

# INFORME ANUAL

DESEMPEÑO FINANCIERO, ECONÓMICO,  
SOCIAL Y AMBIENTAL 2015

VERSIÓN SIMPLIFICADA





## **NUESTRO ADN CORPORATIVO**

### **VISIÓN**

Banco Macro quiere ser reconocido como el Banco líder en satisfacción de clientes.

### **MISIÓN**

En Banco Macro trabajamos día a día para construir relaciones de confianza y diferenciarnos por nuestra cultura única, de "cuidado al cliente".

## **NUESTROS VALORES**

### **CERCANÍA**

Nos diferenciamos por nuestro trato personal y humano. El conocimiento de nuestros clientes nos permite apoyarlos en sus proyectos.

### **AGILIDAD**

Somos resolutivos: buscamos soluciones rápidas y eficaces. Somos flexibles: nos adaptamos a las necesidades de cada cliente y mercado.

### **AUTOEXIGENCIA**

Nos volcamos a la mejora constante de nuestra calidad profesional. Buscamos la excelencia en la gestión.

## **COMPROMISO CON EL DESARROLLO**

Apoyamos el progreso de empresas, emprendedores y comunidades de las regiones en las que operamos. Reinvertimos nuestras utilidades en las comunidades donde operamos.

## **ÍNDICE**

**02**

**NUESTRO INFORME**

**04**

**NUESTRA EMPRESA**

**12**

**TRANSPARENCIA EN TODAS NUESTRAS ACCIONES**

**18**

**RESPONSABILIDAD POR EL BIENESTAR Y LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS**

**22**

**INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA**

**28**

**DESARROLLO DE PYMES Y EMPRENDIMIENTOS**

**32**

**IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO E INDIRECTO**



En **Banco Macro** llegamos, activamos y ayudamos a crecer.

Somos una **fuerza de cambio positiva** que empuja para seguir avanzando, trabajando día a día para dar a cada persona la posibilidad de creer y crecer. Asumimos un gran compromiso al ser parte responsable del **desarrollo de oportunidades** para el progreso de empresas, emprendedores y comunidades. Trabajamos para estar presentes en cada rincón de la Argentina.

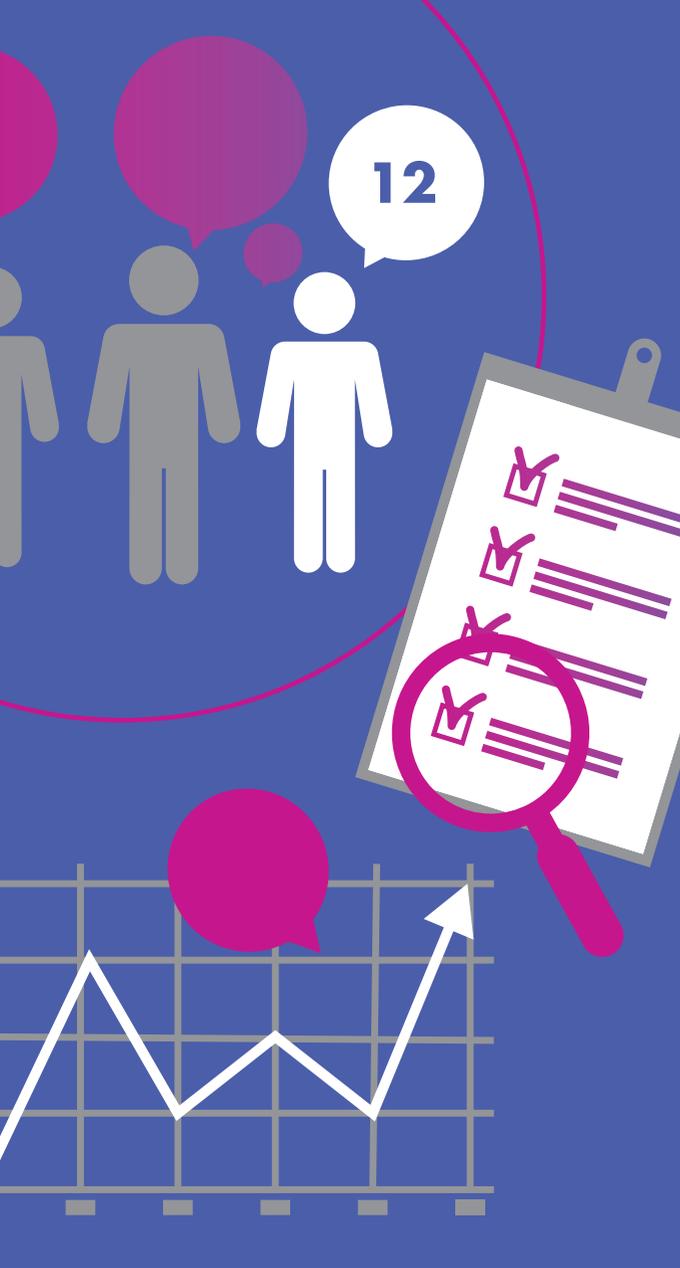
Fomentamos la inserción en el sistema financiero para lograr una **verdadera inclusión económica y social**.

Apostamos a brindar productos y servicios de calidad.

Apostamos a un diálogo fluido y a una rendición de cuentas clara y transparente. Apostamos al beneficio de generaciones presentes y futuras.

Apostamos a seguir adelante, y decimos presente.

**Por eso estamos cerca, siempre.**



## ÍNDICE

**02**  
NUESTRO INFORME

**04**  
NUESTRA EMPRESA

**12**  
TRANSPARENCIA EN TODAS  
NUESTRAS ACCIONES

**18**  
RESPONSABILIDAD  
POR EL BIENESTAR  
Y LA INCLUSIÓN  
DE LAS PERSONAS

**22**  
INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN  
FINANCIERA

**28**  
DESARROLLO DE PYMES  
Y EMPRENDIMIENTOS

**32**  
IMPACTO AMBIENTAL  
DIRECTO E INDIRECTO



En **Banco Macro** llegamos, activamos y ayudamos a crecer.

Somos una **fuerza de cambio positiva** que empuja para seguir avanzando, trabajando día a día para dar a cada persona la posibilidad de creer y crecer. Asumimos un gran compromiso al ser parte responsable del **desarrollo de oportunidades** para el progreso de empresas, emprendedores y comunidades. Trabajamos para estar presentes en cada rincón de la Argentina.

Fomentamos la inserción en el sistema financiero para lograr una **verdadera inclusión económica y social**.

Apostamos a brindar productos y servicios de calidad.

Apostamos a un diálogo fluido y a una rendición de cuentas clara y transparente. Apostamos al beneficio de generaciones presentes y futuras.

Apostamos a seguir adelante, y decimos presente.

**Por eso estamos cerca, siempre.**



# SOBRE ESTE INFORME

**Este documento resumen, busca comunicar en forma sintética, transparente y clara las acciones más significativas del Banco que generaron valor económico, social y ambiental positivo durante 2015.**

El Informe completo fue realizado siguiendo las directrices planteadas por el Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC) en su documento "The International <IR> Framework". Así, presentamos los pilares de sustentabilidad del Banco en relación con los capitales del modelo de IIRC: Financiero, Industrial, Intelectual, Humano, Social y relacional, y Natural.

Además, utilizamos la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (Global Reporting Initiative - GRI), de acuerdo con la opción de conformidad "Esencial", con el Suplemento Sectorial para la industria financiera. Para la selección de los contenidos presentados realizamos un análisis de materialidad, seleccionando los temas relevantes para nuestra compañía, con el objetivo de que este Informe contenga datos relevantes para el Banco y nuestros públicos clave.

A través del documento "Estableciendo la conexión" presentamos nuestra Comunicación sobre el Progreso 2015, comunicando el cumplimiento de los 10 Principios sobre derechos humanos, derechos laborales, medioambiente y anticorrupción del Pacto Mundial de Naciones Unidas en relación con los indicadores GRI.

**Para leer la versión completa del Informe ingresar a: [www.macro.com.ar](http://www.macro.com.ar)**





**Jorge Horacio Brito**  
Presidente

**“En Banco Macro estamos convencidos de que sólo podemos ser rentables si actuamos con una conducta ética, sensitiva y que apueste al largo plazo.** Nuestro propio modelo sustentable, que se inserta en el corazón del negocio, nos conduce a construir alianzas y vínculos sólidos para desarrollar acciones con un impacto multiplicador, y generar ideas y proyectos hacia un desarrollo sostenible. Es así que, atentos y comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la agenda 2030, ponemos nuestro foco en la educación e inclusión financiera con proyectos federales, buscando la accesibilidad al bienestar de todas las comunidades de cada rincón de nuestro país.”



**Milagro Medrano**  
Gerente  
de Relaciones  
Institucionales

**“La bancarización implica generar oportunidades de crecimiento y desarrollo personal, por tal motivo no puede entenderse como una simple oferta de un servicio.** Queremos estar cerca de la gente para que acceda al sistema financiero formal y así mejore su calidad de vida. ¿De qué forma? Incrementando su seguridad y comodidad, actuando con transparencia en cada acción, contribuyendo en la lucha contra la economía informal, y brindando herramientas y acciones que busquen mejorar el bienestar de nuestra sociedad y promuevan el uso responsable de nuestros recursos. En definitiva, creemos que la banca es sostenible en el tiempo sólo si las políticas de inclusión financiera son exitosas. Nuestra preocupación radica en brindar servicios financieros que estén en comunión con la ética y el bien común.”

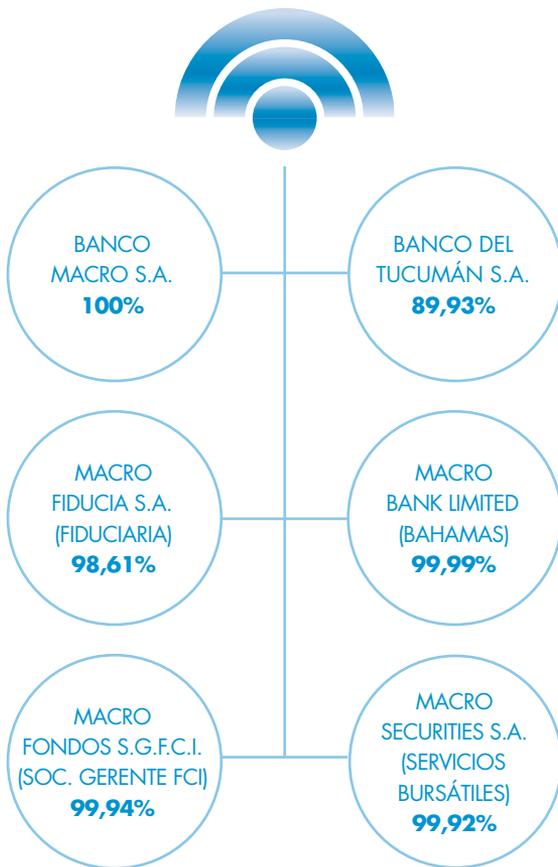


## NUESTRA EMPRESA

Somos un banco que trabaja hace más de 30 años con dedicación y responsabilidad para poder brindar a nuestros clientes individuos una mejor calidad de vida, y acompañar en su crecimiento a las empresas y organizaciones que nos elijen. Buscamos llegar a los sectores vulnerables y generar oportunidades en cada región del país a partir de la oferta de productos y servicios financieros de calidad y la gestión responsable de los impactos y riesgos del negocio. Para ello, la sustentabilidad corporativa es parte de la cultura del Banco y la vivimos en el día a día de nuestras acciones.



