



SOMOS PARTE

Construir Comunidad es el concepto que guía el accionar del Banco en la sociedad; integra nuestra mirada social a la estrategia de negocio.

Generamos relaciones sustentables con las comunidades en las que estamos presentes, en todas las provincias del país; es por eso que forjamos vínculos cercanos, relaciones francas y comprometidas, promovemos el diálogo en espacios de encuentro plurales e inclusivos, con la plena convicción de que el trabajo articulado, coherente, comprometido y sostenido, agrega valor y sentido al hacer.

Motivados por el desafío de comunicar la gestión sustentable 2016 a través de una acción que ampliara nuestras redes de relacionamiento, creamos junto con los colaboradores, ONGs, clientes, proveedores y prensa especializada en RSE, una pieza que simboliza la manera de relacionarnos con la comunidad.

Para materializar este proceso participativo-colaborativo convocamos a Vivienda Digna, socio estratégico por naturaleza dada su misión de fomentar el desarrollo humano a través del acceso a la vivienda digna y un hábitat adecuado. Esta organización reunió todos los materiales reutilizados (madera, metales, venecitas) para el diseño de 130 casas que fueron enviadas a nuestra cadena de valor. Gracias a su compromiso logramos dar vida a una maqueta que representa a la comunidad de la que todos formamos parte. La co-creación de esta acción colectiva nos recuerda que al lado hay vecinos; que es importante escucharnos, compartir, encontrarnos... construir juntos comunidad, en comunidad.

LA TAPA DE ESTE REPORTE ES ÚNICA. JUNTO A OTRAS 149, COBRA SENTIDO AL INTEGRARSE A ESTA MAQUETA.

SIGAMOS CONSTRUYENDO EN COMUNIDAD.



INDICE



6

PALABRAS DEL PRESIDENTE



9

NUESTRO PERFIL INSTITUCIONAL

Gobierno Corporativo
Código de Ética
Prevención y control de fraudes
Gerenciamiento de riesgos
Seguridad de la información



35

NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Áreas de negocio
Empresas subsidiarias
Valor económico
Productos y servicios
Cadena de valor
Iniciativas para mejorar el acceso de personas en situación de desventaja a los servicios financieros

19

NUESTRO RELACIONAMIENTO CON LA COMUNIDAD

Cultura de relacionamiento
Gestión sustentable
Lineamientos de inversión social
Acciones en la comunidad
Estrategia para el 2017

TABLA DE INDICADORES GRI

Materialidad
Cobertura y enfoque de gestión



ANEXO EN PLANO

PALABRAS DEL PRESIDENTE

Estamos celebrando los 130 años de vida institucional de Banco Hipotecario. Nuestra organización nació en 1886 con una clara misión social: facilitarle a los argentinos el acceso a la primera vivienda. Desde entonces posibilitamos que más de 2 millones de familias de nuestro país tuvieran un hogar, convirtiéndonos en la institución creadora de dueños por excelencia.

La gran historia del Banco Hipotecario está compuesta por millones de pequeñas historias de argentinos que pudieron cumplir sus sueños y con los que la entidad ha generado, año tras año, una relación de afecto. Cada casa construida contiene las ilusiones y los proyectos de las familias que confiaron en nuestro banco.

Hoy, el futuro nos interpela y nos invita a continuar creciendo como compañía de servicios financieros en permanente diálogo con la comunidad. Seguiremos generando más espacios de encuentro y relacionamiento con todos nuestros públicos de interés (colaboradores, clientes, comunidades donde estamos presentes, proveedores, pares de empresas y prensa) y de esta manera honrar nuestra misión: crecer como organización acompañando el progreso de nuestra sociedad.

Los invito a conocer nuestro Reporte 2016 y a seguir construyendo comunidad juntos.



EDUARDO ELSZTAIN
PRESIDENTE DE BANCO HIPOTECARIO





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°*
 Sra. Cristina Adriana SALZWEDEL - *Director Titular*
 Sr. David Fernando ESPÓSITO - *Director Titular*
 Sr. Fernando RECALDE – *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 se convoca al mismo, puede participar el Gerente General con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecen 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** está 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 permanecen 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 debe 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 integran el Comité deben invertir 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 está 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; éstos participan con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecen 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 debe ser coincidente entre sí, de tal manera que siempre el Comité se encuentra 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** está 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 participan en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecen en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director titular no expire antes. Este plazo puede 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 debe 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** está 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 participan en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros

permanecen en el Comité por un periodo mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo puede 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 debe 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** está integrado por 3 Directores titulares y por el responsable máximo del Desarrollo Organizacional quien participa en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecen en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo puede 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 debe 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** está 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 participa en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecen en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo puede 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 debe 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** está integrado por el número de Directores titulares que resuelva el Directorio entre un mínimo de 3 y un máximo de 5 Directores, de los cuales al menos uno, reviste la condición de independiente. Los Directores miembros permanecen en el Comité por un periodo mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo puede 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 debe 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** está 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 participan con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecen en el Comité por un periodo mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo puede 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 debe 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** está 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 participa en sus reuniones con voz pero sin voto. Los Directores miembros permanecen en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo puede 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 debe 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** está integrado por un mínimo de 3 Directores titulares y un máximo de 7 Directores titulares. Los Directores miembros permanecen en el Comité por un período mínimo de 2 años y siempre que su mandato como Director no expire antes. Este plazo puede 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 debe 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 integran el Comité deben 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 está 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, pueden convocar a un quinto miembro del Banco para la conformación del presente Comité. Dicho miembro tiene voz y voto en las resoluciones del Comité.

CÓDIGO DE ÉTICA

HR3 - LA16 - S08

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.

Periódicamente revisamos y actualizamos el contenido de nuestro Código, que es accesible y de público conocimiento para nuestros colaboradores. Por lo tanto, cada uno de nuestros integrantes recibe un ejemplar del mismo con una declaración de su lectura y conocimiento al momento de hacer su ingreso al Banco. Además, nuestro Código de Ética se encuentra disponible para su consulta en nuestra Intranet en la sección Institucionales.

El cumplimiento de nuestro Código está asegurado por el Comité de Ética, órgano integrado por diferentes representantes del Banco quienes analizan y dan respuestas a las consultas y/o denuncias presentadas por los colaboradores. Alentamos a los mismos para que informen al Comité casos de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias. Toda situación se aborda de manera inmediata y confidencial y se notifica al informante sobre su resolución.

Extendemos la prohibición de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias a los vendedores, profesionales y otros proveedores de bienes y servicios con los que trabajamos. Esta política también se cumple en otros entornos como viajes de negocios, eventos sociales o reuniones patrocinadas o autorizadas por el Banco.

Contamos con distintos canales de comunicación confidenciales que posibilitan a nuestros colaboradores realizar consultas o denuncias sobre el incumplimiento de nuestro Código de Ética, es decir, sobre cualquier tipo de abuso, discriminación o inconveniente en el ámbito laboral. 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, el Comité de Ética inicia los procesos que permiten responder las consultas, constatar lo denunciado y llegar a una resolución; ésta última se comunica de manera formal mediante el canal más pertinente.

A la línea de transparencia y al correo electrónico se suma el envío de un telegrama o la posibilidad de iniciar un reclamo con el gerente o con el superior directo, con referentes de Desarrollo Organizacional y Calidad o con delegados gremiales. En todos los casos, los reclamos son recibidos por Relaciones Laborales, que a su vez deriva las denuncias al Comité de Ética.

Durante 2016 el Banco recibió 110 reclamaciones originadas por diferentes prácticas laborales de las cuales 60 corresponden a colaboradores propios y 50 a terceros; del total de reclamaciones 58 fueron resueltas. Las categorías de reclamaciones recibidas fueron por diferencias salariales, por categorías superiores, por diferencias de horas extras, por cuestiones relativas a las tareas diarias del colaborador y por responsabilidad solidaria (terceros).

En el mismo período ningún organismo de fiscalización aplicó multas y/o sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa. 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.

HR3

LA16

S08

PREVENCIÓN Y CONTROL DE FRAUDES

SO5 – SO3 – SO4

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 aumentaron su valor monetario en relación al año anterior en un 83%. Los fraudes estuvieron principalmente asociados al robo de identidad.

Por otro lado, las pérdidas evitadas ascendieron a \$45 millones, importe similar al alcanzado en 2015, representando el 0,33% sobre la originación total de productos del Banco en el período considerado. Es importante destacar que el 98% de los fraudes se detectaron previos a la originación del producto activo solicitado por el prospecto.

También realizamos 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.

Asimismo llevamos adelante las siguientes acciones:

- Adecuamos los procesos del sector conforme a la Comunicaciones del BCRA, planificando la puesta en marcha de una nueva herramienta de monitoreo en 2017.
- Redefinimos los procesos de control del fraude transaccional automatizando alertas y dinamizando los perfiles de riesgo.
- Incluimos herramientas de georeferenciación que nos permitieron mapear los "ataques" transaccionales.
- Gestionamos la incorporación de un software de prevención del fraude transaccional on line.

• Trabajamos activamente en la prevención del fraude interno, elevando en tiempo y forma a Desarrollo Organizacional las irregularidades o desvíos detectados.

• Mantuvimos el principal índice de productividad por encima de lo comprometido en el Acuerdo de Nivel de Servicio vigente.

• Continuamos participando activamente en la modificación y actualización de procesos y en cada uno de los proyectos que se encuentran en implementación.

• Capacitamos de forma presencial a los colaboradores pertenecientes a las nuevas sucursales del Banco.

Durante 2016 vinculamos 4 reportes sobre operaciones sospechosas de clientes con 5 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 caso de fraude interno el cual generó el reclamo de dos clientes por montos poco significativos.

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	
Capacitados 2016	4
Dotación	24
PROMEDIO	17%
Gerentes	
Capacitados 2016	67
Dotación	124
PROMEDIO	54%
Supervisores/Líderes/Jefes	
Capacitados 2016	67
Dotación	124
PROMEDIO	54%
Analista y Administrativos	
Capacitados 2016	138
Dotación	1808
PROMEDIO	8%

SO5

SO4

SO3

GERENCIAMIENTO DE RIESGOS

El Banco cuenta con un proceso integral para la gestión de riesgos para identificar, evaluar, seguir, controlar y mitigar todos los riesgos significativos. Este proceso 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.

Durante el 2016 desarrollamos las siguientes acciones puntuales:

• **Estrategia de riesgo:** elaboramos 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:** realizamos 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, concretamos pruebas individuales sobre los principales riesgos.

• **Cultura de riesgo:** efectuamos diversas acciones de comunicación y capacitación con el objetivo de continuar impulsando la instalación de mejores prácticas, continuamos con jornadas de entrenamiento gerencial y organizamos 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:** incorporamos nuevos indicadores sobre aspectos regulatorios y de capital económico y continuamos 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):** continuamos desarrollando esta herramienta de medición para analizar, con esta metodología, la rentabilidad de las sucursales.

