

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD

ÍNDICE GENERAL

Palabras del Presidente	3
Introducción	4
Perfil de nuestro banco	5
Nuestros colaboradores	17
Nuestra cadena de valor	24
Nosotros en la comunidad	40
Indicadores GRI	67



PALABRAS DEL PRESIDENTE

Tengo el orgullo de presentarles el III Reporte de Sustentabilidad de Banco Hipotecario donde informamos los principales programas y acciones que llevamos adelante en el marco de nuestra gestión responsable durante 2013. Hace tres años esta tarea era un gran desafío, y hoy podemos afirmar que se ha transformado en un proceso instalado dentro de la organización, en el cual participan activamente todas las áreas para comunicar nuestros logros y aprendizajes en el marco del camino hacia el Desarrollo Sostenible.

Banco Hipotecario nació con una misión social que sigue y seguirá siendo parte de su esencia como organización: posibilitar el acceso a la vivienda a miles de familias de nuestro país. Desde hace 127 años acompañamos el desarrollo de los argentinos y, con el paso del tiempo, nuestro origen social se plasmó cada vez más en una gestión centrada en la Responsabilidad Social.

Hoy somos una empresa socialmente responsable basada en el compromiso de contribuir con la construcción de comunidad; cuidando e integrando la vida personal y profesional. Y con esta creencia centrada en el valor de las personas, nos vinculamos como organización financiera con el conjunto de la sociedad.

Fomentamos el desarrollo y crecimiento de las regiones donde estamos presentes. Desde nuestra Casa Central y en las 59 sucursales ubicadas en todas las provincias del país, acompañamos a diferentes organizaciones sociales y promovemos proyectos con foco en Educación, Inclusión Social e Inserción Laboral, Medioambiente y Voluntariado.

En los últimos años, además de la gestión responsable hacia nuestros colaboradores y en la comunidad, hemos asumido nuevos desafíos en nuestro negocio desde la mirada de la sustentabilidad: lanzamiento de productos y servicios financieros con impacto social positivo, construcción de sucursales ecológicas, gestión de nuestros residuos para el cuidado del medioambiente, entre otros.

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



Eduardo S. Elstain
 Presidente de Banco Hipotecario



INTRODUCCIÓN

En Banco Hipotecario creemos que podemos contribuir a transformar la realidad desde nuestra organización. Diariamente, a partir de la manera en la cual llevamos adelante nuestro negocio, buscamos generar un impacto positivo en la comunidad y el medioambiente.

Desde 1886 estamos presentes en nuestro país con un fuerte compromiso en la comunidad. Desarrollamos un vínculo de reciprocidad con las comunidades en donde operamos creando y/o apoyando programas con líderes sociales y organizaciones referentes en cada temática. Abrimos el diálogo con ellos para comprender las distintas problemáticas y elaborar en conjunto proyectos sostenidos en el largo plazo.

A partir del año 2006 sistematizamos nuestro involucramiento en la comunidad a través de los siguientes ejes de acción: Educación, Inserción laboral e Inclusión social, Voluntariado y Medioambiente. Desde ese mismo año abrimos un canal de diálogo a través de la realización de 5 ediciones del Informe de Acciones Sociales y 2 Reportes de Sustentabilidad donde comunicamos nuestro impacto económico, social y en el medioambiente a nuestros principales grupos de interés: colaboradores, clientes, proveedores, comunidades donde estamos presentes, pares de empresas y prensa.

En el 2012 nos planteamos el desafío de integrar nuestro Reporte de Sustentabilidad a la Memoria Anual y Estados Contables del Banco para presentar, en un mismo documento institucional, la información financiera junto con nuestro compromiso con la comunidad y el impacto en el medioambiente, siguiendo la tendencia de las empresas a nivel mundial. En el 2013 continuamos con esta manera integrada de reportar fortaleciendo este proceso ya instalado.

La experiencia y el camino recorrido en estos 8 años nos han permitido identificar, por un lado, nuestros activos sociales y en el medioambiente a través de los cuales generamos impactos positivos; y, por el otro, detectar aquellas acciones que necesitamos modificar y mejorar en un futuro cercano para fortalecer nuestra gestión sustentable.

Los invitamos a conocer nuestra gestión sustentable 2013.

PERFIL DE NUESTRO BANCO



UNA HISTORIA DE CRECIMIENTO JUNTO A LA COMUNIDAD

Con 127 años somos una de las instituciones más sólidas del sistema financiero argentino. Nuestra historia ligada a los préstamos hipotecarios permitió a más de 1,5 millones de familias argentinas acceder a su primera vivienda, convirtiéndonos en la institución creadora de dueños por excelencia. Hemos construido desde 1886 un sentimiento de cercanía con la sociedad contribuyendo con su desarrollo.

En cualquier lugar de nuestro país, por más remoto que sea, encontramos historias vinculadas a Banco Hipotecario. En algunos casos corresponden a nuestra primera etapa, que va de 1886 a 1944, cuando se financiaba con las Cédulas Hipotecarias Argentinas. Todavía nuestros abuelos recuerdan ese gran instrumento de ahorro para grandes y pequeños inversores, que posibilitaba que miles de argentinos pudieran acceder al crédito.

Otras historias se vinculan con la segunda etapa, que comienza en 1945, cuando el Banco dirige su actividad a la construcción y financiamiento de viviendas individuales y colectivas, contribuyendo a conformar la fisonomía de la mayoría de las ciudades de nuestro país. El Plan Eva Perón, por ejemplo, llevado a cabo durante los años 1952 y 1973 logró acercar a más de 100 mil familias argentinas a sus primeros hogares.

También encontramos otras miles de historias escritas en esta nueva era, que comienza en 1997 con la conversión del Banco en Sociedad Anónima. A partir de esa fecha Banco Hipotecario comienza a transitar un nuevo camino potenciando las fortalezas de los sectores públicos y privados, a través de un esquema de sociedad mixta cuyo éxito nos llena de orgullo. Atentos a los nuevos desafíos de la época, durante esta etapa decidimos dirigir nuestra estrategia hacia la banca universal incorporando nuevos productos y servicios financieros para complementar el tradicional crédito hipotecario. Ese cambio en nuestra imagen lo hicimos apelando a lo mejor de nuestra historia. Por eso elegimos

identificarnos y que nos identifiquen como “creadores de dueños”. Porque a partir de esa frase reconocemos el camino recorrido y, al mismo tiempo, pensamos en el futuro.

Consolidados como banco integral, hemos crecido en cantidad y calidad de productos y servicios financieros para familias y empresas, hemos incorporado la última tecnología al servicio de nuestros procesos, ofrecemos canales de atención cada vez más ágiles y dinámicos, y hemos profundizado nuestra presencia en todas las provincias del país con una extensa red de sucursales. A su vez, el lanzamiento de las tarjetas cancheras y la aparición de la figura emblemática del búho hicieron que los más jóvenes comiencen a identificarse con el Banco y lo coloquen en la cima de sus preferencias en el nuevo universo de las redes sociales. Una nueva generación se incorpora así a esta gran historia que une a Banco Hipotecario y los argentinos.

Recientemente, la historia volvió a colocarnos en un lugar protagónico, brindándonos la posibilidad de condensar todo lo aprehendido en estos 127 años, a través del programa más importante de los últimos tiempos en materia de acceso a la vivienda: el Programa Crédito Argentino del Bicentenario para la vivienda única y familiar (ProCreAr). El haber sido elegidos por el Gobierno Nacional para liderar la operatoria de este programa – que retoma la misión social que atraviesa al banco, posibilitando a miles de familias argentina el acceso a su primera vivienda- nos genera un enorme orgullo y una responsabilidad aún mayor. En un año hemos atendido a más de 200.000 personas, se han iniciado 23.000 obras y ya hay más de 28.000 carpetas en trámite. Nuestro objetivo es alcanzar los 100.000 créditos estipulados por el Gobierno Nacional en el período 2012-2013.

Nos quedan por delante muchos desafíos. Es por eso que seguiremos apostando a que la bancarización llegue a más sectores de la población y a la promoción del ahorro en moneda local como una herramienta indispensable para apalancar el crédito de largo plazo.

Con 127 años, somos un banco simple, contemporáneo e inclusivo, conscientes de la responsabilidad que implica llevar adelante una institución tan querida por muchas generaciones de argentinos y del compromiso con nuestra misión histórica de seguir creando cada vez más dueños.

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
 Sr. Mario BLEJER
 Sr. Diego Luis BOSSIO
 Sra. Mariana Laura GONZALEZ
 Sr. Edgardo Luis José FORNERO
 Sra. Ada Mercedes MAZA
 Sr. Mauricio Elías WIOR
 Sr. Saúl ZANG
 Sr. Ernesto Manuel VIÑES
 Sr. Gabriel Adolfo Gregorio REZNIK
 Sr. Jacobo Julio DREIZZEN
 Sr. Pablo Daniel VERGARA DEL CARRIL
 Sr. Carlos Bernardo PISULA



COMISIÓN FISCALIZADORA

SÍNDICOS TITULARES

Sr. Alfredo Héctor GROPPPO
 Sr. Martín Esteban SCOTTO
 Sr. Ricardo FLAMMINI
 Sr. Marcelo Héctor FUXMAN
 Sr. José Daniel ABELOVICH

COMITÉS ESPECIALES

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

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

COMITÉ DE ASUNTOS SOCIALES

El Comité de Asuntos Sociales e Institucionales es el encargado de definir los lineamientos de la gestión en la comunidad. Este Comité recibe y aprueba los distintos programas y proyectos sociales que se llevan adelante.

Comité de Asuntos Sociales
 Abajo, de izquierda a derecha:
 Paula Solsona, Eduardo
 Elsztain y Javier Varani.
 Arriba, de izquierda a derecha:
 Fernando Rubin, Edgardo
 Fornero y Ada Maza.



CONTROL ESTATUTARIO

El control estatutario del Banco está a cargo de una Comisión Fiscalizadora integrada por 5 miembros. El Comité de Auditoría está conformado por 3 miembros del Directorio (dos de ellos designados en su calidad de independientes) y el auditor interno; a dicho Comité asisten 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, integrado por 2 directores (uno de ellos es responsable anti-blanqueo ante la UIF y el B.C.R.A.), el máximo responsable en intermediación financiera, Gerente de Área de Riesgo y Controlling y el Gerente a cargo; asisten los miembros de la Comisión Fiscalizadora.

POLÍTICA DE INCENTIVOS

A partir de la emisión de las Comunicaciones del BCRA "A" 5201 y 5203, se conformó un Comité de Incentivos al Personal. Dicho Comité tiene como objetivo principal vigilar el sistema de incentivos y para lo cual tiene la responsabilidad de establecer políticas y prácticas para incentivar económicamente al personal en la gestión, donde los incentivos económicos a los miembros de la organización se vinculen con la contribución individual y de cada unidad de negocio al desempeño del Banco.

CÓDIGO DE ÉTICA

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

Creemos que nuestro Código debe ser una herramienta viva por lo que periódicamente revisamos y actualizamos su contenido. Durante 2013 realizamos una revisión del mismo a fin de validar su alcance. También es accesible y de público conocimiento entre nuestros colaboradores. Por lo tanto, cada uno de nuestros integrantes recibe un ejemplar del Código con una declaración de su lectura y conocimiento al momento de hacer su ingreso al Banco.

Además nuestro Código de Ética se encuentra disponible para su consulta en nuestra Intranet en la sección Institucionales. Hemos desarrollado e implementado distintos canales de comunicación que posibilitan a nuestros colaboradores realizar consultas o denuncias sobre el incumplimiento de nuestro Código de Ética. Estos canales garantizan la confidencialidad de las informaciones recibidas a través de una línea telefónica del tipo 0800 y dirección de correo electrónico.

El Comité de Ética es el órgano encargado de velar por lo establecido en nuestro Código y resolver cuestiones relativas a su interpretación y cumplimiento. Se reúne periódicamente para dar respuesta a las consultas y denuncias recibidas.

ÁREAS DE NEGOCIO

Banco Hipotecario está conformado por las siguientes áreas de negocio:

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

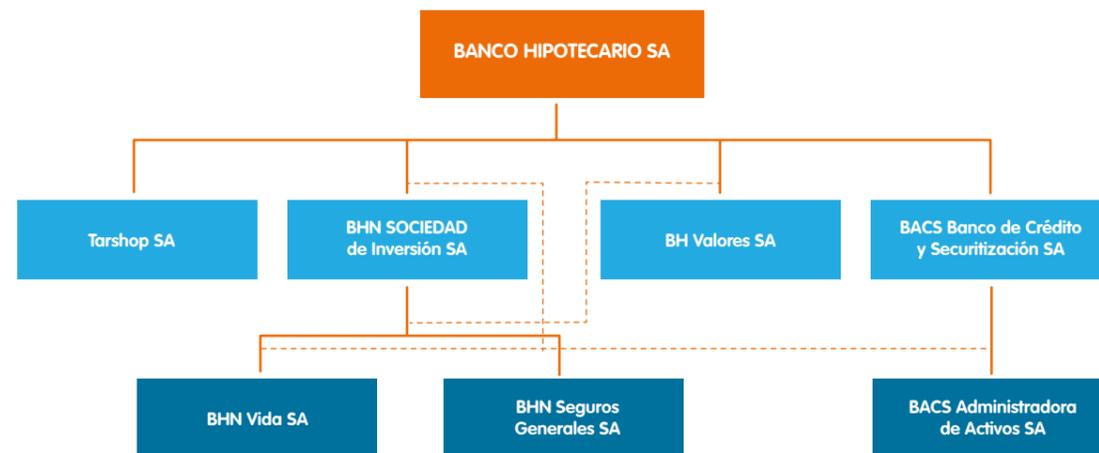
cuenta. Como apoyo, el área cuenta con una red de distribución de sucursales y stands de venta en todo el país.

-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.

EMPRESAS SUBSIDIARIAS

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

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



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

El patrimonio neto de la sociedad, de acuerdo a los criterios de valuación establecidos por los principios contables generalmente aceptados y las normas contables profesionales, que era de \$240 millones a fin del año 2012, ascendió a \$429 millones al cierre del ejercicio 2013. Ello fue determinante para que el ejercicio económico cerrado el 31 de diciembre de 2013 arrojará una ganancia neta de \$192 millones.

-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 ha desarrollado recientemente la operatoria de originación propia de créditos prendarios y continuó brindando servicios como fiduciario integral, administrador y organizador de fideicomisos.

Al 31 de diciembre de 2013 el resultado neto de BACS alcanzó \$39 millones y su Patrimonio Neto ascendió a \$145 millones. BACS ha desarrollado e implementado las medidas y mecanismos de administración de riesgo y gobierno corporativo previstos en las Comunicaciones "A" 5201 y "A" 5203 del BCRA.

-BACS Administradora de Activos SA SGFCI: BACSAA 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 una familia de siete 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.

Al 31 de diciembre, el patrimonio total de los fondos Toronto Trust ascendía a \$765 millones, un marcado crecimiento con respecto a los \$49 millones administrados al cierre del año anterior, impulsado por el lanzamiento de cinco nuevos fondos y por la entrada en vigencia del acuerdo de colocación con el Banco Hipotecario a fines de junio de 2013. El crecimiento del negocio permitió revertir las pérdidas operativas de la Sociedad a partir del último trimestre del año, arrojando una ganancia neta de \$0,1 millones.

-BH Valores SA: BH Valores SA (ex BH Valores SA Sociedad de Bolsa - nombre modificado producto de lo dispuesto en la Ley 26.831 de Mercado de Capitales) continuó absorbiendo la totalidad las operaciones de compra-venta bursátil captadas por el Banco Hipotecario como promotor para su clientela general, como así también de las operaciones de dicha sociedad para su cartera propia y amplió la capacidad de captación de operaciones activando comitentes directos pertenecientes a las subsidiarias del Banco.

El patrimonio neto de la Sociedad ascendió a \$7.076 miles al cierre del ejercicio 2013. Asimismo los ingresos operativos fueron de \$2.047 miles, que obedecieron principalmente a los provenientes de aranceles bursátiles y por operaciones de rueda continua por \$1.689 miles y financieros por \$358 miles. Ello fue determinante para que el ejercicio económico cerrado al 31 de diciembre de 2013 arrojará una ganancia de \$937 miles.

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

Al 31 de diciembre de 2013, Tarshop posee más de 361.000 clientes con saldo, con una deuda promedio de \$3.855 por cuenta. La cartera total -tanto activa como no activa-, ascendía a \$1.618,6 millones, correspondiendo el 27,3% a cartera securitizada a través del programa de fideicomisos financieros "Tarshop".

PRESENCIA NACIONAL



Presencia Nacional,
Sucursal Concordia

A lo largo de nuestra historia hemos acompañado a cada localidad del país en la que estamos presentes colaborando con su desarrollo económico y social. Actualmente el Banco cuenta con un total de 59 sucursales distribuidas en todas las provincias argentinas.

Desde el año 2010 contamos con un modelo de gestión integral de nuestras sucursales basado en la regionalización geográfica. Las sucursales del Banco están organizadas en 7 regiones (Norte, Litoral, Centro, Sur, AMBA Centro Norte, AMBA Oeste, AMBA Sur) con el fin de establecer un adecuado seguimiento de la implementación de los planes comerciales fijados, como así también rescatar y difundir las mejores prácticas comerciales, de gestión operativa y de calidad de atención a clientes.

Continuando con el plan de expansión de la red, en 2013 realizamos la apertura de 5 nuevas sucursales localizadas en las plazas de Flores y Villa Urquiza (CABA), Yerba Buena (Provincia de Tucumán), General Pico (Provincia de La Pampa) y Caleta Olivia (Provincia de Santa Cruz). Adicionalmente, acompañando el desarrollo del Programa PROCREAR, sumamos 3 anexos dedicados a la atención exclusiva de los beneficiarios. Estos se encuentran ubicados en Mendoza (Provincia de Mendoza), Rosario (Provincia de Santa Fe) y Junín (Provincia de Buenos Aires).

