



Macro

**Informe de
Responsabilidad
Social Empresaria
2007**





**Informe de
Responsabilidad
Social Empresaria
2007**

ÍNDICE



01

Conociéndonos

Gobierno Corporativo **10**
Historia Institucional **11**
Filosofía, misión y valores **13**
Distribución y ventas **14**



02

Cerca de la gente

Cuidando a nuestros clientes **18**
Compromiso con los
emprendedores **21**
El Banco que está siempre cerca **23**
Un mensaje responsable **28**



03

El valor de lo nuestro

Trabajo en equipo **34**
Los primeros pasos **36**
El placer de trabajar juntos **39**



04

Todos por un mismo objetivo

Proveedores y Clientes **44**



05

Equilibrio ambiental

Crecimiento responsable **48**



06

La unión hace la fuerza

Por un País más justo **52**
Educación para todos **52**
Integrándonos **55**
Creciendo juntos **58**
Por una cultura del trabajo **58**
Más ayuda, más salud **60**
Voluntarios del corazón **62**



Macro

MENSAJE DEL PRESIDENTE



Confeccionar un Informe de estas características, aún en un grupo económico-financiero como es el nuestro, no es únicamente una cuestión de cifras.

Es por eso que, con gran orgullo prologo nuestro primer Informe de Responsabilidad Social Empresaria correspondiente al ejercicio 2007, en el cual por supuesto, no solo con números claros y concretos demostramos la continua consolidación y crecimiento de Grupo Macro, sino que, además y por sobre todo, evidencia nuestra convicción e incesante tarea en procura de que la inversión social privada corresponda a un concepto más proactivo que reactivo, entendiendo que nuestras actividades deben ser rentables, y también éticas y sensitivas.

Por eso, propendemos a que la sociedad en la cual Grupo Macro está inserto -en nuestro caso la

Argentina entera- mejore su desarrollo social y cultural; porque creemos en un país de oportunidades invertimos gran parte de nuestros activos en procura de una nación exitosa, más justa y equitativa, somos responsables socialmente en nuestra comunicación, apostamos al desarrollo regional, apoyamos a la cultura y al deporte, adherimos con convicción al Código de Prácticas Bancarias, y seguimos al pie de la letra la Ley Sarbanes Oxley, aplicable a empresas cotizables en bolsa de los Estados Unidos y que tiene por objeto principal la protección del accionista.

Estamos convencidos de que la base de nuestro crecimiento es el equipo humano que compone el Grupo. Por esto, nuestra prioridad es ser un Banco líder que provea a sus empleados de un ambiente de trabajo en el que puedan desarrollarse. Para ello, generamos e incentivamos una relación de compromiso sostenido mutuo, promoviendo relaciones laborales armónicas y alineadas con los valores corporativos, con igualdad de oportunidades para todos.

La rentabilidad es la esencia de nuestro crecimiento, porque reinvertiendo nuestras utilidades es que hemos ampliado la red comercial y generamos nuevas fuentes de empleo. Producto de ello, más de 7500 empleados se esfuerzan día a día para consolidar nuestros valores: crecimiento, innovación, actitud de servicios, organización flexible y eficiente y un ambiente de trabajo que estimule la responsabilidad, la ejecutividad, el compromiso, la lealtad, la honestidad, la buena comunicación y el trabajo en equipo. Es esa convicción, también, la que nos ha llevado a convertirnos en la mayor red de la banca privada en todo el país, con nuestras más de 400 sucursales.

Somos concientes, que nuestro éxito no sirve de nada sino está enmarcado en una sociedad que también crece. Es por eso, que nuestros productos y servicios, están todos sustentados bajo la fuerte convicción de apoyar y hacer llegar la propuesta a los sectores más aislados del sector financiero: este es nuestro punto

de partida para consolidar vínculos fuertes con los clientes.

Apoyados en ese éxito y para acompañar y estimular el crecimiento social, cultural y económico de las comunidades en las cuales nos desempeñamos, Fundación Macro impulsa proyectos sustentables vinculados a cinco ejes para nosotros innegociables: nutrición, educación, medicina social, inclusión social y trabajo sustentable.

Porque creemos firmemente en la posibilidad de construir un futuro mejor, promovemos políticas que minimicen los impactos en el medio ambiente, buscando ahorros en la utilización de recursos y su mejor aprovechamiento, no sólo dentro de nuestras oficinas, sino también fuera de ellas. Por citar un ejemplo, hemos ahorrado un 10 por ciento en el consumo de energía eléctrica comparando con el ejercicio anterior.

Respecto de nuestros proveedores, alentamos la igualdad de oportunidades y aseguramos una gestión acorde con los valores que proclamamos, buscando su compromiso y su progreso con la intención de alinearlos con la ética, la responsabilidad, las normativas y los objetivos del Banco.

En cuanto a los jóvenes estudiantes, con el firme propósito de posibilitarles el desarrollo de prácticas laborales que afiancen los conocimientos adquiridos durante su carrera, el Banco ha suscripto convenios de pasantías con las universidades públicas y privadas más importantes de cada ciudad en la que desarrolla su negocio, que se suman al programa de pasantías para estudiantes de nivel secundario con la intención de que éstos tengan su primera aproximación al mundo laboral.

En esta rápida y parcializada enumeración, no puedo, por último, dejar de mencionar con orgullo nuestro padrinazgo para becas escolares en todo el país y nuestro apoyo concreto a instituciones especializadas

en la educación e integración de niños con capacidades diferentes, consecuencias directas de nuestro compromiso y de nuestra filosofía.

Quiero dejar expresado mi compromiso de seguir trabajando junto al Grupo, atravesando caminos de aprendizaje y avocándonos en la búsqueda de nuevas y mejores estrategias que nos permitan estar aún más cerca de cada uno de nuestros grupos de interés.

Con la convicción de que la Responsabilidad Social Empresaria representa el resurgimiento de valores en nuestra sociedad, y con la firme creencia de que el éxito comercial se debe alcanzar propiciando y respetando el pleno desarrollo de las personas y de las comunidades en las que se actúa, es que presento el siguiente Informe.

Jorge H. Brito



01 Conociéndonos



GOBIERNO CORPORATIVO



Presidente

Jorge Horacio Brito

Vicepresidente

Delfin Jorge Ezequiel Carballo

Directores titulares

Jorge Pablo Brito
Juan Pablo Brito Devoto
Roberto Julio Eilbaum
Luis Carlos Cerolini
Carlos Enrique Videla
Alejandro Macfarlane
Guillermo Eduardo Stanley
Constanza Brito

HISTORIA INSTITUCIONAL

Para explicar qué es hoy Macro, hay que conocer su historia. Es en 1985, con la compra de **Macro Financiera**, cuando el Banco inicia sus actividades en el mundo de las finanzas. Tres años después, el Banco Central autoriza a Macro para que pueda funcionar como Banco comercial. Desde ese momento hasta 1995, Macro desarrolla sus actividades como Banco mayorista y es pionero en ese entonces en las operatorias con títulos públicos, privados y en servicios financieros para empresas medianas y grandes.

En 1995 la crisis del “Tequila” implicó cambios sustanciales en la estrategia de negocios de Banco Macro, a partir de allí decidió focalizarse en las operatorias de banca minorista en aquellas áreas del mercado de bajo nivel de bancarización, pero con alto potencial de crecimiento. Dentro de esta estrategia, en enero de 1996 Macro adquirió paquetes accionarios de bancos provinciales privatizados, pasando a manejar el **Banco de Misiones**, el **Banco de Salta** y el **Banco de Jujuy**. Estas inversiones fueron exitosas, profundizando la orientación de Macro hacia la “banca minorista regional” a través de la compra de activos y pasivos del Banco del Noroeste. Posteriormente, participó 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 Macro seguiría su camino de extenderse por todo el territorio nacional. Sin pausa, nos acercábamos al objetivo de que se cumpliera el lema de la compañía: **“Tu Banco cerca, siempre”**.

En diciembre de 2001, Banco Macro, que ya se encontraba sólidamente posicionado en el norte del país amplió su nivel de presencia nacional adquiriendo el 60 por ciento del **Banco Bansud**. Esta última entidad estaba instalada como líder de la banca privada en el sur argentino, con una vasta trayectoria en su área de influencia y una amplia red de sucursales. Luego, los accionistas de Banco Macro y Banco Bansud decidieron la fusión de ambas entidades financieras con el objetivo estratégico de integrar una entidad con presencia en toda la república. El proceso de expansión nacional también había incluido, en agosto de 2002, la adquisición de 36 sucursales del Scotiabank Quilmes. Macro se extendía ya por todas las regiones argentinas.

Crecer y expandirse fue y es un objetivo constante del banco. Tras la fusión con Bansud y la compra del Scotiabank Quilmes, en diciembre de 2004, Macro adquirió el **Nuevo Banco Suquía**. De este modo, se logró posicionar como tercer Banco privado en términos de patrimonio neto, el cuarto en depósitos y el quinto en préstamos al sector privado. Así, quedaba conformada la mayor red privada de sucursales en el país, fuertemente extendida en el interior. Nuestro lema se cumplía: todas las regiones del país contaban con la presencia del Grupo Macro.



**CRECER Y EXPANDIRSE
FUE Y ES UN OBJETIVO
CONSTANTE DEL BANCO**



**EL GRUPO MACRO
“CONECTA” A DISTINTOS
PROTAGONISTAS DE LA VIDA
ECONÓMICA DEL PAÍS,
ARTICULA LAS DECISIONES
CENTRALES Y REGIONALES
Y ADEMÁS UNE A LOS
CLIENTES CON LA
INSTITUCIÓN, HABLANDO
EN UN MISMO IDIOMA Y UN
CÓDIGO EN COMÚN**

Pero el crecimiento siguió con ritmo. Durante el año 2005, Macro adquirió el **Banco Empresario del Tucumán** y el **Banco del Tucumán** que de esta manera quedaron integrados al Grupo Macro. Se mantuvo al Banco del Tucumán como agente financiero de la provincia, y se incorporaron las sucursales del Banco Empresario del Tucumán a Macro.

A fines de marzo de 2006, se produjo un doble cambio; por un lado, cambió su denominación de **Macro Bansud** a **Macro**, que es el nombre por el que el común de la gente conoce a la entidad. Y, por el otro, el Grupo desembarcó nada menos que en la Bolsa de Nueva York donde debutó con sus acciones en alza. Vale recordar que fue en ese entonces la primera empresa argentina en cotizar en el exterior desde 1997.

En mayo de 2006, con la adquisición del **Nuevo Banco Bisel**, el Grupo Macro termina de configurarse con su actual dimensión. En la actualidad, con más de 400 sedes, es el Banco privado con mayor cantidad de sucursales a lo largo de todo el territorio nacional a lo que hay que sumarle los 739 cajeros automáticos. Desde La Quiaca a Ushuaia, Macro está presente.

El camino que comenzara en 1985 encuentra en la actualidad a Macro como el único Banco que puede presentar 20 trimestres consecutivos de ganancia; sus utilidades crecieron un 61 por ciento, ascendiendo a 424 millones de pesos en 2006, mientras que los préstamos al sector privado crecieron más del 85 por ciento. El trabajo en equipo, el dinamismo, la fidelidad y la versatilidad, son aspectos en los que Grupo Macro pone su acento. Con el objetivo de generar las mejores soluciones para sus clientes y con un vínculo permanente con la comunidad, Macro es uno de los primeros Bancos nacionales de capitales privados. Así, Macro refuerza el compromiso de trabajar por una Argentina mejor. **Porque es un Banco que está cerca. Siempre.**

NUESTRA FILOSOFÍA

TODA ORGANIZACIÓN ES GUIADA POR SUS VALORES. SIN ELLOS, LOS EMPRENDIMIENTOS CARECEN DE SENTIDO. EN EL CASO DE MACRO, NUESTRA FILOSOFÍA SE BASA EN LA CONVICCIÓN DE CONSTRUIR 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. LA DIRECCIÓN DE GRUPO MACRO PUEDE DEMOSTRAR QUE, CON LA REINVERSIÓN DE SUS UTILIDADES, HA LOGRADO AMPLIAR LA RED COMERCIAL, GENERANDO ASÍ NUEVAS FUENTES DE EMPLEO. ESTOS VALORES SE PLASMAN EN NÚMEROS CONCRETOS PARA LA SOCIEDAD: EN LOS AÑOS 2006 Y 2007, GRUPO MACRO CREÓ UNOS 300 PUESTOS DE TRABAJO. Y ACTUALMENTE, SON 7.868 LOS EMPLEADOS QUE TIENE EL GRUPO.

NUESTRA MISIÓN

COMO TODO EMPRENDIMIENTO RESPONSABLE QUE PRETENDE PROGRESAR, NOS PONEMOS UNA MISIÓN POR DELANTE; EN NUESTRO CASO, EL 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 PARA NUESTROS CLIENTES Y UN SENTIDO DE RESPONSABILIDAD COMPARTIDA JUNTO A NUESTRA COMUNIDAD, RESPETANDO LOS INTERESES DE LOS ACCIONISTAS MINORITARIOS.

