Informe de Responsabilidad Social Empresaria 2008

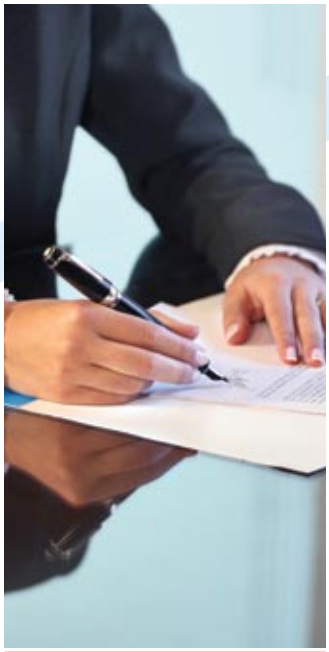
Macro

Informe de Responsabilidad Social Empresaria 2008

01. LA EMPRESA

páginas 6 a 23

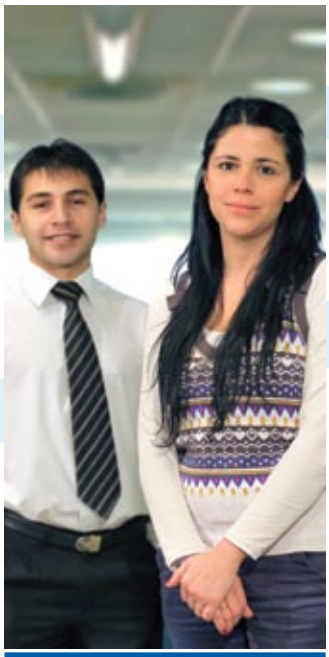
Alcance del informe
Filosofía – Misión
Valores – Historia
Nuestra organización
Reconocimientos 2008
Banca individuos
Banca empresas
Red de distribución



02. TRANSPARENCIA

páginas 24 a 29

Compromiso ético
Prevención e investigación de fraudes
Prevención de lavado de dinero



03. NUESTRA GENTE

páginas 30 a 39

Un ambiente de trabajo alentador
Capacitación
Oportunidades para el ingreso al mundo laboral
Comunicación interna
Beneficios para el personal
Relación con sindicatos
Protección ante accidentes de trabajo

04. PROVEEDORES

páginas 40 a 41

Privilegiar lo local
Objetivos 2008

05. CLIENTES

páginas 42 a 49

Servicios con la última tecnología
Brindamos seguridad
Un servicio basado en la calidad

06. COMUNICACIÓN TRANSPARENTE

páginas 50 a 55

Presencia regional
Eventos locales
Apoyo al deporte

07. COMUNIDAD

páginas 56 a 67

Fundación Macro:
Ejes de trabajo 2008
Saber para ser
Unidos por más
Alimentando el futuro
Alcanzando el futuro
Salud por sonrisas
Generando el cambio

08. MEDIO AMBIENTE

páginas 68 a 72

Uso responsable de los recursos
Consumo de agua
Consumo de energía
Consumo de papel

Macro

01.

LA EMPRESA

«TENEMOS CLARO QUE EL GRUPO MACRO ES UNA UNIDAD ECONÓMICA SÓLIDA Y SUSTENTABLE EN EL TIEMPO, Y QUE ESE SENDERO VIRTUOSO DEPENDE FUNDAMENTALMENTE DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA RENTABILIDAD. Y ES A LA VEZ UNA COMUNIDAD DE TRABAJO CON UN COMPROMISO HACIA ADENTRO Y HACIA FUERA DE LA ORGANIZACIÓN».

JORGE H. BRITO, PRESIDENTE

MENSAJE DEL PRESIDENTE

Con verdadero orgullo escribo estas notas a modo de Mensaje del Presidente, para nuestro segundo Informe de Responsabilidad Social Empresaria correspondiente al Ejercicio 2008. Las escribo en un tiempo de reflexión, uno de esos momentos que, sustraídos de la intensidad de la actividad diaria, sirven para repensar el sentido de nuestro esfuerzo y la naturaleza de nuestro trabajo y nuestra organización.

La Responsabilidad Social Empresaria es una política que tiene un objeto y una metodología de trabajo, cuyo aprendizaje se incorpora con el propio ejercicio de la misma. En otras palabras, aprendemos la Responsabilidad Social Empresaria, llevando adelante acciones de Responsabilidad Social Empresaria. Es en esta dirección que quiero transmitirles que mucho hemos aprendido en el año transcurrido, como se detalla pormenorizadamente en el presente informe, que recomiendo leer en profundidad, porque el pleno conocimiento de nuestras convicciones y nuestros logros será el incentivo para nuevos logros en el tiempo por venir.

Tenemos claro que el Grupo Macro es una unidad económica sólida y sustentable en el tiempo, y que ese sendero virtuoso depende fundamentalmente de la construcción de la rentabilidad. Y es a la vez una comunidad de trabajo con un compromiso hacia adentro y hacia fuera de la organización.

Hacia adentro, pensando en el grupo humano que integra la empresa. En este aspecto nuestro esfuerzo se orienta a mantener un clima de trabajo creativo, en el que todos tengan oportunidades de crecer y desarrollarse personal y profesionalmente. Contamos con poco más de 7900 empleados distribuidos en 416 sucursales y nos sentimos plenamente responsables de cada uno de ellos.

Hacia fuera, teniendo el pleno convencimiento de que ningún sector aislado de la sociedad puede realizarse sin el desarrollo de la sociedad en su conjunto. En esta dirección está enfocado el objetivo de la responsabilidad social, que persigue una sociedad más justa, sin desigualdades aberrantes, más equitativa y con oportunidades para todos sus miembros. Una sociedad incluyente, responsable por el futuro de todos, y especialmente atenta a las demandas de los sectores más aislados.

Repasando el contenido del informe, destacamos nuestra misión unívoca, que es la de ser un banco líder, con actividades rentables y éticas que permita desarrollarse a nuestros empleados, brindar un servicio inmejorable y un sentido de responsabilidad compartida junto a nuestros proveedores y la comunidad, respetando los intereses de los accionistas minoritarios. Tenemos un compromiso inquebrantable con la transparencia, evidenciado a partir del cumplimiento irrestricto de los Códigos de Ética, de Conducta y de Prácticas Bancarias.

En relación a nuestros clientes, durante el ejercicio 2008 llegamos a más de 2 millones de personas y casi 66 mil empresas. Mediante una estrategia basada en líneas de crédito convenientes y competitivas, segmentación de productos, y monitoreo continuo de las necesidades de los clientes, conformamos los ejes de nuestro negocio, concibiéndolo cada día más fuerte y sólido.

En lo que hace a la inserción del Grupo Macro en la comunidad debemos destacar las actividades desarrolladas por Fundación Macro en pos de contribuir a la equidad social: durante el 2008 se ha trabajado en alianza con 45 organizaciones sociales entorno a cinco ejes de vital importancia: nutrición, educación, medicina social, integración y trabajo sustentable.

Los 60 ahijados que completaron su año escolar, los 55 establecimientos educativos que acompañamos, el impulso a los 100 jóvenes emprendedores y los 2000 chicos del norte argentino que pudieron acceder a su atención médica pediátrica —entre otras acciones desarrolladas a lo largo de todo el País— son las cifras que más orgullo y satisfacción nos generan.

También debemos resaltar las actividades del Grupo Macro en lo que hace a la preservación del medio ambiente, tratando de incorporar de forma constante propuestas que optimicen el uso de las energías tanto renovables como no renovables. Durante el 2008 reciclamos un 10% más de papel que en el 2007, donando un total de 41.500 kg para reciclar.

Respecto a la relación con nuestros más de 8.300 proveedores, seguimos alentando el proceso descentralizado de contratación, impulsando de esta forma el desarrollo local. Paralelamente fomentamos los procesos de mejora continua, compartiendo la responsabilidad y el compromiso por la excelencia de servicios, que en definitiva son los que llegan al cliente.

Somos conscientes de que sobre fines del 2008 comenzó un proceso de disminución de la actividad económica, que seguramente se verá acentuado durante el 2009. Pero frente a esta coyuntura desfavorable, tenemos que pensar en grande para salir de la situación. Decíamos días pasados que la Argentina requiere un plan a cincuenta años. Debemos extender el horizonte de planificación, establecer el modelo de país que deseamos, más rico y más justo, con oportunidades para todos, y para ello es necesario salir del cortoplacismo. Debemos trabajar en políticas de estado perdurables, porque de la concepción de un modelo explicitado en el tiempo, surge la confianza. La confianza de los inversores, que van a estar más propensos a destinar sus recursos a proyectos de largo plazo si el futuro es previsible, pero también la confianza de cada uno de los miembros de la comunidad, sabedores de que los esfuerzos van a ser recompensados, que valdrá la pena capacitarse y trabajar duro porque de esa manera estarán construyendo el futuro de sus hijos, en un país generoso en el que vale la pena vivir. La dirigencia argentina debe estar a la altura de este monumental trabajo a realizar, y las organizaciones como el Grupo Macro, en el marco de la Responsabilidad Social Empresaria, deben contribuir a alcanzar ese alto objetivo. Desde ya comprometemos nuestro máximo esfuerzo en esa tarea.

Imbuido del espíritu de esta propuesta, presento el informe de Responsabilidad Social Empresaria correspondiente al Ejercicio 2008.

Jorge H. Brito

ALCANCE DE ESTE INFORME

Por segundo año consecutivo, estamos presentando nuestro Informe de Responsabilidad Social Empresaria con el objetivo de dar cuenta de lo actuado en materia de sostenibilidad en el año 2008 a nuestros grupos de interés.

Estamos convencidos de que comunicar nuestra política, nuestros programas y acciones en RSE es otra manera de cumplir con nuestra Misión de «estar cerca, siempre». Estar más cerca de nuestros clientes, accionistas, empleados, proveedores y comunidad.

Los datos contenidos en este informe se derivan de la documentación de gestión de todas y cada una de las áreas de nuestra empresa involucradas en la estrategia de sostenibilidad.

Nuestra concepción de la sostenibilidad en el negocio nos moviliza hacia la consolidación de un modelo de gestión que incorpore de manera integral la RSE en nuestras actividades.

Nos guía en todo nuestro accionar la apuesta principal por el desarrollo armónico de la Argentina. La fuerte presencia de nuestra compañía en las provincias del interior del país es la prueba más contundente de ese compromiso.

Informe RSE 2007: El inicio de nuestro proceso de reporte

En el año 2007, comenzamos con la tarea de reportar nuestro desempeño en lo que se conoce como la triple línea de resultados, la cual abarca temas económicos, sociales y ambientales.

El objetivo central de nuestro primer informe fue generar una herramienta de autoevaluación para cada área de nuestra compañía, que nos permitiese fijar metas y objetivos, tanto para el informe del año 2008 como para los subsiguientes.

Este proceso implicó el inicio de un camino que busca la mejora continua de nuestra relación con todos los grupos de interés con los que interactuamos, por medio de la generación de un diálogo constructivo que nos posibilite generar valor a nuestra actividad.

NUESTRA FILOSOFÍA

Construimos una Argentina de oportunidades, en la que invertimos gran parte de nuestros activos en la búsqueda de un país exitoso, más justo y equitativo para todos.

Esta forma de ser no se opone sino que se complementa con la búsqueda de la rentabilidad, que es la esencia de nuestro crecimiento.

Nuestra dirección puede demostrar que, con la reinversión de sus utilidades, ha logrado ampliar la red comercial, generando así nuevas fuentes de empleo.

NUESTRA MISIÓN

Como todo emprendimiento responsable que pretende progresar, nos ponemos una misión por delante; en nuestro caso, la de ser un banco líder que, a través de actividades éticas y rentables, ofrezca a nuestros empleados un ambiente de trabajo en el que puedan desarrollarse para brindar un servicio inmejorable a nuestros clientes y un sentido de responsabilidad compartida junto a nuestra comunidad, respetando los intereses de los accionistas minoritarios.

NUESTROS VALORES

Crecimiento

Creemos en el crecimiento, porque apostamos al país y estamos seguros de que un crecimiento rentable es vital para nuestra organización.

Innovación

Creemos en la innovación, porque detectamos tempranamente las oportunidades que siempre ofrecen los mercados y al instante respondemos con los productos y servicios adecuados.

Actitud de servicio

Estamos convencidos de que el conocimiento de nuestros clientes, el trato personalizado y nuestra velocidad de respuesta son y serán nuestras características distintivas.

Organización

Nos proponemos trabajar con una estructura organizativa flexible y eficiente, para llevar adelante los procesos con la tecnología adecuada y responder con agilidad a las presiones y cambios del entorno, sin perder el equilibrio.

Ambiente de trabajo

Promovemos un entorno laboral donde se estimule la responsabilidad, la ejecutividad, el compromiso, los resultados, la lealtad, la honestidad, la buena comunicación y el trabajo en equipo.

NUESTRA HISTORIA

1985

Con la compra de Macro Financiera, es cuando iniciamos nuestras actividades en el mundo de las finanzas.

1988

El Banco Central nos autoriza para funcionar como banco comercial. Desde ese momento hasta 1995, desarrollamos nuestras actividades como b anco mayorista y fuimos pioneros en ese entonces en las operatorias con títulos públicos, privados y en servicios financieros para empresas medianas y grandes.

1995

Decidimos focalizarnos en las operatorias de banca minorista en aquellas áreas del mercado de bajo nivel de bancarización, pero con alto potencial de crecimiento.

1996

Adquirimos los paquetes accionarios de bancos provinciales privatizados, pasando a manejar el Banco de Misiones, el Banco de Salta y el Banco de Jujuy en el año 1998. Estas inversiones fueron exitosas, profundizando nuestra orientación hacia la «banca minorista regional» a través de la compra de activos y pasivos del Banco del Noroeste.

1999

Participamos en la reestructuración de los bancos Almafuerte, Mayo, Israelita de Córdoba y Mendoza, incorporando, de este modo, sucursales ubicadas en el norte y centro del país. Gradualmente seguimos nuestro camino de extendernos por todo el territorio nacional.

2001

Ampliamos nuestro nivel de presencia nacional adquiriendo el Banco Bansud.

2002

Adquirimos 36 sucursales del Scotiabank Quilmes. Nos extendemos por todas las regiones del país.

2004

Adquirimos el Nuevo Banco Suquía.

2005

Adquirimos el Banco Empresario del Tucumán y el Banco del Tucumán.

Banco Tucumán
GRUPO Macro

2006

Se produjo un doble cambio: por un lado, cambiamos la denominación de Macro Bansud a Macro, que es el nombre por el que el común de la gente conoce a la entidad; por el otro, desembarcamos en la Bolsa de Nueva York donde debutamos con acciones en alza.

2007

Aumenta nuestra presencia en el interior del país debido a la fusión con el Nuevo Banco Suquía S.A. Nos convertimos en el banco líder en depósitos del país.

Suquía
GRUPO Macro

2008

Durante el 2008, se comenzó a delinear la fusión con el Nuevo Banco Bisel, trabajando en áreas operativas para poder llegar a la meta de fusión en el mes de septiembre de 2009.

Bisel
GRUPO Macro

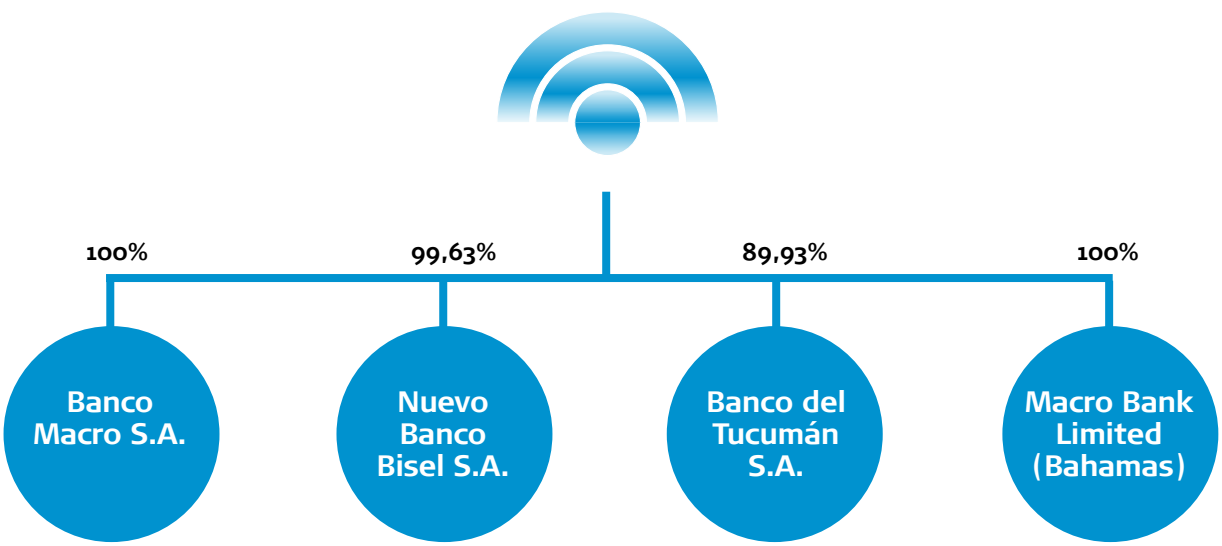
NUESTRA ORGANIZACIÓN

ESTAMOS PRESENTES A LO LARGO DE TODO EL TERRITORIO NACIONAL. CONTAMOS CON UNA RED DE DISTRIBUCIÓN CONFORMADA POR 416 SUCURSALES, LO QUE NOS CONVIERTE EN LA INSTITUCIÓN FINANCIERA MÁS AMPLIA DEL SECTOR PRIVADO ARGENTINO Y LA QUE POSEE MAYOR PRESENCIA EN EL INTERIOR DEL PAÍS.