Nuestro modelo de distribución y venta está basado en un sistema de multicanalidad en donde nuestra red de sucursales se potencia con canales alternativos físicos y digitales, lo que nos permite obtener una muy alta productividad, tanto en originación de nuevos clientes como en calidad de atención. Durante el año 2013 profundizamos la implementación del modelo de atención orientado a una continua mejora en las relaciones con los clientes, incorporando tecnología que permite un eficiente manejo en la distribución y ordenamiento de los turnos de atención. Además, trabajamos fuertemente en los procesos operativos de atención, lo cual nos permitió recibir más de 550.000 visitas adicionales al flujo habitual (a partir del Programa PROCREAR) sin que esto ocasionara pérdidas en la calidad de atención.

DISTRIBUCIÓN DE SUCURSALES EN ARGENTINA

AMBA CENTRO NORTE

- BARRIO NORTE
- BELGRANO
- BUENOS AIRES
- SAN ISIDRO
- TIGRE

AMBA OESTE

- ALMAGRO
- FLORES
- LUJAN
- MORON
- SAN MARTIN
- SAN MIGUEL

AMBA SUR

- LANUS
- LOMAS DE ZAMORA
- QUILMES
- SAN JUSTO
- VILLA URQUIZA

NORTE

- CORRIENTES
- FORMOSA
- JUJUY
- POSADAS
- RESISTENCIA
- SALTA
- SANTIAGO DEL ESTERO
- TUCUMAN
- YERBA BUENA

CENTRO

- CATAMARCA
- CERRO DE LAS ROSAS
- CÓRDOBA
- LA RIOJA
- RÍO CUARTO
- SAN FRANCISCO
- SAN JUAN
- SAN LUIS
- VLLA MARÍA

LITORAL

- CONCORDIA
- GENERAL PICO
- JUNÍN
- PARANÁ
- PERGAMINO
- RAFAELA
- RECONQUISTA
- ROSARIO
- SANTA FE
- SANTA ROSA
- VENADO TUERTO

SUR

- BAHÍA BLANCA
- CALETA OLIVIA
- COMODORO RIVADAVIA
- LA PLATA
- MAR DEL PLATA
- MENDOZA
- NEUQUÉN
- RIO GALLEGOS
- SAN RAFAEL
- TANDIL
- TRELEW
- USHUAIA
- VIEDMA

PREVENCIÓN Y CONTROL DE FRAUDES

En materia de prevención y control del fraude externo, incrementamos el nivel de productividad, sin afectar los acuerdos de servicios internos convenidos. Las pérdidas por fraude externo disminuyeron un 40% en relación al año anterior, reflejando la efectividad de los distintos mitigantes que hacen a la prevención proactiva del fraude.

Por otro lado, las pérdidas evitadas ascendieron a \$27 millones, importe similar al alcanzado en 2012, representando el 0.20% sobre la originación total de productos del Banco en el período considerado. Es importante destacar que el 99% de los fraudes, se detectaron previa a la originación del producto solicitado.

Realizamos cambios en los procesos de originación de tarjetas de crédito pre-aprobadas y en los procesos de seguridad de tarjetas de débito orientados a la disminución de pérdidas por fraude y por copiado de banda magnética (implementación de clave PIL).

Desde el área de Prevención y Control de Fraudes se participó activamente en PRO-CREAR y en sus proyectos anexos, tanto en su puesta en marcha, como en el análisis muestral de los legajos de solicitantes y en la capacitación de los colaboradores afectados a su comercialización y análisis. También se trabajó en la adecuación en tiempo y forma de los procesos del sector conforme Comunicación "A" 5374 del BCRA. Asimismo, el sector comenzó la planificación, desarrollo e implementación de controles biométricos, destinados a reemplazar el uso del dispositivo para la toma de la huella dígito pulgar del solicitante en la solicitud de determinados productos, esperando el inicio de su puesta en marcha a lo largo de 2014.

GERENCIAMIENTO DE RIESGOS

Contamos con una política de gestión integral de riesgos que establece los lineamientos básicos que deben seguirse para asegurar una adecuada gestión de todos los riesgos significativos que puedan afectar el cumplimiento de sus metas estratégicas. La mencionada política define los conceptos relevantes, clasifica los distintos riesgos a gestionar, establece las responsabilidades específicas, entre otros, del Directorio y de la alta gerencia del Banco, la cual sienta las bases para promover la aplicación de las mejores prácticas en la materia.

La política de gestión integral de riesgos regula el proceso de gestión efectuado por el Directorio, la alta gerencia y todo el personal del Banco con el objeto de identificar eventos potenciales que pueden afectar a la organización, administrando dichos riesgos de acuerdo con el nivel de tolerancia fijado, de modo de proveer seguridad razonable en cuanto al logro de los objetivos de la misma.

Esta política establece también el marco de gestión integral de riesgos que incluye la fijación de políticas, estructuras organizativas y procedimientos específicos (incluidos la aplicación de testeo de controles, pruebas de tensión, indicadores de tolerancia al riesgo, mapas de riesgo, programa de productos, etc.) respecto de cada uno de los riesgos individuales identificados.

Por otro lado, el Banco cuenta con estrategias de gestión de riesgo aprobadas por Directorio y que incluyen la definición de límites o niveles de tolerancia para cada uno de los principales riesgos a los que el Banco se encuentra expuesto. Estos límites deben ser revisados, como mínimo, en forma anual como parte del proceso de elaboración del plan de negocios del Banco.

En la definición de todo este conjunto normativo se ha tenido en cuenta las disposiciones contenidas en los "Lineamientos para la gestión de riesgos en las entidades

financieras" dadas a conocer por el BCRA en su Com. "A" 5203 y modificada posteriormente por la Com. "A" 5398.

Durante el ejercicio 2013, se desarrollaron las siguientes acciones puntuales vinculadas con la política descripta:

- **Política de gestión integral de riesgos:** se actualizó la política de gestión integral de riesgos incorporando lineamientos para la gestión de los riesgos identificados por la Com. "A" 5398, incluyendo riesgos de concentración de activos y pasivos, titulación, reputacional y estratégico.
- **Gestión de riesgos de PROCREAR:** se elaboró un documento donde se identifican los principales riesgos que asume el Banco por su rol de fiduciario del fideicomiso PRO-CREAR y se especifican los mitigantes establecidos en cada caso.
- **Estrategia de riesgo:** se elaboró la estrategia de riesgo 2014 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.
- **Capital económico:** se desarrollaron las metodologías para la estimación del capital económico de los riesgos incorporados en la Com. "A" 5398. A su vez se realizó el primer cálculo de capital tanto a nivel individual como consolidado.
- **Proceso interno de evaluación del capital:** se elaboró el documento denominado "ICAAP 2014" en el que se detalló el "proceso interno de evaluación de la suficiencia de capital" cuya conclusión principal fue que el nivel de capital del Banco es suficiente en relación con el perfil de riesgo del Banco y sus subsidiarias y considerando el proceso de gestión integral de riesgos implementado.
- **Pruebas de estrés:** se realizaron nuevas pruebas integrales, incluyendo el tratamiento de las empresas subsidiarias y se presentaron los resultados en el Comité de Gestión de Riesgos y al Directorio. Adicionalmente, se realizaron pruebas individuales sobre los principales riesgos.
- **Cultura de riesgo:** se llevaron a cabo distintas iniciativas previstas en el programa de gestión integral de riesgos; en particular, se elaboró un "simulador de riesgos" con el objeto de transmitir conocimientos sobre el tema a gran parte de la organización.
- **Disciplina de mercado:** se identificó la información que deber ser divulgada y se definió el marco necesario para emitir periódicamente el respectivo documento.

PREMIOS Y MENCIONES

A lo largo del año 2013 el Banco recibió diferentes premios y menciones por el trabajo realizado:

- **“Articular Futuro a las buenas prácticas de articulación para el desarrollo sustentable en la modalidad articulación empresa y organizaciones de la sociedad civil”** (Fundación Compromiso).
- **“Grandes donantes”** (Nuevas Olimpíadas Especiales Argentina).
- **“Donantes Estratégicos”** (APAER).
- **“Socios en la Inclusión”** (Manpower).
- **Finalistas del “Premio Ciudadanía Responsable”** (AMCHAM) en la categoría Iniciativas Sustentables: productos y servicios.
- **“Diente de Bronce”** por el comercial **“Terrazas”** y **“Diente de Plata”** por **“Terreno”** (comerciales para TV de PROCREAR).

HUELLA DE IMPACTO

ECONÓMICA

- **3.846,9** millones de patrimonio neto.
- **421,0** millones de resultado neto del ejercicio.
- **775.844** clientes titulares de productos activos y pasivos del Banco.
- Líderes en créditos hipotecarios con una participación del **13,28%**.
- **3,26%** de participación del financiamiento total a las familias argentinas.
- **900** millones de pesos alcanzados a través de 7 emisiones de deuda, reflejando una fuerte presencia en el Mercado de Capitales.

SOCIAL

- **33** programas sociales con llegada a más de **82.000** personas.
- **\$23** millones destinados a la comunidad.
- **39** organizaciones apadrinadas por colaboradores participaron del programa de fortalecimiento a iniciativas solidarias.
- Primera experiencia de voluntariado profesional: **5** colaboradores delinearon el plan estratégico de la ONG Doncel.
- **200** colaboradores construyeron **20** casas junto a la ONG TECHO.

AMBIENTAL

- **127** árboles plantados en reservas ecológicas de Buenos Aires y Santa Fe junto a Hábitat y Desarrollo, con participación de nuestros voluntarios.
- **29.760** botellas de PET para ser recicladas = **14.900 m²** de bosque salvado.
- **16.924** kilos de papel (287 árboles que no fueron talados) y **55** kilos de plástico (22.000 tapitas) para la Fundación Garrahan.
- **430** kilos de chatarra electrónica recolectada, con un **90%** recuperada.
- **2** sucursales ecológicas con eficiencia energética, uso racional de los recursos y cuidado del medioambiente.

NUESTROS COLABORADORES



En el Banco tenemos el firme compromiso de ser una empresa social y familiarmente responsable. En este sentido, trabajamos internamente para lograr el desarrollo y crecimiento personal de nuestros colaboradores, promover el equilibrio trabajo – familia y contribuir con la calidad de vida de todo el equipo.

El Área de Desarrollo Organizacional y Calidad promueve en los colaboradores del Banco la visión sistémica del negocio y sus procesos. Para ello trabaja con la gestión de calidad como nexos, propiciando una mirada integral y una cultura de inclusión que promueve el desarrollo y contribución de todo el equipo interno.

Durante 2013 implementamos un nuevo modelo de gestión con la incorporación del rol de “referente de capital humano”. La nueva metodología nos permite acompañar, de manera más eficiente, el desarrollo de los colaboradores y el negocio del Banco.

El nuevo modelo que llevamos adelante se caracterizó por un mayor acercamiento, presencia y conocimiento de las áreas y de sus equipos, además de la implementación y definición de estrategias para el desarrollo eficiente del capital humano. El mismo se orienta a un modelo de gestión que apoya a la organización y aporta valor al negocio desde la gestión y desarrollo de personas.

EQUIPO DE TRABAJO

Al 31 de diciembre de 2013, el Banco contaba con una nómina de 2.488 personas, distribuidos entre Casa Central (1569) y Sucursales (919), con un promedio general de antigüedad de 8 años.

COLABORADORES	ENTRE 20 Y 30 AÑOS		ENTRE 31 Y 40 AÑOS		ENTRE 41 Y 50 AÑOS		MAYORES DE 50 AÑOS		TOTALES	ANTIGÜEDAD PROMEDIO
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES		
DIRECTORIO	-	-	1	1	1	-	9	1	13	-
GERENTES	-	-	24	11	70	16	28	4	153	10.49
SUPERVISORES, JEFES, LÍDERES	9	9	103	109	85	58	45	27	445	11.92
ANALISTAS Y ADMINISTRATIVOS	261	318	352	459	148	131	142	79	1890	6.58
TOTALES	270	327	480	580	304	205	224	111	2501*	7.86

* En este número están incluidos los 13 miembros del directorio de Banco Hipotecario SA.

CONCEPTO	COLABORADORES
Hombres	1267
Mujeres	1221
Dentro de Convenio	2059
Fuera de Convenio	429
Áreas Centrales	1571
AMBA Sudoeste	103
AMBA Noroeste	117
Litoral	167
Norte	146
Sur	220
Centro	164

ENCUESTA DE CLIMA

En agosto 2013 realizamos la “7° Encuesta de Clima” para conocer el grado de satisfacción y compromiso que cada colaborador del Banco tiene con su trabajo. La toma de la Encuesta de Clima la llevamos adelante cada 2 años y luego de comunicar los resultados trabajamos las oportunidades de mejora con cada Jefe / Gerente y sus equipos. Esta encuesta nos abrió una vez más el camino para: medir para saber, saber para gestionar y gestionar para mejorar.

En la última edición participaron el 91% de los colaboradores y los resultados obtenidos fueron los siguientes: 83% de Satisfacción, 77% de Compromiso y 64% de Clima, en promedio 6 puntos más que los datos del mercado.

A partir de los resultados alcanzados, hemos decidido trabajar sobre 3 ejes que nos permitirán acompañar el desarrollo y el bienestar de nuestros colaboradores y promover la innovación para el crecimiento de nuestra organización:



El desafío es adueñarnos de estos ejes y consolidar la gestión de clima para abrir el camino a nuevas posibilidades de desarrollo y crecimiento.

FORMACIÓN

Para acompañar los proyectos claves del negocio, continuamos con una estrategia de alcance a toda la organización para la adquisición y el desarrollo de conocimientos, habilidades y herramientas de gestión, garantizando la transferencia a las situaciones reales del trabajo.

Durante el 2013 trabajamos fuertemente en la sistematización del conocimiento vinculado a los puestos críticos para nuestro negocio y en el desarrollo de nuevas metodologías educativas.

Total de horas de formación BHSA 2013	56844
Dotación 31/12/2013	2488
Indicador Promedio de Hs por Colaborador	22.85
Promedio de Hs personal con gente a cargo	25.12
Promedio de Hs personal sin gente a cargo	22.13

HS DE CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA	HS	%	CANTIDAD	%/ CAPACITADOS	% / TOTAL NÓMINA
Analistas y Administrativos	41825	73%	1514	75%	80%
Gerentes	3354	6%	138	7%	90%
Supervisores, Jefes, Líderes	11665	21%	374	18%	84%
Total	56844	100%	2026	100%	81%

HS DE CAPACITACIÓN POR GÉNERO	HS	%	CANTIDAD	%/ CAPACITADOS	% / TOTAL NÓMINA
Femenino	29963	53%	1030	51%	84%
Masculino	26881	47%	996	49%	79%
Total	56844	100%	2026	100%	81%

SELECCIÓN Y DESARROLLO

A lo largo del año trabajamos en la propuesta para el desarrollo de la marca empleadora. El objetivo fue definir la propuesta de valor hacia los colaboradores y potenciales candidatos, realizar acciones de comunicación que permitan difundirla y construir una imagen como banco innovador en el mercado laboral, formando parte de las mejores empresas para trabajar en el país.

En el Banco contamos con un “plan de becas”, que tiene como objetivo elevar el nivel profesional de nuestros colaboradores y promover su desarrollo en la organización.

La herramienta de gestión del desempeño en el portal de autogestión nos permitió seguir creciendo, apoyando el liderazgo, el compromiso de los colaboradores y asegurar un mejor uso del talento para reconocer las contribuciones individuales a los resultados del Banco.

COMUNICACIÓN E INTEGRACIÓN

Durante el 2013 acompañamos la transformación organizacional y del negocio. Promovimos el intercambio, el diálogo y el vínculo de nuestros colaboradores, con la misión de motivarlos para lograr identificación y compromiso. La comunicación fue clave para enfrentar los desafíos del negocio junto con el desarrollo de distintos espacios de intercambio, celebración e integración.

Continuamos además con la publicación de “Mundo Búho”, la revista interna del Banco. Su periodicidad es cuatrimestral y aborda temas estratégicos y del negocio, así como una gran cuota social de presentación de equipos y consolidación entre la vida laboral y personal. Los contenidos fueron propuestos y desarrollados íntegramente por los colaboradores, quienes también participaron en la realización de entrevistas, la redacción de las notas y la producción fotográfica.

Dentro del eje “Empresa Familiarmente Responsable”, en 2013 continuamos llevando a cabo los talleres de calidad de vida para propiciar el desarrollo armonioso y lograr el equilibrio entre la vida laboral y profesional de los colaboradores. Desarrollamos actividades como yoga, salsa y workshops de cocina saludable en Casa Central, running a distancia y newsletter de “Salud & Bienestar” para sucursales. Además, implementamos un desayuno saludable e inauguramos el nuevo “espacio del colaborador”.

BENEFICIOS SOCIALES PARA LOS COLABORADORES

En el marco del programa “Dueño de tus beneficios y tu bienestar” para colaborar con una mejor calidad de vida ofrecemos a nuestros colaboradores:

SALUD

1. Prepaga con plan cerrado y exclusivo para BHSA
2. Reintegro del gimnasio
3. Gimnasio para Gerentes (espacio dentro de Casa Central)

CELEBRACIÓN

- Día del Niño
- Semana de la Dulzura
- Día de la Mujer
- Día de la Secretaria
- Día de la Primavera
- Aniversario del Banco
- Fiesta de Fin de Año
- Papá Noel en BHSA
- Festejos por finalización de proyectos

PROGRAMAS DE CALIDAD DE VIDA

ACTIVIDADES PARA DESARROLLAR TUS HOBBIES

- Running presencial
- E-coach de Running (sucursales)
- Nutrición a distancia (sucursales)
- Reintegro de Maratones
- Yoga
- Clases de Salsa y Tango
- Workshops de Cocina Saludable
- Arte

ACTIVIDADES PARA TU SALUD

- Charlas para el cuidado de la salud
- Alimentación saludable
- Charlas para Padres
- Vacunación anual contra la gripe

BENEFICIOS

- Día del Cumpleaños
- Día de la Familia
- Reintegro por guardería
- Reintegro por colonia
- Días de enfermedad por hijos
- Licencia extendida para padres por nacimiento
- Llave de snack
- Espacio del colaborador
- Regalo por nacimiento, casamiento y graduaciones
- Beneficios en los productos del Banco
- Sorteo por entradas a espectáculos
- Dos días por mudanza
- Licencias por vacaciones computadas por días hábiles
- Asistencia para colaborador en situaciones de crisis

ACOMPAÑAMOS A LA FAMILIA

- Lactancia materno infantil responsable (lactario en Casa Central)
- Entrega de kits en sucursales
- Club de beneficios
- Cartelera virtual
- Acompañamos tu traslado (para posiciones de Gerentes de sucursales)



LACTARIO EN CASA CENTRAL

Con el objetivo de acompañar el desarrollo de nuestros colaboradores y la integración de sus familias, en 2012 inauguramos un nuevo espacio para acompañar a las madres en el sostenimiento de la lactancia materno-infantil en su retorno al trabajo.