## ENTIDADES FINANCIERAS QUE CONFORMAN GRUPO MACRO



En Banco Macro creemos que nuestro aporte a la sociedad, como entidad financiera, es clave para el desarrollo de un país. Asumimos el compromiso de crear valor económico, social y ambiental en el corto, mediano y largo plazo, para beneficio de nuestra entidad y de cada uno de nuestros grupos de interés: empleados, clientes, proveedores, medios de comunicación, sector público, medioambiente, comunidades locales y la sociedad en general.

## OBJETIVOS ALINEADOS AL NEGOCIO

Este año nos planteamos los siguientes objetivos para seguir creciendo y mejorar nuestra gestión:

- 1 Profundizar el desarrollo de los distintos canales de atención,** facilitándole al cliente distintos medios para que realice sus operaciones financieras sin límites de horarios, con total comodidad, simplicidad y seguridad.
- 2 Potenciar la utilización de todos los canales en la captación de clientes y la venta de productos.** Incrementar la eficiencia operativa, aprovechando economías de escala e incentivando el uso de canales alternativos.
- 3 Aumentar el financiamiento a las empresas** mediante una amplia oferta de productos crediticios y transaccionales que se adapten a su perfil y a las necesidades de cada cliente.
- 4 Profundizar el modelo de gestión de sucursales y el desarrollo de la red con nuevas aperturas,** potenciando las oportunidades regionales de negocios y segmentando los puntos de atención y venta, de acuerdo a las características y necesidades específicas de nuestros clientes.
- 5 Desarrollar el soporte a las empresas PyME y del segmento Agro** que componen la cadena de valor de los clientes corporativos definidos para estas acciones.
- 6 Trabajar en nuevos objetivos de sustentabilidad en áreas claves del Banco,** alineándolos a nuestro negocio y materialidad, y continuar la difusión de las iniciativas de sustentabilidad corporativa de Banco Macro.

## MODELO DE NEGOCIO

### ENTRADA



#### Capital financiero

- Inversiones.
- Capital social.



#### Capital industrial

- Nuevo edificio corporativo sustentable.
- Sucursales, anexos, terminales de autoservicio y cajeros automáticos.
- MacrOnline.
- Centro de Atención Telefónica (CAT).
- Puntos de contacto.
- Unidades bancarias móviles.



#### Capital intelectual

- Desarrollo de productos y servicios para cada segmento.
- Investigación y desarrollo de plataformas tecnológicas para soporte de procesos.
- Tecnología en el almacenamiento de datos.
- Sistemas electrónicos y desarrollo de procesos digitales de atención.
- Portales online para cada segmento.



#### Capital humano

- Salarios y cargas sociales.
- Capacitación y desarrollo.
- Beneficio a colaboradores y familias.
- Inversión en salud y seguridad laboral.



#### Capital social y reputacional

- Inversión social.
- Participación en medios de comunicación a nivel federal.
- Programa de voluntariado corporativo.
- Educación e inclusión financiera.
- Productos y servicios financieros con valor social.



#### Capital natural

- Inversión en gestión ambiental.
- Desarrollo de campañas de concientización.

### GESTIÓN DEL NEGOCIO

## 1

#### Las bases de nuestra gestión

- Nuestro ADN corporativo.
- Estrategia del negocio.
- Estrategia de sustentabilidad y sus cinco pilares.
- Reuniones de Directorio.
- Capacitación a nuestros colaboradores.
- Objetivos anuales para un negocio sustentable.

## 2

#### Factores externos que guían nuestro negocio

- Estándares, lineamientos y certificaciones nacionales e internacionales.
- Regulación y normativa del sector financiero local e internacional.
- Leyes nacionales e internacionales.
- Política monetaria y principales variables económicas nacionales.
- Alianzas con organizaciones nacionales e internacionales.

## 3

#### Nuestros segmentos del negocio

- Clientes individuos: segmentos masivos, segmento selecta, jubilados.
- Clientes empresas: Corporativa, Empresas Medianas y Grandes (MEGRA) y PyMEs, Emprendimientos y Agro.

## 4

#### Principales productos

- Créditos, préstamos, depósitos, tarjetas de crédito y débito, inversiones y fondeo, cuentas y paquetes, seguros, comercio exterior.

## RENDIMIENTO

- ✓ **Entidad privada de mayor presencia en el país.**
- ✓ Planificación descentralizada y federal de la **estrategia de comunicación.**
- ✓ Inauguración de nuevas sucursales donde nuestro Banco es la **única entidad de la localidad.**
- ✓ **Acompañamiento a jubilados** con productos y servicios financieros a medida.
- ✓ Lanzamiento del **Portal Cuentas Sanas** para facilitar el manejo de los recursos familiares y el uso eficaz de los productos y servicios bancarios.
- ✓ Lanzamiento de la competencia **NAVES BANCO MACRO** en alianza con el IAE Business School para la promoción de emprendimientos productivos.
- ✓ **Otorgamiento de Préstamos** por Canales automáticos.
- ✓ **Implementación de talleres y capacitación** a diferentes públicos, con foco en la educación financiera.
- ✓ **Apoyo a las PyMEs y emprendimientos** con el otorgamiento de créditos y productos a su medida.
- ✓ **Compras a proveedores locales.**
- ✓ **Desarrollo del Programa de voluntariado** "Generando el cambio".



## RESULTADOS



**\$ 5.008 M DE RESULTADO POSITIVO,**  
**44% DE CRECIMIENTO INTERANUAL.**



**38%**  
de crecimiento del Patrimonio Neto.



**37,2%**  
de retorno sobre el capital.



**22 JURISDICCIONES Y 438 SUCURSALES.**



**10% DE PARTICIPACIÓN DENTRO DEL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO MEDIDO EN CANTIDAD DE SUCURSALES.**



**9.499**  
horas destinadas a causas solidarias por parte de los voluntarios.



**ATENDEMOS A 644.135 JUBILADOS.**



**6.000 USUARIOS REGISTRADOS EN EL PORTAL CUENTAS SANAS.**



**91,3%**  
de nuestros proveedores son de origen local.



**INICIAMOS EL PROYECTO DE "CONTRATOS CLAROS Y SIMPLIFICADOS".**

## LA GENERACIÓN DE VALOR EN CADA UNO DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Proveemos información para el mercado y la sociedad con datos claros y transparentes, del mismo modo que apoyamos a canales de comunicación en todas las localidades en las cuales estamos presentes.

### SECTOR PÚBLICO Y ENTES REGULADORES

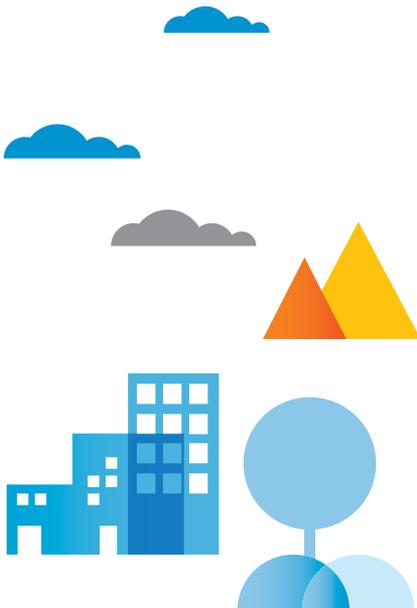
Construimos alianzas para generar valor social y ambiental a partir de acciones propias y en colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados.

### COMUNIDAD

Contribuimos con el desarrollo social de las comunidades en las cuales estamos presentes, invirtiendo en programas y acciones seleccionados estratégicamente para generar un alto impacto positivo.

### PROVEEDORES

Gestionamos responsablemente el proceso de compras a partir de reglas claras y transparentes, un diálogo fluido, y con un interés particular en las compras locales a pequeñas empresas para así potenciar el desarrollo regional.



**ACCIONISTAS**

Generamos rentabilidad, información transparente y clara para la toma de decisiones, respetando siempre los intereses de los accionistas minoritarios.

**CLIENTES INDIVIDUOS**

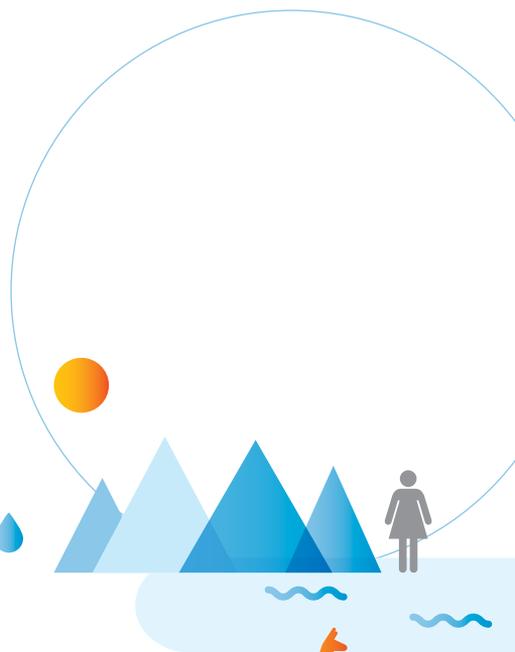
Trabajamos para ofrecer productos y servicios financieros a la medida de cada perfil y necesidad, con foco en la inclusión, para que las personas de todo el país mejoren la calidad de vida y puedan manejarse en el mercado bancario.

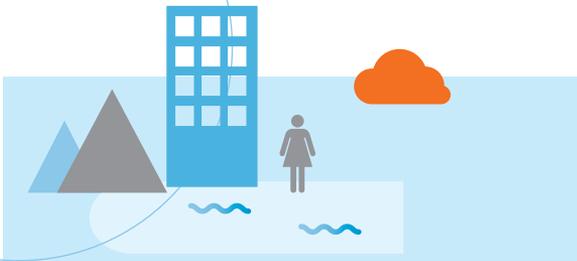
**CLIENTES EMPRESAS**

Acompañamos a las empresas en su crecimiento y en el desarrollo de sus negocios, con foco en las pequeñas y medianas empresas, y una fuerte presencia en las áreas productivas del interior del país.