GRUPO MACRO ES:

↘ LA INSTITUCIÓN BANCARIA QUE MÁS CRECIÓ EN EL SISTEMA DESDE LA SALIDA DE LA CONVERTIBILIDAD, SIENDO ACTUALMENTE EL ÚNICO BANCO DE CAPITALES ARGENTINOS COMPITIENDO EL LIDERAZGO DEL SISTEMA.
↘ LA MAYOR RED PRIVADA DE SUCURSALES EN EL PAÍS, FUERTEMENTE EXTENDIDA EN EL INTERIOR.
↘ LA EMPRESA ARGENTINA QUE EN 2006 SE CONVIRTIÓ EN LA PRIMERA DEL PAÍS EN COTIZAR EN EL EXTERIOR (BOLSA DE NUEVA YORK) DESDE 1997.
↘ UNO DE LOS BANCOS PRIVADOS LÍDERES TANTO EN DEPÓSITOS COMO EN PRÉSTAMOS BRINDADOS AL SECTOR PRIVADO NO FINANCIERO.

OTRAS ENTIDADES FINANCIERAS QUE CONFORMAN GRUPO MACRO:



DIRECTORIO

- Presidente Jorge Horacio Brito
- Vicepresidente Delfín Jorge Ezequiel Carballo
- Directores Titulares Jorge Pablo Brito | Juan Pablo Brito Devoto | Roberto Julio Eilbaum
  Luis Carlos Cerolini | Carlos Enrique Videla [1] | Alejandro Macfarlane [1]
  Guillermo Eduardo Stanley [1] | Constanza Brito
- Directores Suplentes Mario Eduardo Bartolomé | Ernesto Eduardo Medina | Marcos Brito
  Fernando Raúl García Pulles [2]

[1] Directores independientes / Miembros del Comité de Auditoría. [2] Director Suplente independiente / Miembro Suplente del Comité de Auditoría.

GRUPO MACRO EN NÚMEROS

Empleados (al cierre del ejercicio 2008)	7.921
Patrimonio neto al cierre del ejercicio (31/12/08).	2.817
Total depósitos (31/12/08).	15.828
Total préstamos (31/12/08).	10.893
Total de financiaciones (31/12/08).	11.254
Total activos líquidos (31/12/08).	8.136

Cifras en millones de $

Resultados	31/12/2007	31/12/2008	Variación
Ingresos financieros	1.891	3.030	60%
Intereses por préstamos	1.035	1.869	81%
Rdo. por títulos púb. y privados	489	641	31%
Préstamos garantizados	35	37	6%
Ajustes por CER y CVS + varios	332	483	45%
Egresos financieros	806	1.342	67%
Margen bruto de intermediación	1.085	1.688	56%
Cargo de incobrabilidad	95	298	214%
Ingresos netos por servicios	512	719	40%
Gastos de administración	957	1.211	27%
Resultado neto por int. financiera	545	898	65%
Utilidades y pérdidas diversas y part. de terceros	42	23	-45%
Resultado neto antes de imp. a ganancias	587	921	57%
Impuesto a las ganancias	92	261	183%
Resultado del ejercicio	495	660	33%

Cifras en millones de $

↘ LAS CALIFICACIONES QUE HAN OBTENIDO EN 2008 NUESTRAS SOCIEDADES POR PARTE DE MOODY´S Y FITCH RATINGS SON DE LAS MÁS ALTAS QUE SE ASIGNAN A LAS ENTIDADES DEL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO.

RECONOCIMIENTOS EN 2008

Premio Global Finance 2008

Por cuarto año consecutivo hemos sido distinguidos como el mejor banco de la Argentina.

En la edición de marzo de 2008, la prestigiosa revista económica y financiera norteamericana Global Finance nos ha seleccionado como el mejor banco en Argentina en su 15º informe anual acerca de la performance de los mejores bancos de los mercados emergentes, «The World's Best Emerging Market Banks», 2008.

El criterio de selección utilizado para este premio involucró la rentabilidad, el crecimiento en activos, la innovación en productos, el desarrollo de estrategias y la atención al cliente.

Primeros entre los bancos argentinos en estrategia de negocios

Hemos conquistado el primer lugar entre los bancos y el segundo lugar entre la totalidad de las empresas, en el ranking de «Most Convincing and Coherent Strategy» (más coherente y convincente estrategia de negocios) en la Argentina, dentro de la encuesta que realiza anualmente la revista británica «Euromoney», la publicación mensual más importante a nivel mundial sobre mercados globales financieros, bancarios y de capitales.

El ranking de esta revista se basa en una encuesta realizada a analistas de mercado en los principales bancos, consultoras e institutos de investigación especializados en América Latina.

PERFIL DE NUESTRAS OPERACIONES

Somos una organización financiera de capitales argentinos, motor de desarrollo en las regiones donde estamos presentes, que respeta las particularidades culturales y se compromete con el bienestar de la comunidad.

Con más de 400 sedes, somos el banco privado con mayor cantidad de sucursales a lo largo de todo el territorio nacional a lo que hay que sumarles los 803 cajeros automáticos que poseemos. Estamos presentes desde La Quiaca hasta Ushuaia.

↘ CRECER Y EXPANDIRNOS FUE Y ES UN OBJETIVO CONSTANTE

↘ Cantidad de sucursales del Grupo Macro por provincia

BANCA INDIVIDUOS

«A TRAVÉS DE NUESTRA CARTERA DE PRODUCTOS BUSCAMOS QUE NUESTROS CLIENTES PUEDAN CONCRETAR SUS PROYECTOS. CONTAMOS CON PLANES MUY COMPETITIVOS PARA QUE EL FINANCIAMIENTO NO SE CONVIERTA EN UN IMPEDIMENTO PARA CRECER». Francisco Muro, Gerente de Banca Individuos

Ofrecemos servicios financieros de alta calidad para que diversos actores de la sociedad accedan a una mejor calidad de vida.
↘ Préstamos ↘ Cuentas ↘ Tarjetas ↘ Seguros ↘ Plan Sueldo

La inclusión bancaria de los sectores de menores ingresos laborales es una de nuestras mayores responsabilidades. Otorgamos créditos para:
↘ Desarrollo personal ↘ Gastos ↘ Automóviles

Jubilados

Tenemos la política de acceso al crédito para el sector pasivo más competitiva del mercado. A través de Macro los jubilados de nuestro país acceden a oportunidades de crédito en condiciones altamente ventajosas, que además tienen un impacto multiplicador en el entorno social de los beneficiarios.

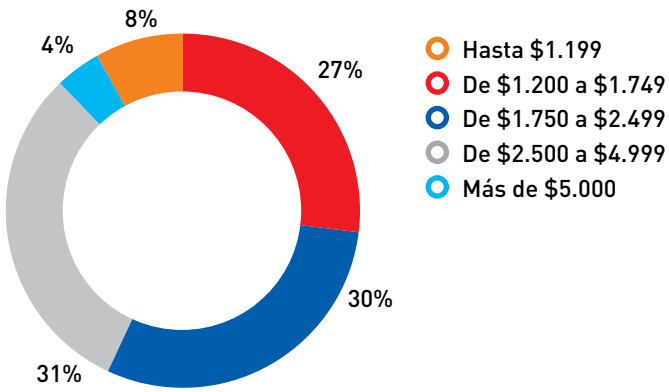
El Grupo Macro ha atendido en 2008 a 126.077 jubilados, colocando en préstamos a sola firma por $365,7 MM, lo que representa un préstamo promedio de $2.900.

↘ Jubilaciones anticipadas

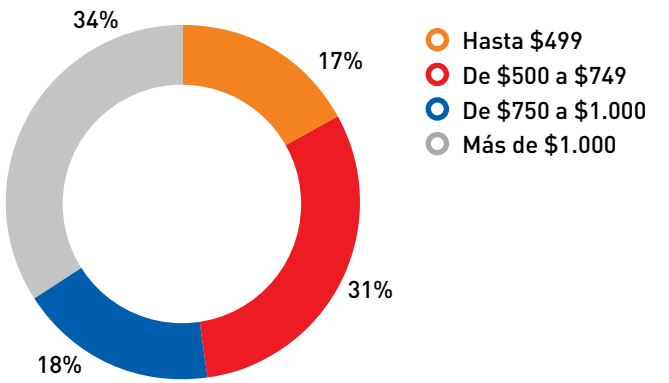
La línea se implementó en Banco Tucumán Grupo Macro, y ha ayudado a que 8.378 potenciales jubilados accedan a su jubilación a través de un préstamo para cubrir la falta de aportes por una suma de $8,6 MM.

2.069.233 CLIENTES

Colocación de préstamos personales por rango acreditación
Plan sueldo



Colocación de préstamos personales por rango acreditación
Jubilados



Tarjeta social

Este sistema de tarjeta social lo ofrecemos en las provincias del NOA (Salta y Tucumán) a 68.324 beneficiarios de planes sociales.

El principal objetivo es reemplazar la actual entrega de bolsones alimentarios entregados por los diferentes municipios, por una tarjeta social con la que todos los beneficiarios de este programa puedan realizar las compras de sus alimentos en los comercios habilitados por el gobierno. Se busca darle mayor transparencia y efectividad a la ayuda social.

Una de las ventajas de este programa es que logra bancarizar a los segmentos más postergados de estas poblaciones.

↘ EN 2008 HAN SIDO DISTRIBUIDOS $2.284.000 POR EL SISTEMA DE TARJETA SOCIAL

Tarjeta recargable Siprosa

Dentro del Plan Nacional de Seguridad Alimentaria desarrollado por el Ministerio de Salud Pública de la Provincia poseemos la tarjeta recargable Si.Pro. Sa. para colaborar con el Programa Nacional de Seguridad Alimentaria Abordaje Focalizado.
Cantidad de Beneficiarios: más de 16.000.

OTRAS ACCIONES DESTACADAS DEL 2008

↘ Código de descuentos municipios
Durante el 2008, Banco Macro ha realizado acuerdos de préstamos personales a través del código de descuento con los siguientes organismos:

- Municipalidad de Chimpay
- Municipalidad de Laprida
- Municipalidad de Fernández Oro
- Administración Pública de la Provincia de la Rioja.

↘ Ventas MI PC
La línea de financiación Mi PC Salteña ha permitido que 460 empleados accedan a la nueva tecnología por un valor de $1,6 MM.

↘ Campaña HP «Mejor compañero de clase»
El comienzo de clases del 2008 permitió que 2.925 alumnos renovaran o adquieran su computadora por un valor total de $7,2 MM.

↘ Seguros para educación
Asegura la continuidad escolar de los más pequeños de una familia, para que ante un imprevisto no se vea afectada su educación. Cuenta con una muy buena aceptación por parte de aquellas familias que poseen hijos en edad escolar.

↘ Seguros de pagos protegidos
Permite proteger a las personas ante un desempleo temporal involuntario o incapacidad total y permanente, contando además con un seguro de vida que cubre al titular en caso de fallecimiento. Tuvo una gran aceptación durante el 2008 por parte de nuestros clientes.

↘ Instalación de gas en Tucumán y Salta
Banco Macro y los gobiernos de las provincias de Salta y de Tucumán siguen trabajando en el Plan Provincial de Extensión de Redes y Conexiones Domiciliarias de Gas Natural. Esta línea de préstamos personales otorgó desde su inicio un valor total de $1,05 MM, que permitieron financiar 511 conexiones domiciliarias de gas natural en hogares del norte argentino.

↘ Servicio de pago a sectores sociales especiales:
En Banco Macro incluimos dentro de nuestra cartera de clientes a sectores sociales con bajo nivel de bancarización. Entre esos colectivos, se destacan:
↘ Pago de jubilaciones y pensiones: más de 6.500.000 beneficios abonados
↘ Pagos de Planes Jefas y Jefes: más de 800.000 beneficios.
↘ Pagos de salarios familiares y becas de estudio: más de 840.000 beneficios
↘ Fondo de desempleo: más de 120.000 beneficios.

BANCA EMPRESAS

«NUESTROS DESAFÍOS EN 2008 FUERON LAS PYMES, EL FOCO SE MANTUVO EN EL INTERIOR DEL PAÍS Y EL MODELO CONTINUÓ SIENDO LA DESCENTRALIZACIÓN. NUESTRO OBJETIVO FUE CONSOLIDAR ESTA FILOSOFÍA Y CONVERTIRNOS EN EL BANCO DE REFERENCIA DE LOS EMPRESARIOS, EN SU BANCO DE ELECCIÓN». Horacio Sistac, Gerente Banca Empresas

Organización del negocio: Especialistas para cada tipo de empresa

Somos un banco que cubre el 100% de los segmentos productivos y de los servicios de las empresas argentinas. Esto abarca desde la multinacional más grande del país hasta el emprendimiento personal más pequeño que pueda existir.

Poseemos un modelo de funcionamiento que nos permite descentralizar la gestión y la decisión comercial, dotando a nuestra red de sucursales de herramientas flexibles para el abordaje de todos los segmentos de clientes de manera eficiente.

Para brindar la mejor respuesta, en función de las particularidades y necesidades de cada compañía cliente, en Banco Macro segmentamos a nuestra cartera en las siguientes categorías:

↘ ***Corporativas:*** tienen un management y estructuras profesionales, en muchos casos son subsidiarias de empresas extranjeras (aunque pueden ser locales). Los requerimientos de productos que solicitan son sofisticados.

↘ ***MEGRAS:*** abarca a las medianas y grandes. Es el segmento que más creció en los últimos tiempos.

↘ ***PYMES:*** son nuestro foco principal. Este segmento se encuentra más desarrollado en el interior del país.

↘ ***Agro:*** si bien podría estar englobado en las categorías anteriores, lo hemos separado debido a la especialidad del sector. Tiene particularidades que necesitan un abordaje propio, distinto al del resto de las industrias.

↘ CONTAMOS CON NUESTRA BANCA AGRONEGOCIOS PARA ESTAR CERCA DE LOS PROTAGONISTAS DE LA ACTIVIDAD AGROPECUARIA Y PONER A DISPOSICIÓN DEL ÁREA COMERCIAL, EL MÁS COMPLETO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DISEÑADOS PARA BRINDAR SOLUCIONES CONCRETAS Y ADAPTADAS A LAS NECESIDADES DE LOS ACTORES DE ESA CADENA DE VALOR, DE ACUERDO AL CICLO PRODUCTIVO DE CADA ACTIVIDAD.

Segmento	Cantidad de empresas	Porcentaje
Corporativas	420	0,6%
Agro	13.023	19,7%
Medianas empresas	1.658	2,5%
Micro emprendimientos	27.023	40,9%
Pequeñas empresas	24.294	38,8%
Total	65.998	100%

↘ EN 2008, EL CRECIMIENTO DE ACTIVOS DE RIESGO ASCENDIÓ AL 15,7% ANUAL, TOTALIZANDO UNA CARTERA DE $6.368 MILLONES, EN TANTO QUE LOS DEPÓSITOS EMPRESARIOS ALCANZARON $3.456 MILLONES, ALGO MÁS DEL 50% DE LA EXPOSICIÓN COMERCIAL.

Apoyo a microemprendedores

emprendeXXI

Emprende XXI
Contamos con un paquete de productos y servicios que tiene por objetivo apoyar a los microemprendimientos y a las empresas de pequeña escala.

Al diseñarlo, hemos tratado de prever la mayor cantidad de necesidades que pueda tener en materia de financiamiento y de servicios financieros lo más elemental de la cadena productiva. Abarca todos los servicios crediticios y transaccionales, ofreciendo líneas de créditos en forma instantánea con mínimos requisitos para su otorgamiento, con opciones de financiamiento muy convenientes.

18,23%

FUE EL CRECIMIENTO ANUAL DE CARTERA ACTIVA DE BANCA EMPRESAS EN 2008 CON RESPECTO A 2007.

133%

EL INCREMENTO DEL STOCK DE EMPRENDE XXI EN 2008 PRESENTÓ UN INCREMENTO DEL 133% CON RESPECTO AL AÑO 2007.

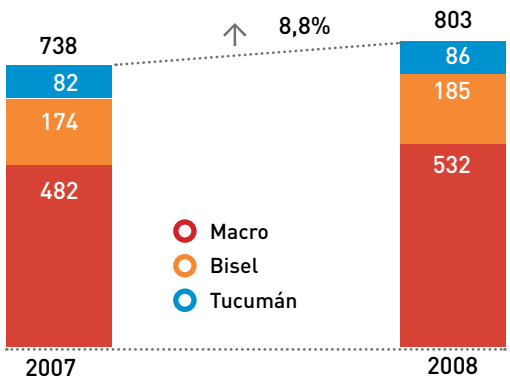
RED DE DISTRIBUCIÓN

«POR MEDIO DE NUESTRA GERENCIA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS ADMINISTRAMOS LA RED DE SUCURSALES Y AGENCIAS; CON EL OBJETIVO DE OFRECER LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL BANCO A LO LARGO Y ANCHO DEL PAÍS, CON ALTOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y ALCANZANDO TODOS LOS SEGMENTOS SOCIOECONÓMICOS A NIVEL FAMILIAS Y EMPRESAS, CONVIRTIÉNDONOS EN SOCIOS DE SUS PROYECTOS.» Brian Anthony, Gerente de Distribución y Ventas

Regiones	Sucursales Grupo Macro	Sucursales sistema financiero	Participación
NOA	82	235	35%
CENTRO	191	939	20%
NEA	35	317	11%
CUYO	15	216	7%
PATAGÓNICA	17	248	7%
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	52	1.237	4%
CIUDAD DE BUENOS AIRES	24	721	3%
TOTAL	416	3.913	11%

Fuente: Banco Macro S.A.

