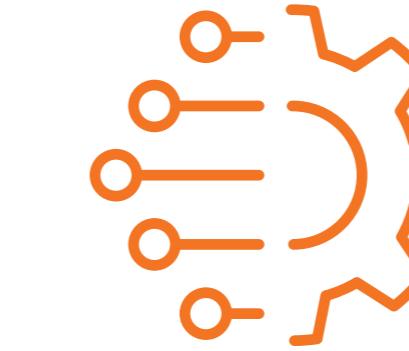
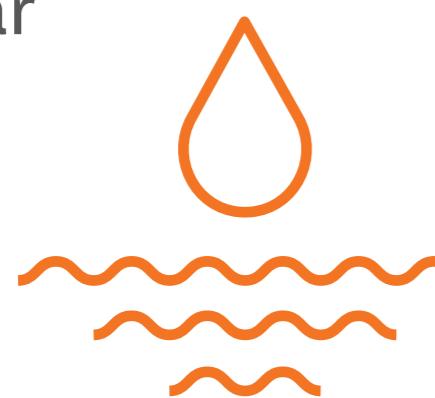
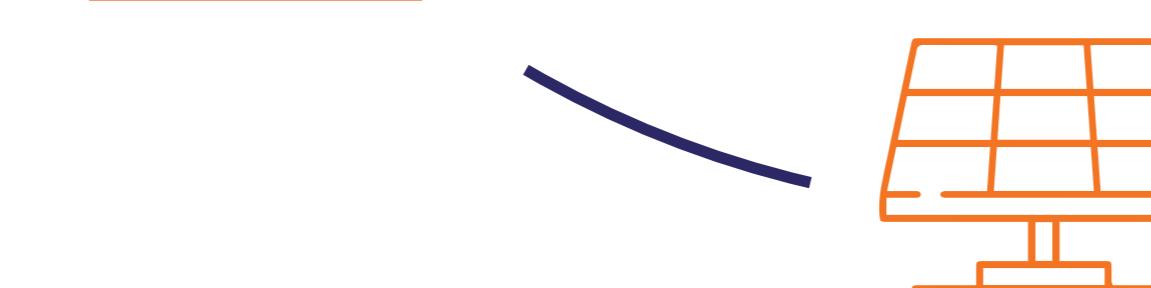
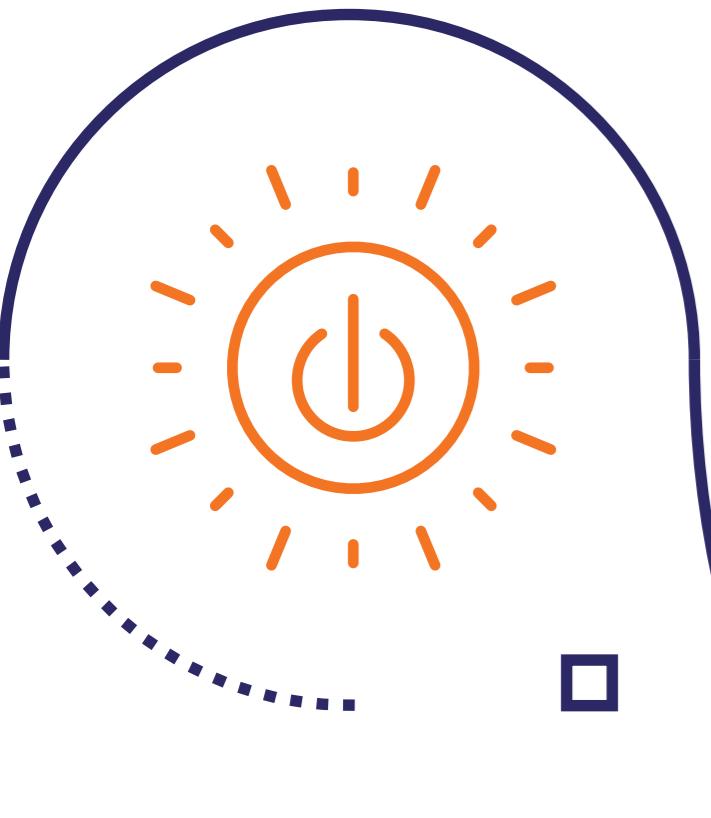




El Banco del Hogar

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD

2021



DESTACADOS 2021
P3

1
CARTA DEL PRESIDENTE
P4

5
**GOBIERNO CORPORATIVO,
ÉTICA E INTEGRIDAD**
P33

5.1 Gobierno corporativo	33
5.2 Marco regulatorio	37
5.3 Estructura accionaria	37
5.4 Visión y misión	38
5.5 Código de ética y conducta	39
5.6 Prevención y control de fraudes	42
5.7 Gestión de riesgos	44
5.8 Seguridad de la información	45

2
**SOMOS
BANCO HIPOTECARIO**
P5

2.1 Productos y servicios 7

6
**DESEMPEÑO SOCIAL
Y AMBIENTAL**
P46

6.1 Comunidad del banco	46
6.2 Impacto ambiental	62
6.3 Programas con la comunidad	65

3
**NUESTRA ESTRATEGIA
DE NEGOCIO**
P16

3.1 Aceleración de la transformación digital	17
3.2 Desempeño económico	18
3.3 Finanzas sostenibles	20
3.4 Cadena de valor	23

7
**ÍNDICE DE
CONTENIDOS GRI**
P74

4
**LA SOSTENIBILIDAD
EN BANCO HIPOTECARIO**
P27

4.1 Nuestro impacto sobre los ODS	29
4.2 Relevamiento de grupos de interés	30
4.3 Análisis de materialidad	31
4.4 Alianzas, premios y avales	32
4.5 Parámetros del reporte	32

8
**ÍNDICE DE
CONTENIDOS SASB**
P84

ÍNDICE

DESTACADOS 2021



1 CARTA DEL PRESIDENTE

Contenidos GRI: 102-14.



Con entusiasmo les presento el Reporte de Sostenibilidad 2021 de Banco Hipotecario, que da cuenta sobre los aspectos sobresalientes en materia de aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Este reporte fue elaborado bajo los Estándares GRI y, por primera vez, incorpora una perspectiva de mercado a través de los estándares SASB (*Sustainability Accounting Standard Board*).

El contexto económico de alta inflación y la pandemia de COVID-19, vividos en 2021, resultaron en desafíos sumamente retadores para la gestión. Aun así, los 135 años de experiencia en el mercado local avalaron nuestro enfoque estratégico de negocio como prestador de servicios financieros del hogar, las familias y las empresas argentinas, eficiente y digital, reconocido por la excelencia en la atención al cliente.