**COLABORADORES**

Potenciamos el desarrollo profesional y personal de las personas que trabajan en el Banco, buscando que desempeñen sus actividades en un ambiente seguro y saludable.





## PRINCIPALES ALIANZAS Y ASOCIACIONES A LAS QUE ADHERIMOS

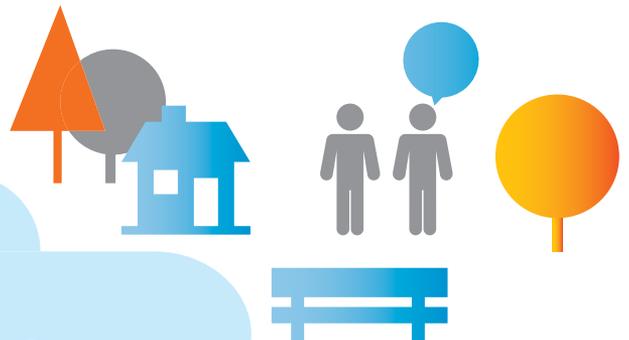
- Pacto Global Naciones Unidas
- Grupo de Fundaciones y Empresas (GDPE)
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)
- Foro Ecuménico Social
- Norte Sustentable
- CONAETI
- Código de Prácticas Bancarias (CPB)



## PREMIOS Y RANKINGS

- ★ **Mejor Banco Argentino del año 2015**, otorgado por la revista norteamericana Latin Finance, en reconocimiento a nuestros logros dentro de los bancos comerciales y de inversión que operan en América Latina y el Caribe.
- ★ **Premio Sol Andino 2015**: Mejor Banco de la Región Noroeste Argentina, por 12° año consecutivo, otorgado por Cable Express, por la trayectoria, el crecimiento y el aporte realizado a la región.
- ★ **Premios Eikon** (premios a la excelencia en Comunicación Institucional), por el lanzamiento del Portal Cuentas Sanas.

- ★ **Premio Conciencia** (reconocimiento a la contribución de las empresas al bienestar social), por el lanzamiento del Portal Cuentas Sanas.
- ★ Puesto número 10 en el **Ranking 2015 de los 40 mejores bancos de la Argentina**, realizado por la Revista Fortuna.
- ★ Puesto número 75 del **Ranking MERCOSUR 2015**, que evalúa las 100 empresas con mejor reputación de la Argentina.



NOMBRE	CARGO	EDAD	AÑO PRIMERA DESIGNACIÓN	VENCIMIENTO DEL MANDATO
Jorge Horacio Brito	Presidente	63	2002	2017
Jorge Pablo Brito	Director Titular	36	2002	2017
Juan Pablo Brito Devoto	Director Titular	55	2002	2016
Luis Carlos Cerolini	Director Titular	61	2002	2016
Carlos Enrique Videla	Director Titular (*)	70	2002	2015
Ernesto Eduardo Medina	Director Suplente	48	2002	2017
Alejandro Macfarlane	Director Titular (*)	50	2005	2015
Guillermo Eduardo Stanley	Vicepresidente (*)	67	2006	2015
Marcos Brito	Director Titular	33	2007	2017
Constanza Brito	Director Titular	34	2007	2015
Santiago Brito	Director Suplente	28	2012	2017
Santiago Horacio Seeber	Director Suplente	38	2012	2017
Delfín Federico Ezequiel Carballo	Director Titular	31	2015	2017
Matias Eduardo Carballo	Director Suplente	56	2015	2017

(\*) Director Independiente

## NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO

El Directorio es el máximo órgano administrativo, y su responsabilidad es establecer los objetivos y políticas de gestión comercial y de riesgos, con una visión de desarrollo y sustentabilidad en el largo plazo para el Banco. Está integrado por 11 Miembros Titulares, elegidos por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas, para cumplir mandatos por períodos de tres ejercicios. Todos sus miembros cuentan con experiencia, sólidos conocimientos y entrenamiento suficiente para desempeñar actividades en el negocio bancario. Por otra parte, Banco Macro en cumplimiento con las normas de la CNV y SEC, cuenta con un Comité de Auditoría conformado por tres Directores independientes.

## POLÍTICA DE REMUNERACIÓN

La Asamblea de Accionistas define la remuneración del Directorio. Nuestra Política de Compensaciones (fijas y variables) es aprobada por el Comité de Incentivos y por el Directorio, y alcanza a todo el personal. A su vez, la alta gerencia y ciertos puestos estratégicos dentro del Banco perciben una retribución variable en efectivo relacionada con el cumplimiento de objetivos vinculados con su propio desempeño, el resultado del negocio y aspectos de nuestra estrategia de sustentabilidad.

## MECANISMOS DE EVALUACIÓN

Cada año el Directorio expone los resultados de su gestión en la Memoria y Balance del Ejercicio, conforme con el Art. 66 de la Ley de Sociedades Comerciales. Además, el Informe Explicativo de Gobierno Societario y la Política de Gobierno Societario complementan el marco de gestión del Directorio. La Asamblea de Accionistas evalúa el desempeño del Directorio, el cual nunca ha tenido una observación sobre su gestión.





# TRANSPARENCIA EN TODAS NUESTRAS ACCIONES

Operamos con la máxima transparencia a fin de crear un marco de confianza y credibilidad para todos nuestros grupos de interés. Practicamos la escucha activa y la rendición de cuentas continua.



**2.861**

controles internos  
en sucursales.<sup>1</sup>

Somos el primer Banco en desarrollar y ejecutar

**CONTRATOS CLAROS  
Y SIMPLIFICADOS.**

**515.898**

usuarios de canales  
automáticos.<sup>2</sup>

**55%**

de nuestros proveedores activos se encuentran  
adheridos al Código de Conducta del Banco.

## NUESTRO COMPROMISO:

- 1** Rendir cuentas de forma transparente y detallada a todos nuestros públicos.
- 2** Contar con canales de comunicación adaptados a cada perfil.
- 3** Luchar contra la corrupción, el lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo.
- 4** Adherir y cumplir con los principales estándares y buenas prácticas de transparencia y de responsabilidad en la gestión a nivel nacional e internacional.
- 5** Desarrollar herramientas y códigos para respetar la ética y la buena conducta en las operaciones.

Nuestro compromiso con la transparencia y la integridad en los negocios se focaliza en el cumplimiento irrestricto de las normas y códigos de la industria financiera, en nuestros valores corporativos y en la idoneidad de nuestro sistema de control interno y de quienes trabajamos en el Banco. Para ello, la escucha activa y la rendición continua de cuentas son una parte fundamental de todas las acciones de la entidad.

## LA IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO PARA LA INTEGRIDAD DE LOS NEGOCIOS

Con el objetivo fundamental de proteger al accionista, reforzar la transparencia en nuestra gestión, la fiabilidad de nuestro sistema de control interno y de los reportes financieros; realizamos la certificación de SOX<sup>3</sup> e implementamos el marco de control interno emitido por COSO<sup>4</sup> 2013.

Este año pusimos en marcha un esquema de supervisión continua de sucursales. Este incluye un tablero de indicadores de gestión con la definición de controles mínimos que deben realizarse durante las visitas de los coordinadores a las sucursales. Además, trabajamos en el fortalecimiento de nuestra estructura de control, y en el desarrollo de una herramienta de administración de riesgos y controles de alertas que permite el registro y la gestión de autotesteos en sucursales.<sup>5</sup>

En materia de prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, efectuamos las revisiones respectivas, contemplamos las exigencias establecidas por los organismos de control y evaluamos en forma integral a las empresas del Grupo Macro.



**EL OBJETIVO ES QUE QUIENES INTEGRAN EL BANCO EN TODOS LOS ÁMBITOS ACTÚEN DE LA MISMA MANERA Y CON IGUALES VALORES ANTE SITUACIONES SIMILARES. LA CONFIANZA BRINDADA POR LOS ACCIONISTAS, LOS CLIENTES Y EL PÚBLICO EN GENERAL DEPENDE EN GRAN MEDIDA DEL CUMPLIMIENTO DE ESTOS PRINCIPIOS.**

## CENTRALIZAMOS

el proceso de informes sobre los reclamos para que todo el Banco pueda acceder de forma ágil a estas estadísticas y así mejorar el monitoreo y posterior resolución.

## NUESTRO MICROSITIO DE SEGURIDAD

dentro de la página web del Banco se brinda información útil a clientes para ser prudentes al momento de realizar operaciones.

<sup>1</sup> La Gerencia de Auditoría Interna testeó 630 controles en función de su criticidad y los sometió a una inspección ocular.

El resto fueron certificados por los responsables de los procesos.

<sup>2</sup> El número de usuarios incluye a todos aquellos que operan por algún canal automático que requiera clave ClienteSI Servicio Integral (estos son: Macro Direct, Terminales de Autoservicio, IVR y Centro de Atención Telefónica).

<sup>3</sup> Ley Sarbanes-Oxley según lo dispuesto por la Securities and Exchange Commission (SEC).

<sup>4</sup> Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Comission.

<sup>5</sup> Ídem ítem 1

## COMUNICACIÓN TRANSPARENTE

Nuestra estrategia de comunicación tiene como prioridad el apoyo local a cada región del país. Planificamos de una forma descentralizada y federal, con el objetivo de poder llegar a través de medios de comunicación locales, pequeñas radios y programas provinciales, a todo el país con mensajes que reflejen nuestros valores y cultura corporativa.

Dentro de las acciones del año destacamos el lanzamiento del sitio web especial para el Banco del Tucumán, la incorporación de los beneficios del segmento Selecta en el micrositio "Acá nomás", y la creación de la sección Cartelera Macro y juegos interactivos para tablets en nuestra página web corporativa. Además, este año innovamos con los canales de comunicación online, con pauta en Spotify y en Youtube.

El área de Sustentabilidad Corporativa y la Fundación Banco Macro incluyeron en el sitio Comunic@r las novedades sobre sustentabilidad, las actividades que desarrolla la Fundación y los aspectos más destacados del portal de educación financiera Cuentas Sanas.

Acompañamos al deporte con el apoyo a equipos y ligas deportivas de alcance nacional y local en hockey, fútbol, rugby, golf, automovilismo, boxeo y running; y participamos del Rally Dakar. A su vez, auspiciamos eventos y espectáculos que nos han permitido acercar opciones para el entretenimiento a nuestros clientes en los grandes centros urbanos del país y en los lugares más recónditos de la Argentina. A la hora de evaluar cada propuesta de sponsorship de artistas, tenemos en cuenta una gira a nivel nacional que proporcione espectáculos nacionales e internacionales en todo el país.