NUESTROS VALORES

PRECEDENTEMENTE HABLAMOS DE VALORES. PRECISEMOS AHORA, CUÁLES SON AQUELLOS QUE EL BANCO LLEVA INSCRIPTOS EN SU IDENTIDAD: CRECIMIENTO, INNOVACIÓN, ACTITUD DE SERVICIO, ORGANIZACIÓN Y AMBIENTE DE TRABAJO. CREEMOS EN EL CRECIMIENTO, PORQUE APOSTAMOS AL PAÍS. Y ESTAMOS SEGUROS DE QUE UN CRECIMIENTO RENTABLE ES VITAL PARA NUESTRA ORGANIZACIÓN. TAMBIÉN CREEMOS EN LA INNOVACIÓN, PORQUE DETECTAMOS TEMPRANAMENTE LAS OPORTUNIDADES QUE SIEMPRE OFRECEN LOS MERCADOS Y AL INSTANTE RESPONDEMOS CON LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ADECUADOS. LA ACTITUD DE SERVICIO ES OTRO DE NUESTROS VALORES, PORQUE ESTAMOS CONVENCIDOS DE QUE EL CONOCIMIENTO DE NUESTROS CLIENTES, EL TRATO PERSONALIZADO Y NUESTRA VELOCIDAD DE RESPUESTA, SON Y SERÁN NUESTRAS CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS.

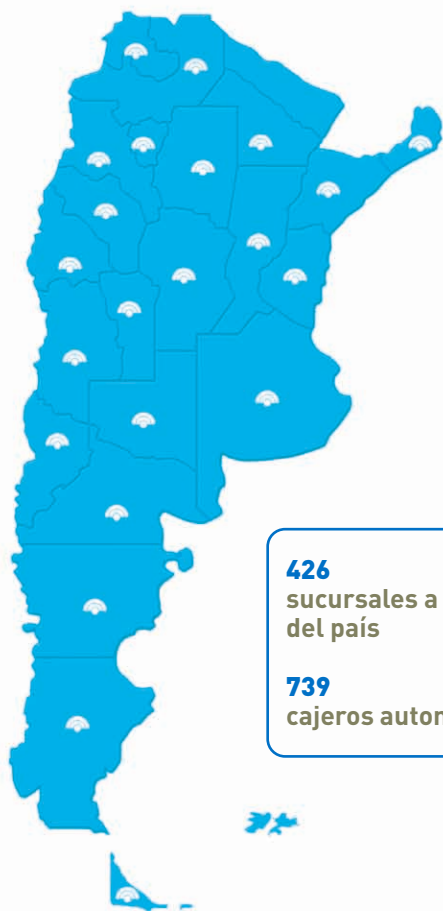
TAMBIÉN APOSTAMOS A LA ORGANIZACIÓN, PORQUE NOS PROPONEMOS TRABAJAR CON UNA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA FLEXIBLE Y EFICIENTE, PARA LLEVAR ADELANTE LOS PROCESOS CON LA TECNOLOGÍA ADECUADA, Y RESPONDER CON AGILIDAD A LAS PRESIONES Y CAMBIOS DEL ENTORNO, SIN PERDER EL EQUILIBRIO. EL FOCO SIEMPRE ESTÁ PUESTO EN LA PREVENCIÓN, SIN QUE ELLO INTERRUMPA EL DINAMISMO DE NUESTRA ESTRUCTURA. POR ÚLTIMO, EL AMBIENTE DE TRABAJO ES ESENCIAL, PORQUE 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.



DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

Cantidad de sucursales y distribución geográfica. La mayor red de sucursales del sector bancario privado en la Argentina. **Grupo Macro exhibe su presencia en todas las regiones del país.** Con modernos cajeros electrónicos y oficinas comerciales renovadas, el Banco está siempre cerca de sus clientes.

PRESENCIA NACIONAL



PROVINCIA	BISEL	BT	MACRO	TOTAL GENERAL
Buenos Aires	28		25	53
Catamarca			1	1
Chaco	1		1	2
Chubut			4	4
Ciudad de Buenos Aires	1		23	24
Córdoba	36		37	73
Corrientes			3	3
Entre Ríos	2		5	7
Jujuy			15	15
La Pampa			2	2
La Rioja			2	2
Mendoza	1		12	13
Misiones	5		30	35
Neuquén			4	4
Río Negro			7	7
Salta			24	24
San Juan			1	1
San Luis			1	1
Santa Cruz			2	2
Santa Fe	83		39	122
Santiago del Estero			1	1
Tierra del Fuego			2	2
Tucumán		26	2	28
TOTAL GENERAL	157	26	243	426

Conectados por el compromiso

Hoy, estar conectados es más que una de las consecuencias de los avances tecnológicos. Las distintas partes de un país también deben estar relacionadas entre sí, a través de distintas estructuras comerciales. En ese sentido, para la organización regional del Grupo Macro se trabajó sobre dos ejes: en primer término, respetando la distribución geográfica de las sucursales, para que la presencia de la institución se extienda por todo el país. En segundo lugar, contemplando las economías regionales, de manera de adaptar nuestro modelo de negocio a las coyunturas locales. De esta manera, cada región cuenta con una importante estructura propia lo que hace que la mayoría de las decisiones estén descentralizadas, resaltando así nuestro rol de Banco regional.

Asimismo, cabe destacar que todas nuestras gerencias regionales y divisionales tienen sede en el interior del país, en lugares como Jujuy, Posadas, Salta, San Francisco, Neuquén, Bahía Blanca, Villa María y Santa Fe, entre otros. Esto es lo que permite generar una fuerte presencia y sentido de pertenencia en cada lugar.

Además, la mayoría de los funcionarios regionales son oriundos de cada zona, por lo que están fuertemente ligados a las distintas realidades tanto culturales como sociales de cada ámbito geográfico. De este modo, Grupo Macro “conecta” a distintos protagonistas de la vida económica del país, articula las decisiones centrales y regionales y además une a los clientes con la Institución hablando en un mismo idioma y un código en común.

Accesibilidad para todos

Un cliente necesita y merece ser bien atendido. Por la propia dinámica de un mundo cambiante, un banco debe estar atento a las transformaciones, en especial en todo lo que implique una mejora en la atención de quien deposita su confianza en la entidad. Porque un cliente invierte en un banco dinero, pero también tiempo y energía física. En ese sentido, desde 2006, junto con el cambio de marca iniciamos un intenso plan de remodelación y modernización de sucursales bajo un nuevo modelo pensado para brindar una mayor calidad de servicio a quienes confían en nosotros.

Durante 2007 remodelamos 37 sucursales con una inversión de más de 40 millones de pesos y para el corriente año, se proyecta seguir avanzando en la refacción de sucursales. También modernizamos nuestro parque de cajeros automáticos, instalando 28 cajeros de última tecnología, realizando 152 nuevas instalaciones de terminales de autoservicio, y remplazando 60 de las existentes. Cabe indicar que los nuevos cajeros que adquiere Macro cuentan con programas especiales para que puedan ser utilizados por personas no videntes.

En la misma línea, los nuevos modelos de sucursal fueron diseñados para brindar una mayor calidad de atención a todos nuestros clientes e incluyen todas las comodidades necesarias como rampas de acceso, baños especiales y una nueva señalética. El objetivo es ofrecer la mayor autonomía a aquellas personas con movilidad reducida, sean adultos mayores, embarazadas o personas con alguna discapacidad. Esta política ya está inscripta en la identidad del Banco, y cada nueva sucursal que se inaugura, contempla las instalaciones adecuadas para que todos puedan manejarse con comodidad.

El foco de los cambios siempre apunta a mejorar el flujo de clientes dentro de la sucursal y también la velocidad de atención, porque sabemos que el tiempo vale mucho para todos y queremos cuidar ese insumo tan preciado de nuestros clientes. De la misma forma, en aquellos lugares donde tenemos una alta concentración de sucursales hemos iniciado un proceso de especialización de las mismas por segmento de clientes; así, tenemos sucursales para banca de personas, de empresas y de jubilados, lo que redundará en una mayor eficiencia en la atención de las 426 sedes del Grupo Macro.





02 Cerca de la gente



CUIDANDO A NUESTROS CLIENTES

Quien confía en Macro obtiene satisfacción. Una red extendida por todo el país, facilidades operativas y crediticias y una gestión de calidad que busca permanentemente la excelencia, son los pilares del Grupo. Y la comunicación, **una manera de reforzar vínculos** con quienes nos apoyan.

Las personas que día a día eligen Macro son nuestra base y para cuidarlas debemos mantener relaciones duraderas con ellas. Acompañarlas, asesorarlas y brindarles el mejor servicio profesional y humano son actividades cotidianas para Grupo Macro. Porque para estar cerca de la gente, hay que conocerla y estar junto a ella, en cualquier parte del país.

Para apoyar a quienes confían en nosotros trabajamos día a día ofreciendo una amplia gama de productos y servicios financieros de excelencia. Buscamos construir vínculos a largo plazo con nuestros clientes, de este modo apuntamos a tener una relación madura y positiva con ellos, con el objetivo de poder satisfacerlos con eficiencia. El trabajo de todos estos años no es en vano y los números reflejan la confianza en nuestra Institución.



- Obtención de un nivel de satisfacción de 8,11 (1/10) (*) entre los clientes del Banco, ratio más alto entre los principales bancos.

- Mayor antigüedad promedio entre los bancos privados con 8,7 años. (*)

(*) Fuente: Estudio Básicos Retail Brain Network 2007

Banco Macro conoce y diseña una oferta comercial a medida de cada segmento, sabiendo que cada sector tiene necesidades específicas. Al contemplar las particularidades de cada situación, construimos una relación de confianza, que crece con el tiempo. En 2007, ese vínculo entre el Banco y la comunidad creció con fuerza: respecto de 2006, se sumaron más de 200 mil clientes, lo que representó un aumento del 13 por ciento.

Sabemos que una mayor bancarización de la población se traduce en un mayor crecimiento de la sociedad y el mercado mediante la provisión de productos y servicios financieros de calidad y acceso al crédito. De este modo, ofrecemos nuevos medios de pago y colaboramos en la concreción de planes postergados. Todos estos elementos influyen en el mejoramiento de la calidad de vida de un amplio grupo de personas. Y es porque cre-



emos en la importancia de los servicios bancarios para la comunidad, que con nuestro sistema de pago de sueldos brindamos asistencia a convenios de la administración pública nacional, provincial y municipal, empresas privadas, jubilaciones administradas por el Estado Nacional y jubilaciones privadas. De este modo, durante 2007 se ha brindado el servicio de pago de sueldos a más de 631mil clientes y 484 mil jubilados. De esta manera, más de un millón de personas pudieron obtener los beneficios del mundo bancarizado.

Compras que crecen

Una prueba contundente del respaldo de los servicios Macro entre la gente lo representa la emisión de cuentas de tarjetas de crédito: durante 2007, aumentaron un 43 por ciento respecto de 2006. Por otra parte, nuestros clientes realizaron más de 29 millones de transacciones con tarjeta de crédito, por un volumen total de 2.106 millones de pesos, mientras que con tarjeta de débito realizaron compras por 760 millones de pesos como resultado de 8,7 millones de transacciones.



Un Banco que da crédito

Para crecer, se necesita apoyo. Y en Macro apostamos al crédito. En ese sentido, lideramos el mercado de acceso al crédito, orientado a todos los segmentos socio-económicos. Especialmente nos destacamos en el otorgamiento de préstamos personales. Damos créditos con tasas fijas a plazos de hasta 72 meses, como ningún otro Banco del mercado, lo que amplía así el acceso al financiamiento a nuevos sectores de la sociedad. Pero el mayor logro es la satisfacción de nuestros clientes, que calificaron con 9 puntos sobre diez al servicio de créditos personales, según el estudio realizado por Básicos Retail Brain Network, de 2007.

El valor del cambio

En Macro nos interesan las necesidades de nuestros clientes. Como respondemos a sus inquietudes y deseos, innovamos nuestra cartera de productos lanzando una línea de préstamos para la compra de autos financiando tanto unidades 0 km como usadas, permitiéndole a los clientes con esta modalidad evitar tener su vehículo prendado desde el principio. Por esta línea, durante 2007 hemos efectuado colocaciones por 3 millones de pesos, que hicieron que 300 personas pudieran cambiar su automóvil.

Otro aspecto clave a destacar en la confianza de los clientes es que durante 2007 el crecimiento de los depósitos en Banco Macro fue dos veces superior al del mercado. Este resultado no es casualidad: es la consecuencia de la decisión estratégica de remunerar adecuadamente los ahorros de quienes confiaron en nosotros.

Durante 2007 también hemos creado los “Paquetes de Productos”: **Macro Dinámica**, **Macro Valora** y **Macro Premium**, que con diferentes composiciones de productos, servicios y precios se adaptan a las necesidades de diferentes segmentos de clientes. Más de 25 mil personas disfrutaron de este servicio. ¿En qué consiste el mismo? En una combinación de productos como caja de ahorro, cuenta corriente y tarjetas de débito y crédito, entre otros, que permiten al cliente satisfacer sus necesidades de transacciones, pagos y financiación, en un mismo servicio.

Por último, dentro del marco del Plan Nacional de Seguridad Alimentaria hemos lanzado la Tarjeta Recargable Siprosa, para el Programa Focalizado de Rehabilitación Nutricional de la Provincia de Tucumán, dirigido a más de 9.300 beneficiarios.



