltronas	36
Buen Samaritano	Monitor	7
	Split	1
Cadena Mascotera	Escritorios	2
	Estanterías	2
	Poltronas	10
Cáritas Posadas	PC	1
Centro Cultural de Villa El Libertador	Poltronas	20
Centro de Salud de las Fuerzas Armadas "Veteranos de Malvinas"	Poltronas	103
Centro Vecinal Ficus del Sur	PC	2
Colegio María Auxiliadora de Carmen de Patagones	PC	2
Colegio Santa Teresita del Niño Jesús	Poltronas	20
Comedor de templo Krisna	Poltronas	20
Comedor Kairos	Poltronas	8
Comedor Un Rincón de niños felices	Poltronas	4
Cooperativa Barrio La Juanita	Sillas	20
Dirección General de Escuelas Región Norte	Escritorios	2
E.E.S.N° 24	Armarios	3
	Poltronas	10
Escuela 501	Sillas	10
Escuela de Ed Secundaria N° 2 Florencio Varela	Sillas	24
Escuela N° 18 Fray Mamerto Esquiú	Poltronas	25
Fiscalía Federal N° 1	Poltronas	20
	Poltronas	13
Fundación CONIN	Sillas	6
	PC	1
Fundación Construyendo Futuro	Escritorios	2
Fundación de la Hemofilia	Poltronas	10
	Sillas	12
Fundación Equidad	Sillas	12
Fundación Primeros Pasos	Poltronas	16
Hogar de niñas	Poltronas	10

## EQUIPADOS PARA DAR

ONG	MATERIAL	CANTIDAD
Hogar Liguén	Poltronas	3
	Sillas	3
Hogar Marcelino	Poltronas	3
	Sillas	3
Hogar San Javier y Santa Teresita	Poltronas	15
Hospital Ricardo Gutiérrez	Poltronas	10
Hospital Central de Reconquista	Poltronas	17
Hospital Príncipe de Asturias (Hospital del Sur)	Poltronas	20
Hospital Ramos Mejía	Poltronas	2
	Sillas	8
Hospital San José	Poltronas	52
Iglesia Jesús Nazareno	Monitor	10
	Poltronas	16
Institución Civil Encuentro Familiar	Poltronas	10
Institución Salesiana San Francisco Javier Asociación Civil	Poltronas	29
Instituto Marcelo Spínola	PC	8
	PC	4
Asociación Civil Íntegra	Sillas	50
	Poltronas	12
IPEM N° 357	Poltronas	5
IPEM N° 42 Prof Marcela B M Coudert	Poltronas	30
Jardín de Infantes N° 8	Poltronas	2
Jardín Rincón de Niños	Sillas	2
	Poltronas	10
La casa de Juan Diego	Poltronas	5
Obra San Jose	Poltronas	4
	Sillas	3
Orquesta Sinfónica de San Telmo	Poltronas	10
	Poltronas	20
Parroquia Jesús Resucitado	PC	1
Parroquia Santa Rita de Casia	Poltronas	10
Parroquia Santa Teresita del Niño Jesús	PC	5
Seminario Rabínico Latinoamericano	Poltronas	19
Talita Kum		

## EQUIPADOS PARA DAR

ONG	MATERIAL	CANTIDAD
Taller Fátima	Poltronas	5
	Puertas	15
	Sillas	20
	Armarios	22
Tzedek	Ficheros	5
	Mesas	2
	Poltronas	9
	Sillones	6
Un Mundo Especial	Poltronas	28
Un viaje, una huella	Poltronas	15

## GESTIÓN EN ACCIÓN

Durante el 2015 se llevaron adelante diferentes eventos, con el fin de fortalecer el vínculo con públicos claves para el Banco: nuestros colaboradores, organizaciones sociales y la comunidad en general. Estos encuentros fueron organizados a medida de las necesidades e intereses de cada uno de estos actores y posibilitaron un diálogo cercano con ellos.

### ENCUENTRO CON ONGS

En el mes de Diciembre organizamos un desayuno donde invitamos a más de 30 organizaciones sociales con las que trabaja el Banco, apoyando sus programas en la comunidad. El motivo de este encuentro era poder compartir con los representantes de estas organizaciones un panorama económico de nuestro país para el año 2016 que les fuera útil en la toma de decisiones en su trabajo diario.

Para ello, convocamos al reconocido periodista económico Julián Guarino quien brindó información detallada sobre el contexto argentino. A lo largo de 2 horas se desarrolló una charla amena con variadas preguntas e intercambio de experiencias por parte de las organizaciones invitadas.