## CÓDIGO DE ÉTICA Y DE CONDUCTA

Nuestro Código de Conducta tiene como intención proveer los principios básicos para que todos los miembros del Banco actúen de acuerdo con los más altos niveles de integridad personal y profesional en todos los aspectos de sus actividades. Como complemento, en Banco Macro contamos con un Código de Ética para los directores y gerentes de la primera línea que es de conocimiento público y se encuentra en nuestro sitio web corporativo. Con estos documentos buscamos garantizar el cumplimiento con la ley aplicable; estimulando la responsabilidad, la ejecutividad, el compromiso, el respeto por los derechos humanos, los resultados, la lealtad, la honestidad, la buena comunicación y el trabajo en equipo.

Asimismo, continuamos el Código de Conducta para proveedores que nos permite darles a conocer nuestros principios de actuación, nuestro ADN corporativo; y los requisitos sociales, de derechos humanos, de seguridad e higiene, ambientales y éticos que incorporamos en el contrato de trabajo. En 2015 55% de nuestros proveedores ya se encuentran adheridos.



## APOYO A ENCUENTROS CON IMPACTO SOCIAL

Durante 2015, estuvimos presente en Ferinoia la feria multisectorial más grande del Noroeste argentino; y en el 3° Congreso de Responsabilidad Social –CIRS- en la Rural. Apoyamos el lanzamiento del documental "NaveTierra, un nuevo mundo en el fin del mundo", realizado por Elena Roger y Mariano Torre junto a Green Tara producciones; la 6ta edición del Green Film Fest; y más de 30 cenas a beneficio de Organizaciones Sociales, como por Fundación Ineco, Fundación Zaldibar, Fundasamin, Fundación Conciencia, entre otras, en las cuales participaron altos mandos del Banco.



## NUESTROS CANALES DE COMUNICACIÓN Y DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Trabajamos para estar cerca de nuestros clientes con mensajes claros y canales de comunicación eficientes y disponibles en todo momento. Por eso, en 2015 orientamos los mayores esfuerzos en mejorar nuestros canales automáticos.

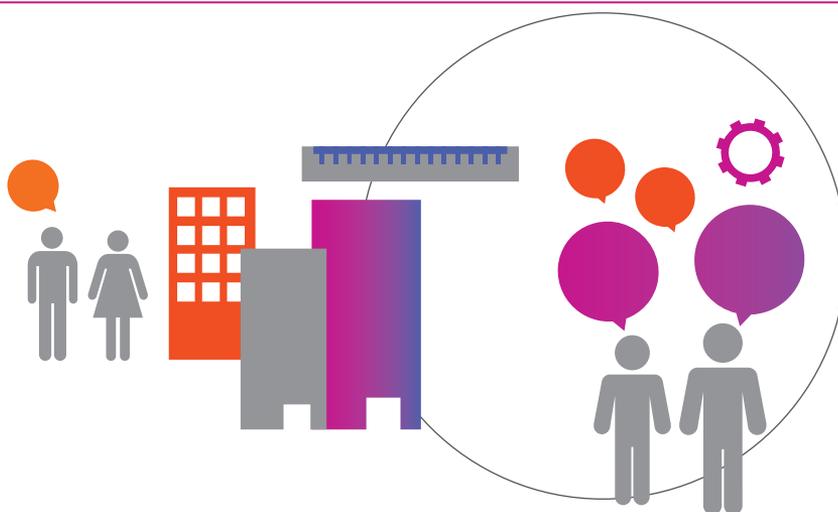
**En Macro Banca Mobile**, incrementamos la accesibilidad para no videntes, mejoramos el sistema de consultas de las tarjetas de crédito que permite conocer las fechas de cierre y vencimiento del próximo período, brindamos la posibilidad de escanear con el celular los códigos de barra de las facturas para el pago de servicios y recargas para telefonía celular, e implementamos una nueva funcionalidad para extraer dinero del cajero automático sin tarjeta de débito, generando un código desde esta misma aplicación.

**Dentro del Centro de Atención Telefónica (CAT)**, implementamos un proyecto de gestión de recursos con el objetivo de optimizar la capacidad productiva, y mejorar el servicio de escucha y resolución de temas. Por otro lado, inauguramos un nuevo Centro para clientes Selecta, que permite operar en forma automática las 24 horas todos los días del año, o en forma personalizada de lunes a viernes de 7 a 20 horas. Además, ampliamos la atención para Empresas Corporativas y Megra, con representantes altamente capacitados para asesorar y atender requerimientos y reclamos. Como resultado, redujimos la carga operativa en nuestras sucursales para recibir a quienes se acercan personalmente con mayor rapidez y eficiencia.

---

## CONTRATOS CLAROS Y SIMPLIFICADOS

**CON LA INTENCIÓN DE HACER LA VIDA MÁS FÁCIL A NUESTROS CLIENTES Y AGILIZAR LA LABOR EN NUESTRA RED DE SUCURSALES, INICIAMOS EL PROYECTO DE “CONTRATOS CLAROS Y SIMPLIFICADOS”. EL MISMO TIENE EL FOCO EN SIMPLIFICAR Y HACER EFICIENTE DOCUMENTOS Y CONTRATOS DEL BANCO PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES. ÉSTO LES PERMITE CONOCER SUS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE FORMA MÁS FÁCIL, CLARA Y TRANSPARENTE, SIN “LETRA CHICA” NI TÉRMINOS TÉCNICOS Y CON LENGUAJE SENCILLO. EL PRIMER CONTRATO TRABAJADO FUE PRÉSTAMOS PERSONALES, EN EL CUAL ESTUVIERON INVOLUCRADAS LAS SIGUIENTES ÁREAS: RELACIONES INSTITUCIONALES (RRII), LEGALES, INDIVIDUOS, SISTEMAS Y OPERACIONES Y PROYECTOS (OYP).**



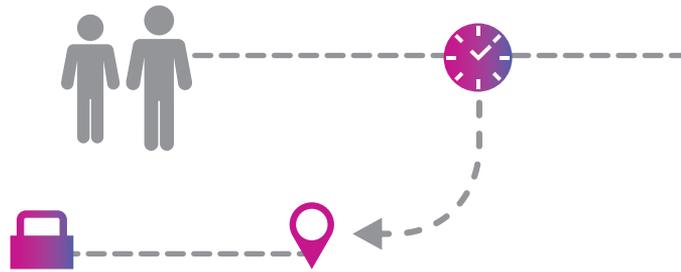
## GESTIÓN Y CALIDAD DE RECLAMOS

Contamos con un proceso centralizado y controlado en el que se miden indicadores de calidad para evaluar nuestras respuestas, y brindamos informes de reclamos automatizados. Así, todo el Banco pudo acceder en forma ágil a estadísticas sobre los reclamos de nuestros clientes, lo que facilitó el monitoreo de los indicadores. Gestionamos durante el 2015 240.000 reclamos, de los cuales el 97% se resuelve dentro del plazo establecido por el BCRA.

Además, este año modificamos la modalidad de notificación al cliente, enviándoles un correo electrónico con la respuesta a su reclamo o una carta a su domicilio. También incorporamos nuestra propia área de capacitación para actualizar a nuestros analistas y mejorar los procesos y estándares de calidad. Especializamos a nuestros equipos de analistas por proceso que obtuvo como consecuencia una mejora en los tiempos de gestión y respuesta al cliente.

## SEGURIDAD DE NUESTROS CLIENTES

Contamos con una herramienta de Seguridad de RSA Security LLC que nos permite ajustar nuestras medidas a las nuevas tendencias; incluyendo información internacional, de fraude, y tener información actualizada sobre las operaciones de nuestros clientes para poder detectar y actuar sobre aquellas transacciones de riesgo alto en tiempo real con el fin de prevenir el fraude. A través de nuestro micrositio de seguridad, nuestros clientes acceden a toda la información necesaria en materia de seguridad, tanto de las herramientas que brinda el Banco como de las precauciones que deben tener al momento de realizar operaciones.




---

**EN 2015 COMENZAMOS A DISEÑAR EL PROYECTO DE OMNICANALIDAD: UN NUEVO INTERNET BANKING QUE SE DIVIDIRÁ EN INDIVIDUOS Y EN EMPRESAS, Y UNA NUEVA APLICACIÓN MOBILE PARA BRINDAR ACCESO PERSONALIZADO A CADA NECESIDAD.**