A partir de esta iniciativa, que continuamos en el 2013, recibimos la certificación como institución responsable con la lactancia materna y como ejemplo de buenas prácticas en RSE por parte del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, con el apoyo de FUNDA-LAM (Fundación Lactancia y Maternidad).

Esta propuesta para acompañar a las familias de los colaboradores se sumó a otras previas como el día de la familia, la licencia extendida por paternidad y adopción a 7 días corridos, subsidios para guardería y colonia de vacaciones, fondo de ayuda para empleados en situaciones de crisis, entre otras.



PROGRAMA DE INCLUSIÓN LABORAL

Acorde con la visión de ser un Banco "contemporáneo, simple e inclusivo", diseñamos e implementamos hace 4 años, un programa de inclusión laboral llamado "Un lugar para todos" para personas con discapacidad. Para dar nuestros primeros pasos en el programa, consultamos a diferentes organizaciones y decidimos que Manpower, por su experiencia y trayectoria, era la indicada para acompañarnos en este desafío.

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

También trabajamos en alianza con Puerta 18, un espacio gratuito que fomenta el desarrollo de talento, habilidades y vocación de jóvenes en situación de vulnerabilidad a través de diversas herramientas tecnológicas. Mediante pasantías rentadas brindamos oportunidades de desarrollo profesional e incluso ha habido jóvenes que, una vez finalizadas sus pasantías, se han incorporado al Banco.

Hoy contamos con 11 colaboradores con discapacidad que trabajan en diferentes áreas de la organización y participaron de la práctica profesional 3 integrantes de Puerta 18. A raíz de este proyecto, Manpower distinguió al Banco por cuarto año consecutivo como "Socios en la Inclusión".

CULTURA SOLIDARIA

Promovemos una cultura solidaria entre nuestros colaboradores a través de acciones de voluntariado organizadas junto con la Gerencia de Relaciones Institucionales y con la Comunidad. A lo largo del año realizamos actividades de voluntariado como:

- Construimos de 20 viviendas con la ONG TECHO donde estuvieron presentes 200 voluntarios del Banco.
- Participamos de un taller solidario de armado de juguetes para Navidad y de las recorridas nocturnas por las calles de la ciudad con Fundación Sí para asistir a las personas que viven en situación de calle.
- Nos sumamos a la jornada de clasificación de medicamentos junto con Fundación Tzedaká con el fin de ordenarlos para que se conviertan en tratamientos médicos útiles para quienes los necesitan.
- Armamos cajas navideñas para ayudar a otras familias junto con la iniciativa "Nochebuena para Todos".

Además, gracias al compromiso y el trabajo de un grupo de colaboradores, desarrollamos acciones de difusión, concientización y compromiso con la misión de sumar voluntarios en todas las actividades.

NUESTRA CADENA DE VALOR



En los últimos años hemos atravesado un profundo período de reconversión de nuestra estructura de negocios que se ha caracterizado por el lanzamiento de nuevos productos, adaptación de sistemas, rediseño de procesos y el fortalecimiento de nuestro posicionamiento en el mercado. El Banco se transformó de una entidad de intermediación financiera concentrada en la comercialización de créditos hipotecarios a un Banco comercial con una amplia oferta de productos y servicios.

Sucursal Jujuy

En el marco de este proceso trabajamos en una nueva visión de nuestra organización como un Banco contemporáneo, simple e inclusivo. Durante el año transcurrido las acciones se centraron en la reducción de costos, la adecuación de los volúmenes de originación de préstamos al nuevo contexto de menor liquidez, la captación de depósitos, el diseño de programas en conjunto con entes gubernamentales y el crecimiento de manera diversificada.

CÓDIGO DE PRÁCTICAS BANCARIAS

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

La adopción de este Código contribuye a afianzar los derechos del usuario de servicios y productos financieros acrecentando, al mismo tiempo, la transparencia de la infor-

mación provista por las instituciones financieras a sus clientes y los lazos de quienes proveemos servicios financieros a la comunidad a la que pertenecemos. En tal sentido, entendemos que la incorporación de un código al quehacer financiero contribuye a que los derechos del consumidor se sigan consolidando hasta convertirse en una tradición que prevalece más allá del marco legal que la regula.

El cumplimiento del Código es monitoreado en forma permanente tanto por cada entidad, a través de un responsable de cumplimiento, como por un ente independiente de las entidades, el Consejo de Autorregulación, que representa los intereses de la industria bancaria en lo que hace a la aplicación del Código.

PROVEEDORES

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



Encuentro de Proveedores

Nuestros proveedores están organizados en dos grandes categorías: por provisión de insumos y por prestación de servicios (honorarios). Durante el año 2013 interactuamos con 1.172 proveedores y realizamos 4.172 órdenes de compras por un monto total de contratación de \$ 732.828.570,26 más IVA.

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

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

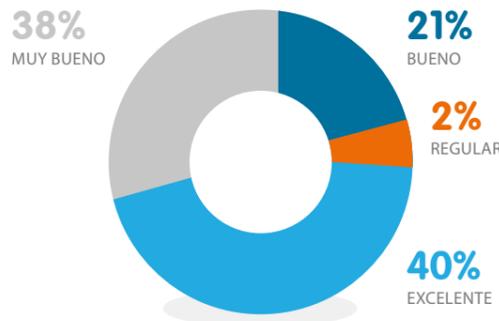
Durante el año realizamos además una evaluación de proveedores con la participación de las distintas gerencias del Banco. Con dicha evaluación generamos un ranking donde identificamos cuáles eran los 3 mejores proveedores en la provisión de materiales y los 3 mejores en la prestación de servicios. Con estos resultados organizamos un "Encuentro de Proveedores" para agasajar y reforzar los vínculos con aquellos proveedores que comparten el día a día con el Banco y son socios estratégicos para el negocio. Al cierre del encuentro entregamos una plaqueta de reconocimiento a cada una de estas empresas.

ENCUESTA DE PROVEEDORES

En el 2013 lanzamos una "Encuesta de Proveedores" para determinar el nivel de satisfacción de los mismos con el servicio brindado por la Gerencia de Compras y Contrataciones del Banco. Elaboramos una encuesta basada en un cuestionario estructurado de 3 minutos de duración. La recolección de datos se realizó utilizando la metodología "Computer Aided Web Interviewing" (CAWI), un cuestionario online administrado a través de SurveyGizmo desde el 31 de Octubre hasta el 12 de Noviembre 2013.

Entre los principales resultados obtenidos podemos detallar:

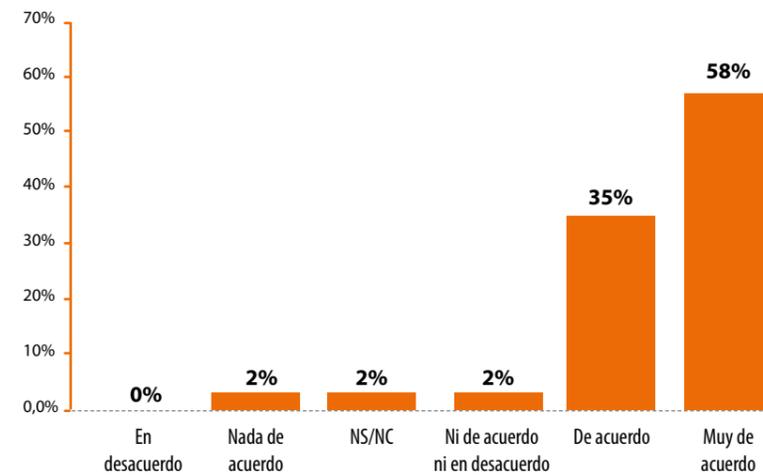
EN UNA ESCALA DE VALORACIÓN DEL 1 AL 5,
¿CÓMO CALIFICARÍA SU RELACIÓN CON EL BANCO HIPOTECARIO?



POR FAVOR CALIFIQUE LOS SIGUIENTES PUNTOS:

ASPECTOS	PROMEDIOS	CALIFICACIÓN
Atención recibida por parte del sector de Compras	4.17	★★★★★
Predisposición del personal del Banco en general para resolver inquietudes	4.13	★★★★★
Plazo de pagos	3.21	★★★☆☆
Tiempo de respuestas a sus necesidades e inquietudes	3.79	★★★★☆

¿USTED CALIFICARÍA COMO TRANSPARENTES Y CONFIABLES LAS TRANSACCIONES QUE HA REALIZADO CON EL BANCO?



BANCA EMPRESAS

Durante 2013 el Banco continuó desarrollando el segmento de Banca Empresas que ya representa una parte significativa de los negocios. En cuanto a la dimensión de la cartera Banca Empresas, en el 2013 el 86% de las líneas se concentraron en el segmento Corporate, mientras que el 14% correspondió a Pequeñas y Medianas Empresas.

El Banco realiza una evaluación y control de los riesgos medioambientales y sociales solicitando al cliente un estudio de impacto ambiental, pólizas de seguro por daño ambiental y autorizaciones o permisos estatales. Adicionalmente, en el contrato se incluyen cláusulas relativas a la responsabilidad ambiental, a los seguros y al cumplimiento con la normativa ambiental vigente. Para efectuar el análisis crediticio de los clientes y a fin de identificar y evaluar los riesgos ambientales que pudieran existir, se utiliza información de carácter sectorial aportada por consultoras independientes.

Las líneas crediticias se revisan semestral o trimestralmente y se verifica la vigencia de las pólizas de seguro por daño ambiental. Los contratos incluyen cláusulas relacionadas a los siguientes puntos:

1. Contratación y vigencia de todos los seguros necesarios conforme con los estándares del país para la actividad de la empresa.
2. Que no se registren incumplimientos de ninguna de las normas aplicables en materia ambiental.
3. Cumplimiento legal que fuere aplicable en materia de protección del medio ambiente, residuos tóxicos o peligrosos, contaminación e higiene y mantener todas las autorizaciones que fueren necesarias bajo dicha normativa. El incumplimiento de dichas cláusulas habilita al Banco a exigir a la empresa la inmediata devolución del préstamo.

BANCA MINORISTA

Durante el 2013 el principal eje de acción del Banco, en lo que respecta a banca minorista, fue profundizar la relación con los clientes y fortalecer el posicionamiento en el mercado, con una estrategia centrada en el ofrecimiento continuo de los productos a través de la red de sucursales y canales indirectos propios, el uso intensivo de herramientas de inteligencia comercial para la venta y gestión de los clientes, la reducción de los tiempos de aprobación y la orientación de los sistemas y procesos hacia el cliente.

La mejora en los productos y la mayor productividad en los canales de distribución nos permitió un gran crecimiento en los volúmenes de colocación respecto de 2012; 52% en la colocación de préstamos personales, 54% en saldos de tarjeta de crédito, 93% en la originación de seguros, 20% en la cantidad de acreditantes del plan sueldo y más de \$380 millones de depósitos a plazo de individuos con más de 34 mil certificados.

Continuamos además potenciando la utilización de otro importante eje de acción como el de los canales digitales. Todos estos logros, desarrollos y desafíos, nos permitieron continuar apalancando la estructura, generando economías de escala y una mejora en los resultados del negocio de banca minorista.

PROCREAR BICENTENARIO

El 12 de junio de 2012, mediante el Decreto 902/12, el Poder Ejecutivo Nacional creó el Fondo Fiduciario Público denominado Programa Crédito Argentino del Bicentenario para la Vivienda Única Familiar (ProCreAr), con el objetivo de facilitar el acceso de la población a la vivienda propia y generar empleo como políticas de desarrollo económico y social.



El programa tiene condiciones de tasa (desde 2%) y plazo (hasta 30 años) inéditas en el mercado de crédito hipotecario. Con el objetivo de responder a las distintas necesidades, se definió una segmentación en la tasa de interés, de forma tal que a menor ingreso familiar de los solicitantes corresponda una tasa más baja.

Asimismo, cuenta con dos modalidades de préstamos:

A - Créditos para la Construcción individual, refacción y ampliación / terminación de vivienda (línea para personas que posean un terreno propio o de un familiar de primer grado de consanguinidad y línea para compra de terreno y construcción de vivienda).

B - Créditos para la compra de vivienda a estrenar (Desarrollos Urbanísticos sobre predios pertenecientes a los estados nacional, provincial o municipal y viviendas a estrenar).

El Comité Ejecutivo de ProCreAr está integrado por diferentes organismos públicos, entre ellos ANSES y el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, la Secretaría de Obras Públicas del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios; y la Agencia de Administración de Bienes del Estado. En tanto que Banco Hipotecario fue elegido como la institución financiera encargada de administrar el fideicomiso del programa. En su carácter de fiduciario, Banco Hipotecario tiene como principales tareas la administración del fideicomiso y la originación de los créditos individuales así como también de los desarrollos inmobiliarios.

Al cierre del año 2013 se realizaron un total de ocho sorteos y cuatro repechajes en la sede de la Lotería Nacional. El total de viviendas en marcha en todo el país a tal fecha asciende a 90.330. De ellas, 56.253 corresponden a las líneas directas para las familias, de las cuales 16.453 obras fueron finalizadas. Por otro lado, avanzan 34.087 viviendas de 105 desarrollos urbanísticos en todo el territorio nacional para familias sin terreno propio.

A un año y medio de su lanzamiento, a través del programa ProCreAr se estaban construyendo tantas viviendas como las que hay en la ciudades de Santa Rosa, Pergamino o Luján, y casi el doble de las que hay en Ushuaia y Viedma. Durante 2012, todo el sistema financiero originó 15.000 créditos hipotecarios. Procrear duplicó esa cifra en su primer año.

56.243	Viviendas en marcha por \$14.102 M de inversión
16.453	Obras finalizadas (línea con terreno)
34.087	Viviendas licitadas en 105 desarrollos urbanísticos
90 330	VIVIENDAS EN MARCHA

A través de nuestra participación en la implementación de este ambicioso programa de Créditos Hipotecarios, reafirmamos nuestra misión histórica de "crear dueños".

BANCA PYME

El principal foco de Banca PYME está orientado a la captación de nuevos clientes, es decir, todas aquellas personas jurídicas o físicas con un nivel de facturación anual de entre 5 millones a 120 millones de pesos en los rubros de Servicios, Comercio e Industria.

Durante el 2013 el Banco continuó desarrollando el segmento Pyme incorporando líneas de crédito de largo plazo, aspecto que quedó reflejado en gran medida con el crecimiento de las operaciones de leasing y las operaciones de línea de crédito para la inversión productiva.

Hoy cuenta con 850 clientes PyME calificados crediticiamente por 1.100 millones de pesos, y cuyo saldo de deuda asciende a \$615 millones de pesos. Este logro fue posible en virtud de la gestión desarrollada a través de todas las sucursales del Banco y la implementación de una política tendiente a proveer soluciones de financiamiento vinculados a necesidades de capital de trabajo y de inversión específicas.

PRODUCTOS E INICIATIVAS DE NEGOCIO CON ENFOQUE SOCIAL

Desde hace algunos años estamos trabajando en el Banco en el desarrollo de iniciativas que se inscriben en la línea de la nueva tendencia de los denominados "productos sociales". Se trata de productos, cuyo principal valor agregado es su impacto social y medioambiental. La premisa que guía a estas iniciativas es que los consumidores cada vez están más pendientes y preocupados, no solamente por el rendimiento y atributos de las marcas que eligen, sino por su impacto social y ambiental y las consecuencias que conllevan su producción y uso.

Las iniciativas sociales lanzadas son de carácter federal, es decir, generan impacto en las diferentes regiones de nuestro país. Esta mirada integral es parte de nuestra esencia y nos ha caracterizado a lo largo de nuestra historia. Otro factor a destacar es que, la mayoría de ellas, son autosustentables en términos económicos. Es decir que nuestro rol es proveer una serie de herramientas y, principalmente, nuestra experiencia y colaborar con la financiación en la primera etapa de cada caso. Luego del inicio, las iniciativas logran generar ganancias para cubrir sus costos, además de producir un excedente para las ONG.

En el desarrollo de cada una de estas iniciativas estuvieron involucradas áreas claves y toda la cadena de valor en la estrategia de sustentabilidad de la compañía. Para el Banco poner a disposición sus canales más importantes de venta para fines sociales realmente significa comprometer a toda la estructura de la organización en nuestra responsabilidad social empresarial y nuestro rol de trabajar por el bienestar de la comunidad.

Entre las iniciativas que estamos llevando adelante se encuentran:

1. TARJETA TECHO

Hace dos años, lanzamos la tarjeta de crédito Visa TECHO de Banco Hipotecario. Se trata de un producto social, que les permite a los clientes colaborar con la ONG TECHO a través de sus consumos y que está pensado para generar, gradualmente, una fuente alternativa de fondeo para la organización.

Los atributos sociales de la tarjeta son claros: el 1% de los consumos del cliente se donan a la ONG. Adicionalmente, por cada alta de un nuevo cliente, el Banco realiza un aporte a TECHO y también se bonifica el costo de renovación anual del plástico si se realiza una donación mensual a la entidad vía débito automático. Finalmente, los resúmenes de cuenta se envían de forma electrónica, suprimiendo la impresión de papel para disminuir el impacto ambiental.