Evolución de la red de cajeros automáticos del Grupo Macro



Banco regional con alcance nacional

Contamos con una red de distribución conformada por 416 sucursales –la más amplia del sector privado argentino–, de las cuales 240 corresponden a Banco Macro S.A., 150 a Nuevo Banco Bisel S.A. y 26 a Banco del Tucumán S.A.

Las mismas se encuentran radicadas a lo largo de todo el país, siendo la entidad con mayor presencia en el interior de la Argentina.

El siguiente cuadro muestra la ubicación de las sucursales por regiones frente a la totalidad del sistema financiero argentino, revelando una fuerte presencia en las áreas productivas del interior del país.

Destacados 2008

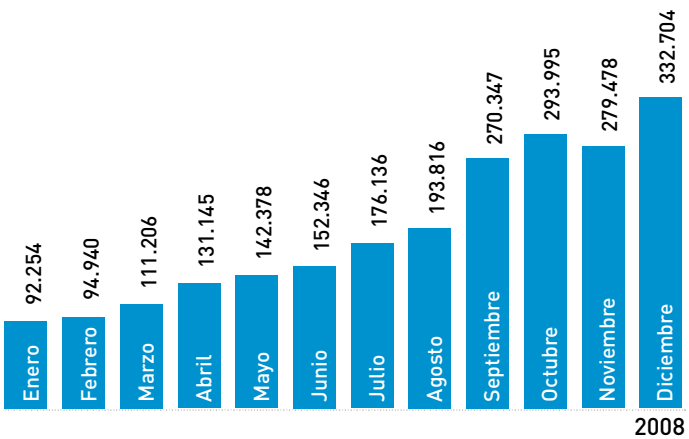
En Grupo Macro contamos con un modelo de negocio focalizado en la banca minorista atendiendo a 2,1 millones de clientes, sostenido con una sólida plataforma tecnológica.

En 2008 hemos invertido para incrementar y mejorar el funcionamiento de los cajeros automáticos de la red, los cuales con sus 803 unidades constituyen la tercera red más importante del país. Durante ese año se adquirieron e instalaron 90 nuevos cajeros, lo que significa un 11% de crecimiento con respecto al 2007.

Nuestra Red de Cajeros Automáticos sigue creciendo: sumando nuevas localizaciones, más tecnología, funcionalidades y garantizando un mayor acceso del público al sistema financiero, eliminando barreras geográficas, físicas y culturales.

Asimismo, consolidamos la plataforma tecnológica con Bisel Grupo Macro lo que nos permitió contar con una mejor red de Terminales de Autoservicio (TAS) alcanzando un total de 648 unidades.

Evolución de las transacciones en Terminales de Autoservicio Total Grupo - año 2008



↘ LA INVERSIÓN EN TERMINALES DE AUTOSERVICIO (TAS) NOS PERMITE MEJORAR EL SERVICIO PARA LOS CLIENTES CON MEJOR PREDISPOSICIÓN TECNOLÓGICA Y REDUCIR LOS TIEMPOS DE ESPERA EN LAS CAJAS PARA QUIENES PREFIEREN LA ATENCIÓN HUMANA.

RED DE DISTRIBUCIÓN

Calidad en la atención a jubilados
Otro punto a destacar es la atención especializada que brindamos a jubilados y pensionados. Delineamos un sistema de espera para que aguarden ser atendidos de una forma cómoda, con anexos especialmente diseñados para brindar mayor agilidad en su atención.

Cajeros automáticos para no videntes
Instalamos estratégicamente en las principales ciudades del país, más de 100 cajeros automáticos especialmente equipados para ser operados por personas que padecen dificultades visuales severas.

Este nuevo servicio cuenta con tecnología de última generación y su software permite operar a las personas con problemas en la vista, ya que cuenta con un teclado sensible al tacto con los números en relieve y tiene además un sistema que incorpora las instrucciones a través de una grabación que va guiando al cliente con una pantalla mucho más iluminada.

↘ EN 2008 INCORPORAMOS TECNOLOGÍA A 112 CAJEROS AUTOMÁTICOS QUE PERMITEN OPERAR EN LA RED A PERSONAS NO VIDENTES. TENEMOS PLANIFICADO SUMAR UNOS 100 MÁS EN EL AÑO 2009.

ALCANCE GEOGRÁFICO AMPLIO

EN GRUPO MACRO NOS DESTACAMOS POR TENER UNA RED DE SUCURSALES CON UN ALCANCE GEOGRÁFICO AMPLIO, QUE NOS PERMITE BRINDAR SERVICIOS BANCARIOS A FAMILIAS Y EMPRESAS DE LOCALIDADES PEQUEÑAS.

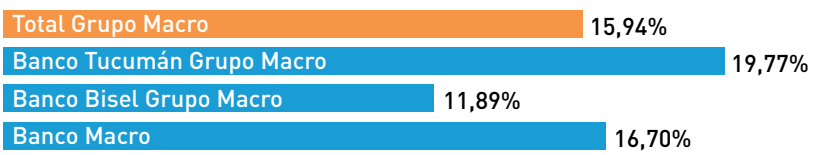
Presencia en lugares alejados

La distribución geográfica de algunas de nuestras sucursales adquiere relevancia en función del valor social que poseen al encontrarse en lugares no considerados por otras organizaciones. De hecho, tenemos presencia en localidades de bajo potencial de negocios, siendo a veces la única alternativa para la operatoria transaccional y la cobertura de necesidades financieras fuera de los grandes centros urbanos.

↘ TENEMOS PRESENCIA ÚNICA EN 65 LOCALIDADES DEL PAÍS.

↘ EN 55 LOCALIDADES COMPARTIMOS PRESENCIA CON SÓLO UNA ENTIDAD BANCARIA.

Grado de avance de la renovación de cajeros con la incorporación del nuevo dispositivo



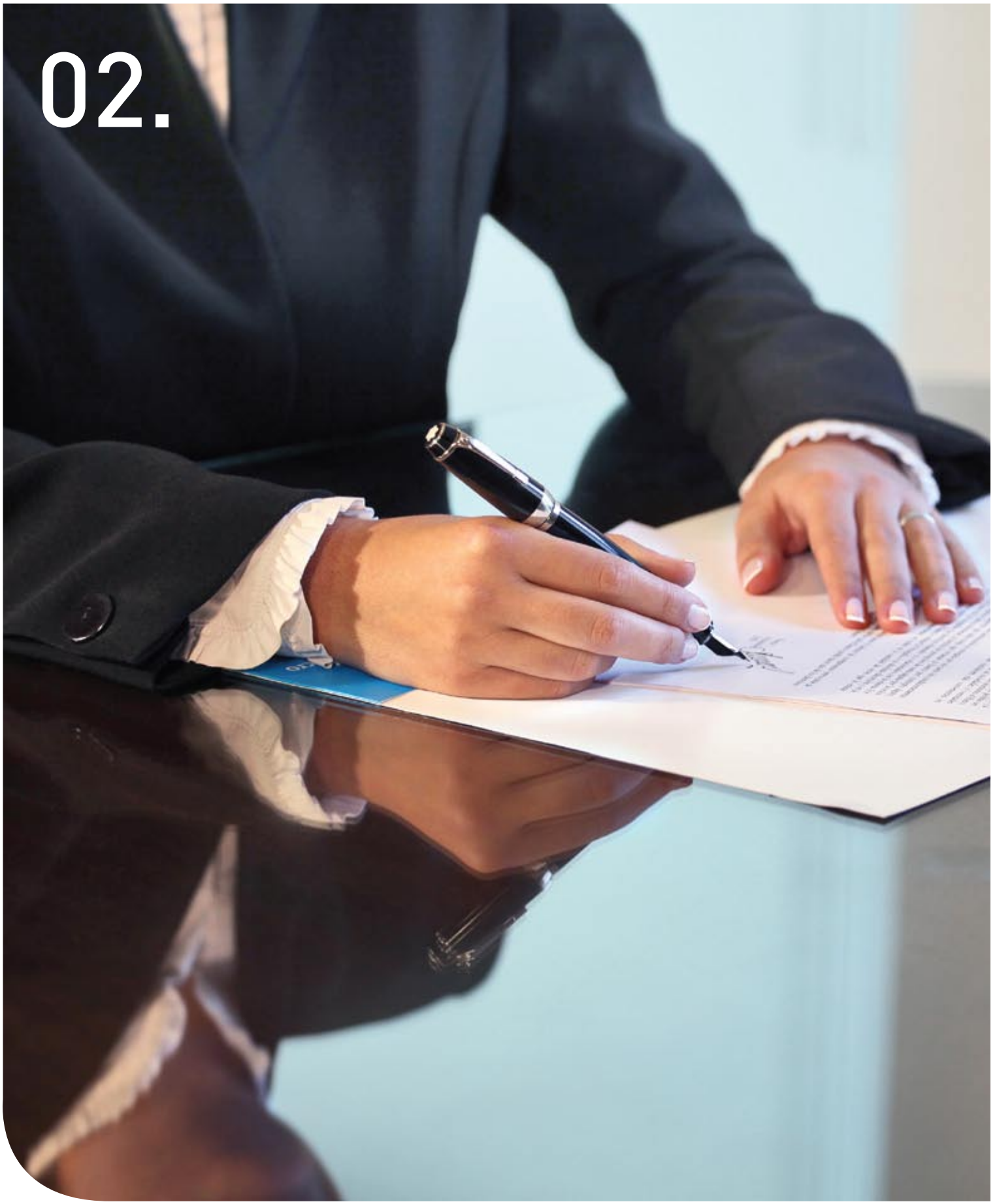
(% de cajeros con la funcionalidad sobre el total)

Presencia de sucursales por tipo de localidad

Tipo de localidades	# Sucursales bancarias	Sistema financiero	Grupo Macro
Grandes centros urbanos	más de 10	48,4%	40,6%
Ciudades medianas y grandes	de 6 a 10	13,0%	10,3%
Ciudades pequeñas	de 3 a 5	15,0%	20,2%
Localidades menores	2	13,1%	13,2%
	1	10,5%	15,6%
Total	Total	100%	100%

Fuente: Banco Macro S.A.

Base24
Macro
Base24


02.

TRANSPARENCIA

Acorde con los lineamientos generales establecidos en las mejores prácticas sobre Gobierno Corporativo, hemos adoptado, para la organización y sus integrantes, entre otras, las siguientes políticas:

CÓDIGO DE ÉTICA

Con el objetivo de seguir fomentando los más altos niveles de integridad y profesionalidad establecimos un Código de Ética, aplicable a los directores y gerentes de primera línea. Pretendemos que se cumpla la ley aplicable, que no se cometan actos reprochables y que se acate el Código de Conducta y demás políticas y procedimientos que regulan el desempeño de cada ejecutivo. Este Código de Ética complementa el Código de Conducta implementado en el banco.

CÓDIGO DE CONDUCTA

Buscamos un ambiente de trabajo donde se estimule la responsabilidad, la ejecutividad, el compromiso, los resultados, la lealtad, la honestidad, la buena comunicación y el trabajo en equipo.

Alcanzar un lugar de trabajo agradable requiere basar las relaciones cotidianas en el respeto mutuo, la confianza y el trato cordial y sencillo, tanto entre compañeros y jefes como así también con los proveedores y los clientes, desarrollando todas las actividades con los más altos principios éticos laborales y personales.

En ese sentido, el Código de Conducta tiene como intención proveer los principios básicos para que todos los miembros del banco actúen de la misma manera y con iguales valores ante situaciones similares.

CÓDIGO DE PRÁCTICAS BANCARIAS

Nuestro banco ha sido la primera institución que adhirió a este Código, con el convencimiento de que es necesario transparentar y acrecentar nuestra relación con los clientes. Es una iniciativa de autorregulación, elaborada en conjunto por las distintas Asociaciones de bancos y entidades financieras de la República Argentina, destinada a promover las mejores prácticas bancarias en el país.

Con esta acción, buscamos diferenciarnos y lo hacemos en la calidad de servicio, en las relaciones cordiales con nuestros clientes, en tener los canales de comunicación abiertos y a disposición, en la transparencia de nuestra información, de nuestro trato y de nuestra actitud, en responder eficaz y eficientemente una consulta, un reclamo o una queja. Es decir ser realmente un banco cercano a la gente, que la conoce y la entiende.

APLICACIÓN DE NORMAS INTERNACIONALES

Al ser una empresa que cotiza sus acciones en la Bolsa de Comercio de Nueva York, debemos cumplir las disposiciones de la SEC (Comisión Nacional de Valores de los Estados Unidos) uno de cuyos requerimientos es la aplicación de la Ley Sarbanes Oxley –SOX-.

El objetivo de esta ley es aumentar la transparencia y fiabilidad de la información financiera, la profundización del concepto de ética en los negocios y fortalecer la confianza del público en el régimen de oferta pública.

Para ello, se incrementa la responsabilidad de la dirección de las sociedades en este ámbito y se promueve la revisión y sistematización de los controles internos establecidos para mitigar los riesgos asociados a la integridad y veracidad de la información de los estados financieros, incluyendo el riesgo de fraude.

En este sentido, la implantación de la Certificación SOX y el cumplimiento de sus disposiciones es una responsabilidad de toda la organización, siendo el control interno parte intrínseca de la gestión del negocio debido a la amplia variedad de riesgos existentes y su potencial impacto.

PREVENCIÓN E INVESTIGACIÓN DE FRAUDES

«PROPONEMOS UN TRATAMIENTO DINÁMICO Y EFICIENTE EN CUANTO A LA INVESTIGACIÓN Y PREVENCIÓN. NUESTRA GESTIÓN HACE FOCO EN LA COORDINACIÓN, DESTINANDO RECURSOS AL CONTROL DE FRAUDES EN FORMA EXCLUSIVA E INTEGRAL.». Gerardo Álvarez, Gerente de Seguridad y Control de Fraudes.

Nueva gerencia

El 1º de febrero de 2008 creamos la Gerencia de Prevención e Investigación de Fraudes con el objetivo de elaborar estrategias tendientes a optimizar los estándares de seguridad integral en lo que respecta a la prevención y neutralización de actividades fraudulentas.

La Gerencia cuenta con un área referente en lo que respecta a determinación de roles, distribución de tareas internas y metodología de acción para analizar y prevenir eventos fraudulentos u operaciones sospechosas.

El equipo de trabajo se conformó con analistas calificados con conocimientos específicos de seguridad, y con personal con una amplia experiencia en el negocio, logrando de esta manera un equilibrio basado en el intercambio de opiniones tendiente al correcto análisis e interpretación de los casos presentados.

Su función primordial es fortalecer los derechos de los clientes, preservando la transparencia y seguridad en sus operaciones, por medio de:

- *Prevención:* está relacionada con la detección de potenciales actividades fraudulentas. Capacitamos al personal del banco en reconocer e identificar rápidamente diferentes operatorias de riesgo. También tenemos un sistema de alerta temprana, basado en la familiarización de las conductas delictivas.
- *Investigación:* está vinculada a los casos de fraudes consumados contra el banco. Obtiene elementos de prueba concretos que apuntalen la persecución penal de los autores de tales hechos a fin de desalentar futuras acciones fraudulentas.

Políticas implementadas en 2008

Realizamos una revisión y mejora de los procedimientos internos vigentes en aquellos casos en los que se detectó la necesidad de adecuar los mismos para minimizar eventuales fraudes.

Pusimos en práctica una búsqueda y evaluación de herramientas internas y externas a nivel sistemas (software) para la prevención de fraudes.

Organizamos talleres de prevención sobre fraudes bancarios con el objetivo de:

- Prevenir el riesgo operativo y reputacional, salvaguardando la integridad del banco y su imagen corporativa.
- Estimular conductas preventivas, evitando situaciones que atenten contra la rentabilidad del banco y la relación comercial con sus clientes.
- Compartir con los asistentes las últimas modalidades delictivas existentes en el mercado y exponer casos testigos.

OBJETIVOS A FUTURO

- ELABORAR UNA GUÍA CONCEPTUAL ACTUALIZADA PARA LA PREVENCIÓN DE FRAUDES.
- OPTIMIZAR LA HERRAMIENTA ACTUAL DE ADMINISTRACIÓN DE EVENTOS FRAUDULENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE ESTADÍSTICAS CUALI-CUANTITATIVAS.

PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO

«TENEMOS LA FIRME INTENCIÓN DE CONTRIBUIR A LA PRESERVACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO DE LOS USOS FRAUDULENTOS DE LAS ORGANIZACIONES DELICTIVAS, ENMARCANDO NUESTRO ACCIONAR EN EL COMBATE DEL LAVADO DE DINERO PROVENIENTE DE ACTIVIDADES ILÍCITAS Y/O DEL FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO.» Alfredo Cobos, Jefe de Prevención De lavado de Dinero.