El alcance económico de nuestro negocio se nutrió de los resultados sociales y ambientales de sus operaciones, incluyendo a toda la cadena de valor.

A partir de la firma del Protocolo de Finanzas Sostenibles en 2019, fuimos incorporando iniciativas y acciones que demuestran nuestro compromiso con el desarrollo sostenible, como vehículo de impacto social y ambiental positivo. En este sentido, cabe mencionar que, en 2021, efectivizamos 8 colocaciones de Bonos Verdes, Sociales y Sustentables. A su vez, logramos mantenernos en el Índice de Sostenibilidad de BYMA y participamos, voluntariamente, de la Evaluación de Sostenibilidad de S&P Global.

En línea con nuestra filosofía de promover una cultura centrada en las más de 1.600 personas que conforman el Banco, en 2021 reforzamos el trabajo colaborativo, a través de

nuevos y modernos espacios en nuestras oficinas, impulsamos un canal de comunicación más ágil y detectamos oportunidades para la construcción del bien común.

También, trabajamos intensamente en agilizar, digitalizar y mejorar los procesos, con la premisa de alcanzar altos estándares de calidad y satisfacción para nuestra cartera de clientes, y mantener al Banco Hipotecario al servicio de la comunidad.

Es para destacar que la gestión de 2021, también, fue fiel a la misión de generar una huella social positiva, con un fuerte compromiso con la comunidad y alineada a los pilares de la estrategia de sostenibilidad: pilares de inclusión, asistencia, ciudadanía y educación. A través de una inversión mayor a 85 millones de pesos en el año, llegamos a casi 280 mil personas y 283 organizaciones, impactando positivamente en la comunidad.

Todos estos resultados nos alientan a seguir trabajando para ser el banco del hogar de todas las familias argentinas.

En nombre del Directorio y en el mío, agradezco y destaco el compromiso de todas las personas que forman parte de esta organización.

Hasta el próximo reporte.

Eduardo S. Elsztain,
Presidente del Directorio.



2

X

SOMOS BANCO HIPOTECARIO

X

**9** INDUSTRIA,
INNOVACIÓN E
INFRAESTRUCTURA**11** CIUDADES Y
COMUNIDADES
SOSTENIBLES**Contenidos GRI:** 102-1, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6.

Banco Hipotecario SA es una de las instituciones con más trayectoria del sistema financiero argentino. Desde hace 135 años, se dedica a brindar soluciones de crédito, ahorro e inversión para individuos, familias, empresas y organismos del sector público.

IRSA Inversiones y Representaciones SA es el accionista privado principal, una empresa de desarrollo inmobiliario líder en la Argentina.

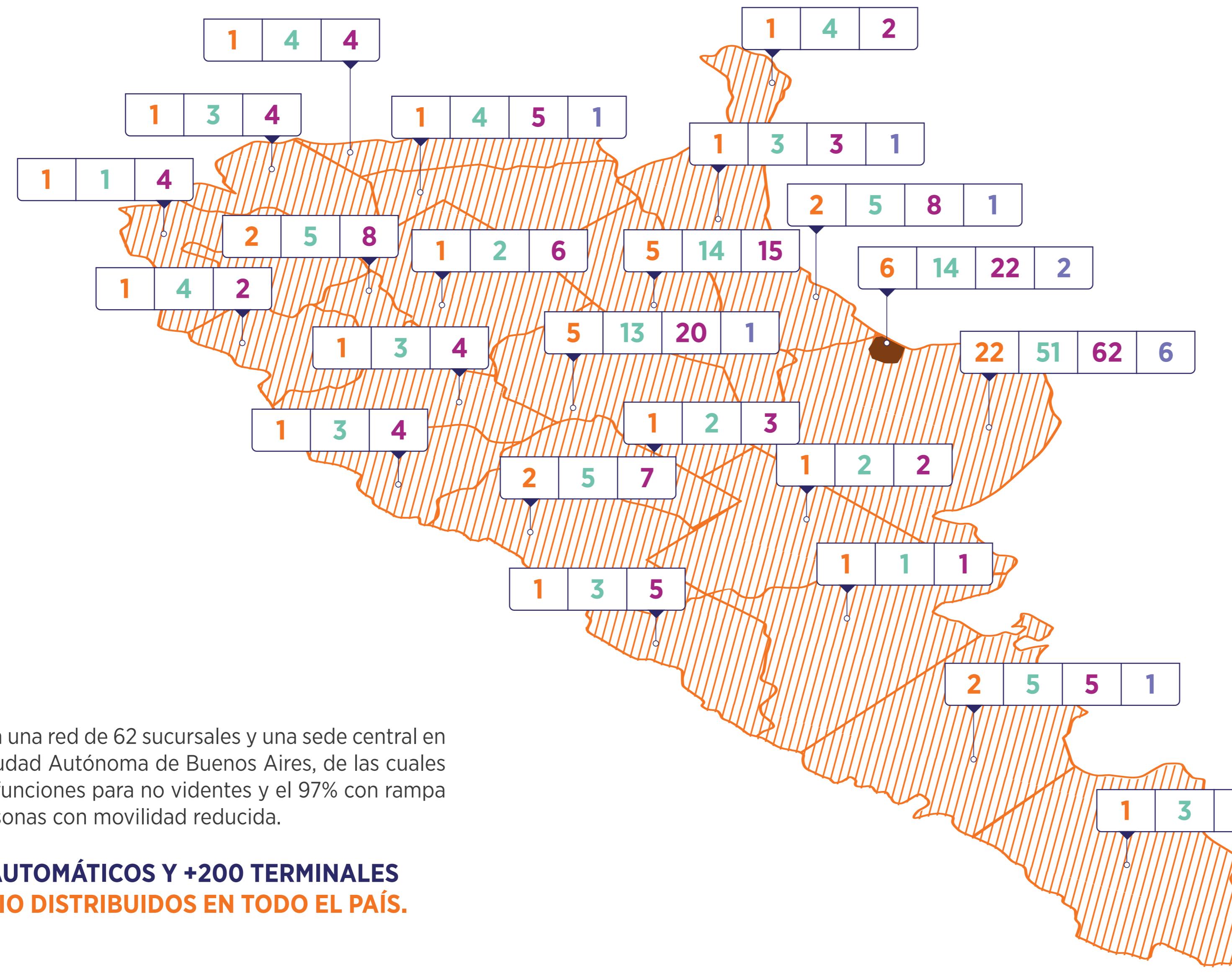
La **Banca Minorista** ofrece financiamiento al consumo de individuos, soluciones integrales para la vivienda y servicios transaccionales, como: medios de pago electrónicos, la acreditación de haberes en cuenta y la colocación de fondos, entre otros. Por su parte, la **Banca Mayorista** se enfoca en grandes empresas y emprendedores, a los que se les ofrece financiamiento y acercamiento a los mercados de capitales.