• **Sistema integral de riesgos:** continuamos con el desarrollo de una herramienta que soporte de manera integral toda la gestión avanzando con el módulo de riesgo de tasa de interés.

SEGURIDAD DE LA INFORMACION

PR8

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 2016 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
ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Desde la creación de Banco Hipotecario en 1886 hemos construido una cercanía con la sociedad argentina. Nuestra historia, vinculada a los préstamos hipotecarios, permitió a más de 1,5 millones de familias argentinas acceder a su primera vivienda. Hoy somos una de las instituciones más sólidas del sistema financiero argentino.

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, durante 2016, trabajamos fuertemente con diferentes universidades nacionales como la Universidad de Formosa, de Córdoba, la Tecnológica Nacional, de la Matanza, Luján, del Noreste, San Juan, La Rioja, Lanús, Río Cuarto, Noroeste de la Provincia de

Buenos Aires y del Sur a las cuales brindamos servicios de depósitos e inversiones.

En el caso de la ANSES, mantenemos una relación comercial y operativa fruto de un convenio especial enmarcado en el Programa PRO.CRE.AR. Además continuamos brindando servicios de depósitos e inversiones a fideicomisos y organismos descentralizados a través de cajas de ahorro, cuentas corrientes, plazo fijo y cuentas comitentes.

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 alcanzando una cartera de 60 clientes.

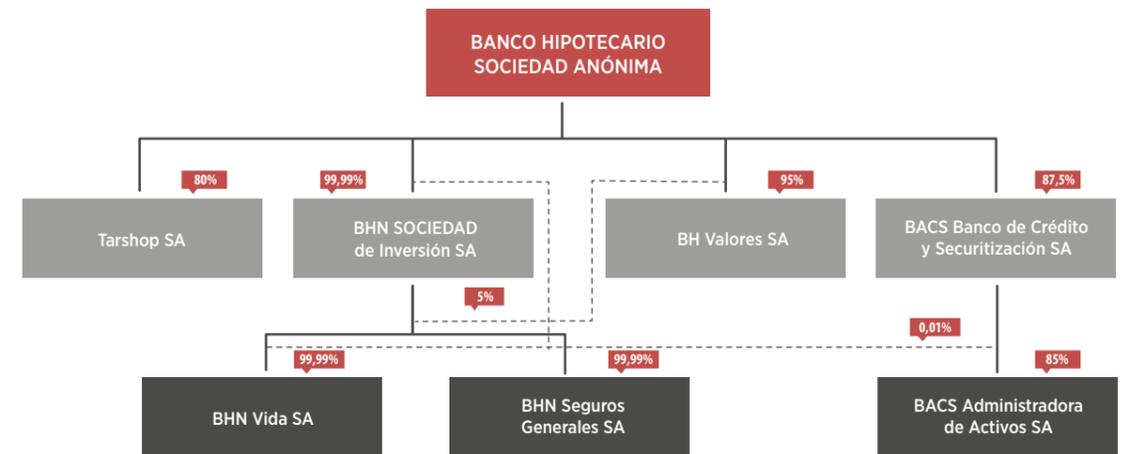
En el ámbito municipal, además de los productos que operamos con los gobiernos provinciales, brindamos el servicio de agente financiero, préstamos para el financiamiento de obras, leasing, pago a proveedores y recaudación de tasas e impuestos alcanzando un total de 100 clientes.

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 tenedora del 99% del capital de las compañías de seguros BHN Vida SA y BHN Seguros Generales SA. Dichas sociedades se encuentran sujetas al control de la SSN. Durante el 2016, además de otorgar seguros de vida y de incendio a los clientes del BH, se convirtieron en las compañías elegidas por el Banco para cubrir los riesgos asociados a la actividad aseguradora.

-BH VALORES SA: durante 2016, BH Valores SA, al cierre del presente ejercicio, a raíz de la nueva ley de Mercado de Capitales, dejó de operar para el Banco, bajo el rol de promotor, 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 ne-

gocio de financiación al consumo. Al 31 de diciembre de 2016 posee 480.000 cuentas habilitadas, con una deuda promedio de \$10.685 por cuenta. La cartera total, tanto activa como no activa, ascendía a \$5.051,1 millones, correspondiendo el 68,6% a cartera securitizada a través del Programa de "Fideicomisos Financieros Tarshop" y de la constitución de fideicomisos financieros privados.

Tarshop cuenta al cierre del período con una red comercial de 24 puntos de venta y gestión. A esa fecha, los comercios que aceptan la "Tarjeta Shopping VISA" son más de 400.000, generando más de 9,9 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. Durante 2016 continuó 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.

-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.

VALOR ECONÓMICO

EC1

A través de nuestras operaciones, durante 2016, generamos diferentes tipos de valor económico que detallamos de la siguiente manera:

COMPONENTE	CONFORMACIÓN	IMPORTE
VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO (VEG)		
Ingresos	Ventas netas más ingresos procedentes de inversiones financieras y venta de activos	15.140.518
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO (VED)		
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.	2.245.251
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.	2.769.210
Pagos a proveedores	Dividendos a los accionistas. Pagos de intereses a los proveedores de crédito, incluyendo deuda, préstamos y pagos atrasados de dividendos.	5.409.025
Pagos a gobiernos	Impuestos de sociedad, sobre los ingresos y de propiedad. Multas.	1.711.836
Inversiones en la comunidad	Remitirse al cuadro presentado seguidamente donde se incluye el comentario adicional del Suplemento Sectorial de Servicios Financieros (*)	48,6
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VER) – VEC- VED	Reservas, amortizaciones y depreciaciones, etc.	2.289.058

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

EC1

PRODUCTOS Y SERVICIOS

PR3 - PR4 - FS7 - FS6

En Banco Hipotecario apostamos a la integración de nuestros productos con el objetivo de atender las demandas de toda nuestra cadena de valor. Buscamos ofrecer un servicio que nos diferencie, basándonos en estándares de calidad, flexibilidad y adaptación constante a los requerimientos, escuchando siempre la voz de nuestros clientes. Hoy somos una de las instituciones financieras más sólidas del mercado argentino orientada a la satisfacción de las necesidades financieras de nuestros clientes.

PR3

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. Las mismas implican responsabilidades en el modelo de atención, accesibilidad y en la gestión de todas las consultas y reclamos de los clientes y no clientes.

Estas gestiones se apalancan en un sistema, llamado PRISMA, donde registramos secuencialmente y centralizamos históricamente todas las consultas, pedidos y reclamos de cada cliente, de donde extraemos información estadística para generar los diferentes reportes y controles. A la par, este registro estadístico es utilizado como fuente de información exhaustiva y oportuna para mejorar nuestros procesos y productos.

Manteniendo esta línea de enriquecer la experiencia del cliente, comenzamos a trabajar en el Proyecto CRM - Dinamo. El mismo tiene como principal objetivo posicionar a los clientes en el centro de nuestro negocio y brindar múltiples canales para acceder al Banco, con un servicio coherente y consistente.

PR4

En 2016, no registramos reclamos de incumplimiento vinculados con la regulación del BCRA o con el Código de Prácticas Bancarias.

CRÉDITOS HIPOTECARIOS: PRO.CRE.AR

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

La financiación de líneas individuales y desarrollo urbano de viviendas sobre terrenos del Estado Nacional, Provincial o Municipal, dándole la opción a familias que deseen acceder a su primera casa a través de la compra de una vivienda a estrenar en uno de los 70 desarrollos urbanísticos que se construyen en todo el país.

1. Financiaciones de vivienda individual

Las líneas de créditos individuales están orientadas a la construcción, ampliación, terminación y refacción de viviendas. Además en función a las necesidades de los beneficiarios, lanzamos nuevas líneas de crédito destinadas a familias que deseaban construir pero no disponían el dinero para comprar un terreno y una línea de crédito adicional para los beneficiarios que se

FS7

encontraban en proceso de construcción cuyo crédito originalmente otorgado, por diversas razones, no les permitía alcanzar la finalización de la obra. Quedaron comprendidos aquellos beneficiarios que habían tomado un préstamo destino "construcción" o "compra de terreno más construcción" y que se encontraban en período de desembolso.

Durante el año 2016, otorgamos un total de 15.819 créditos por un total de \$ 6.231M siendo la distribución por destino:

CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS	6.313 créditos	por \$2.993M - 40%
ADQUISICIÓN DE TERRENO Y CONSTRUCCIÓN	4.575 créditos	por \$2.537M - 29%
AMPLIACIÓN DE VIVIENDA	2.173 créditos	por \$499M - 14%
REFACCIÓN DE VIVIENDA	1.484 créditos	por \$168M - 9%
ADQUISICIÓN DE VIVIENDA NUEVA	58 créditos	por \$32M - 0,1%
CRÉDITOS COMPLEMENTARIOS	1.204 créditos	por \$44.3M
CRÉDITOS A FAMILIAS DAMNIFICADAS POR CATÁSTROFES	12 créditos	por \$1.7M

En el mes de septiembre, rediseñamos el crédito con destino adquisición de vivienda, presentando la línea "Solución Casa Propia", tomando como base el crédito UVA (Comunicación "A" 6069 del BCRA) a partir del cual los beneficiarios pueden adquirir una vivienda nueva o usada con destino vivienda única, familiar y de ocupación permanente.

"Solución Casa Propia" es un programa federal que combina una bonificación del Estado, ahorro familiar y un crédito hipotecario bancario, en un esquema de cooperación entre el Estado y los bancos, que posibilitará que

miles de familias trabajadoras accedan a su primera casa. Banco Hipotecario acompaña esta iniciativa del Estado Nacional, ofreciendo a los beneficiarios del mismo un crédito UVA con tasa fija. El acceso al programa se realiza mediante un sistema de puntaje social y transparente que prioriza a las familias de acuerdo a su necesidad habitacional.

2. Desarrollos Urbanísticos

La línea de Desarrollos Urbanísticos constituye el segundo gran eje de PRO.CRE.AR. Se trata de una línea de créditos para la adquisición de nuevas viviendas, construidas por el programa en terrenos públicos de zonas urbanas, en especial en aquellas en donde el problema habitacional es más urgente.

El desarrollo de Proyectos Urbanísticos acompaña la política que lleva adelante el Gobierno Nacional a fin de fortalecer y profundizar los procesos de integración social y estimular el crecimiento de la economía a través de la construcción de viviendas. Esta estrategia de abordaje de la problemática del hábitat tiene como valor añadido la posibilidad de control y uso social del suelo urbano. En este sentido, los proyectos urbanísticos que se desarrollan buscan optimizar el uso del suelo y priorizar la localización de las viviendas, promover el desarrollo de actividades complementarias a la residencial como las comerciales y/o productivas e incorporar sistemas productivos y materiales empleados en el ámbito local.