Un Banco seguro

Como comprendemos la creciente necesidad de contar con la posibilidad de tener una gestión integral de servicios y productos a través de la entidad bancaria, brindamos a nuestros clientes una amplia oferta de seguros de vida y patrimoniales. De esta manera, posibilitamos el acceso a coberturas diseñadas para resguardar desde las transacciones realizadas en un cajero automático hasta bienes y personas.

Dentro de la gama de seguros que Banco Macro acerca a sus clientes, se destacan aquellos que se encuentran orientados a resolver las necesidades específicas, como lo son:

- **Seguro de Educación:** destinado a garantizar la continuidad escolar de los más chicos.
- **Seguro de robo en la línea de caja:** permite que los clientes estén cubiertos ante un robo en la línea de cajas.
- **Seguro de hogar:** se adapta a las medidas de seguridad que posee cada vivienda, y permite dar cobertura a hogares en cualquier región de nuestro país.

Macro administra más de 370 mil seguros. Este amplio abanico de clientes refleja la posibilidad, para miles de personas, de acceder a un seguro en condiciones muy flexibles. La gran cartera de asegurados demuestra la confianza que la gente deposita en Grupo Macro.

COMPROMISO CON LOS EMPRENDEDORES

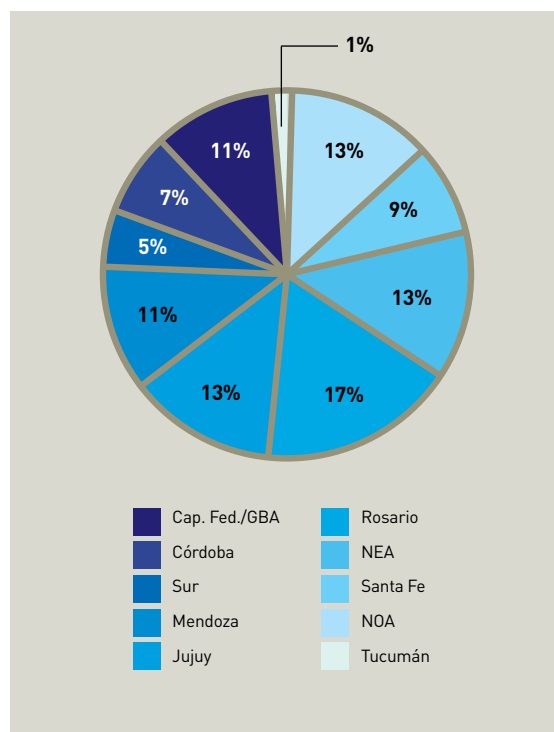
Un producto específico para las necesidades de quienes llevan adelante microemprendimientos y pequeñas empresas.

Créditos, adelantos, préstamos, tarjetas y líneas de descuento para los que buscan el progreso.



“Emprender” implica ser audaz, ambicioso, inquieto, con deseos de progresar. Y esa actitud, que representa a Macro, es apoyada por la institución cuando es un individuo el que la posee. En enero de 2007, Banca Empresas lanzó un producto específico para microemprendimientos, llamado Emprende XXI. El producto, en su primer año de vida, tuvo una amplia aceptación por parte de nuestros clientes. Esto demuestra la demanda activa que existe por parte de este nicho de mercado en lo que respecta a la necesidad de financiar su capital de trabajo. Emprende XXI consiste en un paquete de productos y servicios pensados para microemprendedores y empresas de muy pequeña escala, que incluye ofrecimiento de líneas de créditos en forma instantánea, ya sea a través de adelantos en cuenta corriente, préstamos amortizables, tarjetas de crédito para empresas y líneas de descuento de cheques de pago diferido. Estos créditos implican requisitos mínimos y tienen precios únicos y competitivos, además de tasas de interés más que convenientes. Gracias a este paquete, el 83 por ciento de nuestros clientes del interior del país accedió a herramientas financieras durante 2007, haciendo realidad el crecimiento de sus microemprendimientos. Con esa política, Macro refuerza su compromiso con Argentina conectando a los distintos puntos del territorio y ofreciendo apoyo a los que desean progresar. Hay que destacar que la evaluación crediticia para quienes solicitan Emprende XXI es ágil, dinámica e inmediata, sin que por ello se pierda la evaluación del riesgo de los clientes.

PARTICIPACIÓN REGIONAL EMPRENDE XXI





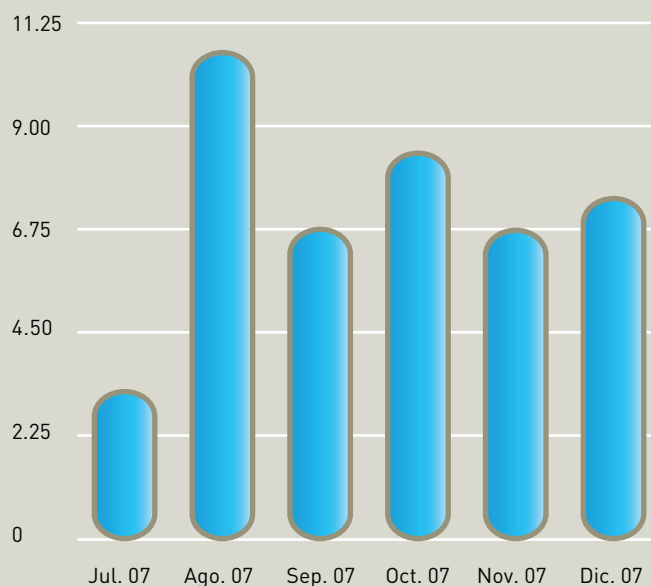
**MACRO LE OFRECE A TODOS
LOS ACTORES DEL MUNDO
AGRÍCOLA-GANADERO
UNA SERIE DE PRODUCTOS
FINANCIEROS DESTINADOS
A DARLES SOLUCIONES
CONCRETAS
A SUS PROBLEMAS**

Otro producto desarrollado por Macro es la tarjeta **Macroagro**. Teniendo en cuenta la importancia fundamental que el negocio agropecuario está teniendo en el desarrollo de la economía del país, el Banco identificó las necesidades regionales de los productores, e impulsó la colocación de la tarjeta. Productores agrícolas, ganaderos, tamberos y contratistas rurales son los destinatarios naturales de este servicio. Macro, de este modo, ofrece un respaldo a un sector clave del aparato productivo argentino.

Horacio Sistac, gerente de Banca Empresas, de quien depende Macroagro, anticipó, en el acto de lanzamiento de la tarjeta, en la ciudad de Junín, otra innovación: “Completando nuestra oferta financiera en pesos, pondremos a disposición de pequeñas y medianas empresas del sector, líneas en dólares para el financiamiento de la compra de insumos y materias primas, como así también préstamos prendarios para la adquisición de equipamientos e hipotecarios para compra de campos y construcción de silos”.

Macroagro no está sola, dentro de las políticas del Grupo Macro para el campo. También se creó la Banca Agronegocios, para estar más cerca de los protagonistas de la actividad agropecuaria. Con esta unidad de negocios, se les ofrecen a todos los actores del mundo agrícola-ganadero una serie de productos financieros destinados a darles soluciones concretas a sus problemas. Desde el productor primario hasta quien produce bienes complementarios a aquellos, tienen una herramienta financiera a su alcance.

TOTAL COMPRAS MACRO AGRO \$M



EL BANCO QUE ESTÁ SIEMPRE CERCA

En **Macro** buscamos construir **lazos permanentes con nuestros clientes**, para tener un vínculo positivo y satisfacerlos de la manera más eficiente.

Una comunicación de alta calidad es imprescindible para estar cerca de nuestros clientes, tanto internos como externos. Con ese fin, el área especializada de Servicios al Cliente desarrolla servicios personalizados y automáticos, que tienen como fin construir relaciones perdurables y alcanzar la máxima satisfacción de quienes, de una forma u otra, confían y trabajan en conjunto con Macro.

Sabemos que cada cliente tiene sus particularidades, y como entendemos esa situación, disponemos de una amplia variedad de canales, además de la atención personalizada que brindamos en nuestras sucursales de todo el país.

Gracias a la confianza, seguridad y funcionalidad de estos canales, el total de operaciones durante 2007 superó los 18.279.000, entre consultas y transacciones, repartidos de la siguiente manera:

14.935.000

Macro Direct

1.738.000

Terminales de Autoservicio

1.606.000

Centro de Atención Telefónica



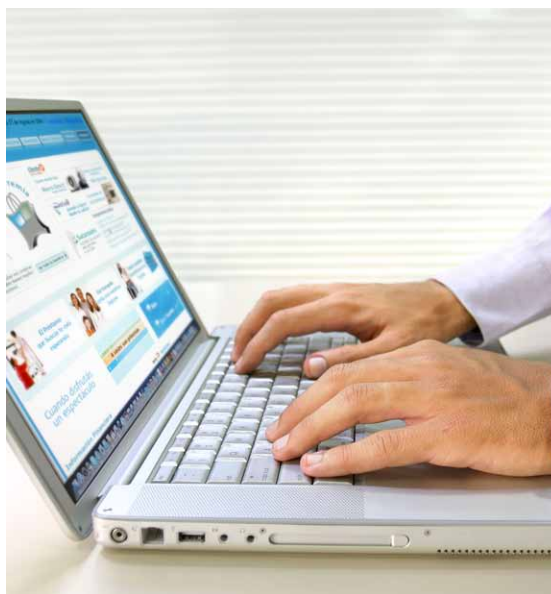


La era de la velocidad

Durante 2007 nos propusimos fortalecer la calidad de atención y el servicio que le brindamos al cliente a través de los Canales Automáticos de Macro. La meta es que tanto los clientes de banca individuos como las empresas puedan disfrutar de todos los beneficios de operar con ClienteSI, un servicio simple, cómodo y efectivo a través del cual se pueden realizar transacciones bancarias sin costo alguno y con la mayor seguridad, a través de los siguientes canales de atención automática:

- **Terminales de Autoservicio:** en cualquiera de nuestras sucursales.
- **Centro de Atención Telefónica:** 0810-555-2355
- **Macro Direct – Internet Banking:** www.macro.com.ar

Del total de consultas y transacciones, el 73 por ciento fue realizado por particulares y el 27 por ciento restante correspondió a empresas. Por otro lado, también brindamos información al público en general a través de nuestro portal de Internet (www.macro.com.ar), que en 2007 ha recibido más de 8 millones de visitas.



Somos todo oídos

El tiempo escasea para todos, y la tecnología debe ayudar a paliar esa falencia. Para brindar soluciones a nuestros clientes de la forma más cómoda e inmediata posible, disponemos de un Centro de Atención Telefónica, en el cual el usuario puede optar entre la atención automática, disponible las 24 horas los 365 días del año, o la atención personalizada de un operador, disponible de lunes a viernes de 7 a 20 horas. Durante 2007, se atendieron 529.889 llamadas a través de operadores y 1.967.836 llamadas de forma automática.

Una ayuda a mano

En sintonía con los avances de la telefonía celular, se lanzó el servicio “**Macro Banca Móvil**”, lo que permite mayor interacción de los clientes con el Banco, ocupando un lugar cada vez más importante en sus operaciones cotidianas. Con “Macro Banca Móvil” se pueden realizar transacciones de manera ágil, cómoda y sencilla a través del celular, como por ejemplo consultas de saldos, últimos movimiento de cuentas, pago de impuestos y servicios, transferencias y cambios de clave de acceso. Este canal de comunicación asegura no solamente agilidad, sino también una alta confidencialidad en el envío y recepción de información.



**BAJO EL CONCEPTO
“TU BANCO CERCA, SIEMPRE”,
LOS “MACRO MÓVILES”
SORPRENDEN Y OFRECEN
SOLUCIONES BANCARIAS POR
TODO EL TERRITORIO NACIONAL**

Soluciones en todo el país

Otra novedosa manera de llegar a nuestros clientes han sido los “Macro Móviles” que ya llevan más de 50 mil kilómetros recorridos, brindando servicios en diferentes provincias como Salta, Jujuy, Tucumán, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, Neuquén, Misiones y en diferentes localidades de la provincia de Buenos Aires. Cada una de estas modernísimas unidades cuenta con 2 cajeros automáticos, 2 computadoras con conexión a internet y un espacio para la atención personalizada de nuestros clientes. La misión de los “Macro Móviles” en los diferentes destinos es ofrecer soluciones y servicios concretos. Bajo el concepto “Tu Banco cerca, siempre”, los “Macro Móviles” sorprenden y ofrecen soluciones bancarias por todo el territorio nacional.



Atención de calidad

En primer lugar, el Departamento de Gestión y Calidad de Reclamos está compuesto por un plantel de analistas con amplio conocimiento de los diferentes productos que comercializa el Banco y son ellos quienes en caso de ser necesario interactúan con áreas internas de la Institución, generando las soluciones adecuadas. Nuestro departamento utiliza una herramienta de gestión denominada SIAC (Sistema Integral de Atención al Cliente) que posibilita al cliente ingresar su reclamo, obtener su número de trámite y fecha estimada de resolución y consultar a través de cualquier canal de atención el estado de su reclamo. A su vez, esta herramienta guarda toda la información histórica de reclamos de un cliente.