• • • • • • • • •
**EL BANCO SE CARACTERIZA
POR SER DE CAPITALES
MIXTOS, CON PRESENCIA EN
TODO EL PAÍS Y CON FOCO EN
EL HOGAR.**

**+2 MILLONES DE CRÉDITOS
PARA LA VIVIENDA
OTORGADOS A FAMILIAS DE
TODO EL PAÍS.**





Ubicación de las operaciones.



Sucursales



Cajeros automáticos



Terminales de autoservicio



Sucursales y cajeros con funciones para no videntes

El Banco cuenta con una red de 62 sucursales y una sede central en Reconquista 101, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, de las cuales un 21% cuenta con funciones para no videntes y el 97% con rampa de acceso para personas con movilidad reducida.

+150 CAJEROS AUTOMÁTICOS Y +200 TERMINALES DE AUTOSERVICIO DISTRIBUIDOS EN TODO EL PAÍS.

2.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS

Aspectos Materiales: Acceso a la Vivienda, Microcréditos.

Contenidos GRI: 102-2, 102-6, 102-48.

Los productos y servicios que ofrece van en línea con la visión estratégica del Banco, de ser la organización prestadora líder en servicios financieros del hogar, las familias y empresas argentinas.

En 2021, aún en contexto de pandemia, se brindaron respuestas ágiles y responsables frente a necesidades diversas, y se mantuvo la atención presencial con protocolos y medidas de cumplimiento del distanciamiento social.

EL BANCO OFRECE SOLUCIONES FINANCIERAS Y DE VIVIENDA, QUE CREAN VALOR PARA LA CARTERA DE CLIENTES Y QUE FORTALECEN SU ROL SOCIAL COMO AGENTE DE CAMBIO.

En cuanto a la estructura y al balance entre activos y pasivos, 2021 se vio caracterizado por una variación positiva del 68,9% de los activos respecto a 2020.

En relación con las fuentes de fondeo fundamentales, se observó un saldo de \$289.292 millones para los depósitos, registrando un aumento del 115,8% y un monto de las obligaciones negociables de \$20.333 millones, registrando una disminución del 30,8% (31/12/2020 vs. 31/12/2021).

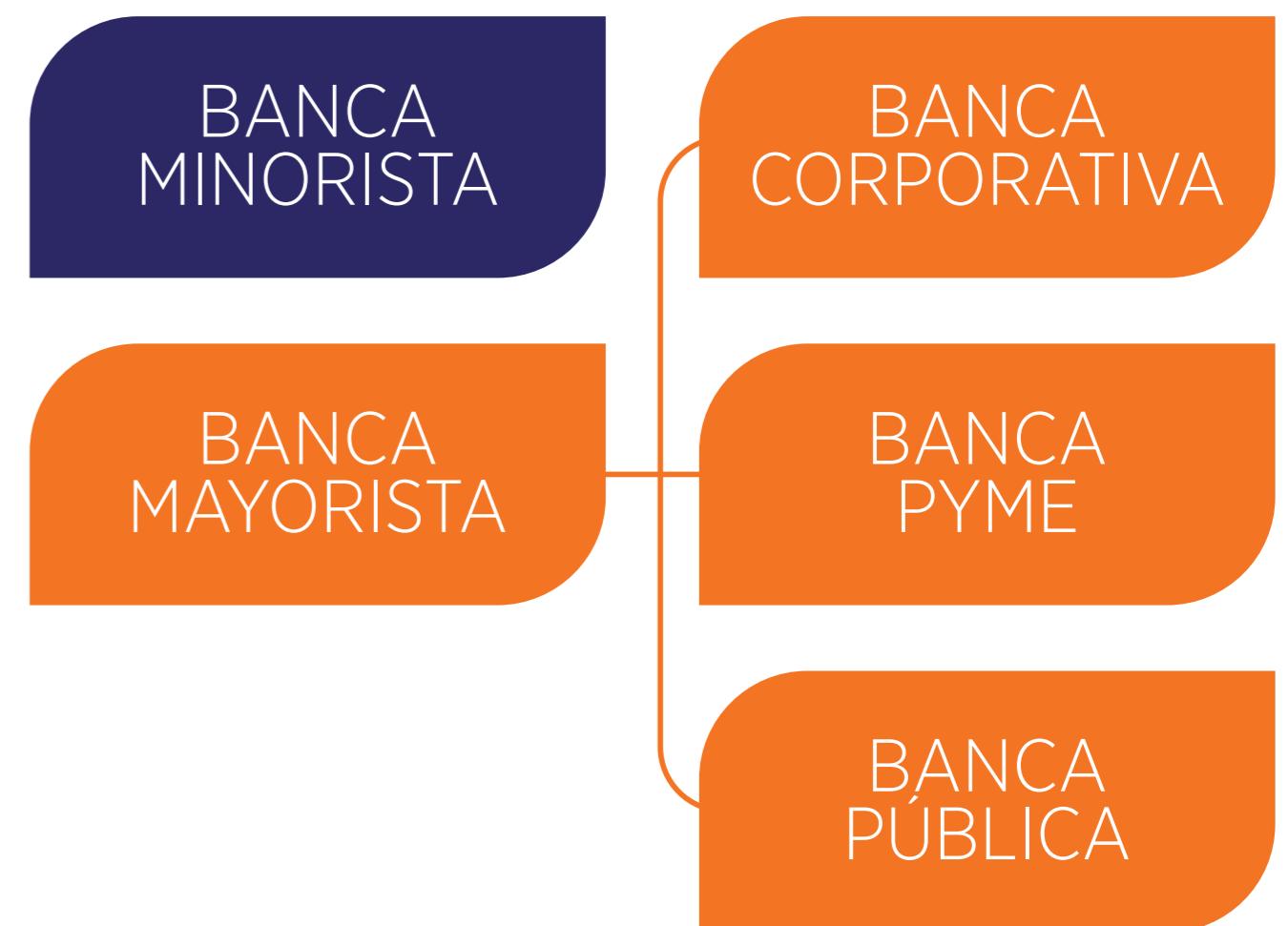
Productos Activos	Productos Pasivos
Préstamos hipotecarios	Depósitos
Préstamos personales	Obligaciones negociables
Tarjetas de crédito	
Seguros	
Préstamos PYME	
Préstamos corporativos	

Volumen de Productos Activos y Pasivos.