Además, gran parte de estos emprendimientos incluyen la construcción de equipamiento social y espacios verdes y recreativos. De esta forma se satisfacen necesidades de los nuevos habitantes así como también de antiguos residentes de la zona, generando espacios de integración social.

Desde el punto de vista arquitectónico los Desarrollos Urbanísticos se proponen combinar distintas tipologías de vivienda al mismo tiempo que generan distintas apropiaciones por parte de la comunidad. Estas tipologías presentan también la posibilidad de ser ampliadas según las necesidades de las familias. Cada una de las viviendas incorpora un diseño de calidad, tanto en sus aspectos funcionales (comodidad y espacio en los ambientes) como estéticos y cuentan con estándares altos en cuanto a la calidad de los materiales y terminaciones. La construcción de las viviendas contempla también que éstas sean aptas para personas con discapacidad construyendo viviendas adecuadas a tal fin en un número representativo de la futura población del emprendimiento.

La utilización inteligente de terrenos fiscales, optimiza el uso del suelo y permite la recuperación de su valor social. La construcción de estos proyectos urbanísticos con su correspondiente infraestructura complementaria, repre-

sa la visión del derecho a la vivienda desde una perspectiva integral orientada al mejoramiento de la calidad de vida de diferentes sectores sociales.

Con presencia en todas las provincias argentinas, exceptuando Catamarca, los Desarrollos Urbanísticos a Diciembre de 2016 arrojan los siguientes resultados:

-Se adjudicaron 70 predios ya en marcha que representan el 68 % del total de predios licitados por el Programa. Viviendas en Ejecución: 23.398. Volumen de Obra en Ejecución: 2.190.000 m2.

-Inversión en obras: la inversión en obra civil hasta Diciembre de 2016 fue de \$ 23.720 MM (incluye lotes con Servicios), mientras que en Infraestructura la inversión es de aproximadamente \$ 2.200 MM. Sumado a ello, el Programa invirtió en nexos de infraestructura por fuera de los predios (inversión de más de \$ 1.000 MM) generando

así un gran desarrollo para las comunidades y mejorando la calidad de vida de sus pobladores. Las estrategias para el desarrollo de la infraestructura son dinamizadoras de la inversión pública y de la privada, así también como de la movilidad social.

-Sorteos y entregas: al mes de Diciembre de 2016 se sortearon 32 predios, que representan un total de 7.429 viviendas. El número de viviendas entregadas al mes de Diciembre de 2016 fue de 2.211 (sólo 1.080 de ellas fueron entregadas durante el mes de Diciembre de 2016, número que constituyó un verdadero hito para el equipo de trabajo).

-Línea "Lote con Servicios": se encuentran en proceso de desarrollo alrededor de 12.290 lotes; al cierre del ejercicio 2016, fueron sorteados 3.476 lotes y 284 entregados a los beneficiarios.

CARTERA DE PRODUCTOS POR BANCA

La cartera de productos y clientes del Banco se constituye de la siguiente manera:

CUENTA CORRIENTE	Cuenta Corriente	1%
PLAZO FIJO	Plazo Fijo	5%
	Hipotecarios	2%
PRÉSTAMOS	Otros	1%
	Personales	11%
	PROCREAR Préstamos Hipotecarios	12%
	PROCREAR Préstamos Personales	3%
	Aerolíneas Argentinas	9%
TARJETA DE CRÉDITO	Cartera General	35%
	Dark	2%
	Colaboradores	0%
	HML	16%
	Plan Sueldo	2%
	Racing	0,01%
	Techo	0,01%

BANCA MAYORISTA - PYMES

AGROPECUARIA	2%
INDUSTRIA Y MINERIA	32%
COMERCIO	49%
SERVICIOS	10%
CONSTRUCCIÓN	5%

BANCA MAYORISTA - CORPORATE

AGROPECUARIA	16%
INDUSTRIA Y MINERIA	31%
COMERCIO	15%
SERVICIOS	26%
CONSTRUCCIÓN	12%

CADENA DE VALOR

Nuestra cadena de valor está integrada por 1116 proveedores, 2.480 colaboradores y más de 1 millón de clientes. Creemos que es muy importante conocer y sumar 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 cuando seleccionamos a los proveedores con los cuales trabajamos, tenemos en cuenta 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. Y 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 contribuyen-

te. 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.).

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.

INDICADOR PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN	AÑO 2016
Presupuesto total proveedores locales	\$ 2.000.219.959,81
Gasto destinado a proveedores locales	99.50%
Cantidad de órdenes de Compra	4017
Cantidad de Proveedores	1116

COLABORADORES

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

El área de Desarrollo Organizacional y la Calidad tiene como fin consolidar y promover en nuestros colaboradores la visión sistémica del negocio y sus proyectos estratégicos. Para ello, se trabaja en la gestión de la calidad como nexo, propiciando la mirada integral en la metodología y la cultura de inclusión que promueva el desarrollo y la contribución de nuestro equipo de trabajo.

Durante 2016, 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.

Al 31 de diciembre de 2016, el Banco contaba con una nómina de 2.480 personas, distribuidos entre Casa Central (1.576) y sucursales (904), con un promedio general de antigüedad de 10 años.

El mayor índice de contratación y rotación se dio entre los colaboradores de 30 a 50 años.

PLANTILLA DE EMPLEADOS		CANTIDAD DE EMPLEADOS			
TOTAL	2480				
	Analistas y Administrativos	Supervisores, Líderes y Jefes	Gerentes	Alta Gerencia	
Desglose por sexo					
Hombres	36,77%	8,60%	3,98%	0,90%	
Mujeres	41,43%	7,01%	1,30%	0,00%	
Desglose por grupo etario					
Menores de 30 años	15,22%	0,22%	0,00%	0,00%	
Entre 30 y 50 años	53,94%	12,33%	3,90%	0,58%	
Más de 50 años	9,04%	3,07%	1,37%	0,33%	
Otros indicadores de diversidad					
Ej.: nacionalidad, ascendencia u origen étnico, creencias religiosas y discapacidades	-	-	-	-	

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 12,29%, mientras que el índice de contratación fue del 4,09%.

ÍNDICE DE ROTACIÓN Y NUEVAS INCORPORACIONES		AÑO 2016
Índice de rotación media		12,29%
Índice de contrataciones		4,09%

El mayor índice de contratación y rotación se dio entre los colaboradores de 30 a 50 años.

	MENORES DE 30 AÑOS		DE 30 A 50 AÑOS		MÁS DE 50 AÑOS	
	H	M	H	M	H	M
Rotación	1,12%	1,92%	3,47%	4,12%	1,05%	0,61%
Altas	0,65%	1,16%	1,30%	0,80%	0,11%	0,07%

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 31/12/2016. Cuando hubo doble o triple relación de dependencia, se tomó sólo un caso. Para el cálculo de los índices, se tomó el personal efectivo hasta el 31/12.

PORCENTAJE DE DIRECTIVOS PROVENIENTES DE LA COMUNIDAD LOCAL	AÑO 2016
Cantidad de directivos (total)	167
Cantidad de directivos locales	167
Porcentaje de directivos locales	100%

ÍNDICE DE REINCORPORACIONES TRAS BAJA POR MATERNIDAD O PATERNIDAD	AÑO 2016	
	H	M
Empleados con derecho a baja por maternidad/paternidad	74	89
Empleados que ejercieron su derecho a baja por maternidad/paternidad	74	89
Empleados que se reincorporaron al trabajo después de finalizar su baja por maternidad/paternidad	74	88
Empleados que se reincorporaron al trabajo después de finalizar su baja por maternidad/paternidad y conservaron su empleo pasados doce meses desde su incorporación	74	88
Índice de reincorporación	100,00%	98,88%

Modelo de Desarrollo Organizacional

El modelo de desarrollo organizacional se define sobre dos ejes:

A. Perspectiva de Clientes

En el año 2016 el sector "Experiencia de Clientes" realizó 64 encuestas, que incluyeron relevamientos de satisfacción, de opinión y de desarrollo de nuevos productos/servicios. El 23% de las mediciones estuvieron dirigidas a colaboradores del Banco, con la finalidad de generar acciones concretas que promuevan el bienestar sustentable del colaborador.

Durante el primer semestre del año llevamos adelante un estudio sobre la Sucursal Buenos Aires aplicando una metodología de relevamiento basada en personas (Design Thinking). A partir de los resultados del estudio, detectamos aspectos prioritarios a mejorar sobre los procesos que tienen alto impacto en la percepción de calidad de nuestros clientes: calidad de atención y aspecto de la sucursal. En este sentido, realizamos un cambio de lay-out y señalética que favorecen la circulación de clientes y la ubicación de los distintos sectores de la sucursal y, adicionalmente, implementamos el modelo de atención vigente en el resto de la red.

Respecto de la calidad de atención, la Gerencia de Distribución Minorista junto a Capital Humano lanzaron el Programa Red de Aprendizaje, que está dirigido a toda la red de sucursales. Los ejes principales del plan de formación 2016 fueron el foco en el cliente y en los colaboradores y uno de sus pilares centrales se basa en la cultura de servicio.

Como parte del Programa, los Gerentes de Sucursales dictaron una clínica específica que trató el tema "Experiencia del Cliente", donde participaron todos los colaboradores de las sucursales. También se dictaron talleres de Cultura de Ventas en Buenos Aires y en Córdoba, que tuvieron un 90% de participación de la plataforma comercial.

Por otro lado, ampliamos la aplicación del NPS a los distintos canales de contacto con el cliente para conocer el grado de recomendación que tienen sobre el Banco Hipotecario en general y sobre cada canal en particular. Finalmente continuamos analizando los datos cualitati-

Los honorarios de nuestros colaboradores, hombres y mujeres, superaron al salario mínimo Vital y Móvil en un 261%.

RELACIÓN ENTRE EL SALARIO INICIAL Y EL SMVM	AÑO 2016
Rango entre el salario inicial y SMVM - Mujer	261,56%
Rango entre el salario inicial y SMVM - Hombre	261,56%

El Salario Mínimo Vital y Móvil (SMVM) considerado es el de Septiembre a Diciembre de 2016. El mismo asciende a \$ 7.560,00. El SMVM anterior se utilizó desde Junio hasta Agosto de 2016 y el importe fue de \$ 6.810,00.

RELACIÓN ENTRE SALARIOS MUJERES Y HOMBRES	
Analistas y Administrativos	82,71%
Supervisores, Líderes y Jefes	84,14%
Gerentes	81,48%
Alta Gerencia	N/A

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

EC6

PR5

vos de las encuestas para categorizar los comentarios de los clientes en ejes temáticos.

En lo que respecta a los estándares de calidad basados en la Norma ISO 9001:

-Mantuvimos la certificación ISO 9001: 2008 en los procesos de Recaudaciones y Acreditación de Haberes mediante plataforma electrónica, superando con éxito ambas auditorías de mantenimiento.