2. DONACIONES CON ESPACIO DUEÑOS

Espacio Dueños es un programa de fidelización en el cual por cada consumo con tarjeta de crédito o débito, nuestros clientes suman puntos para canjear dentro de un amplio abanico de productos (viajes, electrodomésticos, entre otros). A diciembre de 2013 el programa contaba con 615.000 clientes adheridos, sobre los cuales a lo largo del año se implementaron acciones focalizadas en la comunicación del programa, el aumento en las categorías, variedad, y la cantidad de los productos ofrecidos en el catálogo.

La propuesta fue incorporar en este programa, dentro del catálogo de productos, la posibilidad de colaborar con la ONG TECHO canjeando puntos para donar una pared, materiales o bien una vivienda de emergencia. También desarrollamos otra alternativa, de "redondeo solidario", a partir de la cual los clientes que canjean puntos por productos del catálogo tienen la opción de donar el remanente de puntos a la ONG.



Además de disponer la posibilidad de que los clientes canjeen sus puntos "Espacio Dueños" por donaciones a TECHO, el Banco duplica el valor del punto. Esto significa que el Banco duplica el gasto en la donación a TECHO, en comparación con el gasto de cualquier otro producto del catálogo de Espacio Dueños, logrando que la iniciativa social sea competitiva en relación al resto de productos del catálogo e incentivando el aporte que el cliente está dispuesto a realizar.

3. CAMPAÑA CALL CENTER

Se trata de una campaña solidaria dirigida a clientes del Banco a través de nuestro Centro de Venta Telefónica. Por primera vez, capacitamos a nuestros colaboradores para "vender" un producto completamente diferente: una donación por débito automático a TECHO (www.techo.org). Elegimos a esta ONG para nuestra primera experiencia por el vínculo y la confianza construida a lo largo de más de 6 años de trabajo sostenido compartido.

Además de capacitar al personal de venta telefónica, voluntarios de TECHO participaron de las reuniones y compartieron sus experiencias y motivación con los colaboradores del Banco. Esto fue fundamental para que ellos pudieran transmitir el mensaje, entender el alcance de la ONG y comprometerse con la problemática a abordar.

En esta iniciativa tomamos una decisión clara del rol que debíamos ocupar en estas campañas y cómo se financiarían. Desde el primer momento, la idea fue que las campañas generaran ingresos ordinarios para TECHO (cabe aclarar que los débitos automáticos son las donaciones que más se sostienen en el tiempo) pero que a su vez fueran autosustentables. En ese sentido, el Banco lo que hizo fue financiar a TECHO, a partir de un plan estratégico que contempla que los gastos del call center se deduzcan de las donaciones obtenidas por débito automático y cuya proyección arrojaba que, para el octavo mes de la campaña, la iniciativa ya sería autosustentable (en la práctica el objetivo se cumplió con creces, arrojando un promedio de \$53.000 mensuales).

PROCESO DIGITAL

En el año 2013 desarrollamos un proyecto de procesamiento digital aplicado a todos los préstamos hipotecarios tanto sean de PROCREAR como de línea propia del Banco. Este proceso posibilitó mejoras como:

- Reducir movimientos de legajos
- Evitar pérdidas de legajos
- Reducir necesidades de archivos transitorios
- Generar eficiencia en la administración del tiempo
- Acceso online a la información
- Facilitar el teletrabajo y el trabajo remoto
- Evitar tiempos no eficientes entre partes del proceso
- Mejorar el ambiente de control
- Controlar en línea el proceso
- Documentación disponible para ser utilizada para otra solicitud y/o cualquier parte integrante del proceso
- Reducir tiempos de consultas de empresas tasadoras

En cuanto al impacto ambiental este proyecto nos permitió reducir el uso de papel en nuestras gestiones. Durante 2013, al no imprimir los informes de tasación ni los dictámenes realizados durante el proceso, evitamos imprimir 2,23 MM de hojas.

INTELIGENCIA COMERCIAL

La estrategia que desarrollamos se basó en dos ejes; por un lado contribuir en la originación de todos de los productos minoristas y, por otro en la gestión de cartera (uso, fidelización y retención de clientes). Esto implicó un fuerte desarrollo de más de 200 campañas por mes dirigidas a la captación de nuevos clientes y mayor desarrollo de los actuales. Dichas acciones contribuyeron en la originación de todos los productos minoristas, logrando aportar el 76% de nuestras tarjetas de crédito vendidas, el 67% en los préstamos personales y el 61% de las pólizas de seguros, así como una mejora en los indicadores de cartera

Nuestro equipo de datamining trabajó fuertemente en buscar nuevos segmentos de mercado para aumentar el universo de posibles clientes, la validación de los scores de aceptación vigentes, el desarrollo de nuevos scores para mejorar las acciones de retención y la automatización del proceso de campañas.

En cuanto a la estructura de las campañas, profundizamos el modelo de integración de canales, donde todos forman parte de alguna de las etapas de las mismas, ya sea telemarketing, fuerza de venta, sucursales y e-sales.

En otro orden, implementamos el proyecto de "Geo Inteligencia Comercial", que en una primera etapa contribuyó en la definición del plan de expansión de futuras sucursales, mediante técnicas de análisis, información de bases de datos y la geografía.

Avanzamos además con el "Programa de Relacionamiento con Clientes", definiendo los alcances de la Fase I y estimando los esfuerzos de desarrollo. Este proyecto nos permitirá integrar y unificar todas las plataformas de contacto y de esta manera transformar en oportunidades de negocio cada interacción con el cliente.

Por otro lado, trabajamos en conjunto con el Área de Políticas y Gerenciamiento de Riesgo en la definición de nuevos segmentos de clientes, mediante la realización de pruebas, para aumentar la base prospectos.

Finalmente consolidamos el esquema periódico de aprobación de clientes aumentando la cantidad de clientes susceptibles de una oferta crediticia, el cual nos permitirá reforzar las acciones sobre la cartera actual, sobre todo en crossselling y en la renovación de líneas crediticias.

CENTRO DE INVERSIONES

El 2013 fue un año de muchos logros en el mercado argentino de capitales. El hecho más relevante fue la aprobación y reglamentación de la nueva Ley del Mercado de Capitales la cual pone énfasis en la transparencia e igualdad de los mercados y en la protección del inversor minorista.

En este contexto, incorporamos exitosamente al menú de productos, la familia de "fondos comunes de inversión propios", denominados fondos Toronto Trust. Atravesamos un primer semestre en fase de armado del producto y en junio nos lanzamos al mercado como único Banco colocador de los fondos mencionados. Al finalizar el año, logramos consolidar un stock de \$549 millones con más de 1.200 cuotapartistas. En tanto, la cartera total administrada, con un crecimiento del 85% anual, alcanzó un ambicioso objetivo de \$2.371 millones, superando ampliamente las metas impuestas para el año 2013.

Para la organización fue un año muy pujante para las colocaciones en el mercado primario de deuda. Desde el Banco colocamos "posiciones de oferta" por un total de \$924 millones, participando en 30 colocaciones.

Con respecto a la actividad comercial, fuimos cristalizando años de servicio a los clientes en materia de capacitación y difusión del mercado, en lo que se denominamos "Escuela de Inversiones BH". Se trata de una marca registrada del Banco, que consiste en una serie de cursos relacionados a las finanzas, la economía y administración de activos financieros, que brindamos a los clientes y potenciales clientes, con el fin de llevar a todo el territorio nacional, el conocimiento necesario para invertir en los mercados a las familias, instituciones y empresas. También hemos llevado adelante este proyecto, con fines académicos en grandes universidades nacionales del país como la Universidad Nacional de La Rioja y la Universidad Nacional de Río Cuarto. En ambas se otorgó a nuestro programa de "Escuela de Inversiones" una distinción de interés académico.

Todo este esfuerzo, se vio concretado en un crecimiento en la cantidad de nuestros clientes individuales e institucionales, sumando 1.202 nuevos clientes individuales y 40 nuevos clientes institucionales.

RED DE SUCURSALES

Continuando con el plan de expansión de la red, como parte del crecimiento orgánico del Banco, abrimos 5 nuevas sucursales localizadas en las plazas de Flores (CABA), Villa Urquiza (CABA), Yerba Buena (Provincia de Tucumán), General Pico (Provincia de La Pampa) y Caleta Olivia (Provincia de Santa Cruz).



Adicionalmente, acompañando el Programa PROCREAR, realizamos la apertura de 3 Anexos dedicados a la atención exclusiva de los beneficiarios. Estos se encuentran ubicados, en Mendoza (Provincia de Mendoza), Rosario (Provincia de Santa Fe) y Junín (Provincia de Buenos Aires)

También profundizamos la implementación del modelo de atención orientado a una continua mejora en las relaciones con los clientes, incorporando tecnología que permite un eficiente manejo en la distribución y ordenamiento de los turnos de atención.

Trabajamos además fuertemente en los procesos operativos de atención, lo que permitió recibir más de 550.000 visitas adicionales al flujo habitual (Programa PROCREAR) sin que esto ocasionara pérdidas en la calidad de atención. Nuestro modelo de distribución y venta está basado en un sistema de multicanalidad en donde nuestra red de sucursales se potencia con canales alternativos físicos y digitales, lo que permite tener una muy alta productividad, tanto en originación de nuevos clientes como en calidad de atención.

CANALES DIGITALES

Nuestro objetivo principal durante el año 2013 fue consolidar el crecimiento transaccional en todos los medios electrónicos y mantener el liderazgo en materia digital, promoviendo la utilización de nuevas tecnologías en cada uno de nuestros proyectos.

En esa línea, continuamos desarrollando las estrategias digitales para mejorar la atención de los clientes, los procesos de venta y postventa, así como también mantener el posicionamiento de Banco tecnológico, joven y ágil.

BANCA POR INTERNET

- Crecimos un 43% la cantidad de usuarios activos en el transcurso del año con campañas permanentes de incentivo de uso, alcanzando los 116.000 usuarios activos.
- Duplicamos las operaciones monetarias pasando de 250.164 en 2012 a 521.246 en 2013.
- Obtuvimos el reconocimiento de Red Link por ser el Banco con mayor crecimiento en Pagos LINK.
- Junto con el área de Desarrollo de Banca Automática, realizamos un profundo trabajo de optimización que incluyó mejoras en la performance así como cambios en la navegación e imagen.
- Implementamos el web service de Pagos LINK y AFIP
- Automatizamos cuentas para transferencias a través del IVR.
- Incorporamos los resúmenes de préstamos anteriores.
- Realizamos una fuerte acción de derivación a canales en sucursales.

BANCA MÓVIL

- Lanzamos la aplicación para dispositivos ANDROID.
- Optimizamos los tiempos de respuesta de las aplicaciones.
- Desarrollamos la aplicación para dispositivos Blackberry 10.
- Duplicamos los usuarios activos en el último trimestre del 2013.

ATM (cajeros automáticos) y TAS (terminales de autoservicio)

- Logramos una mejora considerable en la disponibilidad de los cajeros, creciendo 8 puntos el indicador de Up Time, alcanzando la tercera posición en toda la Red LINK. Fue el resultado de las acciones tomadas sobre el manejo de la carga de efectivo y las mejoras respecto al servicio de monitoreo y reparaciones.
- Desarrollamos un modelo predictivo orientado al aprovisionamiento de los cajeros.
- Implementamos la clave PIL para empleados.

- En TAS ampliamos la posibilidad de pagar préstamos con importe abierto.
- Compramos 40 equipos nuevos para ser instalados durante el 2013, acompañando el plan de expansión y el crecimiento transaccional registrado en los últimos años.
- Logramos un crecimiento en las transacciones monetarias del 71%.
- Trabajamos fuertemente en acciones de derivación en sucursales.
Banca Digital para Empresas
- Comenzamos el desarrollo de un servicio de Banca Electrónica propio y continuamos con las mejoras de los siguientes servicios:
 - Datonet
 - InterPyMe
 - Pagos AFIP

Asimismo trabajamos durante el año en una fuerte acción de comunicación con los clientes a través de e-mail y sms. Durante el año 2013 los clientes recibieron por mes, un promedio de 3 envíos cada uno. La principal ventaja que obtuvimos fue la velocidad con que logramos comunicar un mensaje, algo que resultaba imposible utilizando el correo tradicional. Considerando sólo las acciones comerciales a clientes, realizamos más de 50.000.000 de envíos entre e-mail y sms.

ATENCIÓN AL CLIENTE

En el 2013 crecimos de manera vertiginosa. Desde el sector de Atención al Cliente acompañamos este crecimiento en todos los aspectos relacionados con el contacto con nuestros clientes. El centro de contacto durante el 2013 atendió 1.731.791 llamadas versus las 1.307.168 del 2012. Este incremento se debió en gran medida al proyecto PROCREAR, lo que requirió aumentar sensiblemente la dotación de la plataforma de atención.

En lo que respecta a las transacciones realizadas mediante autogestión IVR, las mismas aumentaron un 95% en relación con el año 2012 ya que implementamos distintas acciones, desde la Gerencia, con el objetivo de brindar al cliente de más instancias de autogestión.

En lo relacionado con los canales electrónicos, las transacciones monetarias a través de las TAS fueron un total de 522.025 en el año 2013 contra 256.230 en 2012, es decir un 104% más. Las transacciones monetarias a través de home banking fueron de 587.536 en el año 2013 lo que demuestra un aumento de un 135% en relación con 2012 con un total de 250.164. En cuanto al nivel de disponibilidad de los ATM, se aumentó al 92% en comparación con 2012 que la disponibilidad fue del 82%.

En paralelo, diseñamos e implementamos un plan de comunicación, con el objetivo de acompañar y guiar a nuestros clientes, brindándoles la información necesaria en el momento oportuno con el fin de colaborar con el sueño de convertirse en dueños. A la fecha, enviamos 23 diferentes comunicaciones referidas a las distintas instancias de todas las líneas PROCREAR.

Resultados de encuesta de calidad Procrear sobre un total de 9.341 respuestas de beneficiarios del programa:

- El 95.7% de los participantes manifestó estar satisfecho o muy satisfecho con los tiempos brindados para presentar la documentación.

- El 86% de los participantes manifestó estar satisfecho o muy satisfecho con el tiempo transcurrido desde que se presentó la documentación hasta que realizó la hipoteca.
- El 90.8% de los participantes manifestó que le resultó buena o muy buena la información brindada a través de charlas grupales en Banco Hipotecario.
- El 93.8% de los participantes manifestó que le resultó buena o muy buena la información brindada a través de la entrevista individual en Banco Hipotecario.

En cuanto a acciones relevantes de atención al cliente, iniciamos el año cumpliendo la primera fase del proyecto de unificación de plataformas de atención, entre ellos podemos mencionar el traspaso de la gestión de "Espacio Dueños". Actualmente los asesores además de realizar canjes de premios a pedido de los clientes, también solicitan donaciones para "Un Techo para mi País", logrando un importante incremento dentro de este rubro.

Asimismo, en el marco de una estrategia de optimización de recursos, enviamos 784.902 resúmenes digitales, tanto de préstamos como de tarjetas de crédito, con lo que contribuimos a fortalecer el vínculo con nuestros clientes y a cuidar el medio ambiente. A partir de octubre 2013, implementamos la automatización del IVR para la autorización de cuentas agendadas en home banking para transferencias. Esta acción mejora la experiencia de nuestros clientes y disponibiliza la gestión las 24 horas los 365 días del año, lo que también permite optimizar nuestros costos respecto de los llamados recibidos en operador. Esta mejora implica el ahorro de 3.000 llamados mensuales.

En lo que respecta a la gestión del Contact Center, a través del proyecto "Prisma" proporcionamos más información en el sistema de gestión, permitiendo un número mayor de resoluciones en el primer contacto. Así también, este año continuamos profundizando el conocimiento de la voz de nuestros clientes, sus expectativas y nivel de satisfacción a través de una encuesta luego del contacto telefónico. De esta manera, en 2013 logramos mantener los niveles de satisfacción alcanzados durante diciembre de 2012 con el siguiente detalle:

Resultados de encuestas realizadas sobre un total de 455.488 llamados a noviembre de 2013:

- El 90% manifestó que se encuentra satisfecho o muy satisfecho con la atención general recibida,
- El 95% se manifestó satisfecho o muy satisfecho con el trato recibido por el asesor,
- El 68% se manifestó satisfecho o muy satisfecho respecto del tiempo de espera,
- El 85% manifiesta haber recibido solución a su inquietud en esa llamada.

Con relación a la gestión de requerimientos de los clientes, modificamos la metodología de trabajo, notificando la resolución de los mismos vía mail y reduciendo los días de respuesta de 14 a 10 y trabajar los casos dentro de las 24 horas de ingresados al sistema.

PROYECTO VALORES

En Banco Hipotecario creemos que la verdadera clave del éxito frente al cliente está en el capital humano. Teniendo en cuenta este contexto, surgió en el área de Canales de Atención la iniciativa "Valores" cuyo objetivo es promover ciertos principios en el vínculo con los clientes y con el equipo de trabajo.

El proyecto "Valores" se hizo tangible a través de una pizarra ubicada en el edificio de la calle Corrientes y en las salas de break de la sucursal Buenos Aires y el Call Center. Para

comenzar a construir los cimientos, desarrollamos una actividad interactiva destinada a fomentar los valores que nos ayudan a transmitir nuestro legado al cliente y a generar un espacio de encuentro para todo el equipo. Reflexionamos acerca de las conductas individuales en el ámbito laboral y en la vida cotidiana.

Cada mes trabajamos un valor principal que plasmamos a través de fotos de la infancia, huellas de nuestras manos y banners en diferentes espacios. De esta manera, compartimos principios como identificarnos con el otro, manejarnos con la verdad, ser coherentes entre lo que decimos y hacemos, entre otros. En este sentido, el proyecto Valores nos une como grupo en el ámbito laboral pero también nos acerca, a través de la empatía, a un pilar central del Banco: el cliente.