Asistieron 28 personas de organizaciones como Nuevas Olimpiadas Especiales, Cáritas, APAER, Aportes de Gestión, TECHO, Ieladeinu, entre otras.



**DESAYUNO CON VOLUNTARIOS**

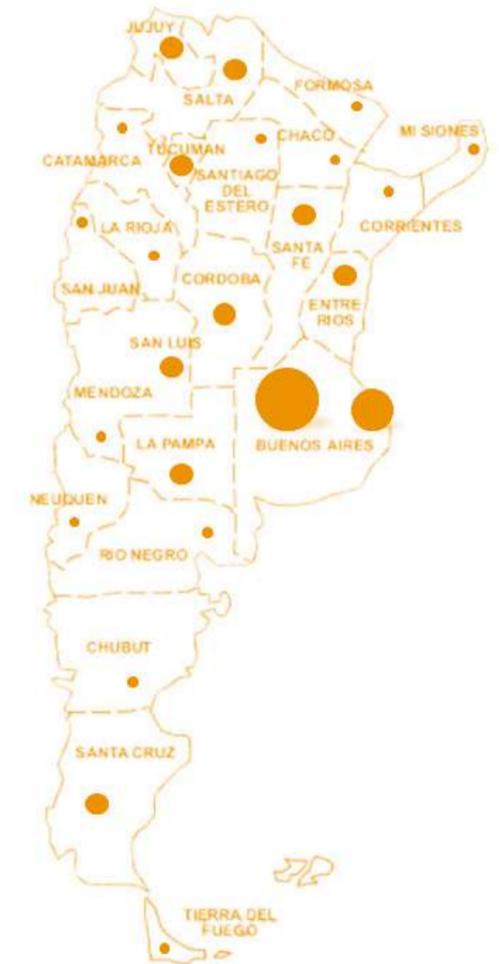
Se organizó un desayuno con Fernando Rubin, Gerente General del Banco, y nuestros colaboradores voluntarios para dialogar sobre el rol estratégico de las campañas institucionales que lleva adelante la organización.

Durante el encuentro se destacó la importancia del fortalecimiento local, el empoderamiento de los voluntarios y la participación de la Red de Sucursales en las Campañas Institucionales, afianzando el carácter federal de la organización.



**IMPACTO CAMPAÑAS INSTITUCIONALES A NIVEL NACIONAL**

SUCURSAL	% DE DISTRIBUCIÓN
Buenos Aires	49%
CABA	10%
Santa Fé	7%
Tucumán	6%
La Pampa	6%
San Luis	3%
Córdoba	3%
Jujuy	2%
Salta	2%
Entre Ríos	2%
Santa Cruz	2%
Neuquén	1%
La Rioja	1%
Chaco	1%
Mendoza	1%
Santiago del Estero	1%
Chubut	1%
Río Negro	1%
Corrientes	0.5%
Tierra del Fuego	0.5%
Formosa	0.2%
Misiones	0.2%
Catamarca	0.2%
San Juan	0.2%



\* Incluye ONGs presentadas por colaboradores y por la Red de Sucursales.

**TED X RÍO DE LA PLATA**

Por sexto año consecutivo el Banco fue sponsor de TED X Río de la Plata, el evento de innovación y tendencia que convocó a 10.000 personas en el mes de septiembre, en Tecnópolis. Para el Banco es muy importante acompañar este evento ya que se trata de un encuentro que promueve el conocimiento y potencia la evolución de la comunidad hacia la libertad y la autonomía.

Durante el encuentro se presentó el primer stand de última generación con el búho, ícono de la compañía, como protagonista. Luego de cinco años de acompañar las charlas, la mascota habló de "educación" en el evento de tendencia e innovación más importante del mundo.

Con una novedosa puesta en escena, que implicó charlas del Búho con movimiento y en 3D, el banco se posicionó desde la apuesta tecnológica. El animal repetía las frases más relevantes de los oradores durante la jornada y aportaba su humor y suspicacia en cada uno de los comentarios.

El evento reunió a más de 20 oradores, protagonistas del mundo de la enseñanza, como: Manuel Carreiras, Ivanke, Diana Wang, Eduardo Saenz de Cabezón, Santiago Aranguri, entre otros, que compartieron sus propuestas y experiencias inspiradoras, que cada uno desde su óptica, aporta a la sociedad a encontrar nuevas formas de aprender y de enseñar.