-Renovamos nuestro compromiso con la mejora continua del servicio que el Banco presta en su función de fiduciario del Programa PRO.CRE.AR, ampliando el alcance de la certificación ISO 9001:2008 a todas las áreas técnicas.

-Migramos el proceso de Auditoría Corporativa a la nueva versión de la Norma ISO 9001:2015. En paralelo, reforzamos la identidad de los "Socios de la Calidad", para comprometer y alinear a los distintos sectores y áreas de apoyo (proveedoras de los sistemas de gestión) a mejorar sus procesos y enfocarse en la satisfacción de nuestros clientes.

-Con el objetivo de afianzar los conocimientos sobre la Norma ISO9001 y su aplicación, se dictó el curso de Auditores internos en ISO 9001:2008, que alcanzó a 20 colaboradores.

Atención a Clientes

Para nuestra organización la atención de nuestros clientes es un aspecto clave del negocio. En el centro de contacto durante el 2016 atendimos 1.700.000 llamadas a diferencia del 2015 que fueron 2.200.000. Mediante el canal de respuesta vía mail dimos respuesta a 32.000 consultas.

Los clientes que se comunican con un asesor de Atención al Cliente son invitados a realizar una breve encuesta para conocer su satisfacción en estos aspectos:

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN	Satisfacción general del cliente
	Del cliente en relación a la atención del asesor
	Acerca del tiempo de espera antes de ser atendido
	FCR (First Call Resolution)%

De esta forma, conocemos la percepción de nuestros clientes respecto del servicio brindado. Esta información nos posibilita realizar cambios sobre nuestros procesos, lo que redundará en mejoras en nuestra gestión. En 2016 obtuvimos los siguientes indicadores, sobre más de un millón de encuestas realizadas:

-El 85% manifestó que se encuentra satisfecho o muy satisfecho con la atención general del Banco.

-El 95% se manifestó satisfecho o muy satisfecho con el trato recibido por el asesor.

-El 79% se manifestó satisfecho o muy satisfecho respecto del tiempo de espera.

-El 88% manifiesta haber recibido solución a su inquietud en esa llamada.

B. Perspectiva interna

El área de Capital Humano (Capacitación, Desarrollo, Selección, Gestión del Cambio, Comunicación y Cultura) trabajó para instalar 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 el 2016 el Banco implementó cerca de 40.000 horas / hombre de formación tanto e-learning como presencial. El plan de formación se elaboró bajo los supuestos de responder rápidamente a las demandas del negocio e industria, desarrollando las capacidades de los colaboradores, buscando la innovación en el diseño y en la oferta, atendiendo a las necesidades y diferentes estilos de aprendizaje.

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO

Promedio de horas GENERAL	
Total de Hs 2016	51.251
Dotación	2.480
PROMEDIO	21

Promedio de horas HOMBRES	
Total de Hs 2016	27.334
Dotación	1.246
PROMEDIO	22

Promedio de horas MUJERES	
Total de Hs 2016	23.917
Dotación	1.234
PROMEDIO	19

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR CATEGORÍA PROFESIONAL

Alta Gerencia	
Total de Hs 2016	505
Dotación	24
PROMEDIO	21

Gerentes	
Total de Hs 2016	10745
Dotación	146
PROMEDIO	74

Supervisores/Líderes/Jefes	
Total de Hs 2016	12228
Dotación	576
PROMEDIO	21

Analista y Administrativos	
Total de Hs 2016	27774
Dotación	2020
PROMEDIO	14

Trabajamos en consolidar el modelo de liderazgo instalado en 2015 y que guía las competencias requeridas para todos los líderes de la organización. En línea con este modelo, diseñamos nuevos módulos para darle continuidad al "Programa de Liderazgo" para todos los niveles de conducción del Banco. Además profundizamos la formación de los 38 Gerentes que comenzaron su entrenamiento en 2015 y que pertenecen a los grupos de: Gerentes de Área, Gerentes de Sector de Casa Matriz y Gerentes Regionales. Asimismo incorporamos 40 Gerentes que comenzaron su formación este año transitando dos módulos del programa y a los 61 Gerentes de Sucursal que comenzaron a vivir este programa.

El plan de liderazgo implica una perspectiva de largo plazo, que incluye 3 años de formación y desarrollo para cada uno de los mandos de conducción, atravesando los ejes de: auto liderazgo, gestión de equipos, gestión de personas y negocio. Los participantes atravesaron distintas experiencias como formaciones presenciales, actividades vivenciales (outdoors y clínicas de caso), sesiones de coaching individuales, encuestas de feedback 360 donde participaron sus jefes, pares, clientes internos y reportes.

Lanzamos "La Red de Aprendizaje", un programa de forma-

ción integral que abarca a toda la red de sucursales y tiene como objetivo la formación continua, la profesionalización y el crecimiento de nuestros colaboradores de la plataforma comercial y operativa. El programa se encuentra alineado con los ejes estratégicos del Banco y los objetivos específicos de la Banca Minorista.

El área de capacitación desarrolló diferentes metodologías de aprendizaje y actividades educativas afines a las realidades de los colaboradores: formación e-learning, certificación de puestos, formación comercial presencial, formación gerencial y clínicas presenciales a cargo de los gerentes en cada una de las sucursales, etc.

Llevamos adelante 180 cursos externos, haciendo alianzas con diferentes instituciones y entidades educativas que permiten actualizar el conocimiento interno del Banco. Sumamos nuevos cursos al Centro de Formación Virtual, poniendo a disposición herramientas concretas para el desarrollo de los colaboradores. Incorporamos nuevas modalidades virtuales como gaming, tutoriales, clases virtuales, entre otras, que permitieron llegar de manera más innovadora y efectiva a cada colaborador.

FUNCION	TOTAL
Alta Gerencia	8
Gerentes	56
Supervisores/Líderes/Jefes	52
Analistas y Administrativos	80
TOTAL GENERAL	196

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.

Diseñamos y comunicamos el nuevo modelo de gestión de desempeño (Gestión por Objetivos + Gestión por Valores) con el objetivo de integrar el desarrollo de los colaboradores al objetivo de la organización, a través de la alineación de los objetivos estratégicos, con los objetivos individuales, grupales, los comportamientos y las actitudes asociadas a los mismos.

En esta línea elaboramos el set de valores organizacionales, con el objetivo de que la gestión por valores permita medir el nivel de asociación de los comportamientos individuales al modelo de valores organizacionales y apalancar las prácticas de desarrollo individual, tales como capacitación, promociones, rotaciones, etc. Configuramos la herramienta de gestión que soportará a

LAG

LAIO

los procesos de gestión por objetivos y gestión por valores, para dar lugar a su lanzamiento a comienzos del 2017 (Success Factors – Módulos Desempeño y Objetivos).

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 2016 participaron de esta evaluación:

LAI

DOTACIÓN EVALUABLE	N°	Porcentaje
Nómina completa de Banco Hipotecario 2016	2480	100%
Población evaluada	2080	84%
Población no evaluada	400	16%
PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO	84%	

CANTIDAD DE PERSONAS QUE PARTICIPARON POR CATEGORÍA	GÉNERO FEMENINO	GÉNERO MASCULINO	TOTAL GENERAL
Alta gerencia		6	6
Analista y Administrativos	802	752	1554
Gerentes	26	89	115
Supervisores/Líderes/Jefes	185	220	405
TOTAL GENERAL	1013	1067	2080

CONCEPTO	N°	PORCENTAJE	CANT. DE EMPLEADOS EVALUADOS
Empleados evaluados en el periodo	2080	100%	84%
Total empleados según nómina	2480		

CONCEPTO	N°	PORCENTAJE	CANT. DE EMPLEADOS EVALUADOS
Empleados evaluados en el periodo	1067	100%	84%
Total empleados según nómina	1267		

Selección
Durante el 2016 logramos la cobertura de 120 vacantes mediante procesos de selección e incorporación de personal, bajo el tiempo y calidad esperada, en base a las capacidades y valores de la entidad otorgando respuesta a las necesidades requeridas por el negocio.

Incorporamos 12 colaboradores en la Banca Minorista, potenciando así el plan de expansión del Banco y profundizamos la especialización del área de procesos, sistemas y tecnología con 15 nuevos ingresos. Generamos 50 incorporaciones en Hipotecario Seguros maximizando especialmente el área comercial y 25 nuevos empleados para realizar la entrega de viviendas que gestionó la Gerencia de Desarrollos Urbanísticos.

Desde nuestra visión de ser un banco inclusivo, continuamos con el programa de inserción laboral por medio de la "Fundación Puerta 18". Este programa lo mantenemos des-

de el año 2011 con el objetivo de acompañar el camino iniciado en la Fundación para dar oportunidades a todos y promover el desarrollo de una vocación.

Comunicación y Cultura
Durante 2016 fortalecimos la cultura y marca empleadora comunicando a los colaboradores acerca de la misión, visión y lineamientos estratégicos del Banco, acompañando la transformación organizacional y del negocio para lograr que los clientes sean más dueños de su vida.

Continuamos con el desarrollo de los encuentros "Diálogos en BH", un espacio para conocernos más, intercambiar opiniones y potenciar el desarrollo organizacional. Estas reuniones convocan a colaboradores del Banco Hipotecario con gerentes de área, quienes responden a sus inquietudes, intercambian ideas para trabajar juntos sobre oportunidades y desafíos. Se realizaron 84 encuentros, en los que participaron más de 800 colaboradores y 16 geren-

tes de área, con un nivel de satisfacción del 100%.

Durante el año 2016 coordinamos talleres abiertos para los mandos de conducción y compartimos herramientas de gestión. Lanzamos la campaña "Gestión de equipo = Resultado del Negocio" cuyo objetivo se orienta a la mejora del clima laboral gestionando el desarrollo de los equipos a través de los procesos y programas que Desarrollo Organizacional como socio estratégico gestiona.

Acompañamos el fortalecimiento de la marca empleadora "Banco Hipotecario" impulsando el programa de beneficios con sus cuatro pilares fundamentales: #Bienestar; #Familia; #Desarrollo y #Celebraciones. Los beneficios fueron difundidos a través de Intranet, el news semanal Mundo Búho Express, la revista interna Mundo Búho, el cuaderno institucional y LinkedIn.

Con la misión de profundizar e impulsar los objetivos organizacionales y el conocimiento de productos, servicios y operatoria del Banco, continuamos con el ciclo de

encuentros "Conociendo el Negocio" con los principales referentes de la organización. Realizamos 4 encuentros, donde participaron más de 200 colaboradores, con un 100% de satisfacción en todos los ciclos. A su vez, todos los colaboradores del Banco tuvieron acceso a las charlas a través de videos compartidos en nuestra Intranet.