Hemos provisto al SIAC de tipologías específicas para cada problemática. El sistema cuenta también con un mecanismo de “alertas”, que reporta los reclamos cuyo plazo de vencimiento para la resolución se encuentra próximo, lo que posibilita al analista visualizar rápidamente los casos prioritarios y ordenar así la agenda diaria. Además, este dispositivo reporta a los niveles superiores “avisos” de casos a vencer, a fin de que se administren los recursos disponibles para cumplir con los tiempos de resolución de los reclamos.

Compromiso con la calidad

Desde nuestros inicios como entidad bancaria, hemos crecido y consolidado financiera e institucionalmente. Es por tal motivo que queremos acercarnos cada vez más a nuestros clientes. Esto nos exige como organización, y nos obliga a mejorar continuamente la calidad de entrega de nuestros productos y servicios. En este contexto, hemos iniciado una nueva etapa: la etapa de la calidad, para fortalecer así, las relaciones con nuestros clientes.

Hacia afuera y hacia adentro

Hoy la calidad cumple un papel fundamental. Por ello, no solamente nos hemos comprometido como entidad "hacia afuera", adhiriendo al Código de Prácticas Bancarias, sino que nos hemos comprometido "hacia adentro" creando el Área de Calidad. Ésta no es una dependencia más, sino que forma parte de una estrategia de negocio con miras en los resultados. Durante el año 2007 hemos diseñado e implementado indicadores y herramientas que nos permiten medir la calidad de nuestros servicios y los tiempos de respuesta de los mismos en diversos aspectos.

Para evaluar la percepción de calidad en las sucursales, se realizó por segundo año consecutivo un estudio de Mystery Shopper. Mediante este sistema, los investigadores adoptaron el rol de cliente, testeando el desempeño del personal de la compañía. El objetivo específico de esta medición fue detectar la imagen que proyecta el Banco en aspectos observables tanto del exterior como del interior de los locales, conocer el nivel de atención recibido en la zona de recepción e informes y evaluar el desempeño de los ejecutivos de cuenta y cajeros.

El estudio nos permitió obtener una nota en cada una de estas categorías y un puntaje único global. Como primera conclusión, demostró que Banco Macro muestra un nivel superior al promedio de los bancos privados del mercado argentino.



EN MACRO BUSCAMOS CONSTRUIR
RELACIONES DURADERAS CON
NUESTROS CLIENTES, PARA
TENER UN VÍNCULO POSITIVO Y
SATISFACERLOS DE LA MANERA
MÁS EFICIENTE



UN MENSAJE RESPONSABLE

Comunicarse es otra manera de acercarse a los clientes.

En ese sentido, la estrategia del área de Relaciones Institucionales posee una visión de la comunicación amplia, ya que establece canales a través de diferentes medios tales como: TV (aire y cable), diarios, radio y formas no tradicionales de comunicación como sitios web y piezas de marketing directo, entre otras.

La presencia en los medios se planifica dando prioridad siempre al apoyo local de cada región. Asimismo, es importante destacar la presencia de la marca en eventos sociales, culturales y deportivos tanto en el ámbito nacional como local de todo el país. **La consigna: Estar cerca tuyo, siempre.**

Comunicación de valores

Somos conscientes de que el acto de comunicar de forma masiva posee, por el solo hecho de operar en el espacio público, un gran impacto social, que influye en la cultura de la sociedad en su conjunto. Por tal motivo, la alta gerencia de la entidad se involucra de forma activa en todas las decisiones que atañen a la estrategia publicitaria, con la finalidad de confirmar también día tras día su compromiso con la Responsabilidad Social Comunicativa. Un proceso de evaluación permanente permite medir la coherencia entre los anuncios y lo que constituye la esencia de la organización (misión y valores) como así también la conexión entre el mensaje publicitario y el servicio que realmente se ofrece.

Parte del trabajo sobre la Responsabilidad Social es hacerse cargo de los efectos comunicativos que la publicidad genera, y es por ello que todos nuestros anuncios incorporan de forma explícita valores sociales positivos. Si bien somos conscientes que el discurso publicitario

sirve para dar a conocer a los potenciales consumidores la cartera de productos y servicios del Banco, pensamos que también posee una gran influencia, para reproducir una determinada forma socio cultural, y por eso creemos que el Grupo debe tener una propuesta comunicativa positiva.

Macro tiene un comportamiento responsable y comprometido en ese ámbito. Pruebas concretas de esta actitud del Grupo son premios como "Testimonio Unión Nacional", otorgado por el Movimiento Familiar Cristiano, con motivo de promover la renovación del amor conyugal a través del tiempo, por las expresiones de cariño y la emotividad del comercial televisivo diseñado por el Banco; También el premio "Santa Clara de Asís", concedido por la Liga de Madres de Familia.

Otras acciones de vinculación y cercanía

Cantidad de piezas gráficas a nivel Grupo, emitidas durante el año 2007:

- Folletos: 6.570.500
- Afiches: 46.439
- Calcos: 13.665
- Piezas campañas de marketing: 4.187.083

Conociendo las necesidades

Siguiendo con la filosofía de apostar al crecimiento del país y de las economías regionales, durante el año 2007 Macro se vinculó con la sociedad a través de diferentes eventos destinados a la producción agrícola, ganadera, la industria y el comercio. Estar presentes en más de 55 ferias regionales en todo el territorio nacional es la mejor manera de acompañar el desarrollo local y ser el Banco de cada región y es otra manera de estar cerca de quienes confían en nosotros.

Hay equipo

Estamos convencidos de que el deporte tiene un rol social y cultural fundamental. Por eso, Macro apoya mediante el patrocinio y auspicio deportivo, tanto a nivel amateur como profesional, diferentes disciplinas deportivas como fútbol, básquet, golf, automovilismo, boxeo y atletismo. Ser dinámicos y comprometidos son dos características que siempre se necesitan para cualquier deportista, y estos valores los comparte la filosofía que lleva adelante Grupo Macro.

Un ejemplo del apoyo brindado por el Banco al área deportiva en 2007, fue el auspicio a la Sexta Maratón Internacional de Rosario, única maratón de 42 km del Calendario de la Asociación Rosarina de Atletismo. También puede mencionarse la participación en la Maratón Solidaria organizada por Alto Paraná en la ciudad de Misiones, realizada a total beneficio del Proyecto Centro Nutricional de las ciudades de El Dorado y Puerto Esperanza y a la cual concurrieron más de 20.000 personas, entre otros.

“El aporte proporcionado por la Fundación Macro es muy importante, en la medida de poder contar con una contraparte muy importante para el desarrollo de acciones específicas. El principal logro durante 2007 fue haber llegado a realizar la Primer Maratón Alto Paraná en Misiones, evento que convocó a casi 20.000 personas. Nunca se había realizado un evento de esta magnitud en la Provincia. Los beneficios fueron destinados a los niños, tanto en el ámbito de la salud como en el aspecto deportivo-educativo. Se entregaron casi \$ 80.000 a hospitales públicos de la Provincia, para ser destinados a planes de salud”

Pablo E. Chas

Director de Econsult, Consultora prestadora de servicios de Comunicación y RSE del área institucional de Alto Paraná S.A.





La cultura es la sonrisa

Cultura y recreación son puntos claves para comprender la relación de Macro con la comunidad en la que se desenvuelven sus actividades. Durante 2007 se apoyaron iniciativas de interés social como los “Eventos abiertos a la comunidad”, dentro de los cuales podemos destacar el megaevento que permitió que en la ciudad de Córdoba más de 35 mil personas escucharan los grandes éxitos de Los Nocheros y se deleitaran con la orquesta de Ángel Mahler. Por otra parte, en la Ciudad de Rosario, para recibir el año entrante invitamos a toda la comunidad a compartir un variado programa que incluyó voces líricas, suites tangueras, coros y una gran orquesta.

- **“Drácula, el Musical”** Macro acompañó a Mahler y Cibrián en la obra “Drácula, el Musical”. Realizando mas de 150 funciones, recorrimos todo el país invitando a 2.500 clientes a disfrutar del magnífico musical.
- **“Los Nocheros”** Macro apoyó al grupo salteño en su nuevo disco y en su gira nacional, y más de 1.000 clientes del Banco tuvieron la posibilidad de escuchar sus maravillosas canciones.
- **“Despedida de Julio Boca”** En su gira nacional, Macro estuvo junto al bailarín argentino por excelencia, permitiendo que muchos de sus clientes de la Ciudad de Salta pudieran presenciar el espectáculo.



**CULTURA Y RECREACIÓN
SON PUNTOS CLAVES
PARA COMPRENDER
LA RELACIÓN DE MACRO
CON LA COMUNIDAD**



Los frutos del trabajo

La repercusión del éxito de Macro también llegó al exterior. En ese sentido, fue distinguido durante 2007, por segundo año consecutivo, con el premio "Euromoney a la Excelencia" como mejor Banco de la República Argentina. El premio fue otorgado por su crecimiento, su solvencia, el desarrollo de sus productos y la calidad de atención al cliente. También fue premiado en la edición de mayo de 2007 por la prestigiosa revista económica y financiera norteamericana Global Finance, que seleccionó a Macro como el mejor Banco en Argentina 2007 en su 14º informe anual acerca de la performance de los mejores bancos de los mercados emergentes, "The World's Best Emerging Market Banks" -2007-.

En diciembre de 2007, Banco Macro fue galardonado nuevamente por la revista de economía británica "The Banker" con el premio "The Best Bank in Argentina" por su liderazgo en áreas claves de servicio, política comercial, estrategia inversora y atención al cliente.

Tener códigos

Como un distintivo de calidad, en Macro nos adherimos al "Código de Prácticas Bancarias", elaborado en conjunto por las distintas Asociaciones de Bancos y Entidades Financieras de la República Argentina. De esta manera, nos comprometimos a promover las mejores prácticas bancarias en el país, y afianzar los derechos del usuario de servicios y productos financieros. Dicho Código establece que el Banco debe actuar frente al cliente de manera leal y transparente con los productos y servicios ofrecidos, responder rápidamente cualquier reclamo de los usuarios, utilizar en los contratos cláusulas claras, y ejecutar los compromisos asumidos con profesionalidad y buena fe.



03 El valor de lo nuestro



TRABAJO EN EQUIPO

En **Macro** nos interesamos por las personas que trabajan con nosotros. La capacitación, la motivación interna, las oportunidades de recreación y la posibilidad de que hijos de empleados participen de pasantías en el Banco, muestran la **vocación por construir una relación de confianza** entre todos los que conformamos el Grupo.

Experiencia y juventud

Desde la Gerencia de RR. HH. se lleva adelante una política de integración y desarrollo de las personas que integran la entidad, buscando la igualdad de oportunidades para todos y estimulando un ambiente de trabajo donde se respete la libertad de pensamiento.

Creemos que la fuente de progreso humano se encuentra en combinar la experiencia de nuestros empleados con la integración de jóvenes a los equipos de trabajo de esta Institución. Alineados a esta idea, Macro ha incorporado 234 personas bajo la modalidad de pasantía, y durante 2007 efectivizó a 195 pasantes. Por otra parte, se apuesta a valorar a quien trabaja en la Institución, y fomentar la estabilidad laboral, una muestra de esta actitud, es que la antigüedad promedio de los empleados del Grupo es de 14 años, y que casi un tercio de ellos hace más de 20 que trabaja en la Institución.



CREEMOS QUE LA FUENTE DE PROGRESO HUMANO SE ENCUENTRA EN COMBINAR LA EXPERIENCIA DE NUESTROS EMPLEADOS CON LA INTEGRACIÓN DE JÓVENES A LOS EQUIPOS DE TRABAJO

ANTIGÜEDAD DE LOS EMPLEADOS					
	MACRO	BISEL	TUCUMÁN	GRUPO	
Hasta 5 años	1324	207	207	1738	22%
Entre 6 y 10 años	1094	434	243	1771	23%
Entre 11 y 15 años	893	346	76	1315	17%
Entre 16 y 20 años	585	224	20	829	11%
Más de 21 años	1405	662	148	2215	28%
Total	5301	1873	694	7868	



Buscando a los mejores

Contar con un equipo de empleados comprometidos con los nuevos desafíos es parte del objetivo de la gerencia de RR. HH. Por eso, propiciamos la igualdad de oportunidades laborales para todos a través del programa de búsquedas internas. Además, en la web, bajo el slogan “Únite a Macro”, hay un canal de comunicación abierto, por el cual nos mantenemos en contacto con los interesados en sumarse a cada búsqueda externa que surge dentro de la Institución. La repercusión es contundente: más de 23 mil personas dejaron sus cv en las distintas sucursales durante 2007.

Los primeros pasos

Los jóvenes necesitan oportunidades. Dando respuesta a esa demanda, Banco Macro ha suscripto convenios de pasantías con las universidades nacionales y privadas más importantes de cada ciudad donde desarrolla sus actividades para posibilitar a los jóvenes que accedan a prácticas laborales que les permitan afianzar los conocimientos adquiridos durante su carrera. Además, se visitan durante el año distintas universidades para fomentar el interés de los alumnos y brindar información clara en cuanto a la política que el Banco tiene en relación al Programa de Pasantías.