Política clara contra las actividades ilícitas

En Banco Macro desempeñamos un papel activo en la lucha contra el lavado de dinero proveniente de actividades ilícitas y la financiación del terrorismo, cumpliendo con la legislación y regulaciones nacionales e internacionales relativas a ellas, y adoptando políticas y procedimientos internos adecuados para su prevención

Prácticas de prevención

Las prácticas de prevención que utilizamos tienen como objetivo reducir o eliminar los riesgos de que los servicios de nuestra entidad sean aprovechados para encubrir operaciones ilegales. Ellos están dirigidos a:

Nuestra organización:

↘ Definimos una estructura de control estableciendo funciones y responsabilidades.

↘ Establecimos revisiones y auditorías periódicas e independientes, enfocadas a evaluar el programa y el cumplimiento de las leyes, regulaciones y reglamentaciones vigentes.

↘ Facilitamos el reconocimiento y denuncia de actividades sospechosas y operaciones que puedan guardar relación con el lavado de dinero y la financiación del terrorismo.

Nuestros empleados:

↘ Establecimos pautas de «Conozca al Empleado» que aseguren sistemas adecuados de preselección y contratación de personal.

↘ Adoptamos un programa formal y permanente de capacitación, entrenamiento y actualización de nuestros colaboradores.

Nuestros clientes:

↘ Conocimiento del cliente: realizamos todos los esfuerzos que resulten necesarios a fin de comprobar la identidad de los clientes, y determinar el legítimo origen de los fondos aplicados.

↘ Monitoreo de las transacciones: verificamos la existencia de una relación coherente entre la actividad económica declarada por el cliente con los movimientos de fondos realizados y los servicios financieros demandados.

En este sentido, poseemos una herramienta informática especializada para la administración, control y análisis de los desvíos detectados, conocida bajo el nombre de «SOS» (sistema de detección de operaciones sospechosas».

Por otra parte, de la aplicación de controles relacionados con la financiación del terrorismo analizamos clientes homónimos que figuran en listas de terroristas provistas por los entes de contralor.

Estricto cumplimiento de las normas

Nuestra política para la Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo establece requisitos para las actividades que desarrollamos, promoviendo prácticas bancarias y financieras sólidas y seguras, de acuerdo con:

Exigencias de la legislación nacional vigente, como son:

↘ Ley 25.246 encubrimiento y lavado de activos de origen delictivo y su correspondiente reglamentación.

- Ley 26.268 sobre asociaciones ilícitas terroristas y financiación del terrorismo, extendiendo el mandato de la Unidad de Información Financiera al análisis de operaciones sospechosas de financiamiento del terrorismo.

- Resolución Nº 2 de la Unidad de Información Financiera (texto según Resolución Nº 228/07).

- Textos ordenados de prevención de lavado de dinero y otras actividades ilícitas y prevención de financiamiento del terrorismo del Banco Central de la República Argentina (texto con la última incorporación comunicación «A» 4895).

Estándares Internacionales emanados del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) e instrumentos similares reconocidos internacionalmente como:

- La Declaración de Basilea, aprobada el 28 de diciembre de 1988, por el Comité de Basilea sobre regulación y supervisión bancaria, sobre prevención de la utilización del sistema bancario para el blanqueo de fondos de origen criminal.

- Informe con 40 recomendaciones para prevenir el blanqueo de capitales del GAFI, aprobado el 6 de febrero de 1990 y actualizado en 1996.

- Las 8 recomendaciones aprobadas por el GAFI el 30 de octubre de 2001 en Washington, en las que se incorporó el tema del financiamiento del terrorismo.

- La recomendación especial IX sobre Cash Couriers del GAFI, del 22 de octubre de 2004.

OBJETIVO 2009

Nuestra compañía se compromete a adherir al Pacto Global de las Naciones Unidas en 2009. Sus principios derivan de las principales convenciones, declaraciones y tratados proclamados internacionalmente como la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Convención de Naciones Unidas contra la Corrupción y la Declaración de Río sobre Ambiente y Desarrollo.

Para obtener más información sobre el Pacto Global, sugerimos visitar la siguiente página Web: http://www.pactoglobal.org.ar/

03.

NUESTRA GENTE

«EN BANCO MACRO SOSTENEMOS, COMO PRINCIPIO FUNDAMENTAL, QUE LA BASE DEL CRECIMIENTO ES EL EQUIPO HUMANO QUE LO INTEGRA. POR ESO, LA VERDADERA SATISFACCIÓN DE QUIENES TRABAJAN EN LA INSTITUCIÓN ES CLAVE PARA MANTENER EL CLIMA DE TRABAJO APROPIADO, QUE ESTIMULA EL COMPROMISO CON LA ENTIDAD Y A LA VEZ LES PERMITE CRECER PROFESIONALMENTE».

CONSTANZA BRITO, GERENTE RR.HH.

UN AMBIENTE DE TRABAJO ALENTADOR

Sergio Patrón Costas
Jefe de Relaciones con el Personal.

«Fomentamos los momentos que favorezcan las relaciones interpersonales de los equipos de trabajo, que la tarea diaria de todos se lleve adelante en un adecuado clima laboral».

Promovemos un ambiente de trabajo donde se estimula la responsabilidad, la ejecutividad, el compromiso, los resultados, la lealtad, la honestidad, la buena comunicación y el trabajo en equipo.

Nuestra política de empleos consiste en reunir e incorporar profesionales que compartan nuestros valores, ofreciéndoles un lugar de trabajo donde puedan desarrollar sus capacidades.

NUESTRO CAPITAL HUMANO EN NÚMEROS:

DOTACIÓN DEL GRUPO AL CIERRE DEL AÑO 2008: **7.921** EFECTIVOS

(LA DOTACIÓN DE PERSONAL SE MANTUVO CONSTANTE RESPECTO A 2007)

EDAD PROMEDIO: **42,37** AÑOS

ANTIGÜEDAD PROMEDIO: **14,92** AÑOS

EduMacro
Creciendo con vos

EDUMACRO
ES NUESTRA PLATAFORMA EDUCATIVA DE CAPACITACIÓN A DISTANCIA (E-LEARNING), QUE PERMITE EL AUTODESARROLLO Y CRECIMIENTO DE NUESTROS EMPLEADOS. FACILITA LA FORMACIÓN EN TEMAS RELACIONADOS CON LA FUNCIÓN Y LA LECTURA DE CONTENIDOS DE INTERÉS QUE CONTRIBUYEN AL DESARROLLO DE LAS HABILIDADES DE GESTIÓN.

EDUMACRO PERMITE:
- CAPACITARSE AL PROPIO RITMO DESDE EL LUGAR DE TRABAJO.
- ACCEDER A INFORMACIÓN EN UN ENTORNO DINÁMICO Y AMIGABLE.
- COMPLEMENTAR ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN PRESENCIAL.
- INTERACTUAR CON TUTORES Y OTROS PARTICIPANTES, HACIENDO DE ÉSTE, NO SÓLO UN ESPACIO. DE AUTOCAPACITACIÓN, SINO TAMBIÉN DE DIÁLOGO Y APRENDIZAJE COMPARTIDO.

CAPACITACIÓN

Andrea Cabral
Jefa de Desarrollo Organizacional.

«Las actividades regionales constituyen un pilar fundamental dentro de los programas de capacitación y su principal objetivo es aportar conocimientos y herramientas específicas, aplicables a los requerimientos y particularidades de cada región y para acompañar el desarrollo de los objetivos y negocios locales».

En 2008 llevamos a cabo programas orientados al personal para el desempeño exitoso en su puesto de trabajo, procurando acompañar la implementación de nuevos proyectos, productos y objetivos del negocio, como el Programa de Calidad.

Debemos señalar que la disposición de una herramienta práctica, como lo es el e-learning, incentiva y estimula el autodesarrollo profesional de todos nuestros colaboradores.

Formándonos para progresar: herramientas de capacitación

Brindamos la posibilidad de desarrollo a nuestros colaboradores por medio de las siguientes herramientas:

- ***E–Learning:*** Es una plataforma de capacitación interactiva a través de la cual la persona se forma a través de su PC, fijando conceptos y realizando ejercicios prácticos.

- ***Ejercitaciones:*** por medio de la plataforma se accede a ejercitación referente a programas vigentes.

- ***Talleres:*** se trata de jornadas de trabajo que buscan generar situaciones de aprendizaje a través de diferentes metodologías.

- ***Conferencias:*** son charlas presenciales y vía video conferencia para actualizarse en diferentes temáticas tales como economía, gestión, de formación de facilitadores y coaching entre otras. Bajo esta modalidad se diseñan actividades de capacitación dirigidas, programas presenciales, semi presenciales y a distancia, con el fin de desarrollar en el personal prácticas que favorezcan el logro de resultados. La actitud orientada al auto-desarrollo es un pilar fundamental en nuestro crecimiento.

Planes de capacitación regionales

Desde el área de capacitación, uno de los principales desafíos del año 2008 fue trabajar mano a mano con las distintas regiones, diseñando e implementando actividades a la medida de sus necesidades. Debido a ello, implementamos un Programa de Instructores Internos en todas las regiones en las que operamos, con el objetivo de facilitar las actividades de formación regionales, con referentes propios. De esta manera, aseguramos un plan de capacitación a medida, entrenando en las necesidades puntuales de cada lugar y a cargo de quienes después también son referentes en la gestión cotidiana.

Programa para gerentes

En 2008 desarrollamos un programa para gerentes y mandos medios en la utilización de herramientas de liderazgo, con el objetivo de mejorar los niveles de conducción y la transmisión del estilo de gestión gerencial de nuestra organización.

OPORTUNIDADES PARA EL INGRESO AL MUNDO LABORAL

Durante 2008 continuamos implementando distintos programas enfocados a la inserción laboral de los jóvenes, como Explorando el Futuro y Aprender en Verano.

Además, con la intención de incorporar futuros jóvenes profesionales realizamos visitas a universidades e instituciones terciarias de todo el país reconocidas por su calidad, presentando el Programa de Pasantías para Alumnos de Nivel Superior.

Programa Nacional de Pasantías

A través de éste, seleccionamos jóvenes que estén cursando regularmente carreras universitarias como Administración de Empresas, Contador Público, Economía, Comercialización, Comunicación y Relaciones Públicas. El objetivo principal del programa es brindar las oportunidades que nuestros jóvenes merecen, para que puedan aplicar y afianzar los conocimientos adquiridos en una sólida carrera laboral. Trabajamos junto a ellos integrándolos a equipos de trabajo que se caracterizan por estar compuestos por personal de gran experiencia y trayectoria dentro de la institución como así también jóvenes que han comenzado su carrera en tiempos más recientes. El resultado es una sinergia rica en prácticas e intercambios.

La evaluación constante tiene el objetivo principal de que aquellos ingresantes bajo la modalidad de pasantía sean efectivizados dentro de la institución, en un corto plazo de tiempo. Durante el 2008 fueron 156 los pasantes que pasaron a ser parte del plantel efectivo.

Programa Explorando el Futuro

Ofrecemos a los alumnos de distintas instituciones educativas, que se encuentren próximos a finalizar sus estudios secundarios la oportunidad de realizar una primera aproximación al mundo laboral a través de la realización de una pasantía como forma de favorecer la transición del ámbito escolar al laboral. El programa tiene una duración de 4 semanas, y su objetivo principal es que profesionales y estudiantes interactúen adquiriendo estos últimos conocimientos de diferentes áreas laborales dentro del banco, como así también adquirir aprendizajes vinculados con la organización, generación de acuerdos, trabajo conjunto, participación y compromiso.

Programa Aprender en Verano

Valoramos la cultura del trabajo y nos parece importante colaborar con los padres que quieren inculcar este valor en sus hijos. Por eso diseñamos un programa especial, en el cual durante un mes ofrecemos a los hijos de nuestros colaboradores la oportunidad de realizar su primera experiencia de trabajo en sucursales del banco, pudiendo tomar contacto con la actividad bancaria, conocer de cerca su funcionamiento e interactuar con los clientes. De esta manera, toman contacto con lo que es un ambiente laboral y fundamentalmente con lo que significa la responsabilidad de un trabajo.

Programa de Visita a Universidades

Con él, recorremos el país en busca de estudiantes que quieran desarrollarse y crecer junto a nosotros. Brindamos charlas institucionales, participamos en ferias y brindamos la oportunidad de que nos conozcan, con el fin proponer búsquedas que sean más convenientes en función de perfiles y carreras profesionales.

LAS INSTITUCIONES CON LAS QUE TRABAJAMOS EN ESTE PROGRAMA SON:

- UNIVERSIDAD DE MORÓN
- UNIVERSIDAD DEL C.E.M.A.
- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
- UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA - U.C.A.
- UNIVERSIDAD ARGENTINA DE LA EMPRESA (U.A.D.E.)
- INSTITUTO UNIVERSITARIO AERONÁUTICO
- UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES
- UNIVERSIDAD DEL SALVADOR
- UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
- UNIVERSIDAD DE PALERMO
- UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL (UTN)
- UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA
- UNIVERSIDAD CATÓLICA DE LA PLATA

EXPLORANDO EL FUTURO

Micaela Belén Turco
Colegio Instituto Privado Nuestra Señora del Rosario, Capital Federal.
El tutor fue Alejandro Miño, Gerente Sucursal Belgrano.

«La pasantía fue muy buena, ya que fue mi primera experiencia laboral. Es increíble todo lo que aprendés, compartiendo el trabajo diario. Fue mejor de lo que me había imaginado. Estoy por comenzar la carrera de Contador Público y me interesaba ver las tareas en la práctica. Recomiendo el Programa, fue muy gratificante».

Aprender en Verano

Marcelo y Carlos Cabral López
hijos de Laura Alicia López. Sus tutores fueron Beatriz Viviana Saltanovich (Gerente Sucursal San Pedrito) y Humberto Rubén Laurenci (Gerente Sucursal Jujuy) respectivamente.

«Conocer el mundo laboral desde adentro fue muy enriquecedor y nos va a servir mucho en el futuro. El grupo humano con el que nos encontramos hizo que la experiencia fuese mejor de lo que habíamos imaginado. Nos sentimos parte del grupo de trabajo y pudimos conocer otros ámbitos y actividades distintos a los que estamos acostumbrados».

COMUNICACIÓN INTERNA

«ESTAMOS CERCA SIEMPRE, Y MUCHO MÁS DE NUESTROS EMPLEADOS, CON QUIENES BUSCAMOS RELACIONARNOS «CARA A CARA» SUPERANDO LA BARRERA DE LOS INFORMES DE ESCRITORIO. ESCUCHARNOS E INTERCAMBIAR IDEAS E INQUIETUDES A TRAVÉS DE DIFERENTES CANALES HABILITADOS PARA TAL FIN, NOS PERMITE INVOLUCRAR A TODOS NUESTROS COLABORADORES EN LA TOMA DE MEJORES DECISIONES». Andrea Madariaga, Coordinadora de Comunicaciones Internas.

Tenemos una comunicación permanente con nuestros colaboradores con el objetivo de generar un mejor ambiente de trabajo y poder estar al tanto de las inquietudes que se presenten. Para ello contamos con las siguientes herramientas:

↘ ***Intranet:*** contienen actualizaciones periódicas en donde se puede encontrar información sobre toda la organización. A este canal lo denominamos Comunic@r.

↘ ***Revista Interna Visión:*** Refleja quiénes somos como Grupo, informa sobre nuestra gente, nuestros productos, proyectos y emprendimientos a través de las distintas secciones. Para hacer una revista más dinámica e interesante, durante el 2008 realizamos encuestas a colaboradores internos del grupo con el objetivo de relevar las apreciaciones que tenían de las secciones vigentes, cuáles valoraban más y qué otra información creían necesaria incorporar.

↘ ***Mail de Presidencia:*** Este canal permite que nuestros colaboradores puedan tener acceso a la más alta jerarquía del banco de manera directa, sin intermediarios. Creemos que este tipo de comunicación contribuye en gran medida a fortalecer la transparencia en nuestra institución.

↘ ***Contacto directo:*** Jorge Horacio Brito, junto a quienes lo acompañan desde las diferentes gerencias, recorren permanentemente las sucursales y diferentes sectores del banco, fomentando un espacio de diálogo entre los equipos de trabajo y los funcionarios.

↘ ***Carteleras en sucursales:*** Aprovechamos las oportunidades de comunicación que nos brindan nuestras instalaciones. Ubicamos nuestras carteleras en lugares estratégicos que nos permiten tener actualizados a nuestros colaboradores sobre las novedades más recientes.

↘ ***Reuniones con el Presidente del Banco:*** Son encuentros personales de colaboradores de distintas áreas con quien preside nuestra organización. Facilitan el intercambio de opiniones y permiten generar un mayor sentido de pertenencia.

↘ ***Plan de visitas a sucursales:*** en el 2008 se continuó con el plan de visitas a Sucursales en todo el país. El fin principal es escuchar personal e individualmente a cada integrante de Grupo Macro, relevar sus inquietudes y necesidades y dar respuestas, para mejorar las relaciones laborales, incentivar un clima de trabajo óptimo y estimular así su compromiso con su tarea y la institución.