A través de la Revista Mundo Búho continuamos promoviendo 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, colaborativo e innovador. Este medio de co-creación integra a todas las áreas de la organización hacia un mismo norte, desarrollando temáticas alineadas a los objetivos del Banco, trabajando a partir de un eje rector las dos ediciones publicadas en 2016. El equipo de corresponsales y fotógrafos contó con más de 40 voluntarios. Creamos una comunidad de actores con 25 colaboradores que protagonizaron campañas de comunicación interna. La participación de los colaboradores en Intranet se traduce en más de 7300 interacciones.

INICIATIVAS

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

En junio de 2016 firmamos un contrato de locación de servicio con Entrepeneurial Finance Lab SAC, compañía creada que surgió en 2006 de un proyecto de investigación en el Centro Internacional de Desarrollo de Harvard, Estados Unidos.
FS14

Desde el año 2011 recibió apoyos del BID y el G-20 para expandir en África y América Latina la comercialización de herramientas analíticas que mejoran el proceso de evaluación del crédito a individuos no bancarizados. En agosto de 2016 Banco Hipotecario lanzó en las sucursales de Jacinto Ríos (Córdoba) y San Juan de los Ríos (Libertad) la primera etapa de la implementación

piloto de su score psicométrico para el segmento de consumo. Mediante este novedoso procedimiento en sólo 5 meses se han otorgado más de 200 tarjetas Visa a personas sin historial crediticio, lo que representó crecer un 6% el número de solicitudes aprobadas en dichos stands.



En Banco Hipotecario gestionamos responsablemente la inversión social, comunicando criterios de sustentabilidad hacia el interior y también hacia afuera. Como organización estamos siempre muy atentos a las diferentes problemáticas sociales de nuestro país.

CULTURA DE RELACIONAMIENTO

En la comunidad abordamos distintas temáticas que 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 estos proyectos por un mínimo de 3 a 5 años de duración ya que consideramos que el cambio social necesita de un compromiso sostenido en el tiempo. Hoy estamos presentes junto a más de 500 organizaciones de la sociedad civil.

Nuestro plan estratégico social es aprobado y monitoreado por el Comité de Asuntos Sociales e Institucionales, el cual estableció de manera unánime destinar el 5% de las ganancias anuales netas del Banco a proyectos y programas sociales. En este sentido, la inversión social se gestiona de manera sustentable, alineada directamente con la estrategia de negocio.

El Comité de Asuntos Sociales e Institucionales es uno de los once comités especiales del Directorio General para la toma de decisiones. En este sentido, integra parte del conjunto de responsables de la administración general

del Banco. Es su responsabilidad el diseño de los lineamientos de la gestión en la comunidad y la aprobación del presupuesto anual de donaciones para implementar los distintos programas y proyectos sociales. Está integrado por el Presidente del Banco, el Gerente General, miembros del Directorio y Directivos del Área de Asuntos Sociales y con la Comunidad.

En concordancia con nuestra política de transparencia, desde hace 10 años reportamos el impacto económico, social y ambiental a todos nuestros públicos de interés. Desde entonces, publicamos 5 ediciones de nuestro Informe de Acciones Sociales y 5 Reportes de Sustentabilidad bajo la modalidad GRI.



COMITÉ DE ASUNTOS SOCIALES, VISITA A ONGS 2016. DE IZQUIERDA A DERECHA: FERNANDO RUBIN, PAULA SOLSONA, EDUARDO ELSZTAIN, CRISTINA SALZWEDEL, JAVIER VARANI Y ADA MAZA.

POLÍTICA DE RSE

En línea con nuestra gestión sostenible, elaboramos nuestra "Política de Responsabilidad Social", la cual establece los lineamientos de gestión de la inversión social del Banco, con el fin de garantizar la transparencia de la misma y dar a conocer la forma que la organización se relaciona con la comunidad.

La "Política de Responsabilidad Social" surgió a partir de identificar la necesidad de contar con una política macro que le de sustento a la gestión de la inversión social del Banco. Su elaboración representó un proceso desafiante y progresivo que tuvo la particularidad de haber involucrado a las Altas Gerencias de la organización: Gerencia de Área de Auditoría, Gerencia de Cumplimiento Normativo, Gerencia de Organización y Procesos y Gerencia de Área de Relaciones Institucionales –perteneciente a la Gerencia General-.

Todas las áreas anteriormente mencionadas realizaron un trabajo colaborativo y conjunto, en el cual, cada actor aportó sus conocimientos especializados para la concreción de esta iniciativa. Como resultado, se logró plasmar en un documento formal la manera del Banco de gestionar responsablemente su inversión en la comunidad, trascendiendo a las personas que hoy llevan adelante esta tarea.

La Política involucra a todo el personal del Banco como también al de las empresas vinculadas. Su eje central

consiste en apoyar y respaldar económicamente las iniciativas solidarias propuestas por los colaboradores, voluntariamente comprometidos en organizaciones y entidades de la sociedad civil que ellos mismos eligen y que están relacionadas con su ámbito de referencia familiar, social y barrial. Asimismo, se acompañan proyectos de ONGs con las cuales establecemos alianzas estratégicas que fortalecen nuestra presencia en la comunidad.

La iniciativa contribuyó a la formalización de la transparencia corporativa, la profesionalización de los procesos, la estrategización y sistematización de la gestión dentro de la organización. Asimismo, esta herramienta ha promovido la creación de capital social a ser instalado en la comunidad, capaz de perdurar a través del tiempo. En el mes de noviembre realizamos un encuentro con periodistas especializados en RSE para compartir con ellos el proceso de elaboración de la Política y sus implicancias para el negocio. Participaron del encuentro por parte del Banco Paula Solsona, Gerente de Asuntos Sociales y Gerardo Rovner, Gerente de Auditoría. Entre los medios que asistieron estuvieron presentes ComunicaRSE, Tercer Sector, Presente, El Cronista Comercial y UniRSE.



PAULA SOLSONA,
GERENTE DE ASUNTOS
SOCIALES DEL BANCO,
PRESENTANDO
LA POLÍTICA DE
RSE A MEDIOS
ESPECIALIZADOS.

GESTIÓN SUSTENTABLE

Como organización buscamos dejar una huella positiva en la sociedad. A lo largo del 2016 desde nuestra gestión sustentable logramos el siguiente impacto

ECONÓMICO	\$ 615,3 millones de resultado neto del ejercicio.
	Los préstamos hipotecarios UVA alcanzaron una originación de \$ 392 millones.
	Mediante las líneas de crédito individuales PRO.CRE.AR., se otorgaron en todo el país 15.819 créditos, siendo la distribución por destino: construcción de vivienda, adquisición de terreno y construcción, ampliación y refacción de vivienda y adquisición. Asimismo, se brindaron créditos complementarios para familias damnificadas por catástrofes climáticas.
	Se logró fidelizar una cartera de más de 1.550.000 tarjetas habilitadas.
	En el marco del plan de expansión de la red comercial, se abrieron 3 nuevas sucursales en las ciudades de Ramos Mejía, Pilar y Moreno de la Provincia de Buenos Aires y se alcanzó un total de 64 puntos de contacto directo con nuestros clientes.

AMBIENTAL	26.413 kilos de papel y 89 kilos de plástico, entregados a la Fundación Garrahan y 14.300 botellas plásticas y 600 latas metálicas donadas a la Cooperativa Reciclando Trabajo y Dignidad.
	Se destinó 654 equipos mobiliarios y equipamientos tecnológicos a 21 organizaciones de la sociedad civil dentro del programa "Equipados para dar".

SOCIAL	529 organizaciones sociales con las que interactuamos.
	228.884 personas a las que acompañamos con nuestros programas.
	\$48,6 millones invertidos en la comunidad.
	60 organizaciones apadrinadas por colaboradores participaron del programa de fortalecimiento a iniciativas solidarias.
	344 colaboradores voluntarios.
	Por segunda vez consecutiva, alcanzamos el 100% de participación de la Red de Sucursales en las Campañas Institucionales, reafirmando el compromiso federal del Banco con la sociedad.

VALOR AMBIENTAL

ORGANIZACIÓN	REGIÓN	MATERIAL DONADO
Fundación Garrahan	Nacional	26413 kilos de papel
		89 kilos de plástico
14300 botellas plásticas		
600 latas metálicas		
67 equipamientos tecnológicos		
Equipados para dar		587 mobiliarios

EQUIPADOS PARA DAR

ONG	MATERIAL	CANTIDAD
Bomba Volunta	PC	1
Jardín de Infantes Rincón de Niños	Equipo de música	1
	PC	2
	TV	1
Fundación Pilares	Silla	7
Tzedek	Armario	2
	Silla	10
Hospital de Jardín América Nivel II	Escritorio	1
	Fichero	1
	Armario	2
	Silla	10

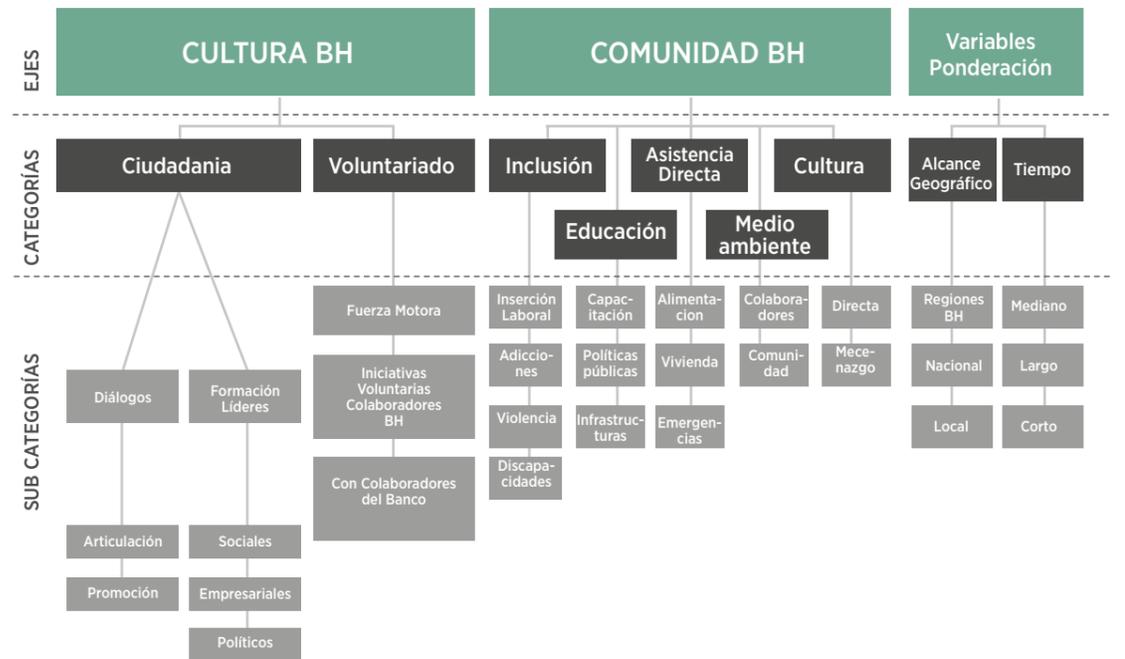
ONG	MATERIAL	CANTIDAD
Días de Luz	Microondas	1
Organización social (Sucursal Posadas)*	Silla	18
	Poltrona	19
Sub dirección de Género de la Municipalidad de Luján	Impresora	1
Organización social (Sucursal Rosario)*	Fichero	10
	Armario	13
	Escritorio	16
Escuela de Educación Secundaria N° 24	PC	10
	Silla	8
	Armario	6
Colegio Buen Consejo	PC	25
Escuela infantil N° 5 DE 16	PC	25
Hospital Tobar García	Silla	40
	Cajonera	2
	Fichero	2
	Armario	6
	Mesa	1
Colegio P PS 137 Antonio Tomba	Armario	16
	Cajonera	20
	Escritorio	16
Asociación Civil Villa Valdocco	Silla	139
	Armario	2
Hospital María Ferre	Silla	47
	Cajonera	3
	Fichero	1
	Armario	4
Comedor (Sucursal Villa Urquiza)*	Armario	1
Asociación Civil Ligüen - Fátima - Hogar Querubines (Sucursal Tigre)	Escritorio	12
	Armario	12
	Poltrona	6
Comisaría 1°	Silla	4