EFECTIVIZACIONES				
	MACRO	BISEL	TUCUMÁN	GRUPO
De pasantes	195	5	-	200



MACRO DESARROLLA UN PROGRAMA QUE OFRECE A LOS ALUMNOS DE DISTINTOS COLEGIOS QUE SE ENCUENTREN PRÓXIMOS A TERMINAR SUS ESTUDIOS, LA OPORTUNIDAD DE REALIZAR UNA PRIMERA APROXIMACIÓN AL MUNDO LABORAL

“Aprender en verano”

Los hijos de los empleados del Banco también tienen posibilidades de conocer el mundo laboral de sus padres. Creemos, como parte del aprendizaje necesario para cualquier joven, que las nuevas generaciones tienen que incorporar habilidades y experiencias para poder responder a las exigencias del mercado de trabajo. Es por ello que, durante los meses veraniegos, llevamos a cabo el Programa “Aprender en verano” a través del cual los jóvenes adquieren su primera experiencia laboral. A lo largo del ciclo 2007, 25 hijos de empleados pudieron vivir esta experiencia.

Construyendo puentes

Cuando están por finalizar sus estudios de nivel medio, los adolescentes buscan y necesitan ingresar al “mundo adulto”. Necesitan experiencias que les permitan atravesar dos ámbitos distintos, y que, en cada nueva situación puedan aprender conceptos y habilidades y que éstos potencien los conocimientos previos. Macro quiere favorecer esa transición entre la escuela y el trabajo.

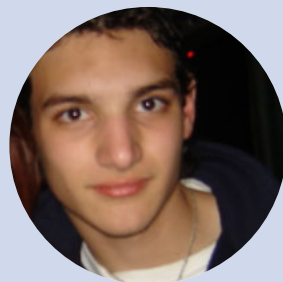
Por eso desarrolla un programa que ofrece a los alumnos de distintos colegios que se encuentren próximos a terminar sus estudios la oportunidad de realizar una primera aproximación al mundo laboral a través de la realización de una práctica profesional no rentada. Este programa, además de colaborar con la formación de los chicos, nos permite fortalecer los vínculos dentro de la comunidad en la cual el Banco se desempeña, fomentando una conducta socialmente responsable de la Institución. A lo

“Quiero agradecer la oportunidad de participar en este programa, destacando como nota de relevancia la experiencia adquirida durante este proceso, que me permitió comprender el funcionamiento de esta actividad”.

Florencia Combina, hija de Gabriel Combina – Sucursal Cañada de Gómez, Santa Fe.
Programa “Aprender en verano”

“Sinceramente, es una experiencia muy buena. Me voy muy satisfecho con todo lo aprendido”.

Nicolás Suculini, hijo de Eduardo E. Suculini - Sucursal San Martín, de Santa Fe.
Programa “Aprender en verano”



“Oportunidades como esta no se dan todos los días y tuve la suerte de poder aprovecharla”.

Virginia Rodríguez, hija de José Héctor Rodríguez-Sucursal Córdoba.
Programa “Aprender en verano”



“Esta experiencia fue muy esperada por mí, motivo por el cual ante la propuesta del colegio respondí en forma afirmativa y con rapidez. Me atraía la idea de realizar este tipo de experiencia y mucho mejor si era en un Banco porque me parecía más interesante. La experiencia fue satisfactoria, cumplió todas mis expectativas y espero haber respondido a los objetivos planteados por el Banco al desarrollar este proyecto”.

María Gabriela Caligaris, alumna del Instituto Jesuita Sagrada Familia, de Córdoba.
Programa anual de pasantías 2007, nivel secundario.



largo del ciclo tuvimos 779 participantes, pertenecientes a 150 colegios.

¿Qué hacen los chicos en esta experiencia? Guiados por un tutor designado por la sucursal en la que hacen su pasantía, rotan por diferentes áreas de Banco para tener un panorama global de las distintas tareas que allí se realizan. La pasantía dura 4 semanas, y, entre las áreas con las que se involucran están Banca Individuos, Banca Empresas y Atención a Clientes. Las tareas les permiten a los chicos aprender nuevas habilidades, trabajar en equipo y robustecer la seguridad en sí mismos.

La repercusión del programa ha sido muy positiva, tanto en los docentes, las autoridades educativas, como en los pasantes. Para consolidar esta tendencia, Macro planea expandir las pasantías para estudiantes de nivel medio a más sucursales del país. De esta manera, además de estar cerca de nuestros clientes, lo estamos de las nuevas generaciones. Y ellas valoran esa actitud.

Aprender y progresar

Desde Banco Macro creemos que es imprescindible capacitar a nuestro personal, decisión necesaria para lograr un buen desempeño en cada puesto y para lograr que cada nuevo emprendimiento se lleve adelante de la forma más adecuada. De forma constante, nos proponemos ofrecer a nuestra gente los medios adecuados para estimular el interés en su autodesarrollo.



En ese sentido, la plataforma de e-learning **EduMacro** es una de las piezas clave de esta estrategia de capacitación del personal. A través de este sistema las personas que trabajan en Macro pueden capacitarse a su propio ritmo sin moverse de su lugar de trabajo, acceder a información de un modo dinámico y amigable, e interactuar con tutores y otros participantes en los planes de formación. Hay cursos disponibles sobre prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, tarjetas de crédito y controles internos. Además, se puede acceder a una “biblioteca virtual” en la que se pueden encontrar textos sobre management, ventas y cambio organizacional. Todo basándose en el aprendizaje a distancia que permite internet.



DATOS SOBRE CAPACITACIÓN

	MACRO	BISEL	TUCUMÁN	GRUPO
Participantes	6.027	4.770	603	11.400
Horas hombre	86.241	28.544	3.369	118.154

Conocernos mejor

Creemos que el éxito de la gestión está en acompañar a nuestra gente a lo largo de su vida. Por eso, durante el año 2007, se ha implementado el Programa de visitas a sucursales, por el que se visitaron más del 40 por ciento de las mismas, relevando así las necesidades de cada lugar y escuchando las sugerencias de nuestra gente.

Por otra parte, creemos que son los niveles de conducción la fuente principal de transmisión de conocimientos y de cultura de Macro. Siguiendo esa línea, hemos desarrollado espacios para el encuentro entre empleados del Grupo y las máximas autoridades del mismo a través de visitas a sucursales, almuerzos y reuniones.

El placer de trabajar juntos

La satisfacción de los empleados es clave para mantener un clima de trabajo apropiado y estimular el compromiso con la Institución. Creemos que el desarrollo de servicios y beneficios para quienes trabajan en Macro, estimulan un buen ambiente laboral y de cooperación mutua.

Un aspecto importante para el bienestar de los empleados, es el Club Social y Deportivo de Macro, que les permite a aquellos que trabajan en la entidad disfrutar de un lugar de esparcimiento. Este Club queda en la localidad de La Reja, partido de Moreno, y está abierto todo el año; posee dos piletas, cancha de tenis, fútbol, paddle y papi fútbol, además de cómodos vestuarios, juegos para chicos, quincho, parrillas y espacios verdes para pasar el día.

También Macro otorga un beneficio especial a los empleados con hijos con capacidades diferentes. Además, hay servicio de sepelio, gratificaciones por casamiento, guardería para chicos, obsequio por nacimiento de hijos de empleados y en conmemoración del día del niño, así como la entrega de útiles escolares al comienzo del ciclo lectivo.

Los beneficios no terminan ahí. Las personas que trabajan en Macro pueden comprar productos y contratar servicios con interesantes descuentos y/o financiaciones, y tienen la posibilidad de elegir un seguro de vida. Otra ayuda concreta para la gente de Macro, es la campaña de vacunación antigripal, que todos los años se realiza, de manera gratuita y voluntaria.



**UN ASPECTO
IMPORTANTE PARA EL
BIENESTAR DE LOS
EMPLEADOS ES EL CLUB
SOCIAL Y DEPORTIVO DE
MACRO, QUE LES
PERMITE A AQUELLOS
QUE TRABAJAN EN LA
ENTIDAD DISFRUTAR
DE UN LUGAR DE
ESPARCIMIENTO**



Comunicándonos

Banco Macro procura estimular la comunicación multidireccional, al facilitar canales abiertos e instrumentar acciones efectivas que permitan consolidar la cultura de la Entidad, para así reflejar la visión, misión y valores definidos por la compañía. La política de comunicaciones internas es clara: hay que mantener abiertas distintas líneas de comunicación para que los empleados puedan plantear sus inquietudes, consultas y sugerencias, y estimular así la participación y el sentido de pertenencia con el Grupo.

Estas líneas de comunicación interna son las siguientes:

- **Intranet Comunic@r:** esta red interna tiene actualizaciones periódicas, en donde se puede encontrar información sobre toda la organización. Dentro de la misma, se pueden hacer sugerencias a través de un buzón habilitado para este fin.
- **Revista interna Visión:** una publicación bimestral que refleja quiénes somos como Grupo, y que comunica sobre nuestra gente, nuestros productos, proyectos y emprendimientos. Además, publica cartas de lectores.
- **Carteleros en sucursales:** un medio de comunicación histórico, que, con mensajes claros y concisos, informa sobre distintas novedades cotidianas de la empresa.
- **Mail de Presidencia:** un canal de comunicación a través del cual podemos hacer llegar a la Presidencia nuestras inquietudes y/o problemas que interfieren con el trabajo cotidiano, y que no hayan podido resolverse por los circuitos correspondientes.
- **Reuniones con el Presidente del Banco:** estos encuentros “cara a cara” permiten desarrollar el sentido de pertenencia entre los empleados.
- **Reuniones de los niveles de mandos con sus equipos de trabajo:** encuentros en los que se intercambia información y se dialoga sobre las distintas necesidades y expectativas del trabajo.



“Compartir un almuerzo con el Presidente de nuestra entidad nos dió la posibilidad de hacerle llegar todas nuestras inquietudes”.

Adrián Ré, Regional Rosario



“Estas visitas nos permiten mostrar a nuestros directivos las sucursales que administramos e intercambiar conocimientos comerciales”.

Marcelo Ramallo,
Sucursal Bell Ville, Córdoba.



Relaciones maduras

Desde la gerencia de RR. HH., frente a la actividad gremial, se tiene como valor fundamental una apertura permanente hacia el diálogo, con el compromiso firme y la convicción permanente de que por este medio, junto a los interlocutores que representan a los empleados, busquemos el consenso y unamos esfuerzos para mejorar las condiciones de trabajo y el ámbito laboral de todos los que hacemos Banco Macro. Un elemento fundamental frente a la actividad gremial es la apertura y el respeto frente a sus sugerencias y demandas, que, siempre que sean dadas en un ámbito de armonía y razonabilidad, nos llevan a mejorar nuestras políticas de RR. HH. en el corto, mediano y largo plazo.

Somos una entidad que cree fuertemente en la representatividad de los trabajadores y en todo lo que representa la actividad gremial. Por lo tanto, entendemos que su existencia es fundamental para que exista una verdadera interacción que nos mejore todos los días como organización y como grupo humano.





04 Todos por un mismo objetivo

PROVEEDORES Y CLIENTES

Sin cooperación, no hay Grupo que prospere.

En **Macro** alentamos que las empresas que nos abastecen de bienes y servicios estén **alineados con nuestros valores**, y que nuestros clientes estén bien protegidos.





**MACRO BUSCA RESGUARDAR
LA SEGURIDAD DE TODAS
LAS PERSONAS QUE
TRABAJAN EN LA
INSTITUCIÓN, ASÍ COMO LA
DE NUESTROS CLIENTES**

Confiar y coincidir

Buscamos estar cerca tanto de nuestros clientes como de nuestros proveedores. Con ese objetivo alentamos que quienes nos provean de bienes y servicios estén alineados con los valores de Macro. Porque cuando sus objetivos están en sintonía con los nuestros, el vínculo se hace más estrecho, y genera que cada uno ponga lo mejor de sí mismo, trabajando en conjunto por un desarrollo a largo plazo.

Al tener una relación sólida con nuestros proveedores, también aseguramos el hecho de brindarles a los clientes de Macro un óptimo nivel de calidad y servicio. La evaluación, calificación y seguimiento de proveedores, junto con una fluida comunicación, son herramientas fundamentales de este proceso, que tiene como finalidad obtener la mejor performance en los productos y servicios utilizados.

Cuidarnos entre todos

Macro busca resguardar la seguridad de todas las personas que trabajan en la Institución, así como la de nuestros clientes. Con ese fin, se trabaja continuamente en mejorar nuestras herramientas de comunicación y seguridad, lo que permite un mejor monitoreo y seguimiento de personas, bienes y documentación. Además,

desarrollamos normativas y planes de contingencia para que los casos de emergencia se resuelvan de la manera más efectiva posible.

Banco Macro previene riesgos, y asegura todos los aspectos que hacen a la seguridad física de la Institución. Cualquier situación que pudiera generar algún perjuicio a las personas y los bienes propios o de terceros, ubicados en las instalaciones del Banco, es permanentemente analizada por la entidad, para evitar cualquier tipo de situación negativa. Estar cerca de quienes confían en el Banco también significa estar cerca de sus inquietudes.

Por otra parte, en función de las normas vigentes del Banco Central de la República Argentina, todas las sucursales de la red son monitoreadas permanentemente a través de las dependencias policiales donde se encuentran instaladas las centrales de alarmas. En lo que respecta a locales de Capital y Gran Buenos Aires, las filiales son monitoreadas también desde la Casa Central. El objetivo es ofrecer un esquema de seguridad, para mayor tranquilidad del cliente. Por otro lado, los responsables de las regiones y encargados de vigilancia poseen un listado de teléfonos para realizar las llamadas de emergencia.