	2021
Activos	\$350.667
Pasivos	\$327.847
Depósitos	\$289.292
Obligaciones Negociables	\$20.333

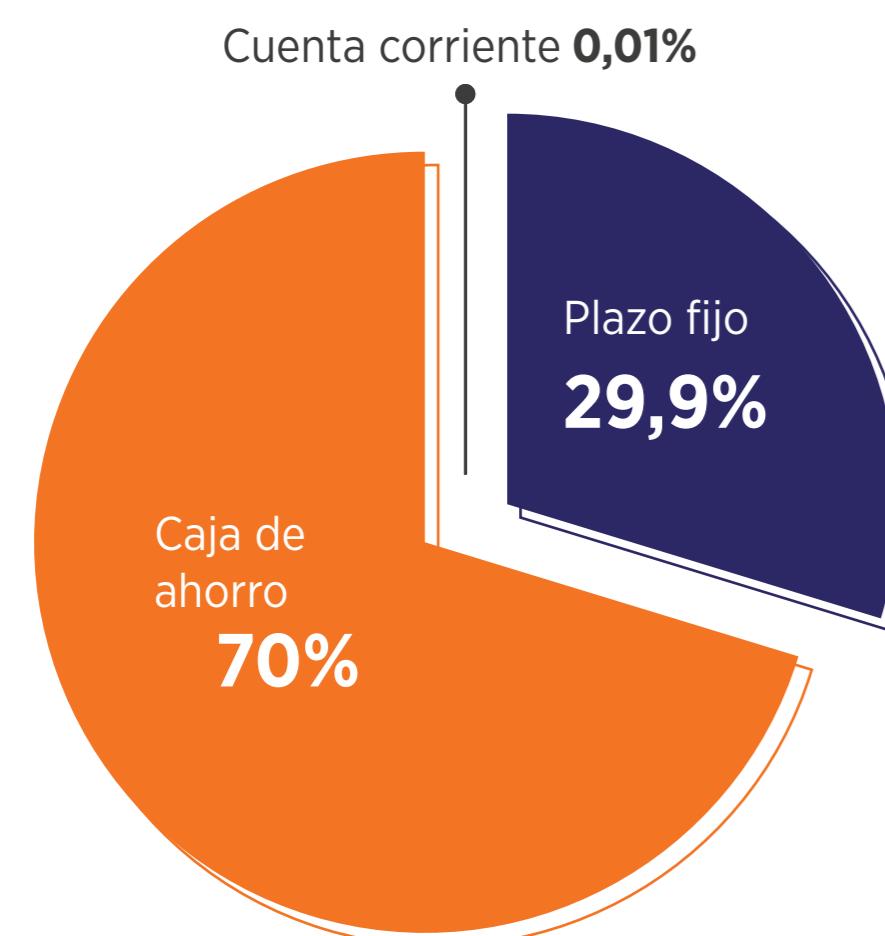
Cifras en millones de pesos. Valores según los Estados Financieros separados al 31/12/21, con aplicación de redondeo.

DISTRIBUCIÓN DE LA CARTERA DE PRODUCTOS

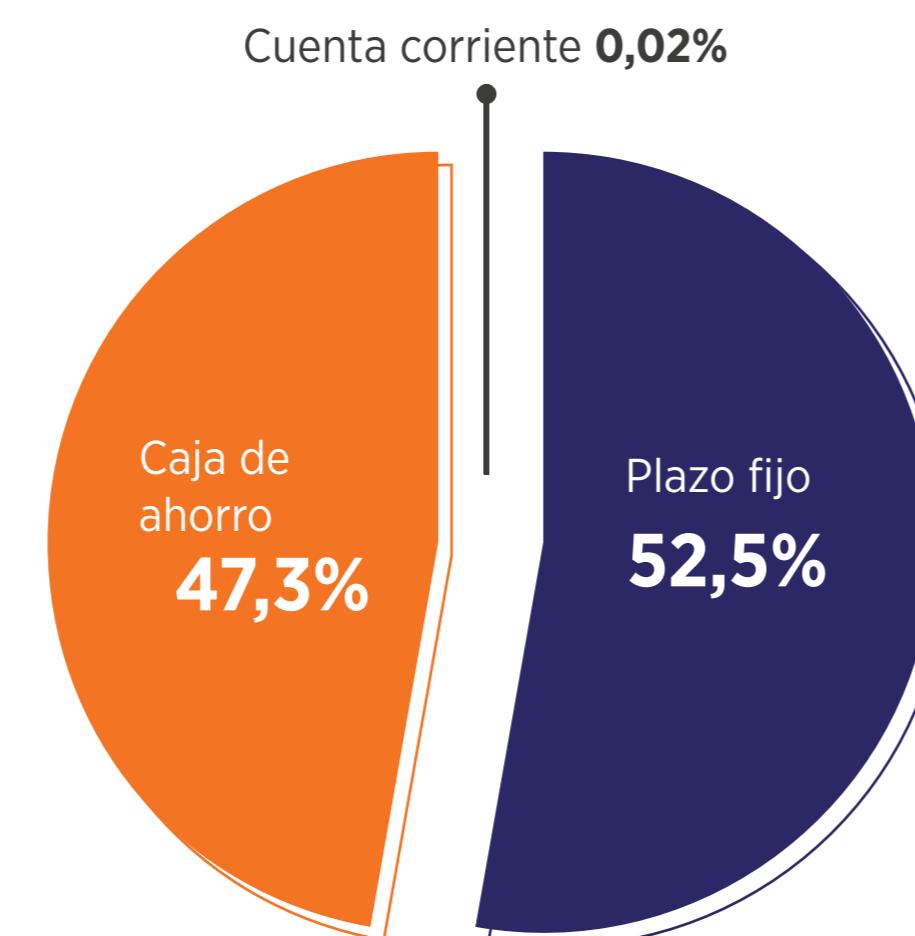


Distribución de la cartera – Banca Minorista.