LINEAMIENTOS DE INVERSIÓN SOCIAL

Gestionamos nuestra inversión social a partir de una matriz que está 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 denominados "Cultura BH" y "Comunidad" y sus correspondientes categorías y sub categorías, atravesadas por dos variables de ponderación: alcance geográfico y tiempo.



Es así como acompañamos programas que promueven una ciudadanía activa, que defienden los valores del pluralismo, la diversidad a través del diálogo, que forman líderes sociales, empresarios y políticos, que involucran

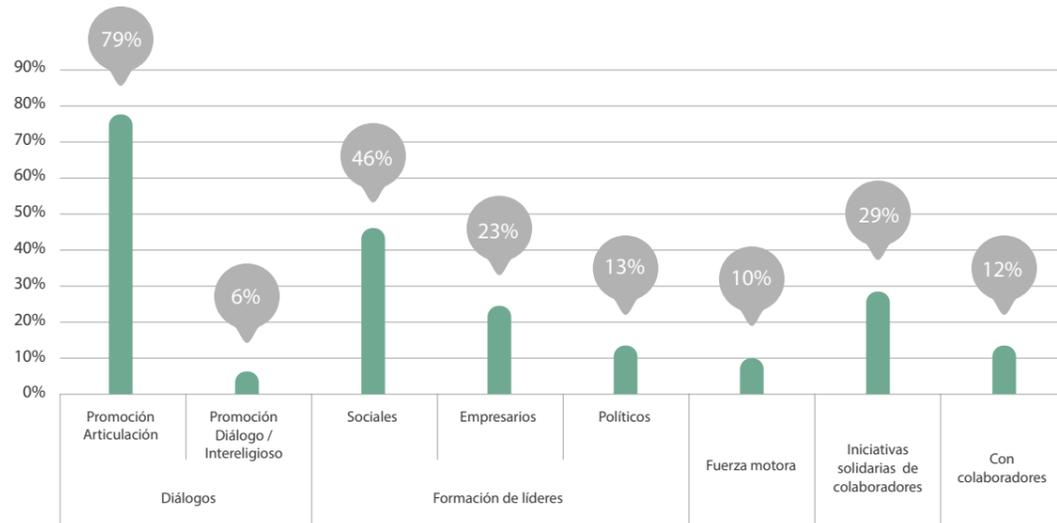
a voluntarios, que se focalizan en la inclusión social, la educación y la cultura y que asisten de manera directa a las comunidades más vulnerables.

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN SOCIAL 2016- PROGRAMAS SOCIALES CON ONG

Ejes	CULTURA BH							
	CIUDADANÍA					VOLUNTARIADO		
	Diálogos		Formación de líderes			Fuerza Motora	Iniciativas solidarias de Colaboradores	Con Colaboradores
Sub-Categorías	Promoción Articulación	Promoción Diálogo/ Interreligioso	Sociales	Empresarios	Políticos			
ONG	INECO	Cáritas - Limud	Aportes de Gestión - Ashoka	Endeavor	CIAS - CIPPEC - Fundación RAP	Aportes de Gestión - Cáritas - TECHO - Fundación SI	Fundación SI - Haciendo Camino	Fundación SI

Ejes	CULTURA BH												
	Inclusión				Educación			Asistencia Directa				Cultura	
	Inserción Laboral	Adicciones	Violencia	Discapacidad	Capacitación	Políticas Públicas	Infraestructura	Alimentación	Vivienda	Emergencias	Directa	Mecenazgo	
ONG	Asociación Talentos - Empujar - Libertate	Cáritas - Fundación Convivir - Integra	Botines Solidarios - Fundación Convivir - Fundación de Jabad - Ieladeinu - La Casa del Encuentro	Fátima - Nuevas Olimpiadas Especiales - Libertate	Asociación civil y cultural "El culebrón timbal" - Asociación Talentos - CEDES - Colegio Madre Teresa - CUJA - Fundación Convivir - Junior Achievement - Njambre	CIAS - CIPPEC - Fundación RAP	A.P.A.E.R.	Fundación de Jabad - Fundación Nuevo Hogar - Centro de Anzianos Ledor Vador - Ieladeinu - Manos en Acción	Fundación de Jabad - TECHO - Vivienda Digna - Ieladeinu	Asociación Centro de Jubilados BHN - Fundación SI - Fundación Nuevo Hogar y Centro de Anzianos Ledor Vador - Fundación Tzedaká	Amijal - Asociación civil y cultural "El culebrón timbal" - Biblioteca Banco Hipotecario - Hillel - Lamroth Hakol	Uniendo Caminos - Fundación Casa Rafael	

EJE CULTURA BH



EJE COMUNIDAD



ACCIONES EN LA COMUNIDAD

EN3 – EN27

CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

Promovemos internamente una cultura solidaria entre nuestros colaboradores para generar un impacto social positivo tanto en las comunidades cercanas a nuestras oficinas y sucursales, así como en aquellas instituciones en las que están involucrados nuestros voluntarios.

Para acompañar y fortalecer la labor social de nuestros voluntarios internos que colaboran con distintas instituciones, desde el año 2002 a través de la Gerencia de Relaciones Institucionales y con la Comunidad, instrumentamos anualmente 5 campañas: "Útiles escolares", "Pascuas", "Invierno", "Día del Niño" y "Navidad".

Participan activamente en las campañas los colabora-

dores del Banco para apoyar a diferentes instituciones beneficiadas involucrando a toda nuestra red de sucursales. Además buscamos generar más fuentes de trabajo, eligiendo por ejemplo, panaderías comunitarias para las campañas de Pascuas o Navidad. Adicionalmente, en el marco de las campañas, realizamos acciones de voluntariado como visitar hospitales para entregar juguetes, repartir insumos de invierno en hogares, entre otros.

En el año 2016 volvimos a alcanzar el 100% de participación de la red de sucursales en dos de cinco campañas institucionales, reafirmando el compromiso federal del Banco con la sociedad. Participaron activamente en las mismas todos los colaboradores del Banco para apoyar a las instituciones beneficiadas reafirmando nuestra cultura solidaria como organización.

CAMPAÑAS INSTITUCIONALES	ÚTILES ESCOLARES	PASCUAS	INVIERNO	DÍA DEL NIÑO	NAVIDAD
SUCURSALES PARTICIPANTES	42	46	50	62	64
ORGANIZACIONES BENEFICIADAS	104	93	161	199	201
BENEFICIARIOS	4828	46072	20000	16046	105280



CAMPAÑA SUMAMENTE ÚTILES – ESC. N° 74 “ISLAS MALVINAS” - JUJUY



CAMPAÑA DÍA DEL NIÑO – COMEDOR MERENDERO “X UNA SONRISA” - SALTA

CAMPAÑA INVIERNO – COMEDOR LOS PITUFINES –ESCOBAR



VISITA DEL DIRECTORIO A ONGS

Hacia fines de 2014 el Banco vivió uno de los hitos más representativos: la “Primera Visita del Comité de Asuntos Sociales a ONGs”. Motivados por el espíritu innovador, esta visita marcó un antes y un después en la forma de ser, sentir y hacer en comunidad.

junto a los miembros del Directorio del Banco. A lo largo de una mañana, los Directores visitaron 3 ONGs con las que el Banco mantiene un vínculo estrecho y desarrolla diferentes programas sociales. En cada organización los miembros del Directorio conversaron con las autoridades de las entidades sociales y sus beneficiarios para conocer sus diversas realidades.

En diciembre de 2016 se decidió revivir esta experiencia



ASOCIACIÓN CIVIL LIGÜEN

La actividad se inició a las 9 horas en la Casa Central donde una combi trasladó a todos los participantes al primer punto de encuentro: el “Hogar Casa Ligüen” ubicado en el barrio Nueva Pompeya y al cual asisten 20 niños

judicializados. Luego se dirigió a la Villa 21-24, Barracas, donde se conoció la Casa Santa Clara de “Fundación Convivir”, abocada a la problemática de adicciones.



MIEMBROS DEL BANCO HIPOTECARIO JUNTO A LAS AUTORIDADES DE FUNDACIÓN CONVIVIR.

La visita concluyó en "Uniendo Caminos", situada en la misma Villa 21-24, donde se compartió la vivencia de su trabajo integral comunitario.



PAULA SOLSONA, GERENTE DE ASUNTOS SOCIALES Y EDUARDO ELSZTAIN, PRESIDENTE DE BANCO HIPOTECARIO, EN EL COMEDOR COMUNITARIO AYÚDAME A CRECER.

La experiencia fue sumamente enriquecedora e intensa y le permitió al Banco fortalecer el compromiso con estas organizaciones de la sociedad civil. El deseo es que esta visita pueda repetirse año a año porque se entendió que esta nueva forma de gestionar la inversión social

permite tener un conocimiento cercano y amplio de las necesidades de la comunidad. Además, es un espacio generador de vínculos tanto hacia adentro como afuera de la organización.

TESTIMONIOS

“Es impresionante que los colaboradores que están más pendientes de su tarea profesional, su rendimiento familiar y económico, dediquen tiempo fuera del tiempo. Estas visitas son un regalo a la sociedad que ésta los recibe y los multiplica. Son el tesoro más grande que tiene el Banco”, Eduardo Elsztain, Presidente de Banco Hipotecario y miembro del Comité de Asuntos Sociales.