↘ ***Reuniones de los niveles de mando con sus equipos de trabajo:*** Estos encuentros se realizan de manera periódica con el fin de alinear todas las políticas de nuestra empresa hacia objetivos comunes. La relación de cercanía que generan estas reuniones nos permiten disipar dudas y estimular la participación de nuestros colaboradores.

↘ ***Buzón de sugerencias:*** con la finalidad de habilitar un canal de mediación entre empleados y gerencias, durante el 2008 extendimos este medio a todos los bancos del grupo.

BENEFICIOS PARA EL PERSONAL

Estamos cerca de nuestra gente y valoramos el compromiso que asumen día a día con la institución. Por eso estamos presentes, acompañando a los colaboradores ante cualquier eventualidad que pueda surgir en su vida cotidiana: casos críticos, asistencia social o enfermedades prolongadas que pueda necesitar enfrentar cualquier miembro de nuestra entidad. Una muestra de esta actitud es la planificación y búsqueda conjunta de alternativas y soluciones más convenientes. No encasillamos nuestro apoyo en programas rígidos y estancos, sino que priorizamos la herramienta del diálogo y trato directo para resolver a fondo cada problemática y acompañar a aquellos que permitan que el banco sea más grande cada día.

PREMIO MACRO DESTACA

UNO DE LOS LANZAMIENTOS QUE FORMARON PARTE DEL PLAN DE CALIDAD, FUE EL PREMIO **«MACRO-DESTACA»**. A TRAVÉS DE ÉSTE, RECONOCEMOS LA ACTUACIÓN DE AQUELLOS COLABORADORES QUE SOBRESALEN Y SUPERAN EXPECTATIVAS, AGREGANDO VALOR A LA CULTURA ORGANIZACIONAL. ESTE PREMIO LO ENTREGAMOS MENSUALMENTE Y DESTACA ACTITUDES POSITIVAS COMO INNOVACIÓN, ACTITUD DE SERVICIO, ORGANIZACIÓN Y CONTRIBUCIÓN AL BUEN AMBIENTE DE TRABAJO.

Algunas acciones puntuales de colaboración:

- ***Útiles escolares:*** este beneficio alcanza a todos los colaboradores cuyos hijos (incluye adoptivos y/o a cargo) cursen sala de 3, de 4, escolaridad primaria y secundaria. Consiste en la entrega de un kit de útiles escolares en el mes de marzo de cada año.

- ***Obsequios por nacimiento:*** se basa en la entrega de un obsequio conteniendo artículos para el uso del bebé. El mismo se entrega a los colaboradores que esperen el nacimiento de un hijo con un mes de antelación a la fecha informada para el parto. Este beneficio se hace extensivo a los casos de adopción.

- ***Guardería:*** es un beneficio para el personal femenino con hijos a partir de los 45 días del nacimiento y hasta el inicio de la escolaridad primaria.

- ***Campaña de vacunación antigripal:*** En forma anual desarrollamos una campaña de vacunación destinada a todos los colaboradores, la misma es gratuita y de carácter voluntario.

↘ ***Seguros de vida:*** nuestros colaboradores cuentan con un seguro colectivo de vida obligatorio, y un seguro de vida optativo.

↘ ***Beneficio por hijo discapacitado:*** consiste en un reintegro de dinero por cada hijo discapacitado sin límite de edad.

↘ ***Licencia por adopción:*** los colaboradores que adopten hijos reciben la misma licencia que quienes son padres biológicos. No nos limitamos a los días que marca la ley porque consideramos que estos padres necesitan por lo general un período de adaptación mayor.

↘ ***Club Social y Deportivo del Banco Macro:*** es un lugar de esparcimiento para todos los colaboradores del grupo. Queda en la localidad de La Reja, partido de Moreno. Dentro del plan de beneficios, en esta línea también podemos nombrar convenios con importantes clubes y gimnasios en todo el País.

↘ ***Convenios educativos con universidades e institutos terciarios:*** descuentos (dependiendo la institución) entre el 5% y el 30% para el personal del Macro y sus familiares directos en las carreras que ofrece la institución

RELACIÓN CON LOS SINDICATOS

Tenemos una apertura permanente hacia el diálogo frente a la actividad gremial. Somos una entidad que cree fuertemente en la representatividad de los trabajadores y entendemos que su existencia es fundamental para que exista una verdadera interacción que nos mejore todos los días como organización y como grupo humano.

PROTECCIÓN ANTE ACCIDENTES DE TRABAJO

Todos los empleados del banco se encuentran protegidos contra los accidentes de trabajo o enfermedades profesionales en los términos establecidos en la Ley sobre Riesgos del Trabajo.

GESTIÓN 2008 EN NÚMEROS:

↘ PASANTES:156 EFECTIVIZADOS.
↘ BÚSQUEDAS INTERNAS: 118 BÚSQUEDAS INTERNAS CUBIERTAS CON PERSONAL DEL BANCO.
↘ PROMOCIONES: MÁS DE 170 COLABORADORES PROMOVIDOS.
↘ CAPACITACIÓN (PRESENCIAL + E LEARNING): MÁS DE 121.000 HS/H.
↘ MÁS DE 25 MIL CAPACITACIONES A DISTANCIA EN LOS DIFERENTES CURSOS DISPONIBLES.
↘ PARTICIPANTES DE APRENDER EN VERANO: 48.
↘ PARTICIPANTES DE EXPLORANDO EL FUTURO: 72.
↘ INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS Y TERCIARIAS CON LAS QUE TENEMOS CONVENIO DE DESCUENTO PARA EMPLEADOS GRUPO MACRO Y FAMILIARES DEL EMPLEADO EN CUALQUIER CARRERA OFRECIDA POR LA INSTITUCIÓN: 19.
↘ DESCUENTOS (DEPENDIENDO LA INSTITUCIÓN) ENTRE EL 5% Y EL 30%.
↘ 4.415 COLABORADORES PARTICIPARON DE LA 1º ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTE INTERNO.

PASANTES: EFECTIVIZADOS

156

PROMOCIONES: COLABORADORES PROMOVIDOS

170

PARTICIPANTES EN PROGRAMAS EDUCATIVOS:

120

MÁS DE:

121.000

HORAS EN CAPACITACIÓN

COLABORADORES PARTICIPARON DE LA 1º ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTE INTERNO:

4.415

04.

«QUEREMOS TENER UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO CON NUESTROS PROVEEDORES. PARA ELLO, BUSCAMOS SOCIOS QUE ESTÉN ALINEADOS CON LOS VALORES DE NUESTRA ORGANIZACIÓN Y QUE PUEDAN BRINDAR UN SERVICIO DE CALIDAD».

MÁXIMO LANUSSE, GERENTE DE ADMINISTRACIÓN

PROVEEDORES

CANTIDAD DE PROVEEDORES 2008: **8.482**

Con respecto a nuestros proveedores, promovemos la igualdad de oportunidades y proponemos una relación duradera que se corresponde con nuestra visión empresaria: promovemos la continuidad laboral estableciendo relaciones sólidas y de confianza. Buscamos su compromiso y su progreso, incentivándolos en el camino de la ética, la responsabilidad y las normativas. La evaluación, calificación y seguimiento de ellos, junto con una fluida comunicación, son herramientas fundamentales de este proceso.

PRIVILEGIAR LO LOCAL

Nuestra filosofía de «estar cerca» tiene su correlato en nuestra política de selección de proveedores. Grupo Macro impulsa un proceso descentralizado de contratación en el que prevalece el respeto a los proveedores locales PYME de cada uno de los lugares en donde estamos presentes. De esta manera, hacemos nuestro aporte al fortalecimiento de las economías regionales dentro de nuestra área de influencia, sosteniendo un entramado de pequeñas y medianas empresas que brindan empleo a los habitantes de sus localidades.

Nuestro mapa de proveedores por región, está constituido de la siguiente manera:

Región	Cantidad Total	Activos
BUENOS AIRES Y SUR	4200	2405
LITORAL	19	18
NOA	1609	920
NEA	1013	569
CENTRO	1518	926
TUCUMÁN	14	11
TOTALES	8373	4849

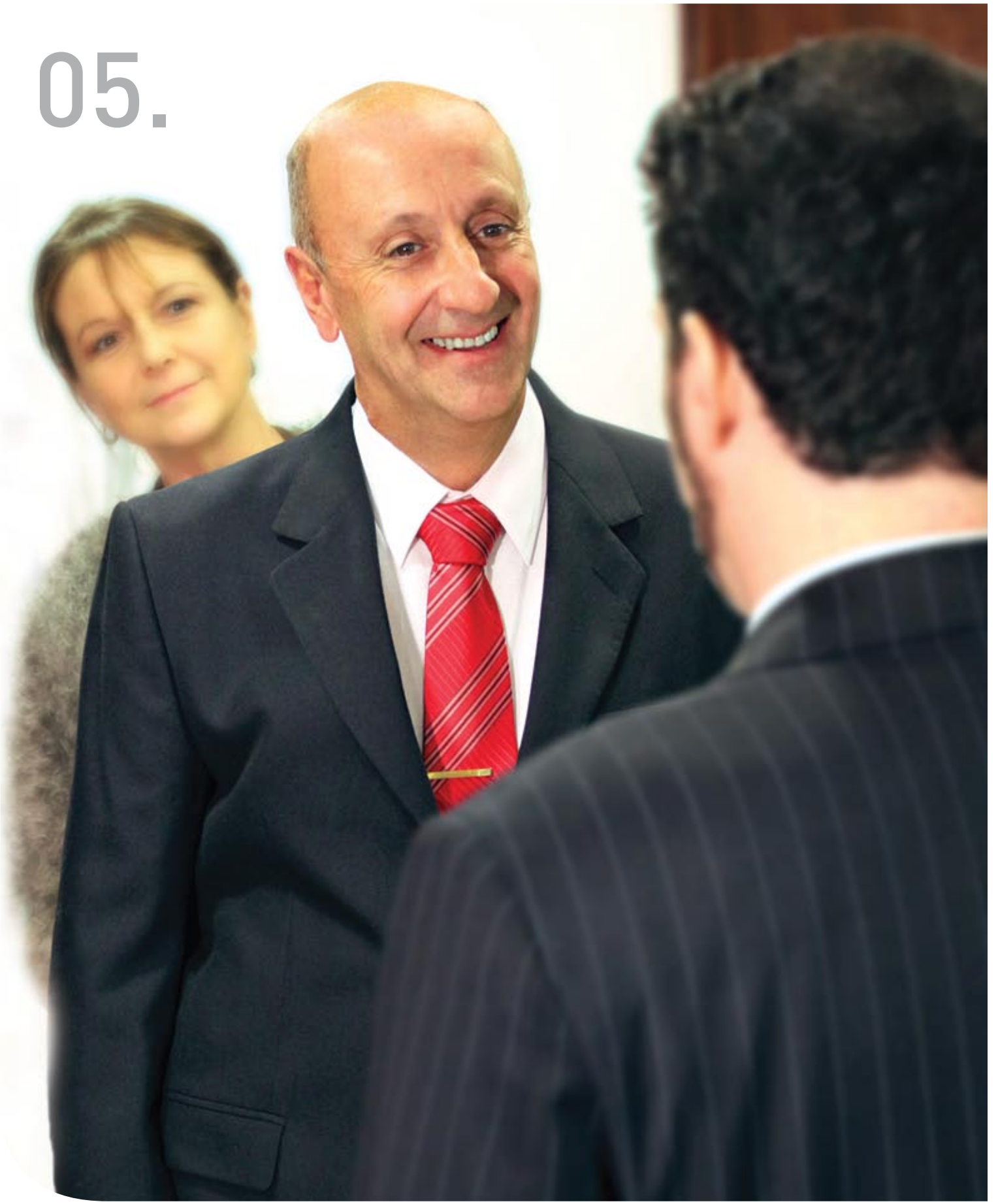
Nos esforzamos para darle mayor fluidez a nuestros canales de comunicación con la cadena de valor. Nuestros proveedores pueden agilizar el seguimiento de sus gestiones a través de la web, centros de atención telefónica y encuentros personalizados. Este diálogo nos permite conocer los niveles de satisfacción de este grupo de interés.

Trabajamos constantemente en la mejora de nuestros procesos administrativos para facilitar los procedimientos de selección y administración, y para garantizar la transparencia en el vínculo.

OBJETIVOS 2009

- Fortalecer el programa «Conozca a su proveedor». Un plan de visitas que nos posibilitará relevar capacidades y necesidades en nuestra cadena de valor.
- Promover los principios del Pacto Global entre nuestros proveedores.

05.



CLIENTES

« NUESTRA PRINCIPAL ASPIRACIÓN ES SER EL MEJOR BANCO DE CADA LOCALIDAD, LA HISTORIA DE NUESTRA EXPANSIÓN ASÍ LO CONFIRMA. NOS RIGEN LOS VALORES DEL COMPROMISO CON LOS CLIENTES, LA VOCACIÓN POR LA CALIDAD Y FUNDAMENTALMENTE, NUESTRA APUESTA POR EL EMPLEO Y EL DESARROLLO DE LA ARGENTINA».

MILAGRO MEDRANO, GERENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES

SERVICIOS CON LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA

«DESARROLLAMOS CANALES DE ATENCIÓN DE ALTA CALIDAD CON LOS CLIENTES QUE NOS PERMITEN OFRECER SERVICIOS PERSONALIZADOS Y AUTOMÁTICOS, A FIN DE CONSTRUIR RELACIONES PERDURABLES Y ALCANZAR SU MÁXIMA SATISFACCIÓN». Mónica Rusi, Gerente de Servicio al Cliente.

Ponemos énfasis constante en la búsqueda de nuevos servicios tecnológicos que nos permiten mantenernos en la vanguardia del mercado y minimizar la brecha existente entre los canales de atención y nuestros clientes. Trabajamos innovando en nuevos canales, además de la atención personalizada en sucursales.

USUARIOS ADHERIDOS A NUESTROS CANALES AUTOMÁTICOS* A DICIEMBRE DE 2008:

INDIVIDUOS:	138.020
EMPRESAS:	21.581
TOTAL USUARIOS ACTIVOS:	159.601

*El número de usuarios incluye a todos aquellos que operan por algún canal automático que requiera clave ClienteSI Servicio Integral (estos son: Home Banking, Terminales de Autoservicio, IVR, y Centro de Atención Telefónica).

Centro de Atención Telefónica

Es un servicio simple, rápido y efectivo a través del cual se pueden efectuar todas las operaciones bancarias, sin costo alguno y con la mayor seguridad. Contamos con la más alta tecnología en atención automática y con la alternativa de realizar operaciones con el asesoramiento personalizado de nuestros representantes de lunes a viernes de 7.00 a 20.00 horas.

Nuevo edificio para la atención telefónica

Estamos construyendo un nuevo edificio para la atención telefónica en la ciudad de Salta. Contará con tecnología de avanzada y ha sido diseñado con el concepto de accesibilidad para que también puedan integrarse a nuestro staff permanente de operadores, personas con movilidad reducida.

↘ EN 2008 AUMENTÓ UN 95% EL FLUJO DE LLAMADAS AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA CON RESPECTO AL AÑO 2007 PARA REALIZAR CONSULTAS, OPERACIONES Ó ADQUISICIÓN DE SERVICIOS.

Macro Banca Móvil

Permite operar sobre las cuentas bancarias a través del celular. Con Macro Banca Móvil se pueden realizar transacciones sobre las cuentas de una manera ágil, cómoda y sencilla. A través de un canal de comunicación y operación que asegura no sólo agilidad sino también una alta confidencialidad en el envío y recepción de información.

Terminales de Autoservicio (TAS)

Están ubicadas en nuestras sucursales y permiten realizar de manera rápida y segura consultas y transacciones. En la actualidad contamos con 715 TAS distribuidas a lo largo del país y próximamente implementaremos 55 terminales más, para seguir expandiendo este servicio.

Home Banking

Este servicio, desarrollado con la mejor tecnología en materia de seguridad informática, está disponible para todos los clientes del banco, permitiendo realizar operaciones y consultas las 24 horas los 365 días del año, desde cualquier lugar del mundo.

Adhesiones e-resumen
MACRO y BISEL — Situación a marzo 09

Adhesiones	
Clientes adheridos al servicio *	27,018
Clientes adheridos a cuentas	22,452
Clientes adheridos a tarjetas	6,900
Cuentas	
Cuenta corriente	7,336
Caja de ahorro	11,967
Paquetes	4,895
Tarjetas **	
Visa	5,128
Master	2,252
American Express	178

* Una adhesión puede corresponder a más de 1 producto.
**Bisel no cuenta con este servicio.

Macro Móvil

Son unidades móviles que ofrecen soluciones bancarias a lo largo del país. Cuentan con 2 cajeros automáticos, computadoras con conexión a Internet y un espacio para la atención personalizada de nuestros clientes.

↘ DURANTE EL 2008 LOS MACROMÓVILES RECORRIERON 13.000 KM. VISITANDO MÁS DE 20 DESTINOS DE LAS DIFERENTES PROVINCIAS DEL PAÍS.

Sucursales en GPS

Hemos georeferenciado nuestras sucursales para ponerlas al alcance de todos los clientes. El servicio de búsqueda es gratuito.