- Cuentas
- Estado Financiero Global
- Últimos Movimientos
- Resumen de Cuenta
- Solicitud de Chequeras
- Consulta Cheques
- Consulta de Valores
- Consulta Guía de Canje e-resumen
- Transferencias
- Tarjetas de Crédito
- Pagos Fijos
- Préstamos
- Cédulas Automáticas
- Servicio de Mensajes
- Precautelaciones
- Pago de Servicios
- Atención al Cliente
- Otros Servicios

e-resumen
Tu resumen por e-mail

Empezá a disfrutar hoy mismo de toda la comodidad de e-resumen. Un nuevo servicio que te permite conocer y guardar tus resúmenes de cuenta de manera rápida y segura, desde cualquier computadora, a través de tu e-mail.

Solicítalo en cualquiera de nuestras sucursales o a través de Macro Direct, el servicio de Internet Banking de Macro, ingresando en www.macro.com.ar dentro del menú ► "Cuentas", haciendo click en ► "e-resumen".

Cada vez que te enviemos el resumen a tu casilla de correo, recibirás una notificación para poder visualizarlo. Luego, automáticamente lo enviaremos en formato pdf para que puedas bajarlo a tu PC y consultarlo o imprimirlo cuando lo necesites.

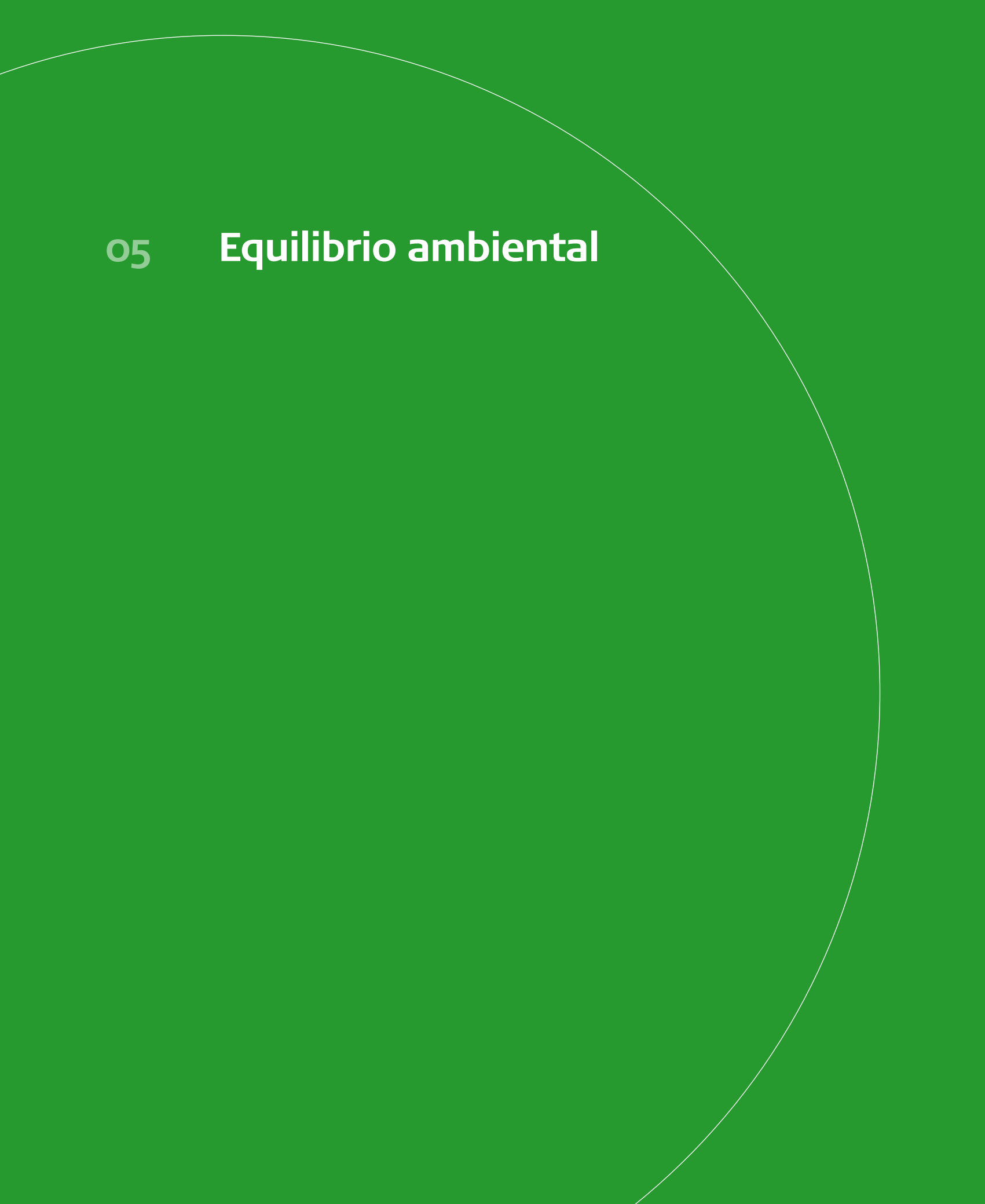
Tenés **e-resumen**
Tenés más facilidades.



Los clientes que contratan el servicio, después de recibir los extractos en papel en su domicilio. Comenzarán a recibirlos vía e-mail con la misma periodicidad y se les seguirá cobrando de acuerdo al servicio de conexiones. Deberán disponer del programa Acrobat Reader y acceso a Internet.

Cerrar

Desconectarse



05 Equilibrio ambiental

CRECIMIENTO RESPONSABLE

El **ahorro de energía** es una de las fuentes principales de la política del Grupo respecto de la búsqueda de un ambiente estable. Por otra parte, el **reciclaje de papel** es otra parte fundamental de los esfuerzos de Macro por colaborar con el **cuidado de los recursos naturales**.

Crece en armonía

El crecimiento debe ser sustentable. Una empresa, para ser exitosa, debe tener una relación armónica con el medio ambiente. Como creemos firmemente en la posibilidad de construir un futuro mejor, debemos lograr una ciudadanía más responsable, que respete al prójimo y a sí misma y cuide su entorno. Ninguna empresa triunfa si no se compromete con la comunidad y su entorno físico.

En Macro hacemos todo lo que está a nuestro alcance para lograr esa meta. Por ejemplo, promoviendo políticas que minimicen los impactos medioambientales y buscando ahorros en la utilización de recursos, así como también un mejor aprovechamiento de los mismos, dentro y fuera de nuestras oficinas.

El uso eficiente de la energía eléctrica es un principio general que aplica el Grupo Macro, y está en línea con la necesidad nacional de optimizar este recurso mayoritariamente no renovable. Gracias al plan de ahorro de energía eléctrica llevado adelante por Macro, se ha producido un ahorro estimado del 10 por ciento del consumo. Esta reducción se logró a partir de las siguientes acciones:

- Reducir al mínimo la banda horaria del encendido de carteles luminosos exteriores.
- Ajustar las temperaturas de referencia de los equipos de aire acondicionado.
- Utilizar luminarias de bajo consumo.
- Ajustar la iluminación en los sectores que estaban excesivamente iluminados.
- Concientizar y comprometer a nuestros empleados en esta misma tarea, trasladando a sus labores cotidianas las acciones propuestas.

Un papel solidario

Otro aspecto fundamental del compromiso de Macro con su entorno, es asegurar la defensa del medioambiente a través del estricto tratamiento del transporte y destino de los residuos y materiales de rezago. Siguiendo esa línea, y con el objetivo de promover la reducción del consumo de papel, hemos lanzado el servicio "E-Resumen" que consiste en el envío por e-mail de los resúmenes de cuenta. Esta modalidad, además de reducir el uso de papelería, permite enviarles a los clientes información de forma cómoda, ágil y segura. Gracias al "E-Resumen", más de 6.000 personas han podi-



do acceder desde cualquier computadora a los datos de sus cuentas bancarias.

Además de “E-Resumen”, también existe un programa de reciclado, que implica introducir la práctica habitual de juntar el papel y cartón en desuso dentro de nuestra Institución. Lo obtenido por este procedimiento se destina a apoyar y ayudar a entidades, OSC y demás establecimientos, que estén desarrollando proyectos de acopio y cuyo fin sea obtener recursos para el desempeño habitual de sus tareas o para la compra de diferentes insumos. Este Programa tiene la intención de ser abarcador en cuanto a la cantidad de papel a acopiar, y en desarrollar conciencia a todos los que somos parte de alguna manera de este proyecto.

Así, en distintas sucursales del país hemos podido recolectar más de 36.000 kg de papel que les permitió a los destinatarios del mismo recaudar \$ 14.594. Algunas de las instituciones beneficiadas con lo obtenido en el Programa fueron Cáritas, Hospital de Niños de Córdoba, Granja Mi Hogar, Querubines y Cotelengo Don Orione.

De esta manera, fomentando un uso racional de los recursos, empleando procesos electrónicos en vez de procedimientos convencionales, y estimulando el reciclaje de papel, ayudamos a cuidar el medio ambiente y paralelamente colaboramos con el sostenimiento de distintas entidades que realizan trabajo social.



**EN DISTINTAS
SUCURSALES DEL PAÍS
HEMOS PODIDO
RECOLECTAR MÁS DE
36.000 KG DE PAPEL,
QUE LES PERMITIÓ,
A LOS DESTINATARIOS
DEL PROGRAMA,
RECAUDAR \$ 14.594**



o6 La unión hace la fuerza



POR UN PAÍS MÁS JUSTO

Desde **Fundación Macro**, estamos convencidos que para estar cerca de la gente debemos centrar nuestra misión en acompañar el **crecimiento social, cultural y económico de las comunidades** donde el Grupo está presente. Esta búsqueda implica impulsar proyectos sustentables, que fomenten la cultura del trabajo, y despierten en todos un espíritu de **responsabilidad solidaria activa**.

En consonancia con esta misión, apostamos con fuerza a que las regiones se desarrollen, revalorizando la propia cultura. Además, consideramos a los niños como el capital más importante que tiene nuestra sociedad. Constantemente trabajamos con la firme convicción de que un país más solidario, justo y equitativo es posible. Y necesario.

Apoyándonos en estos pilares, la Fundación, a través de alianzas con otras instituciones con las que coincide en objetivos, desarrolla y apoya propuestas que impactan en la comunidad de manera solidaria. Siempre apuntando a planes que tengan un sentido de responsabilidad compartida y que impliquen un sólido compromiso de ambas partes. De esta forma, tanto la Institución como la comunidad beneficiada logran incentivar el espíritu emprendedor y solidario en toda la sociedad.

Además de apoyar a la comunidad, se ideó un programa centrado en el voluntariado corporativo, para que nuestros empleados puedan concretar sus proyectos solidarios. De esta manera, fomentamos el compromiso activo y solidario de quienes trabajan en Macro, porque acompañarlos a ellos en sus inquietudes sociales, también es otra manera directa de ayudar a la comunidad.

Para hacer una tarea más eficiente es necesario focalizar en temas que se consideren prioritarios, y concentrar en ellos todas las energías de la Fundación. Por este motivo, sus programas se basan en 5 ejes: nutrición,

educación, medicina social, inclusión social y trabajo sustentable.

Para cada eje, Fundación Macro desarrolla programas con distintas entidades de todo el país, buscando optimizar el impacto social de los mismos, y potenciando a su vez las tareas de las entidades aliadas.

Educación para todos

Sabemos que la educación es una herramienta clave para el progreso de las personas, y, consecuentemente, del país. Por eso mismo, Fundación Macro tiene un programa específico para abordar esta temática, centrado en la igualdad de oportunidades para el acceso a la educación.

En cuanto al padrinazgo, esta parte del programa consiste, en primer término, en otorgar becas escolares y de capacitación a niños de EGB de la Escuela N° 699, de Garupá, provincia de Misiones, en alianza con la Fundación Brazos Abiertos. Gracias a esta ayuda, los chicos pueden cubrir sus gastos escolares durante todo el ciclo lectivo. Además, reciben acompañamiento mensual por parte de profesionales, que, a través de reuniones, realizan informes de evolución y desempeño escolar, enfatizando la comunicación y el apoyo psicopedagógico del alumno.

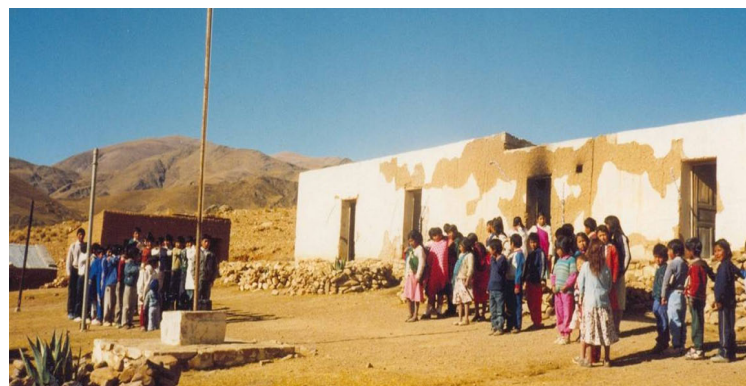


Saber para ser

Entre los resultados del padrinazgo, se comprobó que los chicos pudieron mejorar su dedicación al estudio y su conducta. Además, la beca significó una motivación tanto para los becados como para los otros chicos del curso, quienes tratan de progresar para poder ser también ellos beneficiarios de las becas. Por otra parte, las becas fomentan una comunicación fluida entre docentes, autoridades escolares, alumnos y familiares de los alumnos.