PUBLICIDAD, PROMOCIÓN E IMAGEN

Durante 2013 trabajamos en una nueva línea gráfica con el objetivo de actualizar estéticamente todos los puntos de contacto con el cliente (Sucursales, Medios Electrónicos, Material Pop). La base de esta estrategia fue mejorar la comunicación, haciéndola aún más clara y entendible para nuestros clientes y prospectos que tomen contacto con la marca.

Establecimos un proceso de medición de salud de marca semestral con la finalidad de comprender el grado de vinculación de clientes y la identificación y presencia de marca para mercado abierto; como así también tendencias, hábitos, valoraciones y recordación publicitaria.

Durante el segundo semestre del año lanzamos dos campañas digitales con rotación en redes sociales y el canal Youtube. Una de ellas fue "Dueño del Aire", impulsando el producto Visa Aerolíneas Plus. En este caso la idea fue agregar un plus a los programas tradicionales, premiando a todos los clientes que redimieran millas con un traslado gratis desde su casa al aeropuerto. La segunda campaña estuvo orientada a fomentar la adhesión al "Resumen Digital de Tarjeta de Crédito", donde la propuesta creativa estableció un sorteo entre todos los clientes adheridos, para que una Terminal de Autoservicio tuviera una "Chapa" con su nombre grabado. Estas dos campañas tuvieron también una fuerte circulación en más de 150 salas de cine de todo el país.

Continuamos trabajando como área de soporte gráfico y creativo para PROCREAR. Realizamos 3 comerciales de la zaga "Tero", con más de 6.000.000 de reproducciones en el canal Youtube. Asimismo, desarrollamos y coordinamos eventos, acciones promocionales en los centros balnearios "Verano 2013", acciones en municipalidades, conferencias de prensa y convocatoria constructoras.

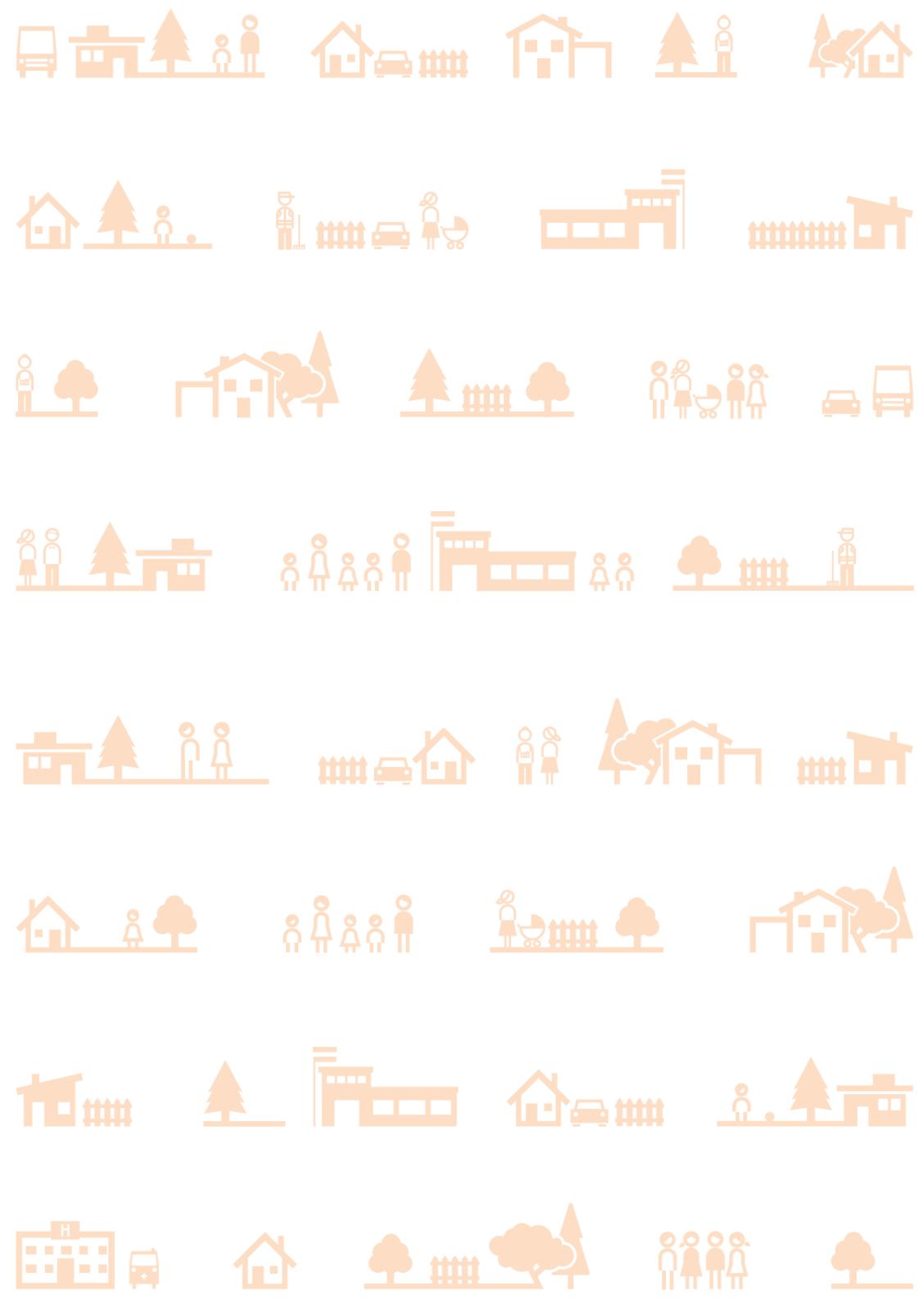
En redes sociales continuamos siendo una de las entidades líderes en Facebook en términos de cantidad de fans (470.000) e interacción. Tarjetas Cancheras está posicionada en el puesto número 2 del rubro financiero/bancario de Argentina.

También desarrollamos una estrategia conjunta y recíproca con todas las Alianzas del Banco para potenciar la comunicación de los beneficios y lograr un mayor alcance en la red y se crearon contenidos relevantes para generar interacción y presencia de marca en los clientes y prospectos.

Con el objetivo de continuar profundizando la relación con nuestros principales clientes realizamos 110 acciones originales de alto valor percibido impactando a más de 4500 personas: participación en eventos deportivos, conferencias, encuentros con oradores nacionales e internacionales y economistas. A su vez, realizamos acciones promocionales en 8 sucursales, apoyando eventos y fiestas locales organizados por los Municipios del interior del país, reforzando nuestro vínculo con la comunidad.



Realizamos eventos destinados a clientes institucionales de todo el país invitándolos a los partidos de la Copa Davis, Rugby Championship, Eliminatorias 2014, Torneo de Golf Banco Hipotecario, entre otros. Finalmente por quinto año consecutivo renovamos el acuerdo de sponsorío con Racing Club con un nuevo diseño de camiseta con la frase "Dueño" e incorporamos el sponsorío en automovilismo de la categoría Turismo Nacional.



En Banco Hipotecario creemos que podemos contribuir a transformar la realidad desde nuestra organización. Diariamente, a partir de la manera en la cual llevamos adelante nuestro negocio, buscamos generar un impacto positivo en la comunidad y el medioambiente.

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



Desde 1886 el Banco está presente en nuestro país con un fuerte compromiso en la comunidad. A lo largo de nuestra historia hemos desarrollado y fortalecido un vínculo de reciprocidad con las comunidades en donde operamos. Desde el año 2006 creamos y/o apoyamos programas con líderes sociales y organizaciones referentes en temáticas claves para nuestra sociedad. Hemos abierto el diálogo con ellos para comprender las distintas problemáticas y elaborar en conjunto proyectos sostenidos en el largo plazo.

Hoy, después de años de historia y experiencia, estamos trabajando en distintas comunidades y grupos vulnerables del país a través de la implementación de 33 programas sociales junto con reconocidas organizaciones con un impacto en más de 82.000 personas. Invertimos en el 2013 para este fin 23 millones de pesos.



En el Banco creemos que la educación es el pilar fundamental de la sociedad. El acceso a la educación promueve en las personas su propio crecimiento y desarrollo.

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

LA EDUCACIÓN COMO MOTOR PARA LA INCLUSIÓN CÁRITAS ARGENTINA

Desde el año 2006 apoyamos la labor social de Cáritas Argentina a través del "Plan de Inclusión Educativa Emaús", que se lleva adelante en 39 diócesis y busca fortalecer las condiciones de educabilidad, tanto familiares como comunitarias en todo el país. Uno de los pilares de esta iniciativa, que la emparenta a Banco Hipotecario, es su carácter federal, llegando a todos los rincones de nuestro territorio para fortalecer la educación.

En 2013 continuamos fortaleciendo los programas de becas familiares y voluntariado juvenil (mochileros) y ampliamos nuestro compromiso sumando nuestro apoyo a la granja agroecológica "Los Tamariscos", ubicada en Bahía Blanca. Allí, los jóvenes tienen la oportunidad de continuar con sus estudios mientras se capacitan y trabajan en la producción de alimentos respetando los procesos de la naturaleza y la biodiversidad.

Compartiendo la alegría de los argentinos por la elección del Arzobispo Jorge Bergoglio como Sumo Pontífice, desde Banco Hipotecario llevamos adelante una campaña original con nuestros colaboradores para acompañar la asunción del Papa Francisco a través de su mensaje solidario. Por cada aporte de \$100 realizado por un colaborador, el Banco donó el equivalente al valor de un pasaje aéreo a Roma. Participaron de esta iniciativa más de 200 colaboradores. Los fondos fueron destinados a fortalecer proyectos de economía solidaria que desarrolla Cáritas Argentina en 11 provincias del país, llegando a más de 7.000 personas.

Compromiso económico 2013:
\$2.444.350*

Impacto social:
10.021 personas

Alcance geográfico:
Catamarca, Corrientes, Concordia, Bariloche, Esquel, Formosa, Iguazú, Jujuy, La Rioja, La Quiaca, Mendoza, Merlo, Moreno, Mar del Plata, Oberá, Orán, Paraná, Posadas, Reconquista, Río Cuarto, San Francisco, San Rafael, Santiago del Estero, San Nicolás y Viedma

www.caritas.org.ar

*\$1.420.300 corresponden a la campaña de acompañamiento a la Asunción de Francisco.



"Me llamo Claudia y tengo 20 años. Estoy en el grupo mochileros de la Parroquia San José Obrero. Es un grupo de jóvenes conscientes que no todos tenemos las mismas posibilidades económicas y sociales y que podemos integrar, dar apoyo y escuchar a las personas a través de juegos y charlas. Actualmente estudio Licenciatura en Tecnología de los Alimentos en la Facultad de Ingeniería. Me otorgaron la beca terciaria que me ayudó mucho, fue un incentivo para seguir estudiando y no bajar los brazos."

Claudia Q.
Becaria del Plan educativo Emaús

"El acompañamiento de Banco Hipotecario en 2013 ha sido fundamental para Cáritas Argentina. El proyecto más destacado en el año fue el Plan de Inclusión Educativa Emaús. Fueron financiados por el Banco 3 Planes Emaús completos lo que permitió acompañar a 9.390 beneficiarios directos."

Horacio Cristiani
Director Ejecutivo de Cáritas Argentina



Compromiso
económico 2013:
\$472.000

Impacto social:
125 jóvenes y 10 familias.

Alcance geográfico:
Buenos Aires

www.tzedaka.org.ar

CREADORES DE DUEÑOS...DE SUS PROPIOS DESTINOS FUNDACIÓN TZEDAKÁ

Desde el año 2009, acompañamos los programas educativos para adolescentes y jóvenes en situación de vulnerabilidad que desarrolla la Fundación Tzedaká.

A través de los programas "IDEA" y "ACCIÓN JOVEN", adolescentes y jóvenes de Capital Federal y la Provincia de Buenos Aires reciben diversos tipos de ayuda como subsidios para la compra de material educativo, apoyo escolar, control integral de salud, apoyo psicopedagógico, orientación vocacional, talleres de empleabilidad, armado de CV e informática y capacitaciones con certificación académica orientadas a empleos con alta demanda. En estos años de trabajo compartido hemos acompañado a 610 jóvenes entre ambos programas.

En 2013, en línea con nuevos ejes que nos propusimos implementar y, con el objetivo de fortalecer esta alianza, ampliamos nuestro compromiso con la Fundación apoyando a 10 familias del "Programa PROMAS". El mismo, brinda soluciones para familias monoparentales a cargo de madres, cubriendo sus necesidades básicas (subsidios para alimentos, vivienda, medicamentos y tratamientos de salud), promoviendo su inserción laboral y asegurando la educación de sus hijos.

"El Banco es para Fundación Tzedaká un socio estratégico que ha permitido consolidar nuestros programas educativos para adolescentes y jóvenes vulnerables y la ayuda integral a madres solas constituyendo una alianza modelo: una empresa cumple sus objetivos de responsabilidad social confiando y apoyando a una organización social que cuenta con la experiencia y resultados."

Daniel Korin, Director del Área de Desarrollo, Fundación Tzedaká

"Contar con Tzedaká es más que la ayuda de la vivienda, la educación de los chicos o los alimentos, es un respaldo muy grande porque cuando estás solo necesitás alguien que te oriente, te acompañe. Con la ayuda de Tzedaká vamos saliendo adelante y yo pude volver a estudiar para mejorar y poder dejar de recibir ayuda."

Stella F. (36 años, 2 hijos) beneficiaria de ProMas

ESCUELAS RURALES A NUEVO APAER

Desde el año 2006 acompañamos a la "Asociación Civil de Padrinos y Alumnos de Escuelas Rurales (APAER)" en la construcción y reparación de escuelas alejadas de los centros urbanos de nuestro país. Se trata de un proyecto a largo plazo, que apunta a abarcar todo el territorio nacional, con el doble objetivo de contribuir en la calidad y continuidad educativa de las comunidades rurales y garantizar el arraigo y la integración de las familias a través del desarrollo de fuentes de trabajo en la zona. En todos estos años colaboramos con la construcción, reparación y refacción de más de 24 escuelas en 7 provincias con llegada a 1.500 alumnos.

En 2013, desde el Banco aportamos fondos para la construcción a nuevo de la Escuela 86 Paraje El Espejon, Provincia de Misiones, en la que estudian 36 alumnos de todos los niveles escolares y que también funciona como Centro Comunitario. Asimismo, en el marco de su 30 aniversario, APAER nos entregó un reconocimiento por nuestro compromiso en sus proyectos estratégicos.

Compromiso
económico 2013:
\$180.000

Impacto social:
36 alumnos

Alcance geográfico:
Misiones

www.apaer.org.ar/campanias



Escuela N° 286, Misiones
APAER

Compromiso económico 2013:
\$45.000

Impacto social:
85 personas

Alcance geográfico:
Provincia de Buenos Aires

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

CÁTEDRA DE CULTURA SOLIDARIA RED SOLIDARIA

Desde el año 2006 apoyamos la cátedra de Cultura Solidaria, un espacio que se propone transmitir la experiencia de personas con un fuerte compromiso social, acercando y compartiendo sus experiencias en pos de multiplicar la cultura solidaria y así transformar positivamente la sociedad en la que vivimos.

Asimismo, acompañamos un programa de atención a 85 niños, niñas y jóvenes con problemas de aprendizaje, denominado Casa CEIEC, en la localidad de Hurlingham. El mismo brinda oportunidades de desarrollo a niños provenientes de familias muy vulnerables.

Compromiso económico 2013:
\$528.000

Impacto social:
6300 personas

Alcance geográfico:
Buenos Aires, Córdoba, Jujuy, Mar del Plata, Mendoza, Neuquén, Orán, Puerto Madryn, Rosario y Villa María.

endeavor.org.ar/

DESARROLLO DE EMPRENDEDORES FUNDACIÓN ENDEAVOR

La Fundación Endeavor Argentina tiene por objetivo contribuir al desarrollo del país a través de la promoción de la cultura emprendedora; identificando emprendedores con llegada a la sociedad y proveyendo apoyo estratégico para ayudarlos a mejorar sus compañías. Además, articula y promueve el desarrollo de ecosistemas de apoyo masivo.

Desde el Banco apoyamos la realización de las "Experiencias Endeavor" -encuentros diseñados para inspirar, capacitar y conectar emprendedores- en diversos puntos del país. Participamos activamente en estas jornadas a través de nuestra red de sucursales e invitando a clientes.

Compromiso económico 2013:
\$57.500

Impacto social:
106 alumnos

Alcance geográfico:
La Cava (Prov. de Buenos Aires), Villa Lugano y Barracas (CABA).

www.junior.org.ar/

FORTALECIMIENTO A PROGRAMAS EDUCATIVOS JUNIOR ACHIEVEMENT

Junior Achievement Argentina tiene por objetivo fomentar el espíritu emprendedor en los niños y adolescentes. Con este propósito, lleva adelante diversos proyectos entre los cuales Banco Hipotecario apoyó durante 2013 "Las ventajas de permanecer en la escuela", "El desafío de crecer" y "La compañía JA".

A través de estos programas se busca transmitir a los alumnos la importancia de ser responsables de su propio destino, la capacidad de proponerse objetivos claros y realistas, la confianza en ellos mismos, la creatividad, la perseverancia y la educación como una forma de desarrollo para la vida.

SEMANA DEL AHORRO INFANTIL: UN PAÍS PARA CUIDAR INSTITUTO ABIERTO PARA EL DESARROLLO Y ESTUDIO DE POLÍTICAS PÚBLICAS (IADEPP)

IADEPP es una organización que trabaja en la protección de los derechos de la infancia, con niños y niñas en situación vulnerable, elaborando programas, informes y propuestas en torno a esta temática.

Durante 2013, con el apoyo de Banco Hipotecario y en alianza con la Red Holandesa Aflatoun, se llevó adelante la "Semana del Ahorro Infantil", cuyo objetivo fue instalar en la agenda pública el debate sobre la incorporación del ahorro infantil dentro de la currícula escolar. Durante 7 días se llevaron a cabo actividades de reflexión, impacto público e intercambio de buenas prácticas, tendientes a concientizar a la población sobre el uso responsable de los recursos, la incorporación de hábitos alimentarios saludables, el correcto uso del tiempo y la planificación para el ahorro.