E–Resumen

Es un servicio que permite obtener y guardar, de forma ágil y segura los resúmenes de cuentas y tarjetas de crédito. Se puede utilizar desde cualquier computadora con acceso a Internet. E-Resumen tiene su correlato en la campaña «E-Compromiso» como parte del plan integral de la empresa para lograr la preservación del medio ambiente en base a la reducción en la utilización de papel.

e-resumen
Tu resumen por e-mail

BENEFICIOS PARA QUIENES OPERAN CON NOSOTROS

Nos interesa que nuestros clientes sientan que su fidelidad a nuestra institución es reconocida. Es por ello que diseñamos un programa de beneficios conocido como Macro Premia.

Macro Premia

Con Macro Premia las compras con tarjeta de crédito tienen beneficios exclusivos. Utilizando las tarjetas Macro Visa, Macro MasterCard y la tarjeta American Express de Macro, las compras de nuestros clientes siempre suman puntos que pueden canjear luego por una amplia gama de regalos.

FACILITAMOS LA REALIZACIÓN DE RECLAMOS

Somos una empresa transparente, no nos amparamos en la letra chica de los contratos. Le facilitamos al cliente cualquier reclamo que quiera hacer. Consideramos que un trato transparente con nuestros clientes es un requisito fundamental para una relación duradera y honesta. Es por ello que en todos nuestros canales poseemos:

↘ *Línea de transparencia:* por medio de la cual nuestros clientes pueden hacer reclamos a nivel jerárquico en nuestra institución.

↘ *Línea de defensoría:* para que nuestros clientes se puedan contactar con organismos que defienden sus derechos, como son el Portal del Cliente Bancario, Defensa del Consumidor, etc.

Herramienta para la Atención de Reclamos

Contamos con un sistema conocido como S.I.A.C. (Servicio Integral de Atención al Cliente) que nos permite monitorear los reclamos, hacer un seguimiento de los mismos, con el objetivo que sean resueltos en tiempo y forma.

Este sistema posibilita a nuestros clientes obtener un Nº de trámite y la fecha estimada de resolución, pudiendo consultar su estado a través de los distintos canales de atención de nuestra institución.

BRINDAMOS SEGURIDAD

En nuestra institución, implementamos medidas y acciones para minimizar riesgos, en sintonía con la normativa de procedimientos de la organización y aquella que regula la actividad bancaria en general.

De lo realizado en 2008 se destaca lo siguiente:

↘ *Monitoreo de sucursales por circuito cerrado de televisión a distancia:* lo hemos puesto en práctica mediante utilización de la red informática. Esta herramienta permite monitorear la totalidad de las sucursales situadas en Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires desde una base central de seguridad.

Guillermo Barbanera
Jefe de Seguridad Física.

«Nuestra Gerencia de Seguridad Física trabaja para garantizar la seguridad de las personas y bienes, tanto propios como de terceros, ubicados en las instalaciones del Banco brindando un contexto confiable».

Esta posibilidad trae aparejados múltiples beneficios derivados de la observación en tiempo real de cada sede, lo que permite una capacidad de respuesta rápida y eficaz. El monitoreo remoto que se describe, opera de manera complementaria con la instalación de alarmas conectadas con sede policial, brindando una infraestructura de seguridad sin fisuras que se ajusta a las necesidades de la organización en tal sentido.

↘ *Manual de Seguridad:* hemos redactado un Manual de Seguridad para la organización en base a la normativa vigente, usos, costumbres y experiencias obtenidas a partir del desenvolvimiento de la actividad cotidiana. Éste fue oportunamente publicado en la red interna del banco.

Sucursales autotesteadas

Con el objetivo de hacer de la prevención el control más eficiente, contamos con un programa de autotesteo de nuestras sucursales. Es una metodología de control de procesos internos y operaciones, que se implementa a través del área de auditoría, pero a diferencia de los métodos tradicionales, la ejecutan directamente los funcionarios de la sucursal. El objetivo más profundo no es el control en sí mismo, función que corresponde a la auditoría tradicional, sino garantizar el correcto funcionamiento de los procesos internos y operaciones que se hacen en la sucursal y convertir esto en una oportunidad para corregir desvíos.

60.000

EN 2008 NUESTROS CLIENTES CANJEARON MÁS DE 60.000 PREMIOS A TRAVÉS DEL PROGRAMA DE PUNTOS.

100%

EN 2008 EL 100% DE LA RED DE SUCURSALES FUE AUDITADA POR IMPLEMENTACIÓN DE AUTOTESTEO.

Seguridad en canales automáticos

Con las nuevas tecnologías han aparecido nuevas formas de fraude. Es por ello que educamos a nuestros clientes en el uso de estas herramientas. Hacemos foco en su concientización para que estén prevenidos y puedan operar con seguridad en nuestros canales. Utilizamos contenidos simples, didácticos y utilizamos un lenguaje amigable para que sepan cómo operar sin riesgos.

Nuestros consejos se orientan a la protección de identidad, la seguridad en el uso de correo electrónico, seguridad en las claves personales, seguridad en la PC y resguardo en términos más amplios. Por otro lado, hemos instrumentado la utilización de tarjetas de coordenadas para la realización de ciertas transacciones a través de Home Banking, teniendo siempre como objetivo minimizar el riesgo a la hora de operar.

Datos personales protegidos

Cumplimos con los requisitos que exige la Ley Nº 25.326 de protección de datos personales, asumiendo el carácter de responsable registrado. Por ende, están protegidos todos los datos asentados en nuestros archivos, registros, bases de datos u otros medios técnicos para el tratamiento de los mismos.

Nuevo Centro Tecnológico

Durante el 2008 inauguramos un nuevo Centro Tecnológico, base de operaciones para la gestión y administración de la totalidad del equipamiento y telecomunicaciones de la red de nuestra entidad, sobre la cual se basan las operaciones y servicios del negocio.

El edificio, ubicado en el microcentro porteño, cuenta con la última tecnología para con un alto nivel de seguridad física y lógica en forma autónoma. Dentro de sus beneficios se destacan la dotación a nuestra organización de los últimos avances en materia de seguridad, integridad y continuidad en el procesamiento de la información, así como la centralización, gestión y la administración de infraestructura tecnológica.

Cecilia Gargiulo
Coordinadora Área Calidad.

«Para nuestra compañía, la calidad se hace entre todos. Para lograrlo, fijamos objetivos claros, fomentamos el trabajo en equipo, la comunicación fluida, y la interacción permanente».

LA CLAVE DE NUESTRO NEGOCIO: UN SERVICIO BASADO EN LA CALIDAD

En el actual contexto de globalización, cada vez son mayores las similitudes entre los productos y servicios que ofrecemos las entidades financieras al mercado. Por eso, consideramos que un servicio basado en la calidad es la clave para diferenciarnos y crear valor de marca.

Plan de Calidad

En 2008 lanzamos formalmente nuestro Plan de Calidad, el cual se apoyó en cuatro etapas fundamentales: Comunicación, Actividad de Formación, Relevamiento y Diagnóstico e Indicadores de Calidad.

Las dos primeras etapas significaron la introducción de un sistema de gestión de calidad como un nuevo parámetro dentro de la cultura organizacional y la filosofía de trabajo.

Como parte del proceso de cambio, en la tercera etapa del plan realizamos la primera encuesta de satisfacción a clientes externos que nos permitió conocer el grado de satisfacción respecto de la calidad de los servicios por ellos demandados.

↘ LO QUE MÁS VALORAN NUESTROS CLIENTES EXTERNOS ES LA ATENCIÓN PERSONAL, ATRIBUTO QUE ABARCA TIEMPOS DE ESPERA, AMABILIDAD DEL PERSONAL, CAPACIDAD DE RESOLUCIÓN Y CONOCIMIENTO DE LAS OPERACIONES.

ALGUNOS DE LOS ATRIBUTOS MÁS VALORADOS POR NUESTROS CLIENTES:

↘ LA CANTIDAD DE SUCURSALES EXISTENTES.
↘ LA PREDISPOSICIÓN Y CORDIALIDAD DE LOS EMPLEADOS.
↘ LA CERCANÍA FÍSICA DEL BANCO.
↘ NUESTRA PÁGINA WEB: ES ATRACTIVA, CON BUENOS CONTENIDOS, FÁCIL DE MANEJAR Y COMPRENDER.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN A CLIENTES EXTERNOS:

↘ MÁS DE 3 MIL ENCUESTAS A CLIENTES INDIVIDUOS.
↘ MÁS DE MIL ENCUESTAS A CLIENTES EMPRESAS.
↘ OBTUVIMOS UNA PUNTUACIÓN DE 6,84 PARA CLIENTES INDIVIDUOS Y 7,81 PARA EMPRESAS, ESTANDO POR ENCIMA DE LA MEDIA DE LOS BANCOS PRIVADOS.

En conjunto, realizamos la primera encuesta de cliente interno, que nos permitió conocer aspectos de la calidad de trabajo y vínculos entre clientes y proveedores internos o externos.

4.415
COLABORADORES PARTICIPARON DE LA 1º ENCUESTA DE SATISFACCIÓN INTERNA.

También efectuamos la tercera investigación, utilizando la técnica de cliente oculto (Mistery Shopper), que nos permitió medir la imagen interna y externa que proyectan las sucursales y evaluar, a través de aspectos observables, el nivel de atención brindado desde las diferentes posiciones.

CLIENTE OCULTO EN NÚMEROS:

↘ El Mystery Shopper que realizamos en Banco Macro nos dio una valoración de 72% de los atributos evaluados, la cual significó un crecimiento de 7% con respecto al año 2007.

↘ 98 SUCURSALES FUERON VISITADAS POR MYSTERY SHOPPER.

06.

COMUNICACIÓN TRANSPARENTE

« SOMOS UN BANCO REGIONAL CON ALCANCE NACIONAL. TENEMOS UNA ESTRATEGIA INTEGRAL QUE NOS PERMITE FACILITAR EL DESARROLLO DE NEGOCIOS ATENDIENDO LAS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES PROPIAS DE CADA LUGAR, SIN PERDER AGILIDAD Y EFICIENCIA».

JULIETA MARISTAYN, JEFA DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES

Como nuestro objetivo es «ser el Banco de cada lugar», contamos con una destacada presencia en medios y eventos locales que tengan un importante arraigo en sus comunidades.

En 2008 afianzamos e incrementamos nuestras alianzas sociales, culturales y deportivas buscando fortalecer la identificación de la marca con diferentes grupos de afinidad.

↘ EN 2008 INVITAMOS A MÁS DE 6.000 CLIENTES A QUE DISFRUTEN CON SUS FAMILIAS DE EVENTOS DE GRAN CALIDAD PATROCINADOS POR NUESTRA INSTITUCIÓN. LOS MÁS DESTACADOS FUERON «EL FANTASMA DE CANTERVILLE» Y «DRÁCULA, EL MUSICAL», DE CIBRIAN MAHLER; LOS RECITALES DE LOS NOCHEROS; Y LAS ENTRADAS PARA VER LA PELÍCULA «LA LEYENDA».

A su vez, pusimos énfasis en la imagen integral del grupo por medio de la conformación de una red de sucursales homogénea en todo el país. En esa dirección, continuamos con el plan de remodelación de las mismas, dando especial importancia al tema «accesibilidad» para personas con movilidad reducida.

Eventos regionales: iniciativas de interés social

Con el objetivo de seguir apoyando el fortalecimiento regional, en 2008 apoyamos los siguientes eventos:

↘ ***Día del niño en Salta:*** organizado de forma conjunta por la Municipalidad y el Gobierno de la Provincia, en 2008 más de 30.000 niños y niñas participaron de las celebraciones.

↘ ***Martín Fierro Federal:*** hemos patrocinado la entrega de este premio en pos de seguir acompañando a los productores de televisión y artistas locales.

↘ ***Festejo Día del Estudiante:*** estuvimos presentes junto a la municipalidad en la fiesta más importante que tiene la provincia, valorando la tradición y el esfuerzo de los jóvenes jujeños. En el evento, se realizó la elección de la Reina de la Capital, y un recital de rock para 7.000 estudiantes.

↘ ***Fiesta Nacional del Inmigrante 2008:*** en el mes de septiembre apoyamos la XXIX Fiesta Nacional del Inmigrante realizada en el Parque de las Naciones de la localidad de Oberá. Este tradicional evento se destaca por presentar los mejores platos en las casas típicas de cada colectividad, además de los festivales de danzas, recitales y la elección de la reina. En su última edición, reunió a más de 100.000 visitantes.

↘ ***Despedida de año:*** el sábado 27 de diciembre de 2008, Grupo Macro realizó un espectáculo con entrada libre y gratuita en el Patio Cívico del Monumento Nacional a la Bandera para despedir el año junto a toda la ciudad. El espectáculo contó con la participación de la Orquesta Sinfónica del Centenario, Camerata Clásica

Rosario, músicos invitados, el Coro del Jockey Club y el Coro de la Universidad Nacional de Rosario. Actuaron prestigiosos solistas y «Los tres tenores». La organización de este evento tuvo como objetivo principal reforzar el vínculo que nos une con la comunidad rosarina y festejar juntos la finalización del año.

↘ ***Fiesta del Queso:*** el Banco Tucumán Grupo Macro acompañó a la tradicional Fiesta del Queso en el Departamento de Tafí del Valle, donde se ofrecen variedades de queso y comidas tradicionales, acompañados por el ritmo folklórico de artistas de primer nivel. Este evento es reconocido en todo el Noroeste del país.

Apoyo al deporte

Compartimos los valores que promueve el deporte y acompañamos su realización a través del Patrocinio tanto de equipos profesionales como amateurs. En 2008 se destaca nuestro apoyo a:

↘ ***La Liga Salteña de Fútbol:*** auspiciamos, desde el año 2006, el «Torneo Anual de la Liga Salteña de Fútbol» del cual participan por zonas todos los clubes de la provincia y donde paralelamente se realizan los torneos de fútbol para veteranos, jóvenes y niños. También consideramos significativo nuestro apoyo a Club Atlético Central Norte y Centro Juventud Antoniana, también situados en la Provincia de Salta.

↘ ***7º Maratón Nacional en Rosario:*** el 22 de junio de 2008, Grupo Macro auspició la Séptima Edición del Maratón Internacional «Día de la Bandera». La misma contó con la la participación de 1000 atletas nacionales y extranjeros, que recorrieron 42 kilómetros del circuito urbano. La largada y llegada de la prueba se realizó en el emblemático Monumento Nacional a la Bandera de la ciudad

de Rosario frente a un marco de 7000 personas aproximadamente. Esta Maratón se considera una de las competencias de mayor exigencia entre las disciplinas atléticas.

↘ ***Bicicleteada sSolidaria en Misiones:*** acompañamos al Instituto Roque Gonzáles en la Bicicleteada Solidaria 2008, colaborando con la organización y la colecta de alimentos para los hogares y comedores con necesidades más urgentes en el lugar. Otro acontecimiento importante también realizado en Posadas, fue la «Barrileteada por la Vida» realizado con la Asociación Civil «Esperanza de Vida» entidad que promueve en la comunidad la donación de órganos y apoyo a pacientes trasplantados.

↘ ***Maratón Sanatorio Allende:*** hemos acompañado al Sanatorio Allende de Córdoba en el desarrollo de este evento, reforzando nuestro compromiso con la salud y la comunidad. En esta Maratón participaron todas las categorías de corredores, haciéndose presentes miles de Cordobeses.

También apoyamos diferentes disciplinas como el fútbol, básquet, automovilismo, atletismo, entre otras. Los auspicios deportivos de más visibilidad han sido el acompañamiento a los clubes de fútbol Racing, Tigre y nuestra presencia en el Rally Dakar.

NUESTRA COMUNICACIÓN EN NÚMEROS:

1.500.000

MÁS DE 1.500.000 SEGUNDOS DE PUBLICIDAD EN 72 CANALES DE TODO EL PAÍS.

58

PRESENCIA EN 58 MEDIOS GRÁFICOS DE TODO EL PAÍS.

23

PARTICIPAMOS EN 23 FERIAS REGIONALES.

14.000.000

MÁS DE 14.000.000 DE SEGUNDOS EN PUBLICIDAD RADIAL EN 184 EMISORAS.

2.720.262

PIEZAS DE MARKETING PARA NUESTROS CLIENTES.

Escuela y Medios

Cultura en los medios

En 2008 sponsoreamos el programa televisivo «Había una vez un club», realizado por el Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación de la Nación y la Productora 100 Bares. Fue dirigido por Juan José Campanella y se emitió entre los meses de noviembre y diciembre. El programa se sitúa en tres pequeñas ciudades de tres provincias argentinas: Andresito (Misiones), Sebastián El Cano (Córdoba) y Lago Puelo (Chubut). En ninguna de estas ciudades había un club. Los adolescentes, estudiantes de las escuelas secundarias de cada pueblo, recibieron como consigna de parte del Ministerio de Educación de la Nación, la creación de un club, sin ningún recurso, sólo con sus propias fuerzas de voluntad, ganas, decisión e imaginación. Las emisiones muestran obstáculos reales de todo tipo que se van presentando y cómo los chicos tienen que superarlos para llegar a su objetivo.

Dra. Roxana Morduchowicz
Directora del Programa Escuela y Medios del Ministerio de Educación de la Nación.