Observando los excelentes resultados del programa de padrinazgo de Becas Escolares, en el transcurso de 2007 se comenzó a trabajar en la búsqueda de instituciones que pudiesen hacer llegar las becas a Salta, Bariloche, Cipolletti y Rosario (además de mantener y aumentar la cantidad de ahijados en la provincia de Misiones). Así, se comenzó el trabajo en red, junto a Fundación Anpuy (en Salta) y Fundación Cimientos (para las becas de Rosario, Bariloche, y Cipolletti).

El programa Saber para Ser también trabaja impulsando las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) mancomunadamente con Fundación Aprendiendo Bajo la Cruz del Sur. A través de esta experiencia, se pudo brindar conexión satelital en escuelas situadas en las localidades de Iruya, en Salta, y Tres Lagos, en Santa Cruz. La licenciada Claudia Gómez Costa, directora de Aprendiendo bajo la Cruz del Sur, afirmó que “Esta alianza con Fundación Macro nos permitió colaborar otorgando las



Lic. Claudia Gómez Costa
Directora, Fundación Aprendiendo bajo la Cruz del Sur

“Esta alianza con la Fundación Macro nos permitió colaborar otorgando las herramientas necesarias para reducir la brecha digital en comunidades que se encuentran muy alejadas de los centros urbanos”.

herramientas necesarias para reducir la brecha digital en comunidades que se encuentran muy alejadas de los centros urbanos". Gracias a esta ayuda, docentes y alumnos pudieron desarrollar trabajos de investigación de manera virtual, a través del uso de correo electrónico y tutorías en línea, y focalizarse en áreas como matemática, lengua, ciencias sociales, naturales y arte. Gómez Costa destaca, a modo de ejemplo, con qué entusiasmo recibieron los alumnos la clase de arte cuando pudieron hacer una visita virtual al Museo del Louvre, en comparación con las clases "tradicionales" en las que solamente se podía abordar el tema oralmente.

Durante 2007 también nos sumamos al trabajo de la Fundación Educativa Junior Achievement. Nuestros empleados participaron en diferentes programas educativos brindando capacitaciones a alumnos de Instituciones Públicas y Privadas de todo el país. En la ciudad de Rosario se participó del programa "Socios por un día" trabajando con estudiantes del último año de la escuela secundaria, quienes visitan el lugar de trabajo de un profesional, y pasan una jornada completa junto a ellos. En Córdoba, Salta y Mendoza se dictaron "Programas de economía personal", buscando reforzar en jóvenes de 14 y 15 años, habilidades individuales y herramientas económicas, con el fin de alcanzar metas tanto personales como profesionales, desarrollando aspectos tales como: autoconocimiento, administración y uso del dinero. Por último, durante el mes de septiembre se dio inicio al "Programa Habilidades para el éxito" en la provincia de Salta. Este programa tiene como finalidad brindar a los jóvenes de 16 a 17 años herramientas para su ingreso al mundo laboral y concientizarlos acerca de la importancia del estudio, la capacitación continua y la especialización.



Claudia Antolin
Fundación Junior Achievement,
Mendoza

“Entre los logros obtenidos, hemos podido brindarles herramientas a los jóvenes para el futuro laboral. Y además entendieron la relación entre sus logros en la escuela y su futuro laboral, descubrieron la importancia de las habilidades interpersonales e identificaron como pueden mejorarlas, y reconocieron que la colaboración es fundamental para lograr los resultados deseados. La cantidad de beneficiados ha sido 68 alumnos”.



Paula Pastor Flores
Fundación Junior Achievement,
Córdoba

“El aporte de Fundación Macro es importante para que las organizaciones del tercer sector trabajen en conjunto por las problemáticas sociales, como por ejemplo la educación. En el marco de esta alianza, hemos logrado planificar el desarrollo de cuatro programas educativos en las ciudades de Córdoba, Villa María y San Francisco. Y se han beneficiado aproximadamente 80 alumnos de cuarto año de diferentes instituciones educativas”



Integrándonos

En el marco de su programa para la integración de personas con capacidades diferentes, Fundación Macro trabaja desarrollando alianzas con distintas organizaciones de la sociedad civil que se alinean con otro de sus objetivos más importantes: mejorar la calidad de vida de estas personas, como así también de su entorno familiar y social. Los trabajos abarcan diferentes aristas: integración a través del deporte, emprendimientos laborales inclusivos, como así también aportes para la mejora en las prácticas de rehabilitación. El objetivo es solo uno: trabajar por la igualdad de derechos y oportunidades.

Una de las principales alianzas para trabajar en la integración es la generada con Fundación Cecilia Baccigalupo. Esta Fundación eligió al deporte y las prácticas asociadas a él (encuentros deportivos, torneos, giras) como herramienta para superar las barreras que impone la discapacidad, ya que promueven el desarrollo psicomotriz y social, estimulan el afán de superación como actitud de vida y, por sobre todo, favorecen la socialización ayudando a crear amistades y a establecer nuevos vínculos.



Andrea Benaim
Directora Ejecutiva,
Fundación Cecilia Baccigalupo

“Fundación Macro fue una de las manos que ayudó a sostenernos para dar los primeros pasos de vida como Fundación. Creyó desde un principio en las posibilidades de crecimiento de la Fundación Baccigalupo. Nos viene acompañando desde hace 5 años, cuando la Fundación brindaba clases de padel dos veces por semana a 40 jóvenes con discapacidad, hasta el día de hoy, que contamos con 6 deportes, una sede en el interior del país, un plantel de 60 personas (entre profesores y voluntarios) y un número de alumnos que alcanza los 250”.



Acciones realizadas por Fundación Cecilia Baccigalupo a partir de la alianza con Fundación Macro:

- Creación de las escuelas deportivas de tenis, hockey, fútbol, básquet y running; adquisición de materiales en función del crecimiento del número de alumnos: materiales didácticos especiales, como los bolsos de psicomotricidad; materiales deportivos: mini redes, aros móviles, bochas y arcos de hockey, pelotas de fútbol, básquet, tenis. Remeras para todos los alumnos. También materiales de difusión para presentar las nuevas escuelas a las instituciones educativas especiales que eligen a la Fundación para que sus alumnos practiquen deportes: folletos, videos, dvd, banderas, banners, página web.
- Organización integral de los eventos de lanzamiento de las escuelas de hockey y básquet, donde se designaron padrinos a Cachito Vigil y Emanuel Ginóbili: logística para la presencia de 200 alumnos por evento con sus familiares, adquisición de materiales y gastos de producción. Presencia en todos los medios gráficos y televisivos.
- Creación de la primera sede de la Fundación Cecilia Baccigalupo en el interior del país. Escuelas Deportivas de la Fundación Baccigalupo en Mar del Plata: estudio de campo, capacitación a profesores, evento de lanzamiento junto a Gabriela Sabatini en noviembre de 2007, adquisición de materiales deportivos para trabajar con 40 alumnos, durante el ciclo deportivo 2008.

- El viaje a España de seis alumnos de la Fundación Baccigalupo para participar del "Primer Encuentro Iberoamericano de Jóvenes con Capacidades Diferentes" en Mallorca y del VIII Mundial de Padel en Murcia, en octubre de 2006: pasajes aéreos y estadía.
- Organización integral por dos años consecutivos (2006-2007) del "Torneo Tenis & Beauty Day" donde alumnos de tenis de la Fundación Baccigalupo junto a Paola Suárez realizan una exhibición frente a más de 50 jugadoras del Torneo: premios para los alumnos que participan.
- Inauguración de la Escuela Especial de Tenis en Río Gallegos, en octubre de 2007. La Fundación creó una alianza con el Río Gallegos Tennis Club y se nombró padrino a Guillermo Vilas: viajes, estadía, materiales didácticos.
- Participación en 2 congresos médicos como especialistas en Deporte y Discapacidad. En la Ciudad de Rosario en el 2º Congreso Hispano Argentino de Kinesiología Deportiva y 1º Congreso Hispano Argentino de Neurorehabilitación y en la Ciudad de Mar del Plata en el 23º Congreso Argentino de Psiquiatría: viaje de 4 personas y estadía.
- Organización de los doce Torneos Nacionales de Padel, con la participación de niños y jóvenes con discapacidad intelectual de todo el país. Premios para todos los jugadores, pasajes para las delegaciones del interior.



Miguel Alejandro Jerez
Profesor en Educación Especial.
Presidente F.I.O.D.I.M.

“Al lograr una respuesta positiva de Fundación Macro, ante el pedido de una colaboración permanente para la realización de nuestras actividades, nos dimos cuenta que no estábamos solos para hacerlo y eso nos impulsó a que, ya luego de un largo tiempo de estar juntos saber que todavía hay gente que deposita cheques de valores en el banco de la vida, o tal vez emite depósitos de esperanza en la cuenta del Sí, se puede! para que todos aquellos que necesitan puedan retirar su cuota diaria de sonrisa de un cajero mucho mas rico como lo es el del corazón.”

Integración productiva

Fabricar artesanías de cuero, madera y caña, para venderlas en ferias de Tucumán y alrededores. Esa es la tarea que realizan los 35 alumnos de los talleres de capacitación laboral de la Fundación para la Igualdad de Oportunidades del Discapacitado Mental (FIODIM). Con el apoyo de Fundación Macro, estos chicos pudieron encontrar un espacio de realización personal y profesional.

Además de los talleres de artesanías, FIODIM cuenta con un taller de reparación de calzados y marroquinería. Este emprendimiento les permite a los chicos una doble función, ya que, aparte de los arreglos a particulares, recolectan zapatos que reparan y donan a otras instituciones que los redistribuyen a personas necesitadas. FIODIM también tiene una escuela de básquet y realiza actividades recreativas, como viajes, salidas al cine y festejos de cumpleaños. Alejandro Jerez, profesor de la Institución, destaca que “todas las actividades de FIODIM son gratuitas y el ingreso fijo mensual de Fundación Macro es muy importante para que se pueda concretar este proyecto”.

A futuro, FIODIM planea seguir trabajando con personas con trastornos motores, no videntes y con parálisis cerebral, además de colaborar con distintos servicios de estimulación y rehabilitación.



La integración de los chicos con capacidades especiales también se lleva a cabo a través de una alianza con la Fundación Minka, con sede en Tucumán. Esta entidad cuenta con talleres de arte, en donde las personas pueden integrarse en un ámbito distendido y solidario. Minka también capacita a voluntarios, para que colaboren con la educación, recreación y cuidado de quienes se encuentran alojados en instituciones. También hay voluntarios que traducen textos escolares al braille y colabora con actividades terapéuticas con caballos. Los chicos que se benefician de las actividades de equinoterapia ya suman 26.

Alimentando el futuro

Alcanzando el Futuro



Creciendo juntos

Estamos cerca de las necesidades primarias de niños y adolescentes porque sabemos que ayudarlos en su nutrición es el primer paso para brindarles una mejor calidad de vida. Pero como además de alimentos hacen falta cosas más intangibles como solidaridad y respeto, Fundación Macro apoya a comedores comunitarios de auto-gestión, que permiten, además de satisfacer necesidades básicas, tener un espacio de contención social y de punto de encuentro para familias.

Desde el año 2003 Fundación Macro, a través de su programa "Alimentando al futuro" brinda asistencia a los comedores San Benito, Democracia y Residencia Indígena en la Ciudad de Salta, donde asisten 650 personas, al comedor Pan de Belén, donde asisten 150 familias de la provincia de Jujuy, al comedor Parroquia Iguazú en la Ciudad de Posadas, y 16 comedores en la provincia de Tucumán, manejados en este caso a través de Caritas Tucumán y Fundación San Juan Bosco, y que facilitan que 3.700 personas puedan cubrir sus necesidades básicas. Un pilar fundamental del programa radica en la supervisión y control dietario, realizado por Licenciados en nutrición.

Los beneficios no se acotan solo a la seguridad alimentaria, sino que también se relacionan con el aporte a obras de infraestructura que permiten el desarrollo de activi-

dades sociales de la comunidad, en un lugar cómodo y seguro. La construcción de la obra del comedor en el Barrio Democracia (Salta), por ejemplo, permitió que además del mejor funcionamiento del comedor se realizaran actividades parroquiales como dictado de catequesis, celebración de misas, además de charlas brindadas por profesionales de la salud, sobre educación alimentaria, salud bucal, actividades de recreación musical, organización de partidos de fútbol, juegos y celebraciones por el día del niño, talleres de cocina, artesanías, etc.

Por una cultura de trabajo

Apostar a los jóvenes es otro de los compromisos sociales de Fundación Macro. Porque creemos en la juventud, en el trabajo y en la autorrealización personal, buscamos que la generación de empleo beneficie a los sectores juveniles. Dentro de ese objetivo, trabajamos en sintonía con la Fundación Impulsar, apoyando microemprendimientos en Salta, Mendoza y Tucumán.