Compromiso económico 2013:
\$50.000

Impacto social:
100 niños y niñas de 6 a 17 años

Alcance geográfico:
Provincia de Buenos Aires

www.iadep.com.ar

APOYO A INSTITUCIONES CULTURALES Y JÓVENES TALENTOS LEY DE MECENAZGO

El régimen de Promoción Cultural de la Ciudad de Buenos Aires establece que las empresas pueden aportar hasta el 2 % de lo pagado el año anterior en concepto de Impuesto sobre los Ingresos Brutos, para financiar proyectos y actividades culturales.

En 2013, junto con nuestras empresas vinculadas, ampliamos nuestro apoyo a proyectos culturales poniendo foco en dos ejes estratégicos: generar oportunidades para jóvenes talentos en disciplinas artísticas y fortalecer proyectos de preservación y mejoramiento del Patrimonio Cultural. La elección de estos ejes responde a dos características intrínsecas del Banco: nuestro espíritu innovador -acompañar a las nuevas generaciones y brindar oportunidades de desarrollar el potencial talento- y nuestra trayectoria en el país como una de las instituciones financieras más sólidas con más de 127 años de historia.

Compromiso económico 2013:
\$1.437.929*

Alcance geográfico:
Buenos Aires

(* Porcentaje correspondiente a Banco Hipotecario y sus vinculadas.

EJE	PROYECTO
Desarrollo de jóvenes talentos	Ciclo de exposiciones (Universidad Di Tella)
	Festival de teatro para directores emergentes sub 30 (El Porvenir)
	Programa global de formación de artistas y espectadores (Juventus Lyrica)
	Fondo de Becas (Mozarteum)
Patrimonio cultural	Moderna Buenos Aires (Consejo Profesional de Arquitectura y urbanismo)
	Digitalización de las obras de Landrú (Fundación Landrú)
	Restauración y puesta en valor retablos San Neri (Parroquia San Ignacio de Loyola)
	Ciclo de música vamos por el mundo (Fundación Konex)



Como organización socialmente responsable el Banco contribuye con la construcción de una sociedad argentina más equitativa y justa. En este sentido, invertimos en programas que a través del trabajo, el emprendedurismo y el deporte, posibilitan a todos incorporar herramientas que les permitan desarrollarse e integrarse en la comunidad.

Compromiso económico 2013:
\$143.750

Impacto social:
microcréditos otorgados a 220 familias

Alcance geográfico:
Boulogne

www.sagradafamilia.org.ar

MEJORAMIENTO DE VIVIENDAS Y DISEÑO SOCIAL FUNDACIÓN SAGRADA FAMILIA

Desde el año 2008 apoyamos el "Programa de Mejoramiento de Vivienda" (PROMEVI) que brinda microcréditos grupales para la construcción o mejoramiento gradual de viviendas de familias en situación habitacional precaria. Se desarrolla a través de microcrédito grupal, con garantía solidaria e incluye asesoramiento técnico constructivo. Este año, con el aporte del Banco, 220 familias pudieron mejorar su situación habitacional. También donamos equipamiento mobiliario del Banco para el corralón social "Sume Materiales".

En el 2013 participamos nuevamente del concurso de Diseño Social "Sumá USO" a través del "Premio al Favorito del Público". Durante una semana, nuestros fans y los de la Fundación tuvieron la posibilidad de votar su proyecto preferido a través de una aplicación en Facebook y el Banco garantizó la producción del prototipo ganador en los talleres de oficios del corralón social "Sume Materiales".

Finalmente, con motivo de nuestro Segundo Reporte de Sustentabilidad, le propusimos a la Fundación el desafío de realizar una pieza de diseño para comunicar las principales acciones de Banco Hipotecario en la comunidad durante 2012. Se trata de una pieza elaborada a partir de la reutilización de alfombras, que funciona como lapicero y que posee la forma de un búho (imagen emblemática de Banco Hipotecario).

"Para Sagrada Familia la compañía cercana del Banco Hipotecario nos provoca continuamente a buscar los mejores resultados y el mejor modo de hacer las cosas. En el Banco encontramos un aliado para crecer; poder discutir nuevas ideas y contar con el apoyo económico y profesional para generar un impacto cada vez mayor sobre la realidad del déficit habitacional."

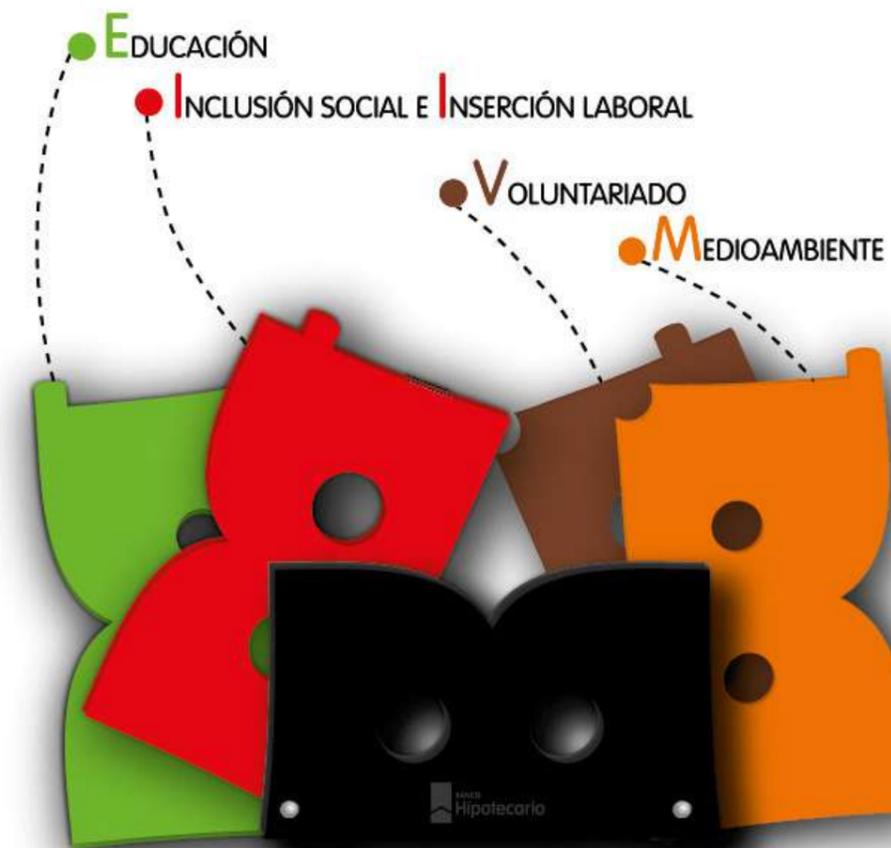
Alejandro Besuschio, Director Ejecutivo de Fundación Sagrada Familia

"Nuestra casa viene del mutuo sacrificio y nuestras ganas de continuar. Al programa de mejoramiento de la vivienda ProMeVi de Sagrada Familia lo conocimos cuando llegó al barrio. Al acercarnos supimos los requisitos, armamos un grupo de 5 personas y pudimos sacar nuestro primer préstamo. La casa la hemos hecho paso a paso. Esto es calidad de vida, lo que vos quieras hacer y como quieras vivir."

Viviana y Luis Alberto, participantes del programa de mejoramiento a la vivienda



Lilliana y Thiago, beneficiarios del Programa Promevi en Ricardo Rojas (Provincia de Buenos Aires)
Fundación Sagrada Familia



Casa Integra de tratamiento
 de adicciones


TRATAMIENTO DE ADICCIONES ASOCIACIÓN CIVIL ÍNTEGRA

**Compromiso
económico 2013:**
\$537.500

Impacto social:
351 personas

Alcance geográfico:
Barrios de Ciudad Oculta, Villa
Cildañez, Piedrabuena,
Villa Lugano (CABA) y Rosario

www.asociacionintegra.com.ar

Acompañamos la labor de esta ONG dedicada a la prevención y atención del uso y abuso de drogas, así como a la investigación y capacitación de agentes multiplicadores. La asociación está compuesta por un equipo interdisciplinario de profesionales quienes promueven un abordaje integral acorde a la realidad y el entorno de las personas con problemas de adicciones a las drogas, brindándoles asistencia tanto a ellos como a sus familiares.

Su Casa Integra de tratamiento ambulatorio para adicciones al paco, que abarca el radio de Ciudad Oculta, Villa Cildañez, Piedrabuena y Villa Lugano, ha dado respuesta a más de 200 residentes, trabajando junto a sus familias.

Este año decidimos ampliar nuestro compromiso con Íntegra, aportando fondos para desarrollar un proyecto en conjunto con el Hogar Padre Misericordioso en la Localidad de Rosario, que consiste en la asistencia a personas en situación de calle con problemas de adicciones a través de talleres de oficio, talleres terapéuticos, de recreación y psicoeducativos.

“Me llamo Lorena y tengo 45 años. Hace 2 años llegué a Casa Integra buscando una solución a mi problema del consumo de alcohol. Desde el primer día de mi tratamiento me sentí contenida por el grupo de terapeutas de la Casa y después de muchos años de sentirme sola, desesperada y aislada me pude integrar al grupo de mis compañeros de tratamiento. Pude aprender a usar la computadora en el centro de cómputos de Integra, me ayudaron con un taller de reinserción laboral y hasta aprendí a pintar en los talleres de arte. Hoy tengo trabajo, recuperé la confianza y el cariño de mis hijos y no consumo hace un año.”

Lorena, paciente que recibió atención en Casa Integra

“El acompañamiento del Banco nos permite llegar a aquellos que sufren la vulnerabilidad extrema y el consumo de drogas que requieren una solución integral. Gracias al apoyo del Banco Hipotecario podemos darla.”

Ignacio O Donnell, Director de la Asociación Civil Íntegra

INVESTIGACIÓN EN ADICCIONES FUNDACIÓN CONVIVIR

Desde el año 2008, apoyamos las investigaciones y el trabajo de campo que realiza la Fundación. La primera de ellas fue sobre la “Red de acompañantes pares: percepción y valoración comunitaria”. Se trata de un dispositivo compuesto por 60 jóvenes recuperados y en proceso de recuperación del paco en situación de exclusión social en la Villa 21-24 Zavaleta, Barracas. También apoyamos el “Centro de Día” para madres adolescentes que consumen paco y otras sustancias. En la actualidad, aproximadamente 30 mujeres asisten al centro de forma regular y reciben tratamiento. Para garantizar que las madres puedan asistir y sostener su compromiso, funciona allí una guardería para chicos en donde se trabaja su estimulación temprana y se les brinda una nutrición de calidad.

Durante 2013 continuamos fortaleciendo la tarea de la fundación mediante un proyecto de “evaluación de tratamiento comunitario” realizado en la Villa 21/24 de Barracas (Ciudad Autónoma de Buenos Aires). Se trata de un método de trabajo con personas, grupos, comunidades y redes que viven en contextos de alta vulnerabilidad.

Es importante destacar que el trabajo propuesto, forma parte de un proceso regional simultáneo y cuenta con participación de la Organización de Estados Americanos (OEA), ya que los resultados de la evaluación serán compartidos con diferentes gobiernos de América Latina.

NUESTROS NIÑOS IELADEINU

IELADEINU, que en español significa “Nuestros Niños”, es un programa orientado a promover, proteger, restituir y restablecer los derechos de los niños, niñas y adolescentes y reparar el daño que portan, producto de padecer situaciones de maltrato al interior de su familia. Desde su creación en 1999, ha atendido más de 500 niños y adolescentes en las diferentes modalidades de intervención: fortalecimiento familiar, centros de día, cuidados alternativos basados en familia (acogimiento familiar) y hogares convivenciales.

Durante 2013 fortalecimos la labor que lleva adelante Ieladeinu, acompañando a más de 190 niños a través de los hogares, centros de día, apoyo escolar, colonias de vacaciones y el programa de fortalecimiento familiar.

**Compromiso
económico 2013:**
\$93.750

Impacto social:
20 madres y 20 niños

Alcance geográfico:
Villa 21-24- Ciudad Autónoma de
Buenos Aires

www.convivir.org

**Compromiso
económico 2013:**
\$2.868.500

Impacto social:
190 niños

Alcance geográfico:
Provincia de Buenos Aires

www.ieladeinu.org.ar

Premio Articular Futuro
 Paula Solsona (BH),
 Alejandro Wasserman (BH)
 y miembros de **TECHO ARG.**



Compromiso económico 2013:
 \$2.502.217

Impacto social:
 253 familias

Alcance geográfico:
 Buenos Aires, Córdoba, Corrientes,
 Salta, Misiones, Neuquén, Resistencia
 y Rosario

www.techo.org/argentina

CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS DE EMERGENCIA, HABILITACIÓN SOCIAL Y COMUNIDAD TECHO

Con presencia en 19 países latinoamericanos, TECHO es una organización que busca superar la situación de pobreza que viven miles de personas en los asentamientos precarios a través de la acción conjunta de sus pobladores y jóvenes voluntarios.

En el año 2009 Banco Hipotecario firmó una alianza con TECHO para acompañar con recursos económicos su expansión regional en Argentina y la construcción de viviendas de emergencia a cargo de sus colaboradores en el marco de un programa de voluntariado corporativo. De esta forma, en estos años, 600 colaboradores del Hipotecario se sumaron en la construcción de 80 viviendas en todo el país.

En 2012, lanzamos la tarjeta de crédito TECHO de Banco Hipotecario, un producto social que les permite a nuestros clientes colaborar con la ONG a través de sus consumos. El principal objetivo es colaborar con la sustentabilidad económica de TECHO a mediano plazo y seguir construyendo comunidad a través del involucramiento de las distintas instancias que conforman nuestra cadena de valor.

En 2013 apoyamos la construcción de viviendas que beneficiaron a 253 familias, la realización de un relevamiento de asentamientos informales que fue presentado en el Congreso de la Nación y colaboramos con fondos para la apertura de la fábrica social R.U.C.A. de TECHO en San Martín (Prov. de Buenos Aires). Se trata de una empresa social cuyo objetivo es optimizar los recursos de la organización para poder llegar a más familias en situación de pobreza, y al mismo tiempo generar oportunidades de empleo formal a personas que hoy viven en asentamientos.

Finalmente, la alianza TECHO/ Banco Hipotecario resultó ganadora del Premio "Articular Futuro 2013", otorgado por la Fundación Compromiso, en la modalidad articulación empresa y organizaciones de la sociedad civil.

INCLUSIÓN A TRAVÉS DEL DEPORTE NUEVAS OLIMPIADAS ESPECIALES ARGENTINA

Por 9º año consecutivo acompañamos la labor social de Nuevas Olimpiadas Especiales Argentina, una ONG que desarrolla programas que brindan información, enseñanza, perfeccionamiento y competición en deportes de tipo olímpicos a personas con discapacidad intelectual en todo el país. Los programas de NOEA acompañan a los atletas en sus actividades, como así también los incentivan en otras áreas. El compromiso de la organización va más allá del deporte, promoviendo la aceptación de la diversidad, la salud y el liderazgo de los atletas entre otras iniciativas.

En 2013 continuamos fortaleciendo los programas Deportivos y de Atletas jóvenes. Además, la ONG nos reconoció como "Grandes Donantes" por el compromiso sostenido en el tiempo.



Paula Solsona (Gerente Asuntos Sociales BH) y Pia Soldati (Presidente NOEA)

Compromiso económico 2013:
 \$40.500

Impacto social:
 2.965 atletas

Alcance geográfico:
 Buenos Aires, Catamarca, Córdoba,
 La Pampa, Mendoza, Neuquén, Río Negro,
 Rosario, San Luis, Santiago del Estero y Santa Cruz

www.olimpiadaespecial.org.ar

INCLUSIÓN A TRAVÉS DEL DEPORTE BOTINES SOLIDARIOS

Esta institución sin fines de lucro se propone fomentar la unión del rugby social en toda la Argentina, ofreciendo un espacio donde los niños y adolescentes puedan participar de una actividad en la que, utilizando el rugby y sus valores como medio, se desarrolle un sentimiento de pertenencia e inclusión social.

Durante 2013 continuamos fortaleciendo los programas "Rugby y Hockey en los barrios", "Libertad desde el deporte" y "Fortalecimiento del rugby nacional".



Programa Libertad desde el Deporte
Botines Solidarios

Compromiso económico 2013:
 \$125.000

Impacto social:
 480 personas

Alcance geográfico:
 Provincia de Buenos Aires y Rosario

www.botines-solidarios.org.ar

Compromiso económico 2013:
\$257.600*

Impacto social:
940 niños y jóvenes.

Alcance geográfico:
CABA, Córdoba, Chaco, Corrientes,
Neuquén y Santiago del Estero.

www.fundacionysi.org.ar

*\$200.000 fueron destinados a la construcción de una residencia universitaria en Santiago del Estero.

INCLUSIÓN Y CONTENCIÓN PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES FUNDACIÓN SI

Fundación SI es una ONG que tiene como principal objetivo promover la inclusión social de los sectores más vulnerables de Argentina.

Durante 2013 apoyamos la construcción de una Residencia Universitaria que alberga a 16 jóvenes de zonas rurales de Santiago del Estero. También acompañamos el desarrollo del Programa "Sí pueden", que se basa en la implementación de talleres para niños y adolescentes con el objetivo de brindarles un marco de contención y pertenencia, posibilidades de expresarse a través del arte y fomentar la solidaridad.

Finalmente, nuestros colaboradores donaron a la Fundación insumos de invierno, juguetes, pan dulces y roscas de pascuas a través de campañas institucionales y entregaron 109 cajas con ropa, calzado, alimentos, elementos de higiene, artículos de limpieza y útiles escolares para colaborar con los damnificados por las inundaciones en la Ciudad y Provincia de Buenos Aires.

Compromiso económico 2013:
\$60.000

Impacto social:
87 emprendedores sociales.

Alcance geográfico:
Buenos Aires, Mendoza y Santa Fe

www.njambre.org

INNOVACIÓN Y EMPRENDEDURISMO SOCIAL NJAMBRE

Acompañamos a la comunidad Njambre, una aceleradora de proyectos sociales que brinda asesoramiento, financiación y recursos estratégicos a empresas de innovación de impacto social a través de diversos programas.