«Es común ver en la televisión a los adolescentes como víctimas o victimarios. Por un lado, se los muestra protagonizando hechos de violencia o noticias sobre alcoholismo y droga. Por el otro, aparecen como víctimas de abusos porque son explotados laboralmente, sexualmente o porque sufren maltratos físicos. Estos adolescentes, existen, son una realidad. Sin dudas. Pero es sólo una parte de la realidad. «Había una vez un club» muestra la otra cara de la realidad, lo que podríamos llamar «la otra juventud». En el programa, se ven otros adolescentes. Los millones de jóvenes argentinos que estudian, van a la escuela y trabajan diariamente por construir una vida mejor para ellos y su comunidad. Para concretarse este programa necesita de tres grandes actores: el Estado (a través del Ministerio de Educación), el canal de televisión (Telefe) y las empresas, sin cuyo apoyo la producción televisiva hubiese sido imposible de concretar. En este sentido, Banco Macro ha ejercido claramente su responsabilidad social en un programa de alto impacto social no sólo para las tres comunidades protagonistas, sino para los millones de adolescentes del país y para la escuela pública argentina».

Ministerio de Educación
Presidencia de la Nación

07.

COMUNIDAD

« A TRAVÉS DE NUESTRA FUNDACIÓN GESTIONAMOS LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA, APOSTANDO AL CRECIMIENTO DE LAS REGIONES, LA REVALORIZACIÓN DE NUESTRA CULTURA Y TENIENDO SIEMPRE PRESENTE QUE TANTO LOS NIÑOS COMO LOS ADOLESCENTES CONSTITUYEN EL CAPITAL MÁS IMPORTANTE DE NUESTRA SOCIEDAD».

FUNDACIÓN MACRO

Por medio de nuestra Fundación, acompañamos el crecimiento social, cultural y económico de las comunidades donde desempeñamos nuestra actividad, buscando impulsar actividades educativas y proyectos sustentables que fomenten la cultura del trabajo y la responsabilidad compartida. Un factor central en la política de relaciones con la comunidad asumida, es involucrarnos de forma directa con los distintos actores sociales con los que nos relacionamos, con el fin de generar instancias de diálogo permanente y de trabajo conjunto, que permitan lograr la sinergia necesaria para colaborar con el fortalecimiento de un país justo, solidario y equitativo.

EJES DE NUESTRO TRABAJO EN 2008

En 2008 continuamos con el proceso de profesionalización de las acciones asumidas por nuestra fundación, cuyos ejes principales han sido:

↘ *Relación con nuestros socios estratégicos:* comenzamos a trabajar de forma más articulada y participativa con las organizaciones sociales aliadas, destacando conceptos como «Alianzas», «Trabajo en red» y «Capital Social».

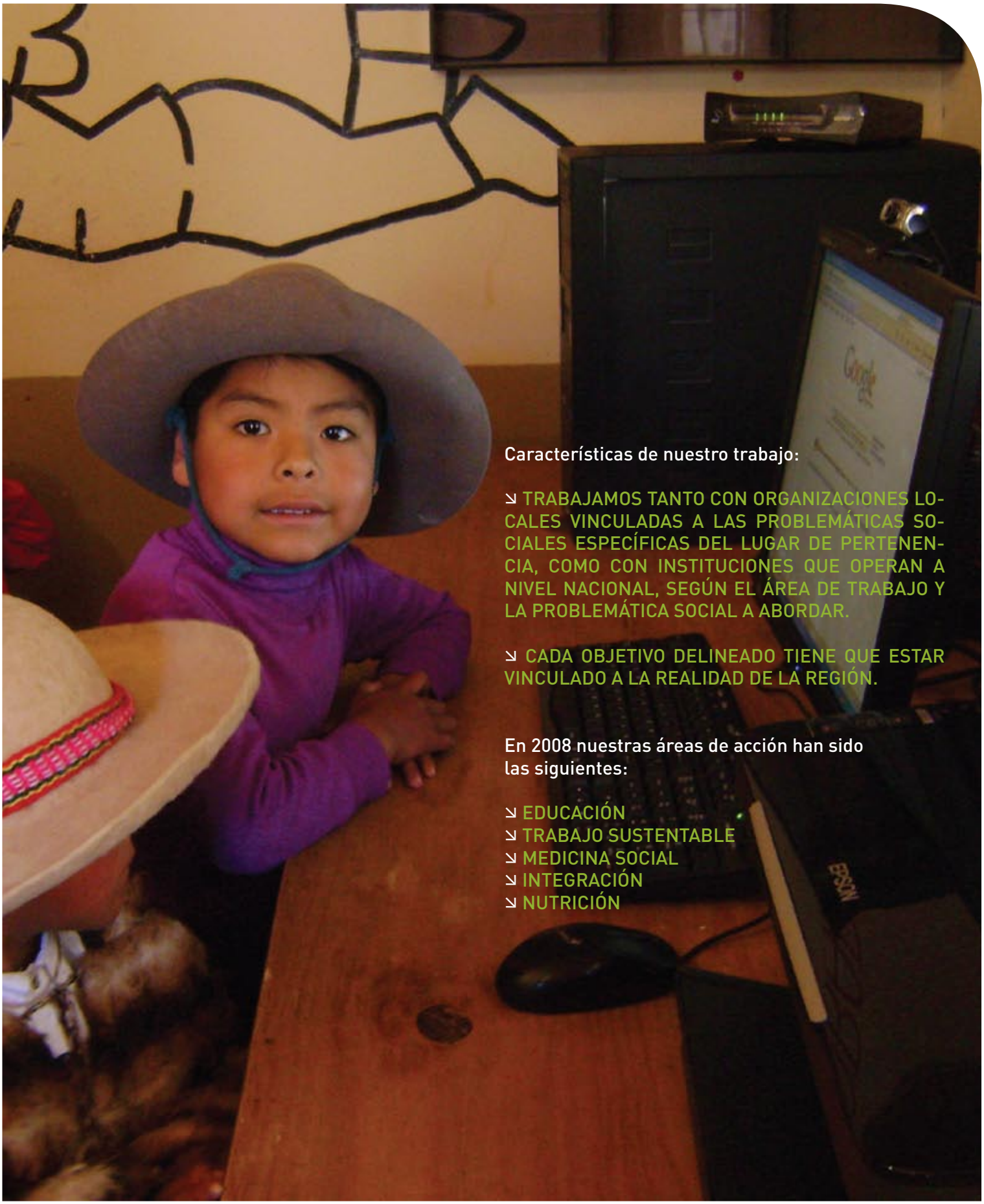
↘ *Análisis situacional y medición de impacto:* todas las propuestas asumidas por nuestra fundación tienen una forma de monitoreo y evaluación. Hemos incorporado nuevas herramientas para registrar los datos de forma sistemática y efectiva.

↘ *Rediseño de programas:* para ordenar el trabajo que realizamos con las organizaciones, trabajamos en la creación de 5 nuevos programas donde se enmarcan cada una de las alianzas asumidas.

↘ *Comunicación:* rediseñamos y actualizamos los contenidos de nuestro sitio web (sección RSE), para que sea una fuente de consulta sobre nuestras actividades.

↘ *Difusión entre clientes:* en el newsletter institucional que acompaña los resúmenes de tarjetas de crédito hemos incorporado un espacio para difundir las principales acciones de la fundación, y permitir la difusión de causas de las organizaciones sociales que apoyamos.

↘ HEMOS DUPLICADO EL NÚMERO DE ORGANIZACIONES SOCIALES ALIADAS CON RESPECTO AL AÑO 2007. EN ESTE EJERCICIO SE SUMARON 45 NUEVAS ORGANIZACIONES SOCIALES PARA «COLABORAR CON EL CRECIMIENTO SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICO DE LAS COMUNIDADES» DONDE DESARROLLAMOS ACTIVIDADES.



Características de nuestro trabajo:

↘ TRABAJAMOS TANTO CON ORGANIZACIONES LOCALES VINCULADAS A LAS PROBLEMÁTICAS SOCIALES ESPECÍFICAS DEL LUGAR DE PERTENENCIA, COMO CON INSTITUCIONES QUE OPERAN A NIVEL NACIONAL, SEGÚN EL ÁREA DE TRABAJO Y LA PROBLEMÁTICA SOCIAL A ABORDAR.

↘ CADA OBJETIVO DELINEADO TIENE QUE ESTAR VINCULADO A LA REALIDAD DE LA REGIÓN.

En 2008 nuestras áreas de acción han sido las siguientes:

↘ EDUCACIÓN
↘ TRABAJO SUSTENTABLE
↘ MEDICINA SOCIAL
↘ INTEGRACIÓN
↘ NUTRICIÓN

PROGRAMAS

Saber para ser

«Saber para Ser» es el programa que creamos para dar respuestas a los temas vinculados con la educación (inicial y media) y que centra su apoyo en padrinazgos escolares, mejora de la infraestructura en establecimientos educativos y programas complementarios a la escuela como capacitaciones extracurriculares, apoyo escolar y recreación artística. Está dirigido a alumnos cuya situación socioeconómica los pone en riesgo de deserción escolar.

Con nuestro Programa de Padrinazgos becamos a niños para cubrir sus gastos escolares durante todo el ciclo lectivo. Además, reciben acompañamiento de profesionales que realizan informes mensuales de evolución y desempeño escolar, haciendo hincapié en la comunicación y en el acompañamiento psicopedagógico del alumno. Si el desempeño cumple todas las condiciones que el programa propone, el alumno renueva la beca el año próximo. Con las instituciones aliadas compartimos criterios de selección que se basan en el mérito y las ansias de superación de cada jóven, con el objetivo de no centrarnos solamente en necesidades.

Área de acción	Fundación aliada	Campos trabajados	Región
EDUCACIÓN	Fundación Cimientos Fundación Escolares Fundación Leer Fundación ANPUY Fundación Brazos Abiertos Instituto Técnico Zona Norte Caritas San Isidro Junior Achievement	Enseñanza Básica Programas de padrinazgos Mejora en infraestructura escolar Programas complementarios Capacitación extracurriculares y apoyo escolar	Salta Jujuy Santa Fé Río Negro Misiones Córdoba Tucumán Chaco GBA

RESULTADOS 2008:

↘ 60 ahijados completaron su año escolar gracias al padrinazgo de becas sellado con diferentes instituciones.
↘ Fueron financiados 15 proyectos de refacción edilicia en escuelas EGB rurales aisladas beneficiando así a más de a 1.000 niños a través del Programa Todos por mi Escuela, realizado en alianza con Fundación Escolares.
↘ 3 mil niños de 40 jardines fueron acompañados durante su educación inicial.
↘ Más de 600 niños fueron beneficiados con el Proyecto Libro Abierto.
↘ En Córdoba, Salta y Santa Fe se dictaron Programas de «Economía personal» y «Habilidades para el Éxito» junto a Junior Achievement. Nuestros empleados, participaron en los diferentes programas educativos, brindando capacitaciones a alumnos de instituciones públicas.
↘ Más de 200 alumnos con capacidades diferentes pudieron acceder a programas de educación e integración.

Agustina Cavanagh
Directora Ejecutiva de Fundación Cimientos.

«Este trabajo conjunto se inició en 2008, brindando la posibilidad a 15 alumnos de Bariloche, Cipolletti y Rosario de continuar estudiando. Para el 2009 Fundación Macro ha decidido redoblar su esfuerzo, al duplicar la cantidad de alumnos y sumar las ciudades de San Miguel de Tucumán y San Salvador de Jujuy, además de sellar alianzas con instituciones miembros de Red Cimientos, como lo son Anpuy, en la Provincia de Salta y Brazos Abiertos en Misiones. Alianzas como ésta permiten a Fundación Cimientos seguir apostando por una Argentina justa y equitativa: hoy y ahora, más que nunca, debemos trabajar articuladamente para tener una escuela que integre, eduque y sea una experiencia significativa para todos los niños y jóvenes de la Argentina».

Patricia Mejalelaty
Directora Ejecutiva Fundación Leer

«Gracias al apoyo de Fundación Macro se está implementando el programa Proyecto Libro Abierto en instituciones educativas de las provincias de Jujuy, Salta, Tucumán y Misiones, y el programa Rincones de Lectura en Centros Comunitarios en instituciones de las provincias de Chaco y Jujuy. El proyecto propone dejar una capacidad instalada en la propia comunidad con el propósito de asegurar su sostenibilidad en el tiempo».

PROGRAMAS

«Unidos por Más» fue desarrollado en pos de mejorar la calidad de vida de las personas con capacidades diferentes, como así también de su entorno familiar y social. Los trabajos realizados en alianza con diversas organizaciones de la sociedad civil abarcan diferentes aristas: integración a través del deporte, de los emprendimientos laborales inclusivos, como así también la mejora en las prácticas de rehabilitación. Las actividades son diversas pero todas tienen un mismo objetivo: trabajar por la igualdad de derechos y oportunidades.

Andrea Benaim
Directora Ejecutiva de Fundación Baccigalupo

«Gracias al trabajo mancomunado con Fundación Macro durante 2008, logramos dar continuidad al dictado de clases deportivas en las escuelas de Buenos Aires y Mar del Plata, y dar los primeros pasos para abrir una nueva sede en Salta en el 2009».

Área de acción	Fundación aliada	Campos trabajados	Región
INTEGRACIÓN	Fundación Baccigalupo NOEA (nuevas olimpíadas especiales Argentina) Minka Fiodim	Integración a través de los deportes Integración desde actividades recreativas Emprendimientos productivos Prácticas de rehabilitación alternativas	Tucumán Buenos Alres San Juan Neuquén Mendoza Salta

↘ EN MATERIA DEPORTIVA, 2.000 CHICOS CON DISCAPACIDAD PARTICIPARON DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA FUNDACIÓN CECILIA BACCIGALUPO.

«Alimentando el Futuro» es un programa que tiene como objetivo brindar seguridad alimentaria y aportar obras de infraestructura que permitan el desarrollo de actividades sociales de la comunidad. Buscamos que los comedores elegidos se autogestionen para hacerlos sustentables en el tiempo. Para ello, trabajamos en forma asociada con la gente que concurre a los mismos. Como ejemplo podemos citar que son las propias madres las encargadas de administrar las compras de los alimentos, preparar el almuerzo diario y recibir las herramientas de capacitación que se brindan.

RESULTADOS 2008:

- Más de 5 mil niños y adolescentes recibieron diariamente su comida.
- 4 Centros nutricionales acondicionados y equipados.

Alimentando el futuro

Área de acción	Fundación aliada	Campos trabajados	Región
NUTRICIÓN	Comedor San Benito Comedor Pan de Belén Comedor Democracia Red Conin: Centro Virasoro San Juan Bosco Caritas Tucumán Caritas San Isidro	Comedores comunitarios de autogestión Supervisión nutricional Sostenimiento y capacitación en comedores y merenderos	GBA Jujuy Salta Tucumán Misiones

PROGRAMAS

Alcanzando el Futuro

Cintia Vieto
Coordinadora programa identidades productivas.

Con nuestro Programa de Identidades Productivas fomentamos la producción cultural para mejorar la calidad de vida de las distintas comunidades de nuestro país. Con él se capacitan emprendedores con capacidad de proyección e innovación en productos y procesos de identidad cultural, uniendo la práctica artesanal con el diseño y la industria.

«**Alcanzando el Futuro**» centra su eje en la creación de trabajo sustentable y tiene como destinatarios principales a los jóvenes emprendedores y los proyectos centrados en el fomento de economías regionales. El objetivo que nos proponemos es revitalizar la cultura del trabajo. La ayuda se basa en la capacitación, orientación, apoyo económico y asesoramiento empresarial.

Hasta fines de 2008 se han capacitado a *1.100 creadores en diseño*, se han dictado alrededor de *120 seminarios* por profesionales y se han hecho *4.000 prototipos* ideados en *7 provincias* de nuestro país. El programa involucra indirectamente a *10.000 personas* en un proceso inclusivo, creativo y productivo.

Área de acción	Fundación aliada	Campos trabajados	Región
TRABAJO SUSTENTABLE	Fundación Impulsar E+E (Empresarios Emprendedores) Fundación Jujuy 3000 Secretaría de Cultura de Nación: Programa identidades productivas	Apoyo a micro-emprendedores Fomento de economías regionales	Salta Tucumán Santiago del Estero Jujuy Formosa Córdoba Mendoza

RESULTADOS 2008:

↘ A través de diferentes alianzas, premiamos a 20 jóvenes emprendedores que concretaron sus proyectos generando a su vez nuevas fuentes de empleos. Estos emprendimientos están relacionados con metalurgia, gastronomía, indumentaria y artesanías.
↘ 90 artesanos jujeños provenientes de 18 municipios presentaron más de 700 creaciones, entre piezas de indumentaria, vasijas y accesorios realizados a partir de técnicas, materiales y simbologías locales, en las escalinatas del Monumento a la Independencia en Humahuaca.

Marcelo Rosenblatt
Director de Desarrollo y Comunicaciones de Fundación Impulsar.

«En el marco de la alianza que hemos iniciado con Banco Macro, y que durante 2008 permitió apoyar 9 proyectos de jóvenes emprendedores en muchas provincias de nuestro país, quiero destacar el nuevo compromiso del banco de acompañar una nueva operación de Impulsar en la provincia de Misiones. Esta nueva sede regional, la novena de Impulsar, permitirá durante 2009 capacitar en plan de negocios a más de 90 jóvenes emprendedores, iniciar por lo menos 15 nuevos proyectos y generar más de 34 nuevos empleos. El aporte del banco y la calidad de su gente que nos acompaña en este enorme desafío esta permitiendo ampliar nuestro alcance para que más jóvenes con mucho potencial puedan convertir sus ideas en negocios».