“Cuando un joven ingresa a trabajar a una empresa, anhela que ésta tenga un propósito, una misión. Si encuentra que la misión de la organización dialoga con algo de su propio deseo, ahí visualiza un propósito. Cuando hay un propósito, eso se multiplica. Esto hace que la gente sienta su lugar de trabajo como algo motivador”, Fernando Rubin, Gerente General de Banco Hipotecario y miembro del Comité de Asuntos Sociales.

LEY DE 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.

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-

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.

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.

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

Desde el año 2011 hemos acompañado a más de 150 proyectos, con más de \$54 millones de pesos. Durante 2016, apoyamos los siguientes proyectos:

PROYECTO N°	CATEGORÍA	TÍTULO
2550	ARTE AUDIOVISUAL Y ARTE DIGITAL	BECAS DE FORMACION
2610		Lucien Herve Retrospectiva
3140		BASE DE DATOS ETAPA 3
3144		Taller de Arte Urbano y Gráfica Contemporánea
3180		DESCUBRIENDO EL ARTE DE ILUSTRAR LIBROS
3190		Homenaje Pictórico a La Boca - Resol 9168
3228		Eugenio Zanetti Exposición y Catálogo - Resol 7818
3273	ARTES VISUALES	Arte en dos ruedas
4203		Apuntes de maestros en FoLa
4208		Exposición de Vivian Maier en FoLa
4211		Este es mi lugar II en FoLa
5017		JÓVENES CREADORES EN LA BOCA
5059		FOTOGRAFIA ESTENOPEICA PARA LA PREVENCIÓN DEL CONSUMO

PROYECTO N°	CATEGORÍA	TÍTULO
3833	ARTESANIAS Y ARTE POPULAR	EL ARTE DE LOS OFICIOS
3917	CIRCO, MURGAS, MIMICA Y AFINES	La Bombocova Música en Movimiento
3868		CONCURSOS PARA JOVENES ARTISTAS
4017		MAXIMILIANO GUERRA PATRICIA BACA URQUIZA ARTE
3398	DANZA	Concierto Educativo "120 años de vida judía en Argentina".
3902		DANZAR PARA CRECER
3904		LOS PRINCIPITOS: IMAGINACION EN MOVIMIENTO
3839	DISEÑO	48H OPEN HOUSE BUENOS AIRES 2016
3601		Tinta y Braille
3673	LITERATURA	DIFUSION PATRIMONIO LITERARIO DE VICTORIA OCAMPO
3718		Taller Literario
3444		ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ORQUESTAS JUVENILES
3477	MUSICA ACADEMICA	ORQUESTA ESCUELA
4298		CONCIERTOS SINFONICO-CORALES EN LA CIUDAD
4351		VAMOS AL CONCIERTO
2657	MUSICA POPULAR	FESTIVAL DE MUSICA INFANTIL
3524		TALLERES MUSICALES NIÑOS JÓVENES CON AUTISMO
2061		PUESTA EN VALOR CASA CALISE OBRA DE VIRGINIO COLOMBO
2108		ARQUITECTURA CONTEMPORANEA DE BUENOS AIRES 1983/2013
2556		MODERNA BUENOS AIRES, CONTEMPORANEA BUENOS AIRES
2578		Laboratorio escuela de restauración del Mamba
3115	PATRIMONIO CULTURAL	DOCUMENTACION, DIGITALIZACION, DIFUSION OBRA LANDRU 4
3177		Escuela de Técnicos para las artes del espectáculo
3237		PUESTA EN VALOR DE LAS FACHADAS Y PAISAJISMO DE LA ABADIA EC
3259		FINALIZACION CONSTRUCCION DE OBRA MUSEO DE ARTE MODERNO
3275		FUNDACIÓN CINEMATECA ARGENTINA
5044		CENTRO JUVENIL PADRE DANIEL VILLA 21

PROYECTO N°	CATEGORÍA	TÍTULO
2772		DESARROLLO DEL SITIO WEB DE JUAN PABLO FERLAT
3635		PASTILLAS DE LETRAS: ENTREVISTAS CON ESCRITORES ARGENTINOS
3641		LIBRO LUIS F. BENEDIT- OBRAS 1968-1978
3645	RADIO TELEVISION Y SITIOS DE INTERNET	Extensión de la Biblioteca Digital del Archivo Williams
3693		LIBRO HISTORIA DEL CENTRO CULTURAL RECOLETA
3705		Edición Cuadernos de la Shoa 6
3828		Misteriosa Buenos Aires- Cómicos II
4407		Buenos Aires en blanco y celeste tomo II
5445		MUNDO VILLA - EL PERIODICO CULTURAL
3885		Taller de Teatro
3894		NUTRIBUS SUPERSALUDABLE
4013		Los museos cuentan
4535	TEATRO	PAYASOS PROFESIONALES DE HOSPITAL
4551		DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD/POTENCIAL COMUNITARIO
5690		"EL TEATRO SAN MARTIN SALE A LA CALLE" SEGUNDA ETAPA

CICLO DE CHARLAS BH

A lo largo del 2016 llevamos adelante el "Ciclo de Charlas BH" en el marco del aniversario 130 del Banco.

Convocamos a referentes argentinos en temáticas como Adicciones, Liderazgo, Toma de Conciencia, Inteligencia Colectiva, Inclusión Social y Comida Saludable para

que compartieran sus conocimientos y experiencias con nuestros colaboradores. Realizamos un total de 4 encuentros con una participación de cerca de 300 integrantes de la organización.



MANUEL LOZANO, PRESIDENTE DE FUNDACIÓN SI, JUNTO A PAULA SOLSONA, GERENTE DE ASUNTOS SOCIALES DE BANCO HIPOTECARIO EN EL CICLO DE CHARLAS BH.

"La propuesta de estas charlas me parece una iniciativa muy interesante y enriquecedora para toda la comunidad en general. Ojalá muchos colaboradores del BH puedan sumarse a las próximas. Me pone muy contenta y estoy muy agradecida de que nos brinden este espacio y la posibilidad de nutrirnos con este tipo de información", testimonio de una colaboradora.

CONMEMORACIÓN DEL 50 ANIVERSARIO DE LA INAUGURACIÓN DEL EDIFICIO CASA CENTRAL DEL BANCO

Con motivo del 50° aniversario de la inauguración del edificio Casa Central del Banco Hipotecario, celebrado el 16 de julio de 2016, la Legislatura porteña homenajeó la emblemática obra del arquitecto Clorindo Testa, como reconocimiento a su valor cultural y arquitectónico.

El acto de descubrimiento de placa tuvo lugar el viernes 23 de septiembre de 2016 y contó con la presencia de miembros de la Comisión Especial de Patrimonio Arquitectónico y Paisajístico de la Legislatura, familiares de los autores de la obra y autoridades de Banco Hipotecario.

El edificio fue inaugurado el 15 de julio de 1966, en ese momento como sede del Banco de Londres. Convertido en uno de los referentes más importantes de la arquitectura moderna argentina fue declarado "Monumento Histórico Nacional" en el año 1999. Por sus características únicas, el edificio despierta el interés de arquitectos, urbanistas, diseñadores y

estudiantes de todos los puntos del país y el mundo. Su aniversario número 50 coincide con los festejos de los 130 años de vida del Banco, en esa línea el pasado 29 de octubre el edificio permaneció durante la Noche de los Museos abierto para que los ciudadanos tengan la posibilidad de conocerlo, disfrutarlo y ser dueños por una noche de este emblemático espacio.

LA NOCHE DE LOS MUSEOS

Con motivo del 50 aniversario de su construcción, la casa central de Banco Hipotecario abrió sus puertas de 20 a 3 hs durante la tradicional "Noche de los Museos" organizada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. El objetivo de esta acción fue promover el valor arquitectónico, cultural y patrimonial del edificio Casa Matriz de Banco Hipotecario y hacer a los ciudadanos, por una noche, dueños de la principal obra de la arquitectura moderna argentina.

El edificio (ex Banco de Londres) realizado por el arquitecto Clorindo Testa y por los arquitectos Santiago Sánchez Elía, Federico Peralta Ramos y Alfredo Agostini, fue inaugurado el 15 de julio de 1966 y se convirtió en uno de los referentes más importantes de la arquitectura moderna argentina, declarado como "Monumento Histórico Nacional" en el año 1999. Emplazado en el corazón de la "city porteña", este edificio cumplió en 2016 sus primeros 50 años como ícono arquitectónico.

La muestra consistió en un recorrido por el hall central de la planta baja y la escalera principal hasta el primer piso. A lo largo de la noche los visitantes pudieron apreciar el "Rincón 130 años" con una muestra de objetos y audiovisual sobre la historia de Banco Hipotecario, una muestra fotográfica con la

obra perteneciente a diferentes autores y la exposición del trabajo de los colaboradores del Banco ganadores de un concurso interno, una charla de 10 minutos sobre las características técnicas y valor arquitectónico de la obra por parte de estudiantes de arquitectura y la proyección de un documental breve sobre el edificio e imágenes tomadas por un dron.

A la salida los visitantes recibieron un ejemplar del brochure institucional del edificio junto a un juego de postales sobre la obra. A través de la participación en la Noche de los Museos, reafirmamos nuestro compromiso con nuestro legado histórico, cultural y patrimonial; y contribuimos a generar en la comunidad un vínculo perdurable con un hito de la arquitectura argentina.



LA NOCHE DE LOS MUSEOS - CASA CENTRAL DEL BANCO HIPOTECARIO

VALOR AMBIENTAL

Consideramos el cuidado del medio ambiente como un valor en sí mismo a tener en cuenta de acuerdo al impacto de nuestro negocio. Durante 2016, nuestra

gestión comprometida con el Medio Ambiente, nos permitió alcanzar estos resultados:

Consumo energético interno (GJ)	2016
A) Consumo de combustible renovable	-
B) Consumo de combustible no renovable:	
Energía eléctrica	58.423.545
Diésel	6.010.354
Gas natural	429.583
CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL DENTRO DE LA ORG.: A+B	64.865.498

El consumo eléctrico tuvo un incremento del 1.4 % respecto de 2015.

El consumo de gas natural tuvo una baja del consumo del orden del 7% en relación al año 2015.

El consumo de gasoil en los grupos electrógenos tuvo un incremento del 14 % debido a la incorporación de equipos a la Red de Sucursales.

• El incremento energético anual comparando los períodos del 2015-2016 fue del orden del 1%.

• El consumo eléctrico aumentó el 1.4 % por lo que se destaca que a mayor actividad eléctrica debido a la incorporación de nuevos equipamientos en Casa Central, como UPS, equipos centrales de refrigeración, etc.; se obtuvo un aprovechamiento de los recursos para el ahorro energético.

• El consumo de gas disminuyó un 7 % respecto al año anterior, al lograr ser más eficientes los sistemas y recursos correspondientes (Por ejemplo usos horarios de encendido y apagado en las calderas de Casa Central y Torre San Martín).