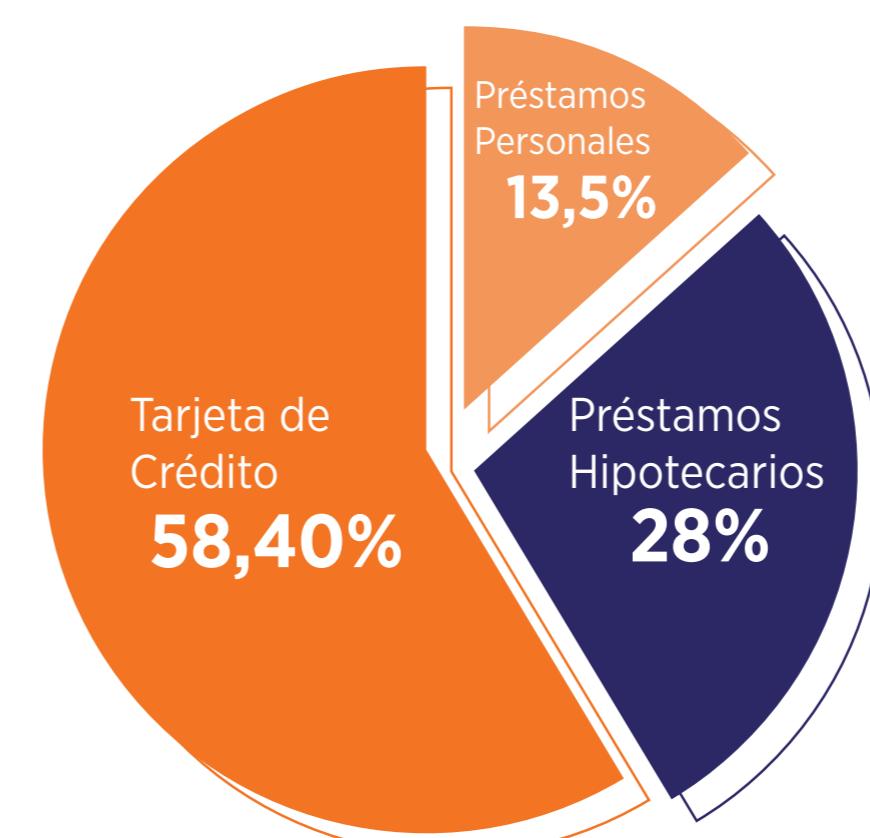
ACTIVOS



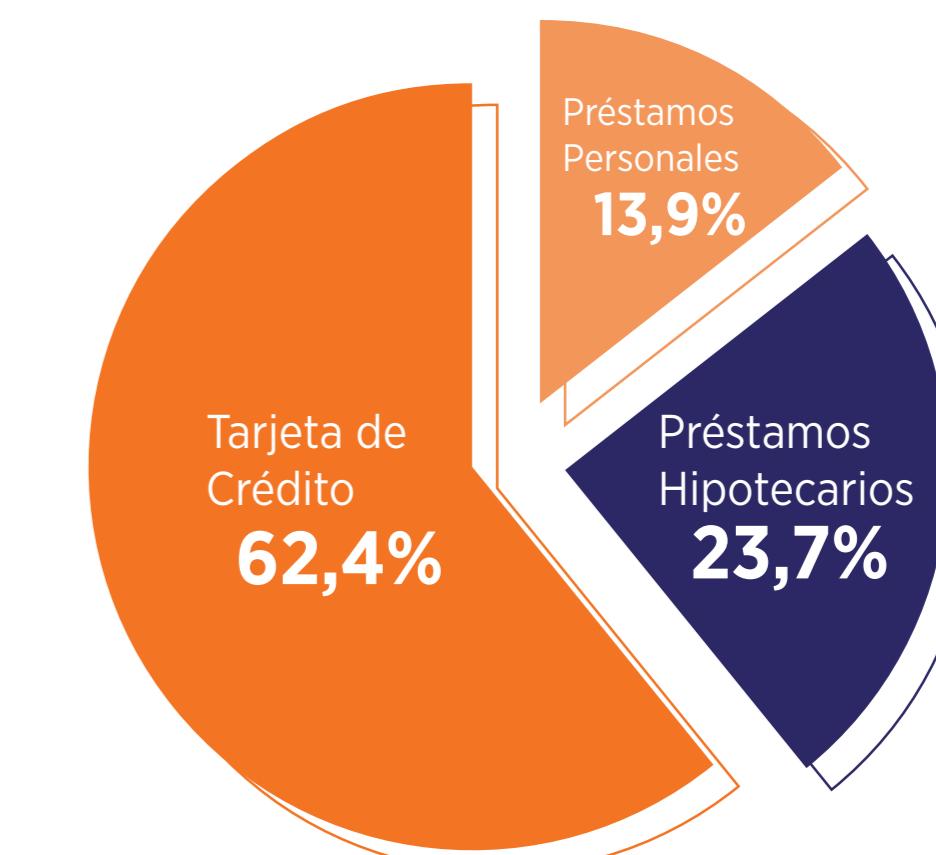
2021



2020



2021



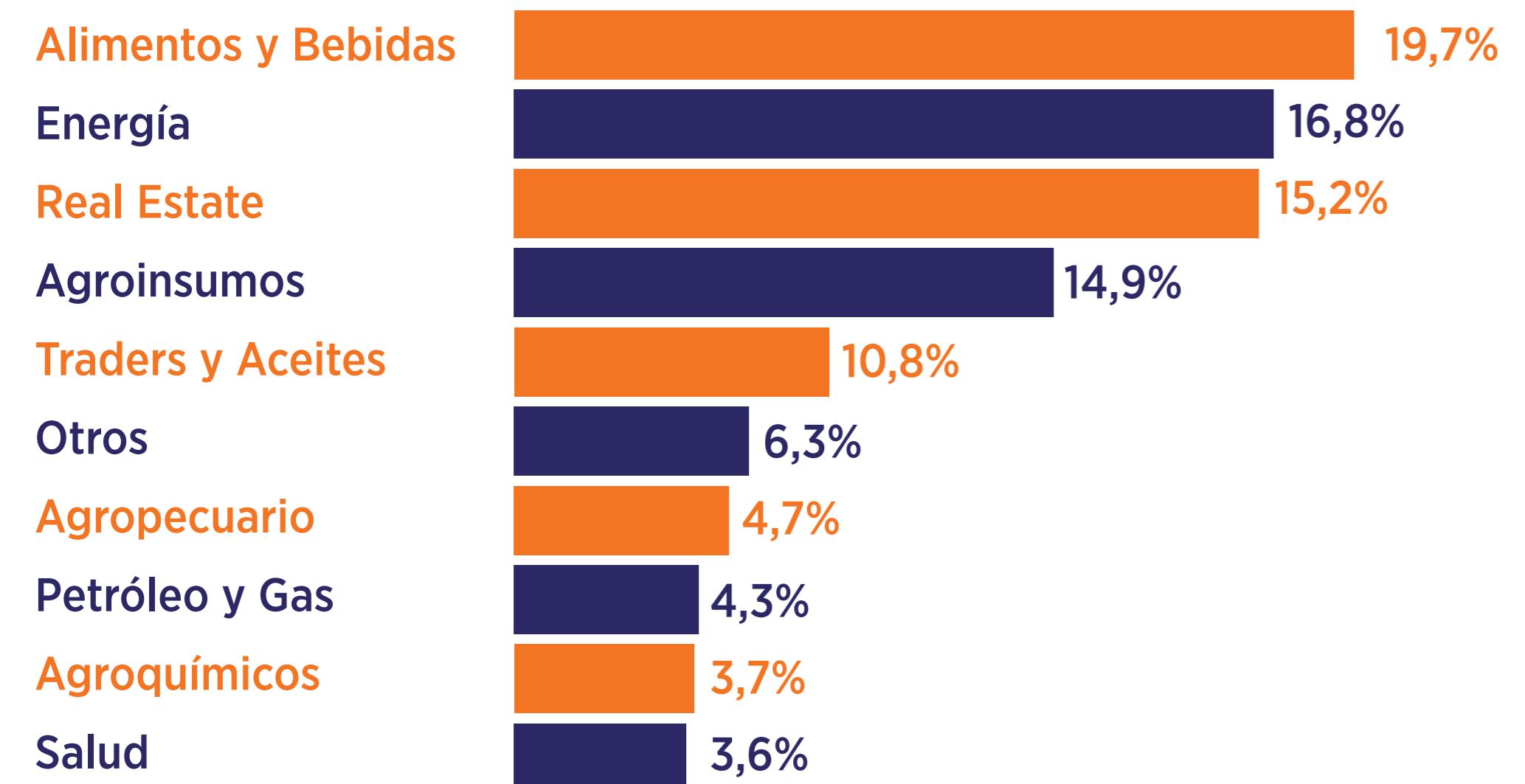
2020

PASIVOS

En 2021 se registró un aumento en la incidencia de la caja de ahorro sobre el total de productos pasivos, en detrimento de la participación de los plazos fijos, que descendieron del 52,5% en 2020 al 29,9% en el año reportado.

Distribución de la cartera por sectores – Banca Mayorista.

Banca Mayorista - Corporate

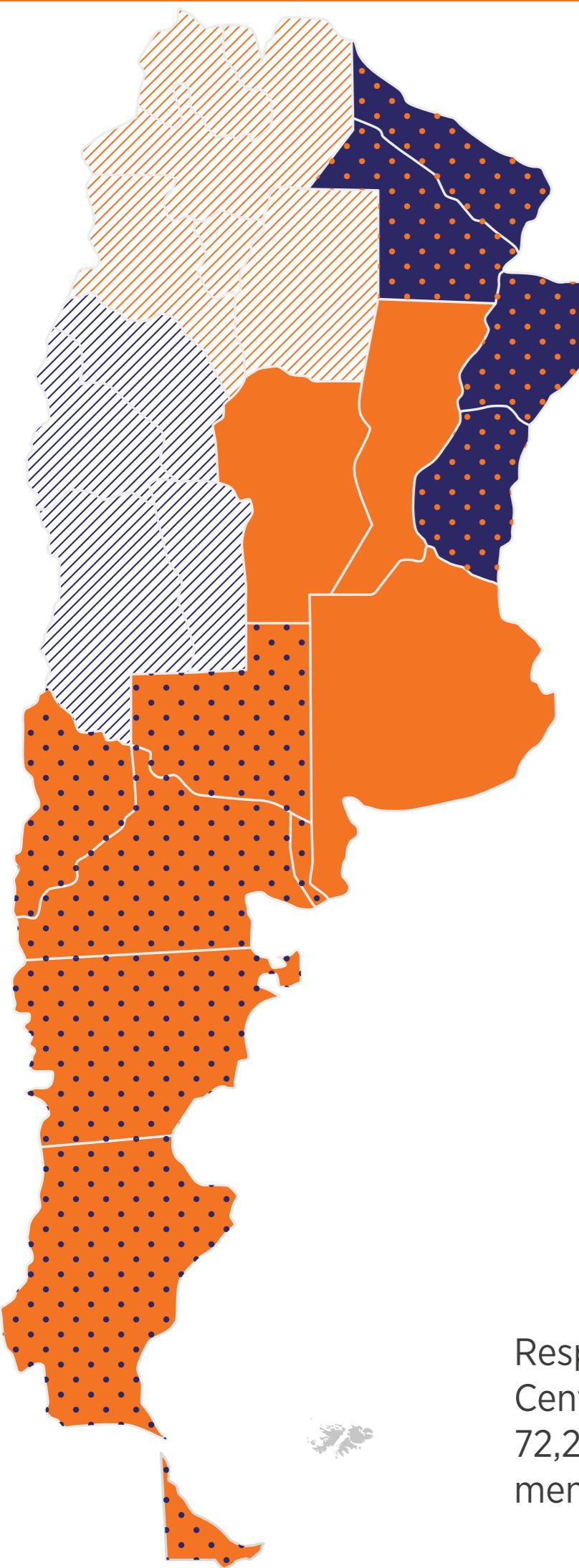


En cuanto a la distribución por sectores de la cartera mayorista (*Corporate*), en 2021 el sector de Alimentos y Bebidas fue el de mayor participación, seguido por los sectores de Energía, Real Estate y Agroinsumos. La cartera Pyme, si bien se encuentra mucho más atomizada, en 2021 el sector líder también fue Alimentos y Bebidas, con una participación del 9,1%.

Banca Mayorista - Pyme



Distribución geográfica de nuestros productos.



Banca Mayorista - Corporate



Banca Mayorista - Pyme



Respecto a la distribución geográfica de los productos, la región Centro se mantuvo con el 100% de la cartera *Corporate* y con el 72,2% del segmento *Pyme*. Por su parte, la región NOA volvió a aumentar su participación y alcanzó el 14,4%.

PRODUCTOS ACTIVOS

PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS

Los créditos hipotecarios, otorgados con recursos propios y de terceros, constituyen el producto insignia del Banco, que apunta las relaciones a largo plazo con clientes.

EL BANCO ADMINISTRÓ MÁS DE 1,9 MILLONES DE PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS EN SUS 135 AÑOS DE HISTORIA.

Durante su existencia, el Banco ha asistido a diferentes organismos públicos, como, por ejemplo, institutos provinciales de vivienda y el fondo nacional de la vivienda, en la gestión de decenas de miles de operaciones crediticias, con la finalidad de brindar soluciones habitacionales.

En 2021 se ofrecieron créditos hipotecarios a través de la modalidad UVA, apuntando, principalmente, a financiar la construcción, adquisición, terminación y ampliación de viviendas.