Jorge Lawson
Presidente Fundación E+E Córdoba.

«Durante el año 2008 junto a la Fundación Banco Macro hemos otorgado al Sr. Edgar Pajón un crédito que le ha permitido obtener una movilidad para el reparto de sus productos. Edgar aprendió el oficio de pastelero durante su estancia en la penitenciaría de San Martín. Ahora tiene una fábrica de alfajores de maicena artesanales y con la colaboración de las instituciones pudo ampliar la plaza de distribución de sus productos y está analizando alternativas de expansión, tales como la diversificación de su producción y la instalación de un local de venta directa al público. La capacitación y el financiamiento que le proveyeron Fundación E+E y Fundación Macro le permitieron crecer y cumplir el sueño de la empresa propia».

PROGRAMAS

Salud x sonrisas

«Salud por Sonrisas» fue diseñado para brindar apoyo en Medicina Social. Los principales campos en los cuales se trabaja a nivel nacional son: atención pediátrica en zonas rurales, educación sanitaria, apoyo a residencias transitorias para madres de niños internados, prevención del HIV sida, y salud sexual y reproductiva. Las alianzas institucionales son con todas organizaciones de primera línea, expertas en cada temática

RESULTADOS 2008:

↘ Más de 2000 niños del norte argentino tuvieron asistencia médica mediante el Tren Pediátrico ALMA, que durante el año incorporó por primera vez en su recorrido localidades rurales aisladas de la provincia de Córdoba.

↘ Se realizaron 7 giras médicas rurales con el Programa TU.JU.ME., visitando un total de 20 pueblos.

Área de acción	Fundación aliada	Campos trabajados	Región
MEDICINA SOCIAL	Tren pediátrico ALMA TU.JU.ME Cooperadora Hospital de Niños de Salta y Jujuy Fundación Proniño A.C. La Casa del Niño Fundaleu Fundamind Descida A.C. Saberes UNAM (programa de capacitación rural)	Atención pediátrica en zonas rurales Educación sanitaria Apoyo a residencias transitorias para madres de niños internados Prevención del HIV sida Salud sexual y reproductiva	Salta Jujuy Santiago del Estero Tucumán Córdoba Chaco Misiones Buenos Aires Santa Fe

Generando el cambio

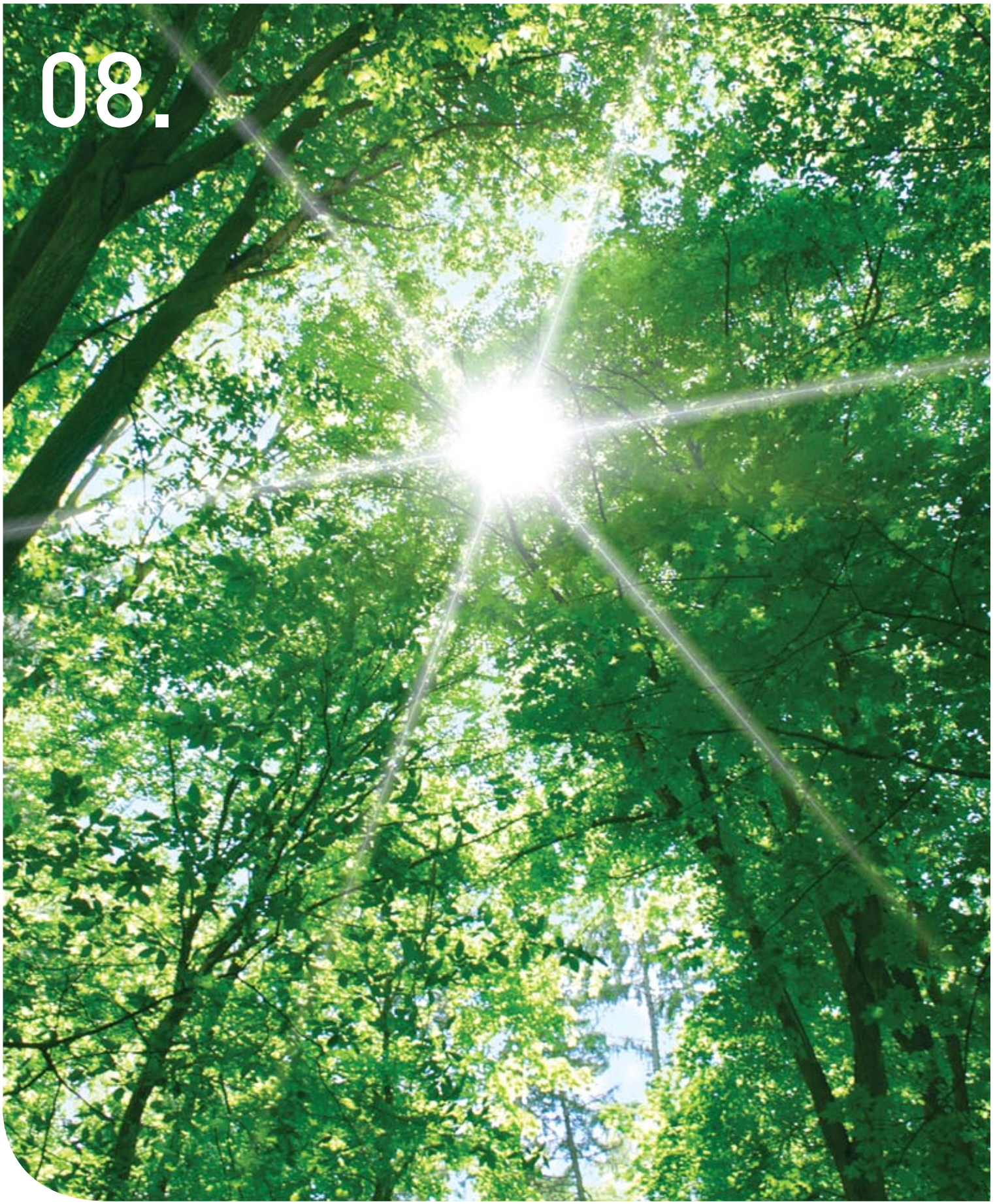
«Generando el Cambio» es nuestro Programa de Voluntariado Corporativo, a través del cual promovemos el compromiso y la participación social activa en acciones de interés comunitario. La temática del primer certamen del concurso fue abierta, de modo que se realizaron proyectos relacionados con medio ambiente, trabajo sustentable, educación, integración y asistencia social. Paralelamente en 2008 planificamos las bases para el Concurso 2009, centrándonos esta vez en el eje educativo y siguiendo las líneas rectoras de años anteriores: incorporar iniciativas que presenten aporte y esfuerzo por parte de las entidades beneficiadas, y trabajar con proyectos sustentables en el tiempo.

RESULTADOS 2008:

- 10 mil personas se beneficiaron gracias al equipo de voluntarios del banco.
- Se ejecutaron más de 30 proyectos solidarios presentados por colaboradores de todo el país.
- Los equipos solidarios estuvieron formados por más de 120 personas.

Área de acción	Fundación Aliada	Campos trabajados	Región
VOLUNTARIADO CORPORATIVO	Escuela Nº 4154 "Fray F. Victoria"	Medio ambiente	Salta
	Escuela de educación especial "J. Mermoz"	Trabajo sustentable	Jujuy
	Asociación Civil Servidores de la Tierra	Educación	Santiago del Estero
	Asociación Civil "Por los Pibes"	Integración	Chaco
	Cooperadora escuela Nº 2062	Asistencia social	Córdoba
	Jardín de infantes "San Cayetano"		Misiones
	Escuela técnica Nº1 "Ing. M. Romano"		Santa Fe
	Escuela Nº 134 "Cornelio Saavedra"		Capital Federal
	Escuela Nº 404 "D. F. Sarmiento"		GBA
	Coop. escuela "Lib. Gral. San Martín"		
	Escuela Nº 4460 de Tartagal		
	Escuela Nº 1 de La Quiaca		
	Hogar "La Providencia"		
	Fundación CEDEMIL		
	Fundación "Padre Obispo J. Novak"		
	ARENA		
	Asociación Civil "Despertar"		
	Fundación "Hogar Evangélico de Niños		
	Ciudad Aborigen "Pórtico de Andes"		
	Centro de día "Rayito de Sol"		
	Escuela EFETA Nº 7044		
	Asociación Vecinal "Copello"		
	Escuela Municipal "Villa Robles"		
	Centro Comunitario "San José Obrero"		
	Instituto Politécnico "Gral. San Martín"		
	Asociación de la Iglesia de Dios		
	Asociación Civil "Juntos"		
	Centro de Formación Profesional Nº 2		

08.



MEDIO AMBIENTE

"CREEMOS QUE EL EJERCICIO DE UNA CIUDADANÍA RESPONSABLE EXIGE EL COMPROMISO CON EL CUIDADO DEL ENTORNO EN EL QUE UNA EMPRESA OPERA. ES POR ELLO QUE ADMINISTRAMOS NUESTROS RECURSOS DE UNA MANERA EFICIENTE, EN BUSCA DE LA MEJORA CONTINUA, CON EL OBJETIVO DE MINIMIZAR EL IMPACTO AMBIENTAL DE NUESTRA ACTIVIDAD".

JOSÉ LUIS CONTINI, JEFE DE ABASTECIMIENTO, INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS GENERALES

USO RESPONSABLE DE LOS RECURSOS

LA POLÍTICA AMBIENTAL DE BANCO MACRO TIENE COMO EJE EL COMPROMISO CON ACCIONES QUE IMPLIQUEN UN USO RACIONAL DE LOS RECURSOS QUE INSUME NUESTRA OPERACIÓN.
NUESTRA SUSTENTABILIDAD ESTÁ ENFOCADA EN OPTIMIZAR TANTO EL CONSUMO DE ENERGÍA, DE AGUA Y DE PAPEL PROVENIENTES DE FUENTES RENOVABLES Y NO RENOVABLES; COMO ASÍ TAMBIÉN A PROMOVER EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES QUE INDIRECTAMENTE CONTRIBUYAN A MINIMIZAR NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL.
CREEMOS QUE CADA UNA DE ESTAS ACCIONES TIENE, A SU VEZ, UN IMPORTANTE EFECTO MULTIPLICADOR EN FUNCIÓN DE NUESTRO ROL COMO UNA DE LAS EMPRESAS MÁS IMPORTANTES DEL PAÍS.

Consumo de energía

Los programas puestos en práctica tuvieron como ejes la realización de cambios tecnológicos para mejorar nuestra eficiencia, y la modificación de políticas vinculadas con el apagado y encendido de nuestros equipos. En 2008 se destacan los siguientes resultados:

↘ Redujimos el encendido de carteles y marquesinas de la red de sucursales desde la puesta de sol hasta la hora 24. Las sucursales de Capital Federal y GBA dejaron apagados los carteles en su mayoría. Esta acción produjo un ahorro de un 60%.

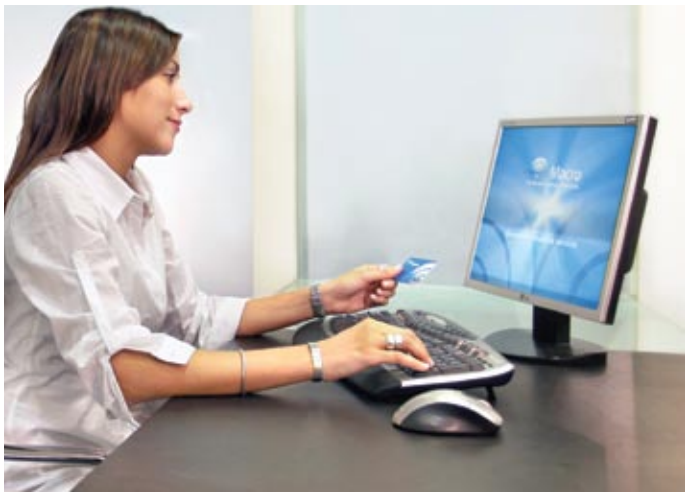
↘ Redujimos la cantidad de lámparas en las luminarias, manteniendo de igual modo un adecuado nivel de iluminación.

↘ Reemplazamos las lámparas incandescentes por lámparas de bajo consumo. Esta acción produjo un ahorro de un 60%.

↘ Estamos sustituyendo progresivamente los monitores CRT por pantallas LCD que consumen 60% menos de energía aproximadamente.

↘ Configuramos las PCs para el apagado del monitor después de 10 minutos sin uso.

↘ Realizamos una prueba piloto de instalación de temporizadores y detectores de presencia para el encendido de luces en los baños de los edificios centrales. De comprobarse su utilidad se extenderá al resto de los edificios centrales.



↘ Suplantamos los equipos centrales de aire acondicionado, por unidades más eficientes y con comando centralizado por PC, lo cual permite el encendido, apagado y ajuste de temperatura en forma individual de cada unidad interior, haciendo más eficiente el uso de la energía. Esta acción produce un ahorro de energía de un 30%.

↘ Hemos reducido la energía consumida en refrigeración por ajuste de temperatura de los equipos de aire acondicionado a 24º C.

↘ Hemos puesto en práctica el apagado de termotanques eléctricos de sucursales fuera de las horas de utilización.

↘ Hemos efectuado el reemplazo de UPS (Sistema de alimentación ininterrumpida) de Casa Central por equipos de última tecnología y alta eficiencia energética,que permiten ahorrar hasta un 40% de electricidad.

Consumo de agua

Hemos introducido cambios de infraestructura destinados a evitar un consumo excesivo del recurso. Ellas fueron:

- Instalamos en nuestros lavatorios canillas automáticas de cierre temporizado. Esta acción produce un ahorro de un 40%.

- Ahorramos agua por eliminación de torres de enfriamiento en nuestros edificios. Esta acción produjo un ahorro de 100% del agua consumida por la torre.

Consumo de papel

Pusimos en práctica campañas internas que estuvieron orientadas a la concientización tanto de nuestros empleados, como de nuestros clientes:

- Utilizamos fotocopiadoras e impresoras de última generación que ahorran papel imprimiendo doble faz. Esta acción ahorra un 30% de papel.

- En el marco de la campaña E-compromiso ofrecimos el E-resumen. Este servicio les permite a nuestros clientes obtener de forma rápida y segura los resúmenes de cuenta. Se puede hacer desde cualquier computadora, a través del e-mail, sin necesidad de consumir papel.

RECICLAJE

Nuestro papel

Continuamos con nuestro programa de reciclado que consiste en juntar todo tipo de papel en desuso y apto para el proceso de reciclado dentro de nuestra institución. Lo obtenido por este procedimiento se destina a apoyar a organizaciones de la sociedad civil. En 2008 incrementamos un 10% el volumen de papel recolectado. Llevamos reciclados desde el inicio del programa 41.508 kilogramos. Las organizaciones que han sido beneficiadas son: Cáritas, Don Orione, Granja Mi Lugar y el Hospital Infantil de Córdoba.

Manejo responsable de residuos electrónicos

En el período reportado hemos entregado por obsoletos, deteriorados, rotos o por recambio tecnológico más de 7000 kilogramos de materiales eléctricos o electrónicos provenientes de nuestra Área de Tecnología.
La empresa especializada en recuperación de residuos electrónicos Silkers S.A. lleva a cabo el retiro y transporte de los rezagos, así como la manipulación, desmontaje y separación de piezas para el posterior reciclaje de materiales y metales.

IMPACTO AMBIENTAL INDIRECTO: MENOS CO_2 A LA ATMÓSFERA

Las nuevas tecnologías digitales tienen entre sus ventajas posibilitar la disminución de los viajes del personal, por ejemplo, para realizar sus capacitaciones. Los traslados son un foco importante en organizaciones grandes que cuentan con una importante cantidad de empleados y una gran dispersión geográfica.

El uso de tecnologías alternativas para estar comunicados implica una reducción en el impacto ambiental de manera indirecta ya que se evitan, de esta manera, el consumo de combustibles y la emisión de CO_2 a la atmósfera. En este sentido, en Banco Macro impulsamos:

↘ **E-learning.** Nuestra plataforma educativa de capacitación a distancia (EduMacro) fomenta el autodesarrollo y crecimiento de nuestros empleados mediante la formación en temas relacionados con la función y la lectura de contenidos de interés que contribuyen al desarrollo de las habilidades de gestión. En 2008, se llevaron a cabo más de 25 mil capacitaciones disponibles para todos los empleados.

↘ **Videoconferencias.** Nuestro auditorio es un espacio que nos permite estar cerca de los colaboradores, favoreciendo así la comunicación desde cualquier Región a través de la videoconferencia. Está equipado con tecnología de punta y permite realizar conexiones online con las regionales NOA, NEA, Jujuy y Rosario. En 2008 hemos realizado 12 videoconferencias a las cuales asistieron 375 personas.

El presente Informe de Responsabilidad Social Empresaria fue realizado con la coordinación técnica de ComunicaRSE (www.comunicarseweb.com.ar) en conjunto con la Gerencia de Relaciones Institucionales de Macro / Área de Comunicación Institucional / Departamento de RSE.

Diseño:
DíazDesign (www.diazdesign.com)

Información de contacto:
Milagro Medrano
Gerencia de Relaciones Institucionales

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

Este informe esta impreso en papel proveniente de explotaciones forestales sostenibles, con certificación FSC y madera o fibra reciclada.

Certificado SGS-COC-04967
www.fsc.org

FSC Trademark © 1996 Forest Stewardship Council A.C.