Este año, con el apoyo del Banco, Njambre pudo asesorar y trabajar junto a 87 emprendedores sociales en 3 provincias.

Compromiso económico 2013:
\$48.000

Impacto social:
600 familias

Alcance geográfico:
Buenos Aires

EMPRENDIMIENTOS PRODUCTIVOS: UNA GRANJA PARA TODOS INTA

El proyecto se basa en el desarrollo de emprendimientos productivos autosustentables a cargo de grupos familiares en el marco del programa "Pro Huerta" del INTA. A través de esta iniciativa, familias y grupos comunitarios generan sus propios emprendimientos productivos de alimentos frescos provenientes de huertas y granjas. Además se fomenta entre las familias intervinientes la importancia de llevar adelante una alimentación saludable, incorporando frutas y verduras.

La organización capacita a las familias, se evalúan los resultados y se proponen soluciones. También participan alumnos de escuelas agropecuarias. Desde el Banco aportamos recursos para la implementación y expansión de esta iniciativa a nuevas localidades.

DESNUTRICIÓN E INCLUSIÓN SOCIAL MANOS EN ACCIÓN

Manos en Acción es una asociación civil sin fines de lucro que trabaja en la comunidad de los Barrios Manzanares y Río Luján del Partido de Pilar, mejorando las condiciones de vivienda de familias que se encuentran en estado de emergencia. Sus programas apuntan a combatir la deserción escolar, la desnutrición y promover la inserción de los jóvenes en el mercado laboral a través de talleres de oficios.

En 2013 aportamos fondos para la construcción de un nuevo centro comunitario y comedor en Río Luján, que le permitirán a la ONG duplicar la cantidad de niños que reciben educación y alimentación a diario. Además, se dictarán talleres de formación profesional y personal para adultos de la zona.

Compromiso económico 2013:
\$40.000

Impacto social:
250 familias.

Alcance geográfico:
Pilar (Buenos Aires)

www.manosenaccionargentina.org

PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO LA CASA DEL ENCUENTRO

La Casa del Encuentro es una asociación civil que tiene por objetivo erradicar toda forma de violencia, abuso y discriminación hacia las mujeres, adolescentes, niñas y niños. Con este fin, desarrollan actividades de asistencia, prevención, capacitación e investigación a través del Centro de Asistencia Orientación y Prevención Integral en Violencia Sexista y Trata de personas (CAOPI). Asimismo, desde el año 2008, publican el "Informe Anual de Femicidios en Argentina", de amplia repercusión en medios nacionales.

En el año 2013, desde el Banco, apoyamos la realización de talleres de capacitación y prevención dirigidos a profesionales de psicología, derecho y trabajo social, funcionarios y representantes de la sociedad civil, en las provincias de Salta, Santa Fe y Santiago del Estero. Participaron 1800 personas, quienes debatieron y reflexionaron sobre la necesidad de abordar el fenómeno de la violencia de género de forma integral.

Compromiso económico 2013:
\$60.000

Impacto social:
1.800 personas

Alcance geográfico:
CABA, Córdoba, Misiones y Santa Fe

www.lacasadelencuentro.org



Compromiso económico 2013:
\$150.000

Impacto social:
330 adultos mayores

Alcance geográfico:
CABA

www.hogarledorvador.org

DE GENERACIÓN EN GENERACIÓN NUEVO HOGAR Y CENTRO DE ANCIANOS PARA LA COMUNIDAD JUDÍA LEDOR VADOR

Ledor Vador es una entidad sin fines de lucro dedicada al cuidado de los adultos mayores a través de programas de alto contenido social. En la actualidad, presta servicio geriátrico a 330 adultos mayores brindándoles alojamiento e infraestructura de excelencia y asegurando su bienestar y confort.

En 2013 aportamos fondos para la adquisición de camas ortopédicas y asistentes para la marcha (andadores, trípodes, bastones), contribuyendo a mejorar la estadía de los residentes del hogar.

Compromiso económico 2013:
\$25.000

Impacto social:
capacitación a cuadros directivos.

Alcance geográfico:
Buenos Aires y Santiago del Estero

www.aportesdegestion.org.ar

FORTALECIENDO AL TERCER SECTOR APORTES DE GESTIÓN

Aportes de Gestión para el Tercer Sector es una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es mejorar la calidad de gestión de las ONGs mediante la movilización en forma voluntaria de talentos profesionales.

En el año 2013, a través de Aportes se brindó asesoramiento a la ONG Haciendo Camino - trabaja para mejorar la calidad de vida de niñas y niños, luchando contra la desnutrición- en la redefinición de roles y funciones del equipo de trabajo, realizando talleres y capacitaciones.

Compromiso económico 2013:
\$36.800

Impacto social:
40 mujeres y 40 niños

Alcance geográfico:
Río Negro

www.talentos.org.ar

DESARROLLO COMUNITARIO Y PROMOCIÓN DE NEGOCIOS INCLUSIVOS TALENTOS

Talentos es una asociación civil cuyo objetivo es potenciar el trabajo de las organizaciones sociales a través de la capacitación en gestión institucional y brindando asesoramiento en áreas de salud, educación, cultura, medio ambiente y economía social.

En 2013, desde Banco Hipotecario apoyamos la inauguración de "La Guagua", un centro materno infantil y de capacitación para mujeres y familias del Alto Bariloche. Se trata de un espacio público de vinculación materno infantil donde se prioriza el derecho al juego y la lectura temprana con el objetivo de fortalecer los vínculos que se generan en la etapa de crianza.

VOLUNTARIADO



El Banco promueve una cultura solidaria a sus colaboradores de todo el país a través de un Programa de Voluntariado que impulsa una mirada atenta a las necesidades de la comunidad para fortalecer el vínculo con diferentes grupos vulnerables.

VOLUNTARIADO PROFESIONAL LA EXPERIENCIA JUNTO A DONCEL

En 2013 nos propusimos el desafío de llevar adelante un proyecto innovador junto a Ashoka, organización que promueve la cultura emprendedora y la innovación social a nivel global para estimular procesos de impacto que tiendan a un mundo más inclusivo y sustentable. De esta forma, sumamos una nueva modalidad de voluntariado a las ya existentes: el voluntariado profesional. El objetivo fue formar un equipo interdisciplinario de colaboradores dispuestos a brindar su experiencia y capacidades profesionales para asesorar, enriquecer y nutrir la estrategia de la Asociación Civil Doncel, ONG que trabaja para mejorar los procesos de transición de jóvenes que viven en instituciones hacia la vida adulta y la autonomía.

La experiencia resultó sumamente enriquecedora para ambas partes. Se conformó un equipo de cinco personas, quienes trabajaron junto a la Directora Ejecutiva de Doncel para comenzar a delinear un Plan Estratégico a mediano plazo. Como parte de ese proceso, se afianzaron aspectos institucionales, administrativos, de liderazgo y se fortalecieron estrategias de comunicación y sostenibilidad. Así, por ejemplo, reescribieron la misión de la asociación civil y dividieron las tareas por equipos de trabajo.

"Haber trabajado con el equipo de voluntarios profesionales del banco significó mucho para Doncel. Encontrarnos con un equipo entusiasta y comprometido, que nos permitió aprender de sus saberes y que nos acompañó en llevarlos a la práctica para fortalecer la organización. Pero sobre todo conocer personas comprometidas con realidades difíciles como la de los adolescentes con los que trabajamos, quienes no han contado con una familia y deben emprender solos el camino hacia la vida adulta. ¡Gracias a nuestro querido equipo de BH!"

Mariana Incarnato, Directora Ejecutiva de Doncel y Fellow de Ashoka

Equipo de voluntariado profesional BH



De izquierda a derecha: Raquel D'Andrea, Germán Morilla, Gabriela Lazzari y Verónica Galati.

“Agradezco la confianza depositada para que seamos protagonistas de semejante desafío, y por apostar a tener en la organización un espacio donde podamos trabajar por la inclusión. Sin dudas, estamos dejando una gran huella para poder replicar esta iniciativa y este modelo, que en poco tiempo logró la transformación de una gran idea, en un proceso encausado con objetivos concretos y resultados inmediatos. Poder aplicar lo que aquí aprendimos, en una disciplina distinta a la nuestra, con excelentes resultados, y experimentando como voluntarios algo innovador, es maravilloso. ¡Estoy convencida de que esto es TRASCENDER! ¡Es un orgullo ser parte de este equipo que se atreve a nuevos y grandes desafíos y sobre todo, siempre quiere ir por más!”

Mónica Roldán, colaboradora de Banco Hipotecario

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

TECHO

El año 2010 se constituyó en un hito en el campo del voluntariado corporativo junto con la organización TECHO. Los colaboradores del Banco de Casa Central, sucursales de Buenos Aires así como de varias localidades del interior del país donaron su tiempo, compromiso y dedicación para la construcción de viviendas de emergencia a familias carenciadas. Desde entonces este voluntariado ha crecido sostenidamente. Entre 2010 y 2013, 600 colaboradores del Hipotecario participaron en la construcción de 80 viviendas junto a TECHO en diferentes puntos del país (sólo en 2013 se construyeron 20 viviendas con la participación de 200 colaboradores).



Voluntariado corporativo Construcción BH TECHO

FUNDACIÓN SI

Como parte de las campañas que lleva adelante la Fundación SI, voluntarios del Banco participaron en un taller solidario de armado de juguetes para repartir en Navidad y de las recorridas nocturnas para combatir el frío en la ciudad de Buenos Aires.



Jornada de voluntariado para armar juguetes en Fundación SI

Nestor Cattaneo, colaborador de BH

FUNDACIÓN TZEDAKÁ

En el marco de la 9ª Campaña Nacional de Recaudación de Medicamentos, voluntarios del Banco se sumaron a la jornada de clasificación de medicamentos, con el fin de ordenarlos para que se conviertan en tratamientos médicos útiles para quienes los necesitan.

VOLUNTARIADO INTERNO

A través del Voluntariado Interno, apoyamos y respaldamos económicamente las iniciativas propuestas por nuestros colaboradores, voluntariamente comprometidos con organizaciones y entidades de la sociedad civil que ellos eligen y que, en la mayoría de los casos, están relacionadas con su ámbito de referencia familiar, social y barrial.

El trabajo voluntario solidario que llevan adelante se centra en hogares, comedores comunitarios, centros religiosos y escuelas distribuidas en una gran cantidad de provincias de nuestro país, así como también abundan proyectos vinculados con niños con capacidades diferentes y con centros de salud infantil. Actualmente contamos con 350 colaboradores voluntarios en todo el país.

Entrega de regalos del Día del Niño en Bahía Blanca



CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

Desde el año 2002 instrumentamos anualmente 4 campañas internas: "Pascuas", "Invierno", "Día del Niño" y "Navidad" para continuar fortaleciendo la labor social de nuestros voluntarios en diferentes comedores, centros comunitarios, hospitales y asociaciones, entre otros.

Participan activamente en las campañas los restantes colaboradores del Banco para apoyar a diferentes instituciones beneficiadas involucrando a toda nuestra red de sucursales. Además se busca generar más fuentes de trabajo, eligiendo, por ejemplo, panaderías comunitarias para las campañas de Pascuas o Navidad.

En 2013, continuamos reforzando las campañas con acciones como la visita al parador nocturno de mujeres Azucena Villaflor donde repartimos insumos de invierno; la entrega de rosas de pascua y útiles escolares en el Comedor Pancita Feliz del barrio Itatí (Quilmes), y el reparto de juguetes en el proyecto de apoyo escolar del Colegio San Francisco de Sales (Almagro).



Entrega de Pan Dulces en Centro de Días Manos Abiertas, Tandil



Entrega regalos Día del Niño en General Rodríguez

IMPACTO DE LAS CAMPAÑAS 2013

Campaña	Sucursales participantes	Instituciones beneficiadas	Beneficiarios
Pascuas	24	97	21.003
Invierno	18	47	4.635
Día del niño	29	101	8.200
Navidad	32	101	25.692



En nuestro país y en el mundo, el cuidado del medioambiente es un tema clave para el futuro de nuestro Planeta. En el Banco consideramos que es importante abordar el eje medioambiental para cuidar el entorno donde operamos, promover impactos ambientales positivos y minimizar todas las consecuencias negativas sobre el medioambiente.

De este modo, nos focalizamos en concientizar internamente a nuestros colaboradores en distintas temáticas ambientales: la separación de residuos, el cuidado de la energía, el destino final de la chatarra electrónica y la reutilización de papel y plásticos, con el fin de promover cambios en sus hábitos de consumo y la utilización de recursos.

Finalmente, desde el año 2013, alineados con nuestra iniciativa denominada "Procesos sin papeles" cuyo fin es reducir el impacto ambiental, hemos decidido realizar nuestro Reporte de Sustentabilidad en formato digital para colaborar con el consumo consciente de recursos como el papel. Además de la versión digital, se realizaron un video y una pieza sintética elaborada a partir de la reutilización de alfombras.

Campaña Nos Plantamos por la Naturaleza Reserva Ecológica Costanera Sur



CAMPAÑA "NOS PLANTAMOS POR LA NATURALEZA" FUNDACIÓN HABITAT Y DESARROLLO

Con motivo del 127 aniversario de Banco Hipotecario, en la campaña anual de concientización ambiental invitamos a nuestros colaboradores a plantar árboles en reservas naturales de las ciudades de Buenos Aires y Santa Fe. Junto a la Fundación Hábitat y Desarrollo, y profesionales de las reservas, 30 colaboradores plantaron 127 árboles autóctonos, uno por cada año de la institución.

A través de esta iniciativa, desde Banco Hipotecario contribuimos con la recuperación de la Reserva Ecológica Costanera Sur, que se vio afectada por un incendio en julio de 2013.

Impacto ambiental:
127 árboles plantados en reservas ecológicas de Buenos Aires y Santa Fe.



Campaña Nos Plantamos por la Naturaleza, Reserva Ecológica Santa Fe

EQUIPADOS PARA DAR: REVALORIZACION DE LA CHATARRA ELECTRÓNICA Y RECICLAJE DE MOBILIARIO

A fines de 2012 desarrollamos la campaña interna de concientización medioambiental, que se focalizó en la recolección de pilas, baterías y chatarra electrónica para su correcta disposición final. A partir de la alianza establecida con la ONG "Va de vuelta" y la "Red Reciclar", durante 2013 Banco Hipotecario recolectó 430 kilos de chatarra electrónica, y 4.327 kilos de mobiliario que fueron entregados a la ONG para su correcta disposición final / reutilización. Estos insumos fueron destinados a los emprendedores de la Unidad 48 del Penal de San Martín y de la Cooperativa del Sur, con los que trabaja "Va de Vuelta", generando horas de trabajo y obteniendo como resultado la reutilización de un 90% del material.

Adicionalmente, contribuimos con la mejora de las condiciones mobiliarias de entidades sociales próximas a nuestras sucursales. De esta forma, 15 organizaciones situadas en Buenos Aires, Corrientes, La Rioja, Mendoza y Viedma recibieron 109 sillas, armarios, escritorios y mesas.

Impacto Social:
emprendedores de la Unidad 48 del Penal de San Martín y de la Cooperativa del Sur, Provincia de Buenos Aires

Impacto ambiental:
430 kilos de chatarra electrónica para su disposición final, 4.327 kilos de mobiliario para su reutilización y donación de 109 sillas, armarios, escritorios y mesas

Impacto ambiental:
se recolectaron 29.760 botellas, que equivalen a 14.900 m² de bosque salvado.

RECICLADO DE PET BANCO DE BOSQUES

Banco de Bosques es una ONG que pone en práctica un novedoso sistema de donaciones para salvar bosques en riesgo: cada dos botellas PET que reciben, salvan 1 m² de bosque en el Impenetrable chaqueño, estancia "La Fidelidad", un predio crítico para la conservación del Gran Chaco Americano. Ese ecosistema está perdiendo una superficie de alrededor de 20 canchas de fútbol por hora.

Asimismo, Banco de Bosques lidera una campaña para que "La Fidelidad" sea Parque Nacional: a través de lo recaudado por el reciclado de botellas se van comprando m² de bosque.

Desde Banco Hipotecario impulsamos, por segundo año, la campaña de Banco de Bosques recolectando las botellas plásticas de consumo interno. En el año 2013 se recolectaron 29.760 botellas que equivalen a 14.900 m² de bosque salvado.

Impacto social:
se recolectaron 55 kilos de plásticos. Lo recaudado fue destinado a la compra de equipamiento médico para el Hospital Garrahan.

Impacto ambiental:
se recolectaron 16.924 kilos de papel, que equivalen a evitar la tala de 287 árboles.

REUTILIZACIÓN DE PAPEL Y PLÁSTICO FUNDACIÓN GARRAHAN

El programa de reciclado del Hospital Garrahan, que abarca la recolección de papel y tapitas de botellas, da un tratamiento a los residuos para que vuelvan a la cadena de consumo, transformados en nuevos productos. Con cada tonelada de papel reciclado se salvan 17 árboles medianos, que demoran entre 10 y 20 años en crecer. Reciclando papel se ahorra un 70% de agua y un 45% de la energía que se utiliza para la fabricación de papel tradicional y se reduce la contaminación del aire.

Por otra parte, la fabricación de diferentes productos a partir del reciclado de tapitas de plástico evita el uso de derivados del petróleo. Lo recaudado a través de este programa es destinado para la compra de equipamiento médico de avanzada tecnología, insumos como oxigenadores para cirugías cardiovasculares, leches maternizadas, pañales, la reparación de equipamiento de alta complejidad, la formación y capacitación del equipo de salud y en ayuda social a niños carentes de recursos en GBA e interior.

A lo largo de 2013, en los edificios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires de Banco Hipotecario se recolectaron 16.924 kilos de papel y 55 kilos de plásticos (22.000 tapitas). Con la donación de papel evitamos la tala de 287 árboles y colaboramos con el sostenimiento del programa de oxigenoterapia del Hospital.