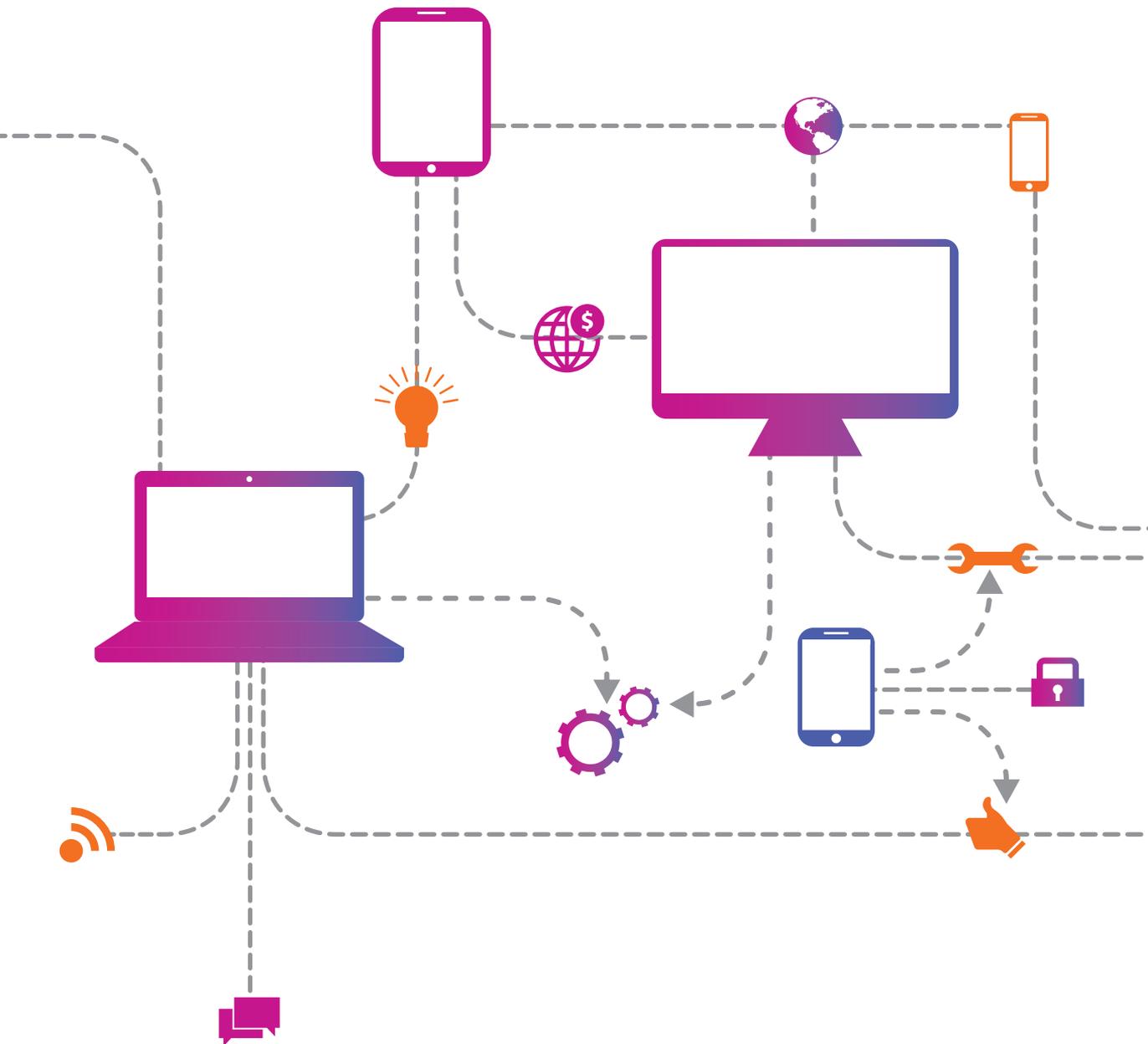
---



## SERVICIO Y CALIDAD

En 2015 realizamos investigaciones de mercado para tener una visión 360° del cliente, para conocer la experiencia y su aspecto actitudinal. Creamos nuestro portfolio de productos con metodologías acordes a las necesidades de las gerencias del Banco, e incorporamos herramientas propias para realizar encuestas online y en el portal del Banco, lo que nos permitió acercarnos a la experiencia del cliente in situ y con

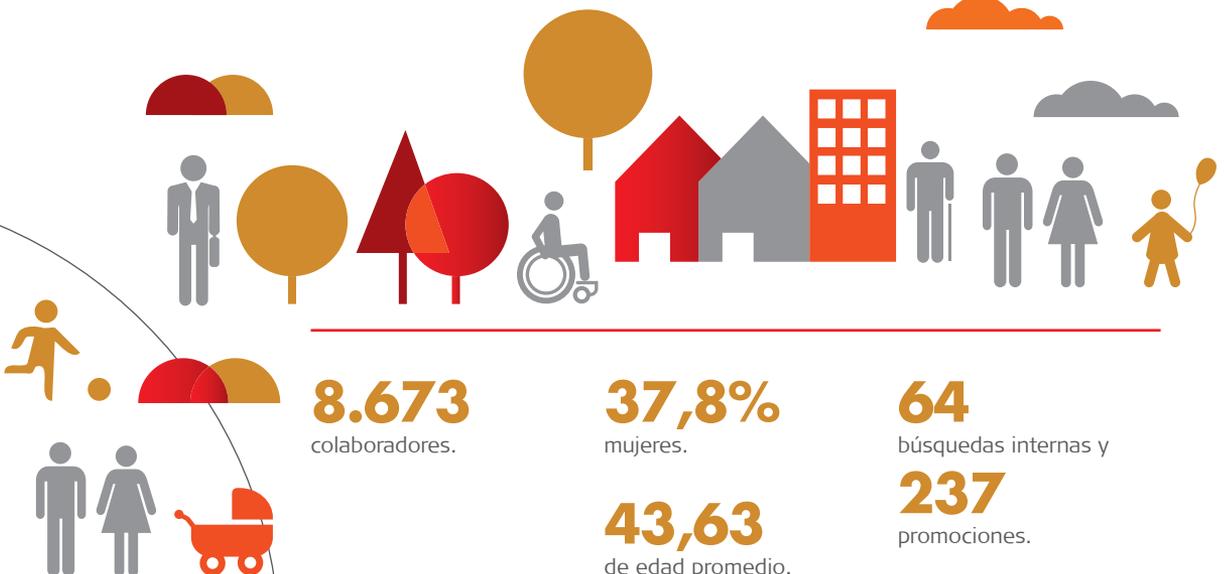
resultados inmediatos. Para el segmento de clientes individuos, trabajamos en el diseño de un grupo de comportamiento para detectar oportunidades de mejora y nuevos temas por investigar. Además, evaluamos las campañas comerciales de tarjeta de crédito y préstamos personales, y realizamos mediciones de ventas de seguros y atención al cliente con encuestas de impacto de la resolución de reclamos.





# RESPONSABILIDAD POR EL BIENESTAR Y LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS

Acompañamos el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, favorecemos la diversidad y la inclusión en el ambiente de trabajo y consideramos a las minorías y a los grupos vulnerables. En todos los casos, el objetivo es el mismo: mejorar la calidad de vida de las personas.

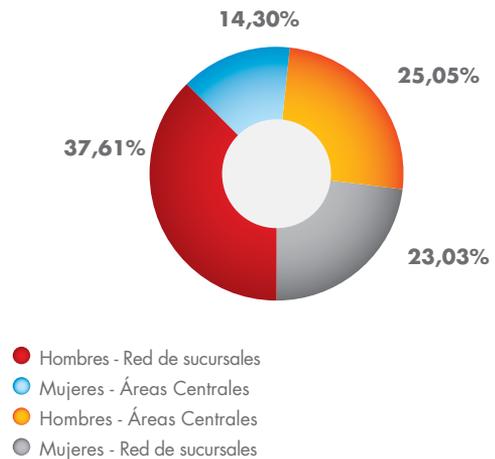


## NUESTRO COMPROMISO:

- 1** Incorporar nuevos beneficios para colaboradores.
- 2** Desarrollar un programa de conciliación entre la vida laboral y la vida familiar.
- 3** Crear productos y servicios innovadores para cada perfil de cliente.

Queremos que nuestros colaboradores crezcan en un ambiente en el que puedan desarrollar todo su potencial; y que despierte en ellos entusiasmo y compromiso por hacer cumplir nuestros valores y objetivos estratégicos con responsabilidad y eficiencia.

## DESGLOSE DE COLABORADORES EN ÁREAS CENTRALES Y SUCURSALES POR GÉNERO



## CAPACITACIÓN

Continuamos apostando al liderazgo de cada uno de nuestros colaboradores para seguir creciendo, pensando en nuestra comunidad, en nuestra gente, en la productividad sustentable y en el cuidado del planeta. Más de 3.300 colaboradores este año se sumaron a nuestro Programa de Desarrollo de Líderes y estamos trabajando para llegar a todos los rincones del país en los próximos años.

Seguimos adelante con nuestros Programas de Desarrollo e Innovación enfocados en más de 2.000 colaboradores de puestos y perfiles clave del Banco. Entre ellos, el Programa "Liderate", "Liderando Hoy" en tres sedes del interior, "Líderes en Red" preparando a futuros gerentes,

Programas Banca Empresa, Banca Individuos, Programa BICI - Banco Inquieto Creativo e innovador - y Programa Enfocado en Gerentes de Sucursal.

Además, este año implementamos cambios en nuestro proceso de Inducción en la Red de Sucursales, que primeramente iniciamos en áreas centrales. Definimos nuestro primer Modelo de Competencias Core que nos guiarán al momento de redefinir nuestros nuevos hábitos.

Estamos implementando el Ciclo anual de Gestión Estratégica del Desempeño para que nuestras conversaciones y respuestas sean constantes.

**76%**

de los colaboradores trabaja en el interior del país.

Lanzamiento del

**CICLO DE CHARLAS SUSTENTABLES**

**+3.300**

colaboradores capacitados en programas de liderazgo.

**5.983**

voluntarios.

**9.499**

horas destinadas a causas solidarias.

**47.000**

horas de formación a colaboradores.

## PLAN DE DESARROLLO Y EMPLEO

Abrimos 4 nuevas sucursales, priorizando la incorporación de colaboradores oriundos de esos lugares. Este año generamos 379 ingresos y ya somos 8.673 colaboradores. Además, realizamos 64 búsquedas internas y 237 promociones, impulsando el crecimiento interno y la posibilidad de desarrollo.

Desarrollamos diferentes programas en los cuales buscamos acompañar a los jóvenes en la búsqueda laboral y así fomentar el primer empleo. Como el Programa de Pasantías Secundarias "Jóvenes Valores 2015" en 23 sucursales, 41 Colegios de Córdoba capital e interior y más de 400 alumnos; y el Programa Primer Paso impulsado por el Gobierno de la Provincia de Córdoba, donde 100 jóvenes entre 21 y 25 años, estudiantes de carreras afines a la actividad bancaria fueron capacitados para la búsqueda de su primer empleo.



## COMUNICACIÓN INTERNA

Alineados con nuestra filosofía de estar cerca, este año realizamos las siguientes acciones:



### PLAN ANUAL DE VISITAS A SUCURSALES Y SECTORES DE ÁREAS CENTRALES:

más de 200 visitas transmitiendo cultura, asesorando y acompañando a nuestros colaboradores.



### PLAN ANUAL DE CULTURA Y SUSTENTABILIDAD:

sumamos más de 3.200 participantes en actividades que demuestran nuestro sentido de urgencia frente al cambio y nuestro compromiso con el desarrollo sustentable en cada región.



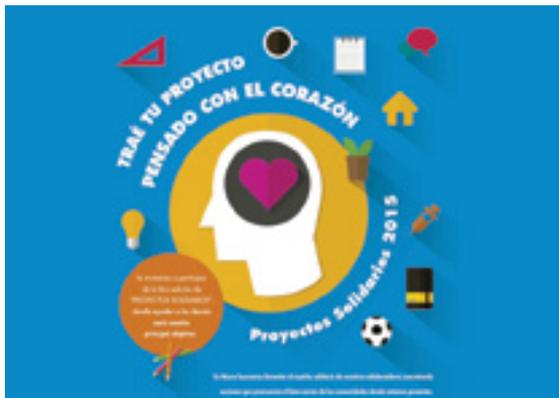
### NUEVOS ESPACIOS PRESENCIALES, PUNTOS DE ENCUENTRO Y ESPACIOS ONLINE:

dimos nuestros primeros pasos hacia un Modelo de Trabajo Colaborativo, caracterizado por herramientas tecnológicas nuevas, como la red social y chat interno.

## LANZAMIENTO DEL CICLO DE CHARLAS SUSTENTABLES: PUNTO DE ENCUENTRO

En el 2015 iniciamos charlas mensuales para todos los colaboradores sobre temas de interés personal y profesional: salud, paternidad, equilibrio entre vida laboral y familiar, educación financiera y medioambiente. El desarrollo de las charlas las realizamos junto a diferentes organizaciones de la sociedad civil que nos aportaron su conocimiento y experiencia en los diversos aspectos seleccionados.