## ESTRATEGIAS PARA EL 2016

El Banco en el 2016 proyecta, entre otras acciones, poner foco en:

- La ampliación del voluntariado, entendido como motor que impulsa y vivifica la gestión de RSE.
- Las Campañas Institucionales, que permitirán fortalecer y empoderar a los voluntarios y sobre todo impulsar el desarrollo local.
- Continuar acompañando a aquellas ONGs focalizadas en la inclusión a través del desarrollo de efectores sociales como el deporte, el arte, la música; que favorezcan procesos de ayuda mutua, de promoción humana y de organización comunitaria, centradas principalmente en la inserción laboral, el tratamiento de personas con discapacidad y la atención a situaciones de violencia (de género, bullying, maltrato).
- La educación, mediante la mejora de la infraestructura de diversas escuelas rurales del país, apoyando la capacitación y formación continua de autoridades escolares y el apoyo a la educación de adolescentes de comunidades vulnerables a través de becas escolares.
- La asistencia de manera directa a organizaciones sociales que promueven la alimentación de diferentes comunidades vulnerables, que trabajan para garantizar una vivienda digna en distintas comunidades de nuestro país y que responden ante emergencias como incendios, inundaciones, y otras catástrofes naturales, etc.
- La concientización de los miembros del Banco para colaborar con el cuidado ambiental.
- La promoción de la cultura, contribuyendo a la generación y difusión de encuentros culturales de manera directa y, mediante la Ley de Mecenazgo, generando oportunidades de desarrollo para jóvenes artistas y conservando edificios, museos y otras obras que forman parte del patrimonio cultural argentino.

# TABLA DE INDICADORES GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES	RESPUESTA	LIMITACIONES A LA COBERTURA
<b>Estrategia y análisis</b>		
G4 - 1	Declaración del responsable principal	Páginas 3 y 4
<b>Perfil de la organización</b>		
G4 - 3	Nombre de la organización	Banco Hipotecario S.A.
G4 - 4	Marcas, productos y servicios más importantes para la organización	Páginas 7 a 21
G4 - 5	Lugar de la sede principal de la organización	Reconquista 101, C1003ABC, Capital Federal, Buenos Aires
G4 - 6	Países en los que opera	Argentina
G4 - 7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica	Sociedad Anónima
G4 - 8	Mercados servidos	Argentina
G4 - 9	Dimensiones de la organización (empleados, operaciones, ventas, capitalización, productos y servicios)	Páginas 6 a 22 y 33 a 35
G4 - 10	Desglose de empleados (tipo de contrato, región y sexo)	Páginas 35 y 36
G4 - 11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos	El 100% de los colaboradores integran el convenio colectivo de trabajo.
G4 - 12	Cadena de suministro de la organización	Páginas 33 y 34
G4 - 13	Cambios significativos durante el periodo en el tamaño, estructura, propiedad accionaria o en la cadena de suministros de la organización	No hubo cambios significativos en el período reportado en la presente memoria.
G4 - 14	Forma en que la organización aborda el principio de precaución	Página 73
G4 - 15	Cartas, principios u otras iniciativas externas que la organización ha adoptado	No se han adoptado iniciativas externas.
G4 - 16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece	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". Desde el 2013 somos miembros de IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria).

## Aspectos materiales y cobertura

G4 - 17	Entidades que figuran en los EEFF consolidados de la organización	Tarshop SA, BHN Sociedad de Inversión SA (incluyendo BHN Vida SA y BHN Seguros Generales SA), BH Valores SA, BACS Banco de Crédito y Securitización SA (que incluye a BACS Administradora de Activos SA).
G4 - 18	Proceso para determinar el contenido de la memoria y cobertura de cada aspecto	Página 6
G4 - 19	Aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Páginas 5 y 6
G4 - 20	Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material	Página 6
G4 - 21	Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material	Página 6
G4 - 22	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas	En el período del presente Reporte no hubo consecuencias por reformulaciones de información correspondiente a Memorias anteriores.
G4 - 23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores	No hubo cambios significativos.

## Participación de los grupos de interés

G4 - 24	Grupos de interés vinculados a la organización	Páginas 6 a 9, 14, 15, 17 a 27, 33 a 35, 76 y 77
G4 - 25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	Páginas 5 y 6
G4 - 26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés	Páginas 5 y 6
G4 - 27	Cuestiones y problemas clave surgidos a raíz de la participación de los grupos de interés	Página 5

## Perfil de la memoria

G4 - 28	Periodo de la memoria	Enero a Diciembre 2015
G4 - 29	Fecha de la última memoria	Enero a Diciembre 2014
G4 - 30	Ciclo de presentación de memorias	Anual
G4 - 31	Contacto para solventar dudas en relación con el contenido de la memoria	psolsona@hipotecario.com.ar
G4 - 32	Opción de conformidad con la guía elegida por la organización	Esencial
G4 - 33	Políticas y prácticas de la organización con respecto de la verificación externa	No se realizó verificación externa.