En el marco de la iniciativa denominada "Procesos sin papeles", cuyo fin es reducir el impacto ambiental producido a partir de la impresión de papel en el Banco, de 2012 a 2013 redujimos un 68% la cantidad de papel entregado a la Fundación Garrahan en el marco de su programa de reciclado.

SUCURSALES ECOLÓGICAS SAN MIGUEL Y YERBA BUENA

En 2012 abrimos las puertas de nuestra primera sucursal ecológica en San Miguel, Provincia de Buenos Aires, diseñada con tecnología y recursos que favorecen el cuidado del medio ambiente.

Este año inauguramos nuestra segunda sucursal ecológica, la primera en el interior del país, en Yerba Buena, Provincia de Tucumán. Ubicada en la Avenida Aconquija N° 725, en una zona residencial y a su vez comercial, la sucursal número 56 del Hipotecario ofrece toda la gama de productos y servicios financieros del banco, al tiempo que amplía la cobertura de atención del Programa de Créditos del Bicentenario (ProCreAr).

Entre las principales características de nuestras sucursales ecológicas se destacan:

- Ahorro con energías alternativas: solar e iluminación LED, reduciendo el consumo de energía de red y eléctrica en un 75%.
- Ahorro por consumo eficiente del agua: recolección de aguas grises de condensación de equipos de aire acondicionado, agua de lluvia para riego por aspersores y depósitos de doble descarga, favoreciendo el ahorro del consumo de agua potable.
- Materiales y recursos utilizados: films de control solar que bloquean en un 99% los rayos UV, madera con certificación de bosques con adecuado manejo forestal, pisos y cielorrasos modulares reciclados en porcelanatto ILVA-Ecoland.
- Mejora en la calidad de aire interior: aire acondicionado con refrigerante ecológico, conservación de áreas verdes con vegetación autóctona.
- Hasta 12% de ahorro por uso de Control Building Management System (CMB)

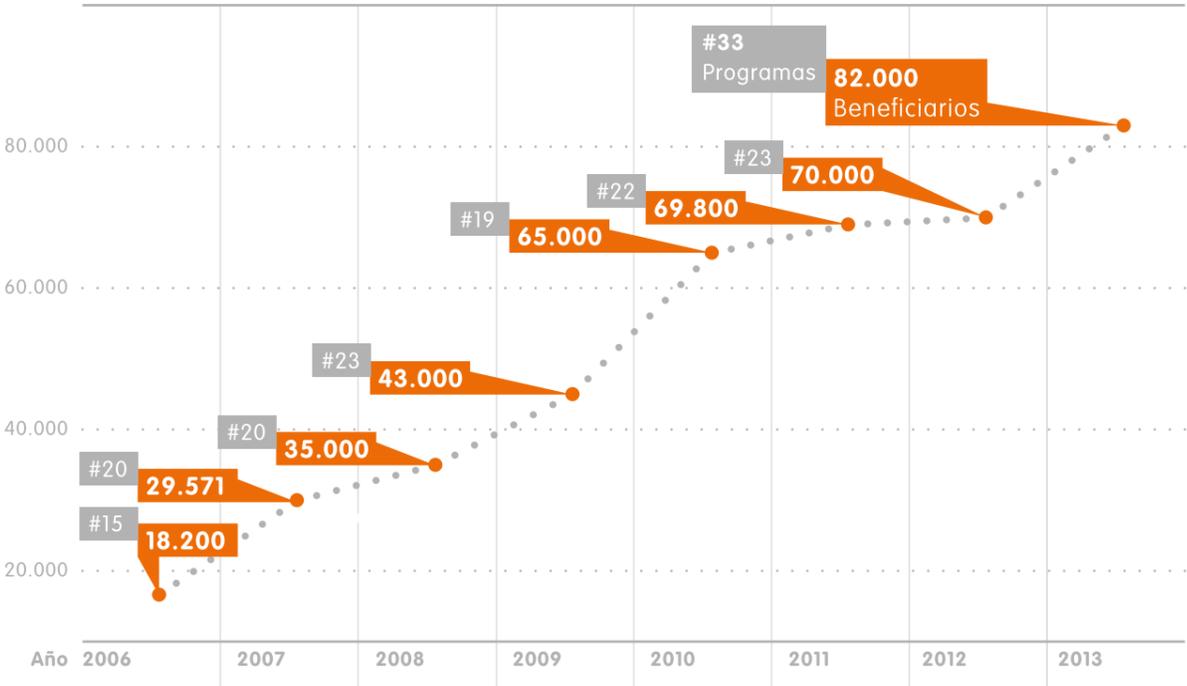
Bajo el lema "Creadores de futuro sustentable", nuestras sucursales ecológicas integran el cuidado del medioambiente al estilo de trabajo, y reafirman el compromiso con el ahorro de energía, la racionalización del uso y mejora de la calidad del agua, la protección del medio natural y la biodiversidad y la minimización del uso de recursos no renovables.



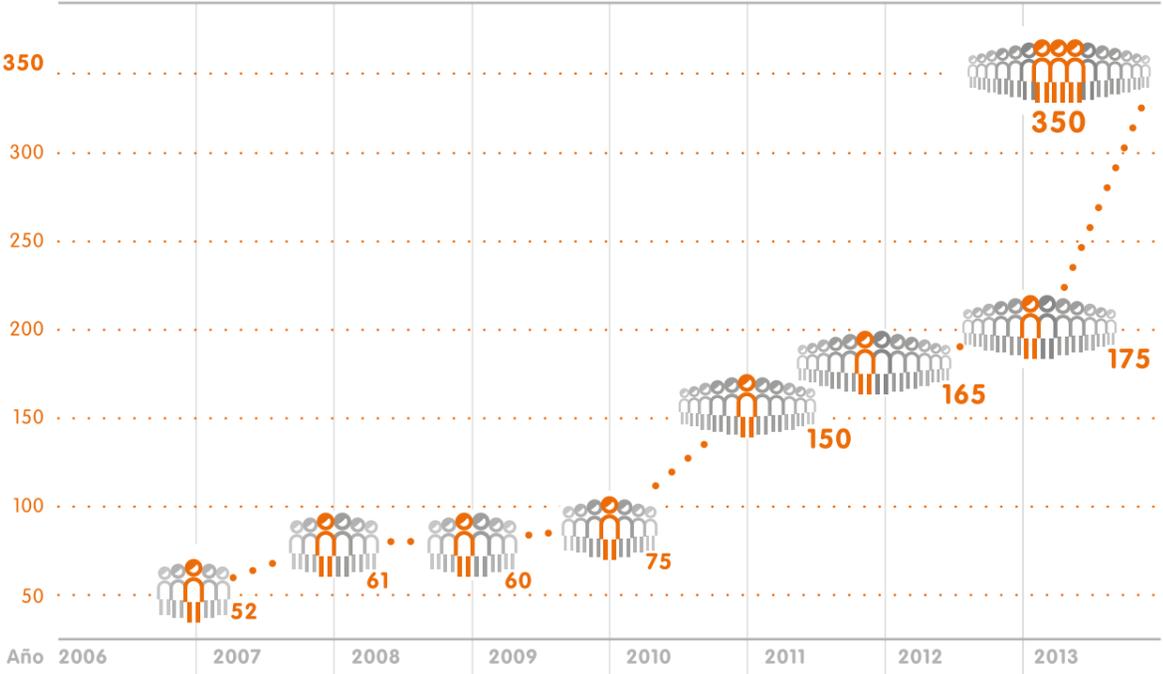
Sucursal Ecológica
Yerba Buena

NUESTRO CRECIMIENTO EN LA COMUNIDAD

Beneficiarios y Programas



Voluntarios



INDICADORES GRI

A continuación se detallan los Indicadores Internacionales del Global Reporting Initiative (GRI) que permiten reportar el impacto económico, social y ambiental. Utilizamos la versión G 3.1 y el Suplemento Sectorial para Servicios Financieros. La calificación obtenida fue **C**.

ESTRATEGIA y ANÁLISIS

- 1.1** Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. *Página 3.*
- 1.2** Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. *Páginas 13, 14 y 16.*

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

- 2.1** Nombre de la organización. *Banco Hipotecario SA*
- 2.2** Principales marcas, productos y/o servicios. *Páginas 27 a 35.*
- 2.3** Estructura operativa de la organización. *Páginas 8 a 12.*
- 2.4** Localización de la sede principal de la organización. *Reconquista 101, Bs. As., Argentina.*
- 2.5** Número de países en los que opera la organización. *Argentina.*
- 2.6** Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. *Páginas 5 y 6.*
- 2.7** Mercados servidos. *Páginas 11 y 12.*
- 2.8** Dimensiones de la organización informante. *Página 16.*
- 2.9** Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización. *No hubo cambios significativos.*
- 2.10** Premios y distinciones recibidos durante el período informativo. *Página 15.*

PARÁMETROS DEL REPORTE

- 3.1** Período cubierto por la información contenida en la Memoria. *Enero a Diciembre 2013.*
- 3.2** Fecha del Reporte anterior más reciente. *Reporte de Sustentabilidad 2012.*
- 3.3** Ciclo de presentación de los Reportes. *Anual.*

3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas al Reporte de Sustentabilidad o su contenido. *Paula Solsona, Líder de Asuntos Sociales, psolsona@hipotecario.com.ar*

3.5 Proceso de definición del contenido del Reporte. *A los datos financieros se agregan resultados sociales y ambientales de la gestión 2013 medidos en base a los indicadores internacionales GRI 3.1 y su Suplemento Sectorial Financiero.*

3.6 Cobertura del Reporte. *Banco Hipotecario SA y su cadena de valor. No se reportan las empresas subsidiarias.*

3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria. *No existen dichas limitaciones.*

3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos. *No exista dicha base.*

3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos. *La información contenida fue provista por las diferentes áreas del Banco de acuerdo a lo solicitado en los indicadores GRI.*

3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a Reportes anteriores. *No existe tal reexpresión.*

3.11 Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Reporte. *No existen tales cambios.*

3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el Reporte. *Página 2.*

3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del Reporte. *No se realizó una verificación externa.*

GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

- 4.1** La estructura de gobierno de la organización. *Páginas 6 a 8.*
- 4.2** Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo. *No ocupa un cargo ejecutivo.*
- 4.3** Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. *Página 6.*
- 4.4** Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. *Páginas 7 y 8.*
- 4.5** Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos. *Página 8.*
- 4.6** Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. *Página 8.*

4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos. *N/D.*

4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación. *Página 8.*

4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social. *Existen 11 Comités adicionales al Directorio del Banco, entre ellos el Comité de Asuntos Sociales encargado de definir los lineamientos de la gestión social y ambiental.*

4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social. *Página 8.*

4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. *Páginas 13 y 14.*

4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe. *Página 65.*

4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. *Participamos de la "Asociación de Bancos públicos y privados de la República de Argentina" (ABAPRA), de la "Asociación de Bancos Argentinos" (ADEBA) y de "IDEA". Desde el 2013 somos miembros de IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria).*

4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. *Los grupos de interés fueron relevados pero el diálogo con ellos aún no fue abierto.*

4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. *No existe dicha base aún.*

4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés. *N/D.*

4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria. *N/D.*

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1 Valor económico directo generado y distribuido. *Página 16.*

EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. *N/A.*

EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. *N/D*

EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. *No se recibieron.*

(EC5) Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. *Al 31/12/2013 el sueldo mínimo para la categoría auxiliar junior era de \$8.953 y el salario mínimo vital y móvil de \$3.300, es decir, una diferencia porcentual de % +171.*

EC6 Políticas, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. *El porcentaje de compras realizadas por sitio en el 2013 fue de: 66,36 % CABA, 33,05% Interior y 0,59% Exterior.*

EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. *Durante el 2013, para las aperturas de Caleta Olivia, General Pico y Yerba Buena, se conformaron equipos de trabajos incorporando profesionales pertenecientes a la comunidad donde se instalaron las nuevas sucursales.*

EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie. *N/D*

(EC9) Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos. *N/D*

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. *Páginas 17 y 18.*

LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región. *Páginas 17 y 18.*

(LA3) Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal. *Páginas 20 a 22.*

LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. *El 82,82% de los empleados.*

LA5 Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. *Se contempla lo establecido por la ley laboral de Argentina.*

(LA6) Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral. *En Enero de 2013 se conformó el "Comité Mixto de Salud y Seguridad", en la provincia de Santa Fe. Se encuentra integrado por 6 colaboradores del Banco (3 colaboradores delegados gremiales, 2 gerentes y 1 técnico/analista en Seguridad e Higiene).*

LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. *El índice de absentismo promedio medido desde agosto a diciembre 2013 fue: 2,22% por enfermedad, 0,10% por enfermedad de un hijo y 0,05% por ART.*

LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. *Se realizan campañas de prevención y talleres informativos dentro del marco del Programa de Calidad de Vida.*

(LA9) Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. *El Banco tiene una política de salud organizacional la cual es informada al sindicato.*

LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. *Páginas 19 y 20.*

(LA11) Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales. *Páginas 19 y 20.*

(LA12) Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. *La evaluación del desempeño es para todos los colaboradores del Banco.*

LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. *Páginas 6 y 7.*

LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. *Los salarios son definidos según el puesto y no por género.*

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS

HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. *N/D.*

HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia. *Páginas 25 y 26.*

(HR3) Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formado. *N/D.*

HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. *N/D.*

HR5 Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. *No se registraron.*

HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas. *No se registraron.*

HR7 Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas. *No se registraron.*

(HR8) Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades. *El 30% del personal de seguridad privada que presta servicio en el Banco cuenta con los cursos obligatorios con el módulo de DDHH cumplido. El porcentaje surge de los vigiladores que están homologados por GCABA.*

(HR9) Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. *No se registraron.*

HR10 Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos. *N/D.*

HR11 Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales *N/D.*

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

SO1 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades. *Hemos desarrollado una matriz para evaluar el impacto social y ambiental del Banco en la comunidad.*

SO2 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. *Páginas 13 y 14.*

SO3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización. *El 92% de los colaboradores participó de la formación a distancia del curso "La prevención en tus manos" (lavado de dinero, financiación del terrorismo y operaciones sospechosas).*

SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. *No se registraron incidentes.*

SO5 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". *El Banco participa en diferentes cámaras y asociaciones del sector.*

(SO6) Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. *No se realizaron aportes.*

(SO7) Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. *No se registraron.*

SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. *Recibimos un total de 10 multas en Defensa del Consumidor.*

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS

PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. *N/D.*

(PR2) Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. *No se registraron.*

PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. *El Banco opera según el Código de Prácticas Bancarias de nuestro país.*

(PR4) Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. *No se registraron.*

(PR5) Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. *Páginas 35 a 37.*

PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. *N/D.*

(PR7) Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. *No se registraron.*

(PR8) Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. *No hubo reclamos ni por parte de terceros ni del BCRA.*

PR9 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. *Recibimos un total de 10 multas en Defensa del Consumidor.*

INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL

EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen. *N/D*

EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. *N/D*

EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.
Energía en Torre San Martín: 287.000Kw/h de consumo mensual y en Casa Central 635.000Kw/h de consumo mensual.

EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. *N/D.*

(EN5) Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. *Ahorro promedio 10% en función de mejoras y eficiencias en consumos.*

(EN6) Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía y las reducciones alcanzadas. *Contamos con 3 sucursales ecológicas.*

(EN7) Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas. *N/D.*

EN8 Captación total de agua por fuentes. *N/D.*

(EN9) Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. *No se registraron.*

(EN10) Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. *N/D*

EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. *N/A.*

EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas. *N/A.*

(EN13) Hábitats protegidos o restaurados. *N/A.*

(EN14) Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. *N/A.*

(EN15) Número de especies cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones de la organización. *N/A.*

EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso. *N/D.*

EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. *N/D.*

(EN18) Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. *N/D.*

EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso. *N/A.*

EN20 NOx, SOx, y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. *N/A.*

EN21 Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino. *N/A.*

EN22 Peso total de residuos gestionados según tipo y método de tratamiento. *N/D.*

EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos. *N/A.*

(EN24) Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. *N/A.*

(EN25) Recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización. *N/A.*

EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto. *Separamos en origen diferentes materiales como plásticos, lámparas y metales.*

EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos. *N/D.*

EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. *No se registraron.*

(EN29) Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. *N/D.*

(EN30) Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. *N/D.*

SUPLEMENTO SECTORIAL

FS1 Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio. *Páginas 30 y 31.*

FS2 Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio. *Página 27.*

FS3 Procesos para monitorizar la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones. *Página 27.*

FS4 Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio. *N/D*

FS5 Interacciones con clientes/sociedades participadas /socios empresariales en relación a los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales. *En algunos casos puntuales se realizan acciones sociales en conjunto con las empresas subsidiarias las cuales aportan fondos para dichas actividades.*

FS6 Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según a región, la dimensión y el sector de actividad. *Página 27.*

FS7 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio. *Páginas 30 y 31.*

FS8 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio. *N/D.*

FS9 Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos. *N/D.*

FS10 Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales. *N/D.*

FS11 Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos. *N/D.*

FS12 Políticas de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones. *N/D.*

FS13 Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente. *El Banco tiene 59 sucursales distribuidas en todo el país con acceso a sus productos y servicios.*

FS14 Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas. *Páginas 28 y 29.*

FS15 Descripción de políticas para el correcto diseño y oferta de servicios y productos financieros. *Trabajamos con manuales de procedimientos para el diseño de nuestros productos y servicios.*

FS16 Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario. *En 2013 participamos de la "Semana del Ahorro Infantil" cuyo objetivo fue instalar en la agenda pública el debate sobre la incorporación del ahorro infantil dentro de la currícula escolar.*



COMITÉ DE ASUNTOS SOCIALES

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

GERENTE GENERAL

Fernando Rubin

GERENCIA DE ÁREA DE RELACIONES INSTITUCIONALES Y CON LA COMUNIDAD

Gerente de Área
Javier Varani
Gerente
Paula Solsona
Analista
Alejandro Wasserman

DISEÑO

ESTUDIO TRICOTA

CONTENIDOS

Emprendimientos Sustentables S.A.
www.esustentables.net