### PROYECTOS SOLIDARIOS 2015

Buscando fomentar la labor solidaria de nuestros colaboradores y su involucramiento en la comunidad, desde 2007 organizamos un concurso anual que premia con financiación a los mejores proyectos presentados por las sucursales y por las áreas centrales del Banco junto con una organización social. En 2015 premiamos 60 iniciativas, que se sumaron a las más de 300 gestionadas por equipos de colaboradores desde el inicio de proyecto.

### SALUD Y LA SEGURIDAD LABORAL

Organizamos torneos deportivos para promover la integración y unión de equipos de diferentes áreas, y así fortalecer vínculos. Durante 2015, 188 corredores participaron de 27 carreras y más de 300 entrenamientos; 200 colaboradores con sus familias fueron parte de la peregrinación a la Virgen de Luján en Provincia de Buenos Aires, 14 fueron parte de la bicicleteada a la Virgen de Itatí en Corrientes; 360 hombres y 33 mujeres jugaron al fútbol en nuestros torneos internos; 15 jugadores se involucraron en los torneos de vóley y 20 en básquet. Además colaboradores con sus familias participaron de actividades recreativas como yoga, gimnasia, caminatas, natación y coro.

Este año pusimos en marcha dos consultorios médicos para los colaboradores de áreas centrales de la Ciudad de Buenos Aires. Además, organizamos jornadas de capacitación, dictados por personal de Cruz Roja, en primeros auxilios, resucitación cardiopulmonar y uso de

desfibrilador electrónico automático. También coordinamos formación presencial y online en prevención y combate de incendios, y ofrecimos e-learning en ergonomía y en atención de accidentes. Creamos una casilla de correo destinada al envío de dudas y consultas sobre enfermedades laborales.

Establecimos un cronograma de trabajo de control de seguridad e higiene en sucursales, áreas centrales y depósitos.

### PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO "GENERANDO EL CAMBIO"

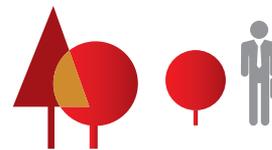
Gracias al compromiso de nuestros colaboradores de todo el país, pudimos concretar refacciones edilicias, juegos, meriendas, festejos especiales por el Día del Niño y la campaña de Navidad Solidaria. También acondicionamos plazas barriales y participamos en plantaciones masivas de árboles.

### "GENERANDO EL CAMBIO" EN NÚMEROS: RESULTADOS 2015

**5.983**  
voluntarios.

**9.499**  
horas destinadas  
a causas solidarias.

**600**  
voluntarios participaron  
de las jornadas de voluntariado.



**5.159**  
voluntarios participaron  
en colectas anuales.





# INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA

**Promovemos un sistema financiero saludable. Por eso, generamos productos y herramientas para formar ciudadanos bancarizados críticos, reflexivos, económicamente responsables y que contribuyan al crecimiento económico del país.**



**PRESENCIA  
A NIVEL FEDERAL.**

**INAUGURAMOS  
3 SUCURSALES MIXTAS**

con atención a clientes individuales y empresas, 13 centros especializados Espacio Macro Selecta y un puesto de promoción permanente que actúa como centro de Ventas y atención al cliente.

**183**

localidades donde banco Macro es la única entidad Bancaria Presente.



## NUESTRO COMPROMISO:

- 1** Promover la bancarización y la accesibilidad a través de nuestra amplia red de sucursales.
- 2** Hacer foco en sectores de menores ingresos adaptando nuestra oferta comercial.
- 3** Desarrollar programas de educación financiera en todas las comunidades.

Trabajamos en la promoción de un sistema financiero inclusivo, donde la formalización tributaria, la accesibilidad, la buena comprensión de la información, y la utilización de productos y servicios financieros para cada segmento agreguen valor en los diferentes sectores sociales y grupos etarios de nuestro país y contribuyan con el crecimiento económico a nivel nacional.



**8.268 JUBILADOS CAPACITADOS EN LA UTILIZACIÓN DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS Y UTILIZACIÓN DE TARJETA DE DÉBITO A TRAVÉS DEL PROGRAMA "ANIMATE A APRENDER".**

## LOCALIDADES CON PRESENCIA ÚNICA DE BANCO MACRO

LOCALIDADES	2015
Salta y Jujuy	67
Tucumán	26
Córdoba	5
Misiones	57
Santa Fe	26
Mendoza	2
<b>Total</b>	<b>183</b>

## ACCESIBILIDAD EN SUCURSALES

	2014	2015
Cajeros habilitados para no videntes	430	508
Sucursales con rampas y baños especiales	129	133
Sucursales con baños especiales	135	138

**2.100**

carteles en braille en nuestras sucursales, que guían al usuario cómo y dónde deben conectar los auriculares para comenzar a operar en los cajeros automáticos y terminales autoservicio.

**41%**

de los Cajeros Automáticos de Banco Macro y el 19% de Banco Tucumán cuentan con la funcionalidad de Guía de Voz para personas no videntes.

**250**

jóvenes de entre 18 y 29 años participaron del programa para emprendedores "Alumbra tus ganas de emprender".

Lanzamos el primer portal del país en educación financiera:

**CUENTAS SANAS**

## INCLUSIÓN BANCARIA DE SECTORES DE MENORES RECURSOS

Este año continuamos incrementando los límites máximos para el otorgamiento de préstamos por canales automáticos, con el objetivo de facilitarles a los clientes el acceso inmediato a préstamos, sin necesidad de acercarse a las sucursales. Para los clientes beneficiarios de la Asignación Universal por Hijo (AUH), incorporamos en las ofertas de préstamos telefónicos, con el objetivo de disminuir los tiempos de otorgamiento y espera en sucursal.

Además, reducimos hasta un 40% la cantidad de firmas de los clientes en formularios para acceder a préstamos personales, logrando de esta manera reducir el tiempo de otorgamiento de los productos.

**Entre nuestros principales productos, en 2015 ofrecemos:**

**✓ INCREMENTAMOS** de \$40.000 a \$50.000 nuestra Línea préstamos a través de MacrOnline y de préstamos telefónicos. En esta Línea otorgamos 17.470 préstamos por \$ 253,4 millones y en la de Préstamos Telefónicos fueron 25.587 por \$ 401,9 millones, que se suman a los ofrecidos por cajeros automáticos.

**✓ FIRMAMOS** 6 nuevos convenios con organismos públicos en el marco de la línea de préstamos personales en municipios: Municipalidad de Zapala, Municipalidad de Intendente Alvear, Municipalidad de General Lavalle, Instituto de Asistencia Social (IAS) en Chubut, Municipalidad de Salto y Municipalidad de Ingeniero Huergo. Durante este año 6.220 clientes recibieron préstamos por un total \$341 millones.

**✓ CONECTAMOS** 2.199 nuevos hogares a la red de gas natural a través de otorgamiento de asistencia financiera por \$14,8 millones, principalmente en Tucumán.

**✓ ENTREGAMOS** 7.207 préstamos por \$22 millones dentro de la Línea de préstamos para beneficiarios de Asignaciones Universales por Hijo (AUH).

**✓ OTORGAMOS** 6.202 préstamos por \$45,8 millones en las Línea Préstamos Rapicompra (en Comercios y Tradicional).

**✓ CUENTA GRATUITA UNIVERSAL,** el producto regulado por el BCRA, tuvo como beneficiarios/titulares a 6.687 clientes.

**✓ CONTAMOS** con 68.625 beneficiarios del Plan Progresar, el programa nacional de respaldo a estudiantes de entre 18 y 24 años.

**✓ BRINDAMOS,** junto con la UOCRA, la oportunidad de que un segmento tradicionalmente no bancarizado pueda acceder a créditos con tasas competitivas a través de la Tarjeta Social. En 2015 se registraron 58 mil tarjetas activas, 10 mil altas en el año, \$ 120 millones en consumos.



## ACCIONES CON JUBILADOS

Atendemos a 644.135 jubilados, quienes disponen de 28 centros de pago de atención especializada, además de las 436 locaciones para su atención general distribuidas en todo el país las cuales cuentan con todas las comodidades y servicios especiales para cumplir con las necesidades de este perfil de cliente. Por ejemplo, en relación con la accesibilidad, los centros de pagos poseen pisos antideslizantes, baños para los clientes y asientos exclusivos para beneficiarios.

Participamos activamente en el desarrollo del Proyecto Mi Huella, un sistema biométrico que permite reconocer la identidad de las personas a través de su huella digital y que les facilita los trámites a jubilados, pensionados o apoderados del Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA), y a los titulares o apoderados de pensiones no contributivas que cobran sus haberes a través de la Cuenta Gratuita Previsional.

En el 2015, a través del Programa de Educación Financiera "Animate a Aprender", les ensañamos a más de 8.200 jubilados de 32 sucursales de todo el país a utilizar las diferentes funciones del cajero automático, lo que les permite afianzarse y sentirse confiados en

el uso de la tarjeta de débito como un medio transaccional y de pago eficiente, cómodo y seguro.

## APORTE AL DESARROLLO LOCAL

Desde la Fundación Banco Macro, acompañamos el crecimiento social, cultural y económico de las comunidades en las que estamos presentes. Para ello, desarrollamos proyectos sustentables centrados en la cultura del trabajo, que promueven la responsabilidad solidaria compartida.

Con el objetivo de alcanzar todos los rincones del país, contamos con coordinadores regionales que analizan propuestas de organizaciones de la sociedad civil y reciben pedidos de aportes o acompañamiento por parte de la Fundación.

Además, medimos nuestra gestión y la capacidad instalada de cada propuesta con una herramienta metodológica desarrollada por la Fundación Banco Macro y que se basa en los lineamientos del modelo LBG (London Benchmarking Group). Esta nos permite evaluar el impacto de nuestras acciones y gestionar los programas en forma adecuada.

## INVERSIÓN SOCIAL EN NÚMEROS

	2014	2015
<b>Inversión en Sustentabilidad (en pesos) <sup>(1)</sup></b>	21.776.889	39.899.884
<b>Por eje de trabajo social</b>		
Programa de Trabajo Sustentable	1.731.538	4.228.278
Programa de Inclusión y Educación Financiera	1.117.978	2.694.587
Nutrición	949.629	1.372.160
Educación		5.609.154
Integración	301.200	285.800
Asistencia social	1.155.350	240.683
Voluntariado	1.095.000	981.969
ALUMBRA Microcréditos	3.769.192	13.114.535
Programa Macro Bici	6.734.812	5.658.434
Donaciones varias <sup>(2)</sup>	3.456.905	5.714.284
<b>Otros indicadores</b>		
Colaboradores voluntarios	4.669	5.983
Cantidad de programas	6	6
Cantidad de provincias	11	11
Cantidad de beneficiarios <sup>(3)</sup>	202.962	130.309
Cantidad de alianzas con organizaciones	79	80

(1) Indicador compuesto por inversión social, más donaciones varias y gastos operativos de la gestión de Sustentabilidad Corporativa. La inversión en los programas con la comunidad es parte del presupuesto del área de Sustentabilidad.