Gracias a este proyecto, jóvenes de las provincias mencionadas pueden desarrollar proyectos productivos tanto metalúrgicos y gastronómicos, como así también relacionados con el diseño artesanal, textil y gráfico. Con los fondos que reciben pueden adquirir maquinarias y herramientas que facilitan las mejores terminaciones de los trabajos, y que además permiten el aumento de



la producción para poder satisfacer a una demanda creciente de clientes.

El apoyo económico que reciben estos jóvenes se divide en tres etapas fundamentales; en un primer momento, se les brinda un curso de capacitación para que sepan cómo hacer un plan de negocios, este dura dos meses y lo dictan profesionales especializados. En segundo término, se otorga una contribución económica, mediante un préstamo sin garantía ni interés, para que puedan poner en marcha el proyecto planeado. En tercer lugar, se brinda la asesoría de un mentor empresarial durante los primeros tres años del emprendimiento; los mentores son profesionales independientes que donan su tiempo para apoyar con sus conocimientos a los jóvenes que ponen en marcha sus proyectos productivos.

Hasta el momento, se han puesto en marcha 9 microemprendimientos, y según Marcelo Rosenblatt, director de Desarrollo y Comunicaciones de la Fundación Impulsar, cada iniciativa “genera por lo menos dos puestos de trabajo”. Para Fundación Macro estos pequeños emprendimientos productivos son una alternativa válida para revitalizar la cultura del trabajo, apoyar las economías regionales y reforzar la confianza que los jóvenes tienen en sí mismos. En ese sentido, Rosenblatt asegura que “el apoyo de Fundación Macro permite a muchos jóvenes argentinos transformar sueños y ambiciones en realidad”.



Marcelo Rosenblatt
Director de Desarrollo y Comunicaciones,
Fundación Impulsar

“El apoyo de Fundación Macro permite a muchos jóvenes argentinos transformar sueños y ambiciones en realidad. Gracias al mismo, se ha logrado la puesta en marcha de 9 microemprendimientos sustentables en las provincias de Salta, Mendoza y Tucumán”.

FUNDACIÓN IMPULSAR

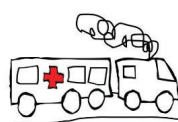




Salud x sonrisas



fundación alma



tren hospital para chicos

Más ayuda, más salud

Muchos argentinos viven alejados de las zonas que cuentan con una atención médica rápida y eficiente. Por eso, y para estar cerca de las necesidades de la gente, Fundación Macro trabaja con instituciones referentes en el tema, como "Tren Fundación Alma", el programa de giras médicas rurales "TUJUME", "Fundación Alegría", y "A.C. Saberes", entre otras.

Giras médicas TUJUME

Tucumán-Jujuy-Médicos (TUJUME), es una organización que realiza giras médicas por zonas rurales del noroeste del país. Los recorridos son llevados adelante por alumnos que cursan la residencia de la carrera de Medicina en la Universidad Nacional de Tucumán, bajo la supervisión de un coordinador general. Aparte de la atención médica, las visitas incluyen programas de atención para la salud, tocando temas como enfermedades de transmisión sexual, planificación familiar y lactancia materna.

Tren Fundación Alma

Macro acompaña la labor solidaria del Tren Fundación Alma, apoyando los viajes del "Tren-hospital" para chicos que, con tres vagones, lleva atención médica pediátrica y educación sanitaria a localidades de Salta, Jujuy, Tucumán, Santiago del Estero, Santa Fe, Chaco y Córdoba. Desde sus comienzos, Fundación Alma, lleva atendidos 77.000 chicos.

El tren recorre especialmente zonas rurales, y facilita el acceso a la salud a niños que, de otro modo, no podrían atenderse. Los equipos de salud de la Fundación Alma atienden casos de pediculosis, desnutrición, enfermedades respiratorias y de la piel, problemas auditivos, traumatológicos, oftalmológicos y cualquier otra dolencia que pueda llegar a padecer un niño. En los casos en los que se precisan tratamientos especializados los profesionales del tren derivan a sus pacientes a hospitales provinciales. Alma también trabaja fomentando la educación sanitaria, organizando charlas en establecimientos educativos. Para colaborar con este trabajo durante 2007, Fundación Macro entregó kits dentales utilizados en las charlas que brinda el equipo odontológico del tren pediátrico en establecimientos educativos.



Oscar Algranti
Presidente Fundación Alma

“El aporte de Fundación Macro ayudó significativamente con la compra de insumos médicos y demás gastos en los que se incurren en cada viaje. Además, la entrega de material para la higiene dental de los chicos que recibieron la atención del Tren Alma, se convirtió en una herramienta para materializar y mantener en el tiempo los consejos y enseñanzas de los médicos y odontólogos voluntarios en las comunidades que visitan”.



Mercedes Anzoátegui
Coordinadora Desarrollo Institucional,
Fundaleu

“Para Fundaleu fue muy importante el aporte de Fundación Macro, porque nos ha permitido asociarnos en una alianza que nos honra. Fundaleu cultiva vínculos perdurables para la generación de valor y reciprocidad con el mundo empresario. Macro es una marca líder con excelente percepción pública que acompaña nuestra causa, que además, nos ha permitido el logro de importantes metas para nuestro quehacer”.



Débora Abramoff
La casa de Ronald McDonald, Córdoba

“El aporte proporcionado por Fundación Macro fue muy decisivo para la construcción de cuartos de La casa de Ronald McDonald Córdoba. No sólo fue importante el padrinazgo, sino también el hecho de que esta contribución contagie el espíritu solidario de Fundación Macro en otras instituciones. Gracias al aporte de la Fundación, a partir de marzo de 2008, hemos podido comenzar a brindar alojamiento y contención a familias con hijos en tratamiento médico por cáncer o trasplante internados el hospital de niños Santísima Trinidad de Córdoba”.

Fundación Macro ha realizado los aportes para el financiamiento de salas de internación como la del centro de Internación e Investigación Angélica Ocampo de Fundaleu, La casa del Niño en la provincia de Salta, y el trabajo en conjunto con La casa de Ronald McDonald en Córdoba, en donde la ampliación de salas permitió la concurrencia y asistencia de una mayor cantidad de pacientes y familiares.

Estas son apenas algunas de las actividades que Fundación Macro desarrolla a través de su programa de medicina Social “Salud por Sonrisas”, además de las donaciones particulares a escuelas y hospitales públicos. Estar cerca de la sociedad implica preocuparse por la salud de todos.



Generando el cambio



Voluntarios del corazón

Para que los valores que promulgamos como organización no sean solamente enunciados abstractos y se proyecten en la sociedad, es necesario en primera instancia, que tomen vida dentro de la propia organización. Estos valores tienen que ser aprehendidos, sentidos y vividos por cada integrante del Grupo. Para estimular este proceso, hemos convocado a todos los empleados que desearan a involucrarse en el programa de voluntariado corporativo "Generando el Cambio". Las repercusiones entre nuestra gente fueron las mejores.

El principal objetivo del programa es promover el compromiso y la participación social activa de los voluntarios en acciones de interés comunitario. Y son ellos mismos los que eligen las problemáticas sociales en las cuales intervenir y junto a qué comunidades e instituciones trabajar. Durante 2007 se aprobaron los proyectos de 30 grupos de empleados de todo el país: Neuquén, Susqués, Arequito, Embarcación, San Pedro, Pergamino, allí y en más lugares, están los voluntarios de Macro, difundiendo los valores en los que cree el Banco. El total de beneficiados por nuestro equipo solidario ya suma 10.500 personas.

Los planes presentados abordan diversas temáticas, como medio ambiente, nutrición, asistencia social, equi-

pamiento de establecimientos educativos, obras edilicias en centros comunitarios, trabajo sustentable, entre otros. Llenos de alegría y entusiasmo por los resultados y proyectos logrados, queremos compartir alguno de los testimonios de nuestros participantes:





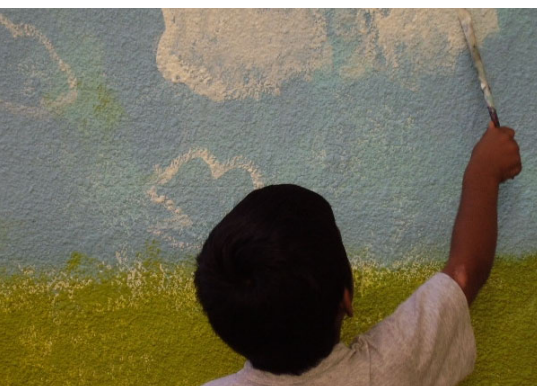
Rodrigo Adrián Mele
Analista de Productos,
Buenos Aires, Casa Central

“El proyecto Todos Calzados fue realizado junto a la organización ACTIO y está sustentado desde la escuela de los Pereyra, Santiago del Estero. Tiene como finalidad ser una materia extra programática, en donde los adolescentes pueden aprender a fabricar su propio calzado, invitando también a todos aquellos familiares y conocidos que se quieran sumar a la capacitación, siempre supervisada por los encargados y los docentes. El objetivo principal radica en fomentar la cultura de trabajo y satisfacer necesidades primarias, en vistas a un próspero futuro de las comunidades involucradas”.



Diego Andrés Robles
Sucursal Gral. San Martín,
Jujuy

“Con el proyecto Con la computadora en el Aula la cooperativa escuela de Libertador General San Martín puede volver a ofrecer como prioridad su oferta educativa y la computación como herramienta básica para un mayor y mejor aprendizaje. Esto implica seguir creciendo y perfeccionándonos cada día más desde el plantel docente, buscando nuevas estrategias que permitan a los niños aprovechar al máximo este medio para un mejor desenvolvimiento en el mundo moderno y globalizado en el cual vivimos”.



Maricel Carretti
Comunicaciones Institucionales,
Buenos Aires, Casa Central

“Tenemos”! Esa palabra se vuelve tan vulgar en lo cotidiano y tan deseada en las situaciones de vulnerabilidad. Porque tenemos tanto, es que también tenemos el compromiso de ver por aquellos que no tienen la igualdad de oportunidades que a nosotros nos brinda la vida, y por ello acepté integrarme al programa Generando el Cambio, impulsado por Fundación Macro. Así descubrí gente solidaria que trabaja para la inclusión de otros vecinos y que se encuentran imposibilitados de realizar sus proyectos por un factor económico. Por eso decidí participar en el proyecto artístico realizado por cooperativas de vivienda y centros culturales del barrio, colaborando con la pintura y demás elementos para poder realizar el pasaje de Murales, por ellos anhelado. Todos los vecinos participaron en la confección, siguiendo siempre un mismo objetivo: la integración y la expresión artística”.



Roberto Molina
Tesorería, Buenos Aires, Casa Central

“Los aportes conseguidos, tras ganar el Concurso de Proyectos Solidarios, fueron destinados a renovar las unidades Cocina y Pastelería de Fundación CEDEMIL, por considerar que presentaban el mayor potencial y las mayores limitaciones de equipamiento. A través de la adquisición de maquinaria (sobadora pastelera de mesa, balanza electrónica, procesadora, exprimidor, rack) se ha podido triplicar la capacidad productiva del taller superando ampliamente los objetivos previstos. Quiero dejar expresado mi profundo agradecimiento y el de todos los que de alguna forma están ligados a la Fundación Cedemil por la generosidad puesta de manifiesto y por la felicidad que le brindaron a los receptores directos del equipamiento, que no son ni más ni menos que nuestros hijos. Muchísimas gracias!!!”.



Viviana Molinaro y equipo
Sector Servicios Generales,
Nuevo Banco Bisel, Rosario

“Particularmente considero muy positivo producir acciones que perduren en el paso del tiempo y dejar nuestras huellas en esa historia que todos juntos generamos en el día a día. Producto de ello es nuestro Proyecto y en respuesta a esa forma de pensar nació el proyecto Solidario Macro con el Poli, que fijó como objetivo colaborar con la renovación del material bibliográfico del Instituto Politécnico de Rosario... los libros... ¿Quién más que ellos pueden representar nuestra historia? Al día de hoy hay 2.500 beneficiarios directos que están disfrutando de los inicios de la actualización de la biblioteca”.



Federico Acuña
Call Center, Servicios al cliente, Salta

“La necesidades siempre están y los recursos no siempre alcanzan. Una noche, conversando con mi esposa, docente del establecimiento EFETA, institución educativa para niños sordos, me comentó acerca de materiales que estaban faltando en los talleres y en la cocina, carpintería y salita de estimulación temprana. Con la oportunidad de presentarnos al concurso promovido por Fundación Macro, nos pusimos a trabajar. Al día de hoy, con el proyecto ya concretado, estamos muy agradecidos por haber podido ayudar a esta institución. Sinceramente al escribir estas palabras se me llenan los ojos de lágrimas de alegría de poder sentir y participar de estas cosas que tanto bien hacen. Y sentirme orgulloso de trabajar en una institución que se preocupa por todos lo que necesitan”.



**Informe de
Responsabilidad
Social Empresaria
2007**

Edición y Coordinación:

Gerencia de Relaciones Institucionales,
Departamento de Comunicación Institucional,
Área de Responsabilidad Social Corporativa.

Información proporcionada por:

Gerencia de Recursos Humanos, Distribución y
Ventas, Relaciones Institucionales, Banca
Empresa, Banca Individuos, Fundación Macro.

E-mail: relacionesinstitucionales@macro.com.ar
Sarmiento 447
C1041AAI Buenos Aires
República Argentina

Diseño gráfico:

DiazDesign.com