## Gobierno

G4 - 34	Descripción de la estructura de gobierno de la organización	Páginas 23 a 27
---------	---	-----------------

## Ética e integridad

G4 - 56	Valores, principios, estándares y normas de la organización	Páginas 27 a 34 y 37 a 39
---------	---	---------------------------

Economía - Enfoque de gestión			
Desempeño económico			
EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	Página 10	
EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	Página 7. Banco Hipotecario SA no registra durante la gestión 2015 contribuciones realizadas por los gobiernos – nacional y subnacionales – a Banco Hipotecario S.A.	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Presencia en el mercado			
EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Página 36	No incluye BH Valores
EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Página 36	No incluye BH Valores
Prácticas de adquisición			
EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	Página 34	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Medio Ambiente - Enfoque de gestión			
Materiales			
EN1	Materiales por peso o volumen	Durante el período se emplearon 18262,5 TN de papel y 6.9 TN de plástico, para producir los principales productos y servicios.	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Energía			
EN3	Consumo energético interno.	Página 72	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Productos y servicios			
EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	Página 73	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Evaluación ambiental de los proveedores			
EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	Páginas 33 y 34	
Desempeño social: Prácticas laborales y trabajo digno - Enfoque de gestión			
Empleo			
LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Páginas 35 y 36	No incluye BH Valores
LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	Páginas 39 y 40	No incluye BH Valores
LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Página 36	No incluye BH Valores

Capacitación y educación			
LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Páginas 38 y 39	No incluye BH Valores
LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayuda a gestionar el final de sus carreras profesionales.	Páginas 38 a 39 y 44	No incluye BH Valores
LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Páginas 41 a 44	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Diversidad e igualdad de oportunidades			
LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Páginas 23 a 27	No incluye BH Valores
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres			
LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	Página 36	No incluye BH Valores
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores			
LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales	Páginas 33 y 34	
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales			
LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Páginas 27 y 28	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Desempeño social: Derechos Humanos - Enfoque de gestión			
No discriminación			
HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Página 28	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Libertad de asociación y negociación colectiva			
HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	La libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva están regulados por la Ley. Por eso, garantizamos el libre ejercicio de la actividad sindical en todas las oficinas y sucursales del Banco, y generamos, de la mano del área de Relaciones Laborales, los espacios para tratar diferentes temas con los delegados o con las autoridades gremiales.	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
Evaluación de los proveedores en materia de DDHH			
HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los DDHH.	Páginas 33 y 34	

## Desempeño social: Sociedad - Enfoque de gestión

## Comunidades locales

S01	Porcentaje de centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	Página 22. En 2015, 61 de las 61 sucursales del Banco participaron en campañas institucionales, lo que representó un 100% de adhesión.	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de personas en situación de desventaja a los servicios financieros.	Página 21	No incluye, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA

## Lucha contra la corrupción

S03	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Página 29	No incluye BH Valores
S04	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Página 30	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
S05	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	Páginas 28 y 29	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA

## Cumplimiento regulatorio

S08	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Página 28	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
-----	---	-----------	--

## Mecanismos de reclamación por impacto social

S011	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	En 2015 fueron recibidas, abordadas y resueltas tres reclamaciones sociales.	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
------	---	--	--

## Desempeño social: Responsabilidad de producto - Enfoque de gestión

## Etiquetado de los productos y servicios

PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	Página 11	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	Página 11	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Páginas 37 y 46 a 49	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA

## Privacidad de los clientes

PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Página 33	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
-----	---	-----------	--

## Cumplimiento regulatorio

PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	Durante 2015, Banco Hipotecario registró una multa de \$50.149.510 relacionada con un sumario administrativo iniciado en 2010.	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
-----	---	--	--

## Cartera de productos

FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según región, dimensión y el sector de la actividad	Páginas 14 a 15	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	Páginas 13 y 15 a 21	No incluye Tarshop SA, BACS, BHN Sociedad de Inversión SA ni BH Valores SA



#### 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

##### Gerente

Paula Solsona

##### Analista

Karina Gutiérrez

#### GERENCIA DE PUBLICIDAD

##### Supervisora

Verónica Profeta

##### Analista

Sabrina Gribodo

#### GERENCIA DE ÁREA LEGAL

##### Gerencia Cumplimiento Normativo

Rubén Pérez

#### DISEÑO

TRICOTA

#### CONTENIDOS

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