A su vez, se continuó con el desarrollo del programa PRO.CRE.AR, del cual el banco es el Fiduciario del fideicomiso desde 2012. Durante 2021, el Banco se focalizó en mejorar la experiencia de personas beneficiarias del programa y clientes en general, y también en otorgar el crédito en un menor plazo de originación. Para ello, se trabajó en:

- Realizar las mejoras necesarias para alcanzar el trámite del crédito 100% en forma digital.
- Estabilizar las nuevas funcionalidades en el dashboard de seguimiento de operaciones, que le permiten al cliente hacer el seguimiento de su solicitud de crédito y la carga completa de la solicitud y de la documentación respaldatoria.

Para el programa PRO.CRE.AR, se desarrolló una nueva línea de crédito, incorporando el coeficiente “Casa Propia” para el ajuste de capital. Este coeficiente de actualización sigue la evolución del salario, brindándole, a la persona beneficiaria del programa, una mayor previsibilidad y oportunidad para hacer frente a los compromisos mensuales.

COMO “BANCO DEL HOGAR”, LOS PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS SON LA COLUMNA VERTEBRAL DE LAS SOLUCIONES DE VIVIENDA PARA CLIENTES.

PRO.CRE.AR. BICENTENARIO

Desde 2012, Banco Hipotecario actúa como fiduciario del Fondo Fiduciario Público, denominado Programa Crédito Argentino del Bicentenario para la Vivienda Única Familiar, que dio lugar al Programa de Créditos más importante de las últimas décadas para acceder a la vivienda.

Bajo esta función, el Banco pone a disposición su trayectoria en el mercado de créditos para la vivienda, y se encarga del otorgamiento y del cobro de los créditos ofrecidos.

• •

BANCO HIPOTECARIO ENTREGÓ +482 MIL SOLUCIONES DE VIVIENDAS EN SUS 9 AÑOS DE HISTORIA COMO ADMINISTRADOR DEL FIDEICOMISO DE PRO.CRE.AR.

• •

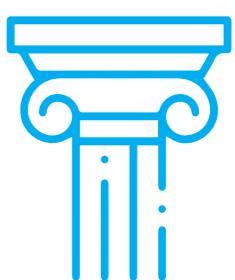
El Programa PRO.CRE.AR contempla líneas de créditos individuales, que varían de acuerdo con las necesidades de las personas beneficiarias: construcción, ampliación, terminación y refacción de viviendas. A su vez, cuenta con una la línea de Desarrollos Urbanísticos, que constituye la principal línea de créditos, disponible en el país, para la adquisición de viviendas por estrenar.

Bajo la línea de Desarrollos Urbanísticos, las familias argentinas pueden participar de sorteos para viviendas –llave en mano– o lotes con servicios, según la propuesta disponible en su zona.

Esta línea se caracteriza por su poder de inclusión e integración social, a la vez que estimula el crecimiento de la economía mediante la construcción de viviendas.

PRO.CRE.AR

PILARES



Actualización de la Agenda Urbana

Amplio rango de destinatarios/as, con el compromiso de incluir personas con capacidades diferentes, respeto y protección de las identidades locales, y la perspectiva de género. Asimismo, se incorporaron criterios de conectividad, accesibilidad, sostenibilidad ambiental e higiene comunitaria.

Integralidad de los Proyectos

Integración de estos con la trama urbana, generando espacios públicos de calidad y nuevas infraestructuras que permitan usos comerciales, culturales y comunitarios, fijando el concepto del espíritu federal del Programa.

Dinamización de la Economía

Reactivación de las economías locales, teniendo en cuenta el contexto crítico, generando empleo y reconociendo el rol estratégico de la construcción.

ATRIBUTOS

Multiplicador

Federal

Transparente

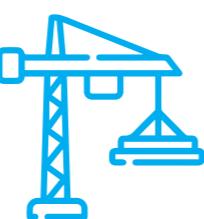
Inclusivo

Créditos otorgados en 2021

Línea	Cantidad de créditos	Monto otorgamiento (Millones de pesos)	Fondos
Construcción de vivienda	28.128	110,9	
Adquisición de vivienda	3.738	20,6	
PRO.CRE.AR Ahorro Joven	24	64,5	
Microcréditos Mejor Hogar	2.970	125,1	PRO.CRE.AR

LOGROS

Lanzamiento



83 obras civiles y 52 licitaciones adjudicadas (considerando Infraestructura, dirección de obra y proyecto ejecutivo).



Sumando a la entrega de 3.738 unidades funcionales de PROCREAR I, se entregaron 3.228 lotes con servicios.

“Prioridad” para madres con hijos a cargo: se les asignó mayor prioridad en los sorteos de desarrollos urbanísticos.



Cogestión con municipios: basándose en el conocimiento de los municipios de las necesidades habitacionales de su comunidad, se les otorgó el rol de articuladores del Programa (durante 2021, se logró una participación de 23 municipios con 401 beneficiarios/as asignados/as).

EN 2021 SE LANZÓ EXITOSAMENTE PRO.CRE.AR II.



32 predios adjudicados y en marcha (esto incluye la construcción de 83 sectores, los cuales están compuestos por 7.676 unidades funcionales).



Encuentros virtuales con personas beneficiarias: se realizaron encuentros de orientación sobre créditos y procesos, con una participación del 86% de las personas beneficiarias citadas.