(2) Comenzamos a sistematizar este indicador en 2012, contemplando las donaciones de Banco Macro a proyectos y eventos sociales que exceden las actividades de la Fundación Banco Macro.

(3) Incluye beneficiarios directos, indirectos y beneficiarios de los siguientes programas: Programa Animate a Aprender de educación financiera, Programa NAVES, Macro Bici, Campaña Equidad, Talleres Cuentas Sanas, entre otros.

## PROGRAMA DE MICROCRÉDITOS ALUMBRA

Desde la Fundación Banco Macro otorgamos microcréditos con fines productivos a microempresarios no bancarizados de Salta y Jujuy. Además ofrecemos asesoramiento legal y contable para el crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios y actividades productivas, más allá de la ayuda financiera.

En el marco del programa, este año desarrollamos en Salta la iniciativa "Alumbra tus ganas de emprender" con capacitación, asesoramiento, capital semilla y acompañamiento empresarial a más de 250 jóvenes de entre 18 y 29 años. Tras una intensiva capacitación en planes de negocios, 130 proyectos pasaron en el 2015 a la etapa de mentoreo personalizado para así poder comenzar a implementar sus emprendimientos.

### +10 M

de pesos invertidos en el programa.

### +7 M

de pesos de fondos otorgados.

### +200 STARTUPS

convocadas y entrenadas en el Programa 'ALUMBRA tus ganas de emprender' edición 2015.



### +47

consultas y asesoramientos legales atendidos de manera gratuita.

### +500

microcréditos.

### +350

clientes incorporados al programa.

### 24 COLABORADORES

que trabajan exclusivamente en la implementación del programa, reclutados de universidades locales y entrenados en las prácticas más modernas y exitosas de microfinanzas.

## 25 DE LOS STARTUPS

convocados fueron seleccionados por su innovación y potencial, serán apuntalados durante 2016 con mentorías y financiamiento.



**250 JÓVENES ENTRE 18 Y 29 AÑOS PARTICIPARON DEL PROGRAMA PARA EMPRENDEDORES "ALUMBRA TUS GANAS DE EMPRENDER".**

## PORTAL DE EDUCACIÓN FINANCIERA - CUENTAS SANAS

Durante 2015, lanzamos Cuentas Sanas, el primer portal web de economía personal y familiar del país, que brinda una base integral de contenidos educativos sobre economía y bancarización.

Este portal integra de manera práctica a la comunidad información, sugerencias, herramientas y recursos para facilitar la organización de la economía personal y familiar en cada etapa de la vida: empezar a trabajar, iniciar un emprendimiento, buscar empleo, controlar las deudas, preparar la jubilación, manejar la economía en pareja, criar y educar a los hijos, entre otros.

A partir del mes de octubre iniciamos los talleres abiertos y gratuitos de Cuentas Sanas. El objetivo radica en difundir los contenidos del portal en toda la comunidad, brindando herramientas prácticas y sencillas para manejar la economía de todos los días.

Los talleres son conducidos por docentes especializados en el tema y los contenidos giran en torno a cuatro temáticas: Cuentas Sanas Sin Esfuerzo (familias y público adulto), Cuentas Sanas para Tu Futuro (adultos jóvenes), Cuentas Sanas para Tu Negocio (emprendedores y personas que trabajan por su cuenta) y Cuentas Sanas y Seguras (adultos mayores).

Durante el último trimestre del 2015 realizamos 32 encuentros presenciales, en 11 ciudades de 7 provincias argentinas. Adicionalmente, dictamos talleres de "formación de formadores" para docentes, con el propósito de difundir entre los jóvenes el taller "Cuentas Sanas para Tu Futuro". En conjunto, los talleres beneficiaron de forma directa a 1.200 personas, con un impacto estimado de 4.500 personas gracias al esfuerzo multiplicador de los talleres destinados a familias y docentes.

## EDUCACIÓN FINANCIERA PARA LOS JÓVENES Y LOS MÁS CHICOS

Junto con Fundación Educando, lanzamos una nueva edición de "Educando en Informática" en San Pedro, Jujuy. Allí promovimos la incorporación de nuevas tecnologías, manejo de computadoras y cajeros automáticos en adultos mayores de esa provincia. Además, apoyamos los programas educativos "La Compañía", "Socios por un día" y "Economía Personal" de la Fundación Junior Achievement, destinados a estudiantes con actitud emprendedora de Buenos Aires, Salta, Córdoba, Mendoza, Tucumán, Santa Fe, La Pampa, Río Negro, Chubut y Tierra del Fuego.

Contamos con nueve "Mini Sucursal Bancaria" distribuidas en todo el país con propuestas lúdicas e interactivas, chicos y grandes aprendieron jugando y mejoraron su comprensión de los productos financieros, reforzaron conceptos básicos de economía y finanzas, y fortalecieron hábitos y valores ligados al consumo responsable y sustentable.

## MÁS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN E INTEGRACIÓN

Además de los ejes de trabajo específico definidos por Fundación Banco Macro, apoyamos diferentes organizaciones locales que dan respuesta en temas de nutrición, medicina social e integración, entre otros grandes proyectos: apadrinamos a chicos de secundaria con becas para libros y útiles, viáticos, indumentaria y calzado; brindamos el servicio de internet satelital a 56 escuelas de la Quebrada de Humahuaca; damos becas universitarias a jóvenes coyas para formación a distancia y becas anuales completas en la Universidad del San Andrés; apoyamos a comedores y merenderos de Salta, Jujuy, Misiones y Tucumán; colaboramos con hospitales y centros de salud; y acompañamos a organizaciones que trabajan en la inclusión social de grupos vulnerables a través del deporte y las artes.



- PREMIO AL MEJOR STAND DESCUBIERTO EN FERINOA 2015
- PREMIO EIKON
- PREMIO CONCIENCIA



## DESARROLLO DE PYMES Y EMPRENDIMIENTOS

Acompañamos a las pequeñas empresas y a los nuevos emprendimientos en el desarrollo de sus negocios con productos y servicios a medida, formación y herramientas para su crecimiento.



**4.695**  
proveedores.

**91,3%**  
de nuestros proveedores  
son de origen local.

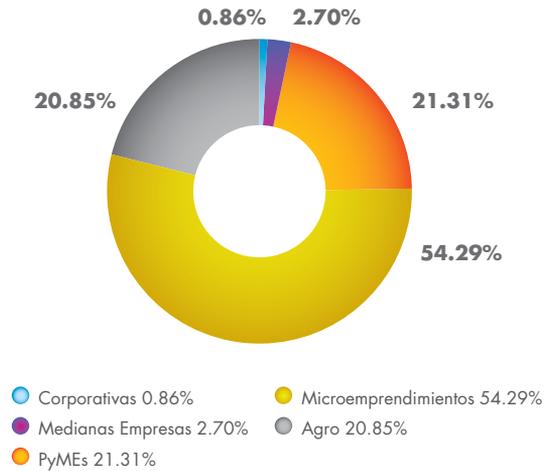
**2.986 M**  
de pesos para financiamiento de línea  
de crédito para la reactivación productiva.

## NUESTRO COMPROMISO:

- 1** Crear productos y servicios a la medida de las PyMEs.
- 2** Apuntalar su crecimiento con formación y asesoramiento.
- 3** Escuchar a los clientes con un sistema de atención de excelencia.

Acompañamos a las pequeñas empresas y nuevos emprendimientos en el desarrollo de sus negocios, a partir de productos y servicios diseñados a medida de cada perfil y herramientas para su crecimiento, con el objetivo de generar valor que impulse el desarrollo de nuestro país.

## CONFORMACIÓN DE LA CARTERA DE BANCA EMPRESAS



## FINANCIAMIENTO PARA EL SECTOR PRODUCTIVO

Generamos alianzas estratégicas con grandes empresas proveedoras que les permiten a nuestros clientes poder acceder a compras de insumos con costo financiero reducido, siendo muy productivo para sectores con estacionalidad en su actividad y para empresas con compromisos en dólares.

Relanzamos la línea de crédito para la reactivación productiva y líneas de crédito para la promoción de las exportaciones regionales vinculadas con el Consejo Federal de Inversiones. En 2015 realizamos 11 operaciones por un monto de \$6.722 miles.

Seguimos brindando acceso a crédito a PyMEs y microemprendimientos a través de diferentes paquetes y con nuestra línea de inversión productiva, y ofreciendo el producto Prenda ágil para la financiación de rodados y maquinarias agrícolas para PyMEs.

En Comercio Exterior, destacamos el relanzamiento del E-Comex digital. Este año, en un contexto de mercado en baja, mantuvimos nuestro nivel de operaciones y negocios, alcanzando 67.846 transacciones por un monto total de \$33.492 millones.

## 20 PROVEEDORES

estratégicos fueron visitados personalmente a través del Programa "Conozca a su proveedor".

Lanzamiento de la competencia NAVES Banco Macro en alianza con el IAE donde participaron

**160** PYMES DE  
**4** PROVINCIAS, LLEGANDO A CASI  
**400** PERSONAS.



## PROGRAMA NAVES: BANCO MACRO SIEMPRE JUNTO A LOS EMPRENDEDORES

Durante el 2015, Banco Macro en alianza con IAE Business School lanzó el Programa NAVES, que se llevó a cabo en Salta, Misiones, Córdoba y Santa Fe de marzo a noviembre. Este programa incluye formación académica general en temas de emprendimiento, acceso a tutorías, mentorías y consultorías para la resolución de temas prácticos.

Este año se recibieron proyectos de todos los sectores: servicios, tecnología, agronegocios y sociales. Además, activamos una campaña interna para reclutar PyMEs clientes interesadas.

En la primera etapa del proyecto se dictaron tres seminarios a cargo de profesionales del IAE para más de 160 PyMEs llegando a casi 400 personas. En mayo se seleccionaron 5 empresas por provincia que viajaron a Buenos Aires a participar del NAVES NACIONAL. Los primeros puestos ganaron un viaje a la Misión Empresaria organizada por la Unión Argentina de Jóvenes Empresarios (UNAJE) a Moscú, Rusia.

### Las empresas ganadoras recibieron:

- 1** Formación gratuita en programas del IAE.
- 2** Consultoría contable gratuita.
- 3** Consultoría legal gratuita.
- 4** Consultoría financiera gratuita.
- 5** Un año de espacio de oficinas gratuitas en el laboratorio del parque austral.
- 6** Horas gratuitas de desarrollo de software.
- 7** Horas gratuitas en asesoramiento para investigación de mercado.