• El consumo de gasoil aumentó un 14 % debido a la incorporación de nuevos grupos electrógenos a la red comercial.

En cuanto a las acciones que llevamos adelante para mitigar el impacto ambiental de nuestros productos y servicios detallamos lo siguiente:

Iluminación de bajo consumo: continuamos con el proyecto LED para reemplazo de iluminación convencional por nueva tecnología, logrando una importante reducción del consumo, mejorando la calidad de iluminación en los puestos de trabajo, incrementando aprox. 10 veces su vida útil para el cambio de luminarias, ahorrando grandes costos de mantenimiento.

Disposición final de baterías en desuso: llevamos adelante la disposición de baterías de UPS por terceros según correspondiera el caso en CCyA y la red comercial, reemplazando las mismas por baterías libres de mantenimiento, de baja/ nula emisión de vapores, contribuyendo al cuidado del medio ambiente.

Calderas: automatizamos el sistemas de calderas, para el encendido en horarios pico y apagado en tiempos sin uso.

Obra Sustentabilidad energética CPD y CE: incorporamos nuevos equipos de precisión para la refrigeración del Centro de Procesamiento de Datos de Casa Central, una nueva sala de UPS para el CPD y Centro Estrella. Esta obra finalizada aporta a la continuidad del negocio con equipos redundantes ante contingencias.

Consultorías eléctricas: realizamos consultorías con profesionales del rubro con el fin de optimizar el consumo de energía impactando en el ahorro energético y sus costos.

Campaña de racionalización del consumo energético: a través de comunicaciones internas vía mail al todo el personal del Banco.

ESTRATEGIA PARA EL 2017

Atentos a las demandas de la sociedad actual, en el Banco se trabajó para contribuir a que los 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. Asimismo, el Banco es una entidad 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 conjuntamente en pos del desarrollo social.

Banco Hipotecario gestiona responsablemente la inversión social, comunicando criterios de sustentabilidad hacia el interior y también hacia fuera de la organización. Respondemos con la agilidad y la eficacia necesaria a los cambios de contexto. Es así como en 2017 seguiremos impulsando un modelo integral de negocio que nos permita continuar creciendo sostenidamente e impulsar una transformación cultural y organizacional y vincular fuertemente nuestra estrategia comercial a la estrategia de sustentabilidad.

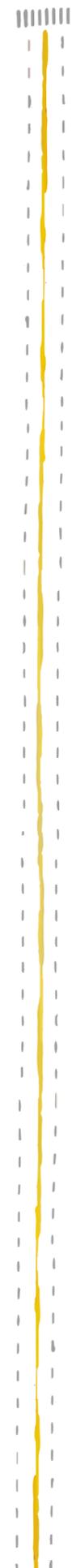
Asimismo, continuaremos destinando el 5% de las utilidades de la organización, para acompañar a entidades de la sociedad civil en todo el territorio nacional, promoviendo el desarrollo de sus proyectos e iniciativas.

Asumimos la importancia de que las instituciones deben contar con un Sistema de Gobierno Societario que oriente la estructura y funcionamiento de sus órganos sociales, en pos de la sociedad y de sus accionistas. En este sentido, nuestro Sistema de Gobierno Societario complementa la legislación y normas aplicables que consagran los postulados y principios éticos que deben regir las actuaciones de nuestros directivos, administradores y colaboradores, a fin de organizar, dirigir y administrar la organización con los mayores niveles de eficiencia y

transparencia, en beneficio de nuestros accionistas y terceros interesados. En línea con esto, durante 2017 será fundamental el sostenimiento de los lineamientos planteados en nuestra "Política de Responsabilidad Social", publicada en 2016. Esta iniciativa contribuyó a formalizar la transparencia corporativa del Banco, profesionalizar los procesos, establecer estrategias y sistematizar la gestión dentro de la organización. Asimismo, esta herramienta promovió la creación de capital social capaz de perdurar a través del tiempo.

En 2017 focalizaremos en la ampliación del voluntariado entendido como motor que impulsa y vivifica la gestión de RSE. Las Campañas Institucionales nos permitirán fortalecer al equipo, empoderar a los voluntarios e impulsar el desarrollo local. Por otro lado, mantendremos 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.

Llevaremos adelante nuevas visitas a ONGs dado que esta iniciativa constituye una nueva forma de gestionar la estrategia sustentable de nuestra organización.



COMITÉ DE ASUNTOS SOCIALES

Eduardo Elsztain
Ada Maza
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

Gerente

Juan María Almirón
Supervisora
Verónica Profeta
Analista
Sabrina Gribodo

DISEÑO

Sabrina Gribodo

CONTENIDOS

Emprendimientos Sustentables S.A.
www.esustentables.com

IMPRESIÓN

FP Compañía impresora

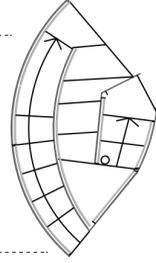
MATERIALIDAD

Como primer paso para la elaboración del Reporte 2016, evaluamos la matriz de materialidad definida en el ejercicio del año 2014 y acordamos mantener los temas significativos comprendidos en la misma. Es así como en este documento presentamos los impactos económicos, sociales y ambientales y los aspectos del negocio que son relevantes para 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.

Esta matriz es la base para seleccionar los indicadores a trabajar durante nuestro proceso de Reporte. De allí surgen los contenidos claves (incluidos en este documento) que reflejan nuestra gestión sustentable, logrando que nuestro Reporte sea estratégico, de fácil lectura y describa el impacto de las acciones realizadas.

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



COBERTURA Y ENFOQUE DE GESTIÓN

El presente Reporte informa acerca del impacto económico, social y ambiental de Banco Hipotecario para el periodo Enero a Diciembre 2016. 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 64 sucursales distribuidas en el país con un total de 2.480 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.

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4 - 24	Grupos de interés vinculados a la organización	Páginas 10 a 12; 20 a 22; 25 a 33 y 43 a 51. Tabla de Indicadores GRI
G4 - 25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja	Tabla de Indicadores GRI
G4 - 26	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés	Tabla de Indicadores GRI
G4 - 27	Cuestiones y problemas clave surgidos a raíz de la participación de los grupos de interés	Tabla de Indicadores GRI

ECONOMÍA - ENFOQUE DE GESTIÓN		
DESEMPEÑO ECONÓMICO	Página/Respuesta	Limitaciones a la cobertura
EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	Página 23.
EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	Página 20. Banco Hipotecario SA no registra durante la Gestión 2016 contribuciones realizadas por los gobiernos - nacional y subnacionales - a Banco Hipotecario S.A.
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 29
EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Página 29
PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN		
EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	Página 27

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

MEDIO AMBIENTE - ENFOQUE DE GESTIÓN		
MATERIALES	Página/Respuesta	Limitaciones a la cobertura
EN1	Materiales por peso o volumen	Durante el periodo se emplearon 17696 TN de papel y 2 TN de plástico, para producir los principales productos y servicios.
ENERGÍA		
EN3	Consumo energético interno.	Página 52
PRODUCTOS Y SERVICIOS		
EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios	Página 52
EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES		
EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales	El 100% de los proveedores contratados fueron examinados en función de criterios ambientales.

DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO - ENFOQUE DE GESTIÓN		
EMPLEO	Página/Respuesta	Limitaciones a la cobertura
LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	Páginas 28 y 29
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.	Todos los colaboradores acceden a las mismas prestaciones sociales.
LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	Página 29
CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN		
LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	Páginas 30 y 31
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.	Página 31
LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	Página 32
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.	Página 28
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 29
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	El 100% de los proveedores contratados fueron examinados en función de criterios relativos a las prácticas laborales.
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.	Página 13

DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS - ENFOQUE DE GESTIÓN		
NO DISCRIMINACIÓN	Página/Respuesta	Limitaciones a la cobertura
HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	Página 13
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.
EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DDHH		
HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los DDHH.	El 100% de los proveedores contratados fueron examinados en función de criterios relativos a los DDHH.

DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO - ENFOQUE DE GESTIÓN		
COMUNIDADES LOCALES	Página/Respuesta	Limitaciones a la cobertura
SD1	Porcentaje de centros donde se han implementado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	En 2016, 64 de las 64 sucursales del Banco participaron en campañas institucionales, lo que representó un 100% de adhesión.
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de personas en situación de desventaja a los servicios financieros.	Página 33
LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN		
SD3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	Página 14
SD4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	Página 15
SD5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	Página 14
CUMPLIMIENTO REGULATORIO		
SD8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Página 13
MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL		
SD11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	En 2016 fueron recibidas, abordadas y resueltas dos reclamaciones sociales.

DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO - ENFOQUE DE GESTIÓN		
ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	Página/Respuesta	Limitaciones a la cobertura
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 24
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 24
PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	Páginas 29 y 30
PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES		
PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Página 17
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 2016, no se reportaron multas significativas.
CARTERA DE PRODUCTOS		
FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según región, dimensión y el sector de la actividad	Página 26
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	Página 24

TABLA INDICADORES

GRI

La presente tabla contiene la información básica general y específica de Banco Hipotecario SA, de acuerdo a la opción de conformidad esencial, siguiendo los lineamientos del Global Reporting Initiative - versión G4.

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4 - 1	Declaración del responsable principal	Página 3
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4 - 3	Nombre de la organización	Banco Hipotecario S.A.
G4 - 4	Marcas, productos y servicios más importantes para la organización	Páginas 20 a 33
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 17; 20 a 33 y 38 a 39.
G4 - 10	Desglose de empleados (tipo de contrato, región y sexo)	Páginas 28 y 29
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	Página 27
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 periodo reportado en la presente memoria.
G4 - 14	Forma en que la organización aborda el principio de precaución	Página 52
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" (ABAPRA), de la "Asociación de Bancos Argentinos" (ADEBA) y de "IDEA". Desde el 2013 somos miembros de IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria).
GOBIERNO		
G4 - 34	Descripción de la estructura de gobierno de la organización	Páginas 10 a 12
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4 - 56	Valores, principios, estándares y normas de la organización	Páginas 13 a 17; 27; 29 a 30 y 37

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 Seguridad SA (que incluye a BACS Administradora de Activos SA).
G4 - 18	Proceso para determinar el contenido de la memoria y cobertura de cada aspecto	Tabla de Indicadores GRI
G4 - 19	Aspectos materiales identificados durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	Tabla de Indicadores GRI
G4 - 20	Cobertura dentro de la organización de cada aspecto material	Tabla de Indicadores GRI
G4 - 21	Cobertura fuera de la organización de cada aspecto material	Tabla de Indicadores GRI
G4 - 22	Consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas	En el periodo 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.
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4 - 28	Periodo de la memoria	Enero a Diciembre 2016
G4 - 29	Fecha de la última memoria	Enero a Diciembre 2015
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.