## UNSTA EMPRENDE

Banco Tucumán, en alianza con la Universidad del Norte Santo Tomás de Aquino (UNSTA) y con el acompañamiento del diario La Gaceta, llevó adelante el Primer Programa Universitario en Emprendedorismo en Tucumán. La iniciativa, destinada a emprendedores de esa provincia, promueve el desarrollo y la ampliación de microemprendimientos a través de tres pilares: capacitación, apoyo económico y mentoría empresarial.

## CERCA DE LAS PYMES LOCALES

Tratamos de incorporar proveedores locales a nuestra cadena de valor para promover relaciones sólidas con agentes de las economías regionales. Así, para llevar adelante reformas en nuestras sucursales o edificios, o para realizar instalaciones nuevas, seleccionamos firmas locales o regionales. Además, cuando debemos realizar compras de artículos promocionales y de regalería, o contratar trabajos de imprenta, nos inclinamos por PyMEs o por empresas unipersonales con trayectoria o con capacidad de cumplimiento probadas.

En 2015 contratamos a una PyME local de Longchamps, Buenos Aires, dedicada a la fabricación de trabajos en madera para la compra de 5.000 productos para el desarrollo de actividades dentro del Programa de Desarrollo

de Líderes profesionales (PDL). Por otro lado, compramos artículos de regalería a artesanos de diferentes puntos de todo el país: hilanderías en Jujuy, bodegas boutique con procesos productivos ecológicos en altura, proveedores de alfarería que utilizan procesos de trabajo cooperativo, productos de talabartería, cestería, platería, entre otros. También compramos mantas tejidas en telar de lana de llama a la Asociación Civil Warmi, La Hilandería, un emprendimiento de mujeres de la Puna.

## MEJORA EN LA GESTIÓN DE PROVEEDORES

Este año en el marco del proyecto Oficina Sustentable, implementamos el Legajo de Compras Digital y agilizamos la respuesta que les brindamos a los proveedores, además de ahorrar papel y costos de archivo.

Además, efectuamos una campaña comercial exclusiva con oferta de paquetes, tarjetas y préstamos para 2.122 proveedores precalificados, y otorgamos una cuenta corriente sin cargo para que puedan operar y efectuamos análisis crediticio para evitar requerir pólizas de caución, reduciendo los costos.

Por otro lado, seguimos realizando las evaluaciones a proveedores en temas comerciales, tributarios y de calidad.

**91,3% DE NUESTROS PROVEEDORES SON DE ORIGEN LOCAL.**

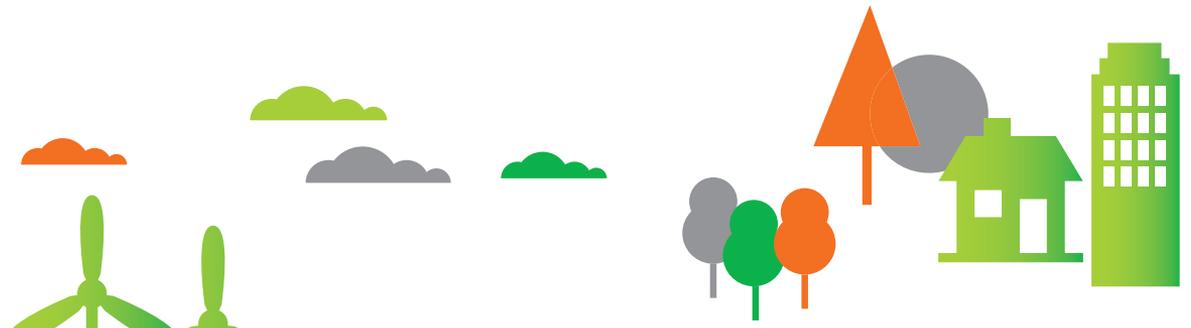
**20 PROVEEDORES ESTRATÉGICOS FUERON VISITADOS**





# IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO E INDIRECTO

Impulsamos el cuidado de nuestro entorno social y del medio ambiente, tanto internamente como en nuestra cadena de valor.



## CONSUMO DE ENERGÍA Y EMISIONES DE CO<sub>2</sub>

	2014	2015
Consumo de energía eléctrica (en kWh)	12.743.340	12.706.908
Emisiones de CO <sub>2</sub> (alcance 2) (*)	8.920,33	8.894,84



(\*) **Alcance 2:** Emisiones Indirectas. Corresponden a las provenientes del consumo de energía eléctrica comprada a la red (fuente externa). Emisiones calculadas según "World Resources Institute (2009), GHG Protocol tool for stationary combustion. Version 4.1"

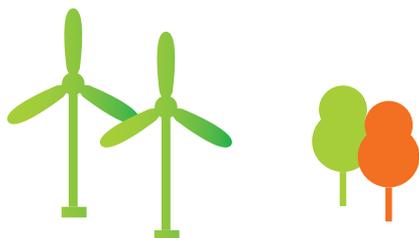


## NUESTRO COMPROMISO:

- 1 Usar en forma eficiente los recursos naturales.
- 2 Concientizar a nuestros colaboradores y clientes, buscando un efecto multiplicador en la sociedad.
- 3 Medir nuestra huella de carbono institucional.
- 4 Gestionar responsablemente los residuos tecnológicos, plásticos y papeles.
- 5 Desarrollar un programa de ahorro de energía.
- 6 Profundizar el análisis de riesgos ambientales y sociales a la hora de otorgar préstamos.

## IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO: MEJORAMOS LA GESTIÓN DE RECURSOS

- ✓ Reemplazamos e incorporamos 419 monitores LCD
- ✓ Incorporamos 2.475 PC de marca en lugar de tipo PC clon y 2.090 renovaciones de equipo por actualizaciones de Sistema Operativo.
- ✓ Pusimos en condiciones el 90% de los tanques de reserva de agua y realizamos todos los ensayos de calidad correspondientes.
- ✓ Avanzamos en el reemplazo de iluminación fluorescente por led en cajeros automáticos, y extendimos esta política para la realización de obras nuevas.



Nos comprometemos a gestionar nuestro negocio utilizando de forma eficiente los recursos naturales, minimizando el impacto directo. A su vez, promovemos y concientizamos sobre la importancia de la preservación del ambiente en nuestra cadena de valor, y a través del análisis riesgos ambientales en nuestros productos y servicios financieros.

### ADHESIONES E-RESUMEN

	2014	2015
<b>Adhesiones</b>		
Clientes adheridos al servicio	443.185	535.925

### GESTIÓN DE RESIDUOS

	2014	2015
Papel reciclado (kg)	52.734	50.037 <sup>(1)</sup>
Plástico reciclado (kg)	1.608	2.958 <sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup> Santa Fe 5.740, AMBA 38.454, Salta 2.765, Tucumán 3.078.

<sup>(2)</sup> Jujuy 105, Santa Fe 724, AMBA 1.619, SUR 250, Córdoba 50, Salta 210.



## GESTIÓN DE RESIDUOS

- ✓ Desafectamos 10 toneladas de equipamiento proveniente de cajeros automáticos.
- ✓ Donamos más de 3.000 Kg de PC, monitores, impresoras y elementos de conectividad.

Estas acciones se realizaron junto a Fundación Equidad y 3R Ambiental.

- ✓ Comparamos a Fundación Equidad 152 computadoras recicladas que fueron donadas a 48 organizaciones, escuelas, jardines y hospitales de Salta, Jujuy, Córdoba, Mendoza, Santa Fe, Tucumán y Buenos Aires.

## PROGRAMA MACRO BICI

Implementamos esta iniciativa junto con diferentes municipalidades para fomentar el turismo sustentable y estimular la adopción de conductas saludables, mejorando la calidad de vida al fomentar la bicicleta como medio de transporte entre los habitantes de la ciudad. Así, en 2015 donamos más de 1.450 bicicletas de diversos rodados y modelos, además de cascos, candados, cestas, bicicleteros y guarderías en Tilcara y El Carmen, Jujuy; Cachi, La Caldera, San Carlos y Parque del Bicentenario, Salta; La Falda y Villa Giardino, Córdoba; Posadas y San Ignacio, Misiones; y Luján de Cuyo, Mendoza.



## REACONDICIONAMIENTO DE ESPACIOS PÚBLICOS

Con el objetivo de contribuir activa y voluntariamente al mejoramiento comunitario, económico y ambiental de la Ciudad de Salta, desde 2014, colaboramos con el municipio en la puesta en valor y mantenimiento de su Plaza principal "Plaza 9 de Julio", ya que consideramos que es un espacio de recreación, integración y de importancia para la vida en comunidad de habitantes y turistas. Este año como padrinos gestionamos arreglos.

## PROYECTO DEL EDIFICIO CORPORATIVO

Estamos construyendo la Torre Banco Macro, cuya inauguración está prevista para 2017, donde trabajarán todos los equipos de nuestras áreas corporativas de Buenos Aires. Este nuevo proyecto sigue nuestra Política de Sustentabilidad Corporativa; y la construcción está proyectada bajo la certificación de normas LEED, Líder en Eficiencia Energética y Diseño Sostenible. De esta forma, el plano del edificio logra aprovechar al máximo la utilización de recursos preservando el medioambiente.

En lo que respecta a la seguridad, la Torre Banco Macro albergará la central de monitoreo de Circuito Cerrado de TV o CCTV, desde la cual se monitorearán las sucursales del Banco en todo el país.

Además de su valor ambiental, allí más de 2.000 de nuestros colaboradores podrán aprovechar de beneficios como una moderna sucursal bancaria, cafetería, gimnasio, consultorio médico, guardería, salas de reuniones con tecnología de punta, auditorio, comedor, tres niveles de subsuelos para estacionamiento y espacio para bicicletas.

Nuestro desafío es contar con el edificio corporativo de mayor capacidad y acondicionamiento tecnológico del país, donde clientes y empleados puedan disfrutar de espacios funcionales, agradables y sustentables.



"Torre corporativa Banco Macro" Simulación Digital.



## EN CONTACTO

Esperamos que esta publicación sea de su interés. Por cualquier consulta o sugerencia, puede comunicarse con nuestra Área de Sustentabilidad Corporativa.

## COORDINACIÓN GENERAL

Milagro Medrano  
Gerencia de Relaciones Institucionales  
Banco Macro

Sarmiento 731  
C1041AAO Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
sustentabilidad@macro.com.ar  
Tel.: (011) 5222-6500

## FACILITACIÓN EXTERNA

ReporteSocial  
[www.reportesocial.com](http://www.reportesocial.com)

## DISEÑO GRÁFICO

Tholön Kunst, Comunicación visual  
[www.tholon.com](http://www.tholon.com)

## IMPRESIÓN

Talleres TRAMA  
[www.tallerestrama.com.ar](http://www.tallerestrama.com.ar)