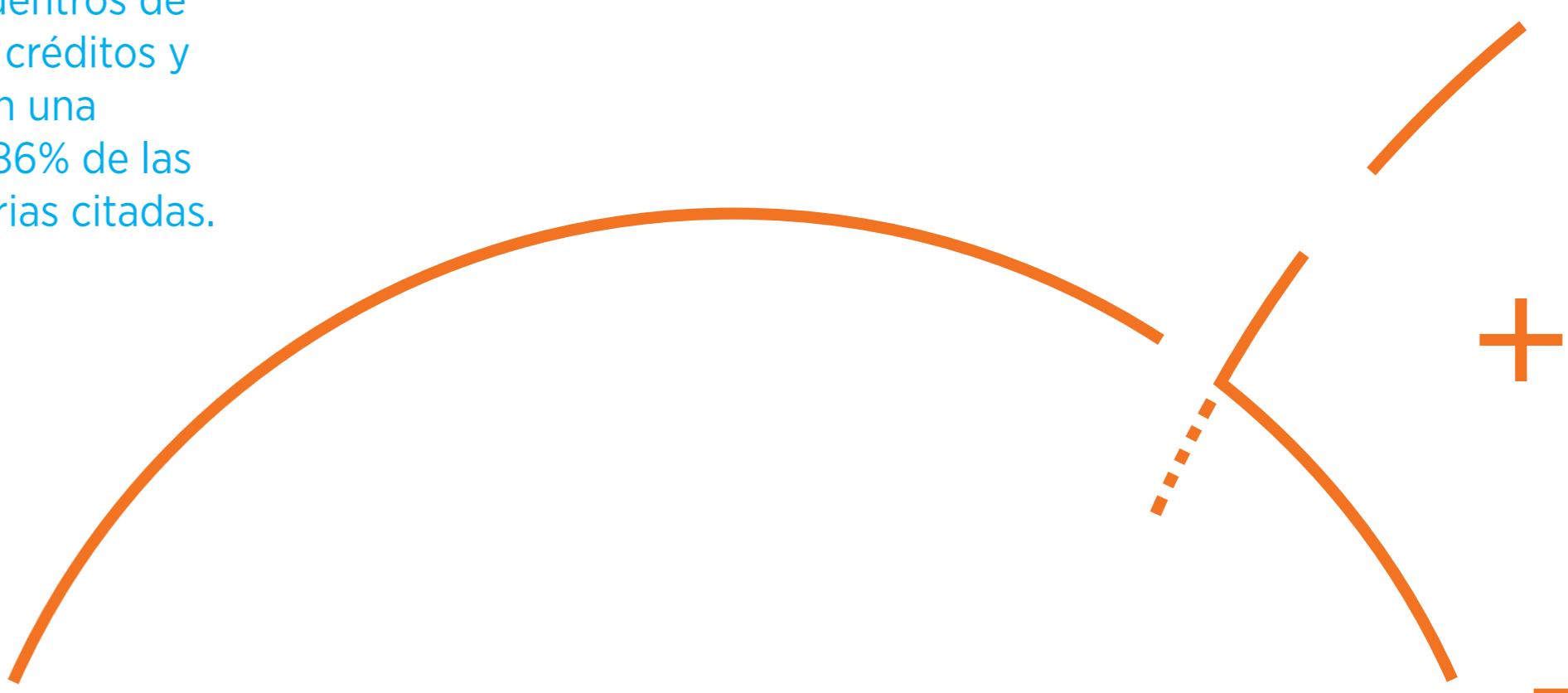
PRÉSTAMOS PERSONALES

Para 2021 se colocaron 12.568 préstamos, que representaron \$2.328 millones en volumen. Esto no sólo significó una superación del objetivo propuesto, sino que representó un 613% más que el año 2020. Al cierre del año, el stock de préstamos fue de \$4.536 millones.

En cuanto a los canales de oferta y adquisición de este producto, por parte de clientes, son, fundamentalmente, la red de sucursales (69%), venta por telemarketing a prospectos (2%) y home banking (29%) a clientes preexistentes en el Banco.

Préstamos personales

	2021	2020
Préstamos personales otorgados	12.568	2.808
Volumen (millones de pesos)	2.328	327



TARJETAS DE CRÉDITO

Al fin del período reportado, la cartera de clientes de tarjetas de crédito se componía de 401.743 cuentas con resumen, lo que representó una baja del 30% respecto al año anterior. En 2021 la gama de productos VISA (Nacional, Internacional, Gold, Platinum, Signature) y la tarjeta de crédito *cobranding* Libertad (Nacional e Internacional) registraron un volumen de \$21.304 millones anual.

CONTAMOS CON +401 MIL CUENTAS DE TARJETAS DE CRÉDITO Y +934 MIL DE DÉBITO.

La estrategia comercial en 2021 continuó focalizada en el crecimiento y cuidado de los segmentos *target*, tanto desde la adquisición (principalmente, altas de tarjetas de crédito para Plan Sueldo) como de fidelización/retención (cuidando los indicadores de mora de dichos clientes, mejoras en los niveles de atención, beneficios y promociones exclusivas en el producto, etc.). A su vez, se trabajó en la eficiencia del gasto con proveedores y reducción de días de financiación a comercios de acuerdo con su facturación, entre otras.

En 2021 el Banco trabajó en diversas implementaciones para continuar con las mejoras en la experiencia de clientes, principalmente, en los canales digitales, con miras a continuarlas en 2022.

Cartera de clientes - Tarjetas de crédito y débito

	2021	2020
Cantidad de tarjetas de crédito	401.743	571.748 ⁽¹⁾
Cantidad de tarjetas de débito	934.495	788.551

1 - Valor reexpresado. En el Reporte de Sustentabilidad 2020 se informaron las emisiones en lugar del stock al cierre.

ACTIVIDAD ASEGURADORA

El Banco ofrece, a su cartera de clientes, la protección que más necesitan a través de una amplia oferta de seguros:



HOGAR

Es más que una casa,
es tu casa



VIDA

Disfruta sin
reocupaciones



ACCIDENTES PERSONALES

La vida es una sola,
no te pierdas nada



BIENES MÓVILES

Las cosas están para
usarlas



ROBO EN CAJEROS

Ya no tenés que
disimular cuando salís
del cajero



COMPRA PROTEGIDA

Porque más
importante que
tenerlas, es vivirlas



SALUD

Asegurate hoy una vida sin
preocupaciones para vos
y tu familia

• • • • •
+464 MIL CLIENTES CON SEGUROS.
+45 MIL ALTAS EN 2021.
• • • • •

Seguros

	2021	2020
Seguros vigentes	464.000	555.000
Primas devengadas (millones de pesos)	2.055	1.706

Valores según Memorias al cierre de cada año.

Los valores de la actividad aseguradora en 2021 estuvieron por debajo del año anterior. Se registraron un total de 45.853 altas, que fueron originadas en un 80% por el canal telemarketing y un 20% a través de sucursal. En cuanto a las pólizas, el año cerró con 464.000 vigentes y un nivel de primas devengadas acumuladas de \$2.055 millones.

PRÉSTAMOS CORPORATIVOS Y PYME

Al igual que en años anteriores y en línea con la estrategia global del Banco, la Banca Corporativa se focalizó en incrementar los volúmenes transaccionales y la oferta de créditos se dirigió, principalmente, a capital de trabajo y hacia clientes con reciprocidad sobre negocios transaccionales.

La Banca PyME cuenta con más de 4.000 clientes de una amplia variedad de segmentos. En cuanto a la exposición por financiamiento a empresas PyMEs, al cierre de 2021, se ubicó en el orden de los \$7.000 millones, de los cuales el 69% está garantizado acompañando las líneas crediticias dispuestas por el BCRA para las MiPyMEs de todo el país.

Préstamos PyME

	2021	2020
Exposición al financiamiento - pymes (millones de pesos)	5.307	2.605
Préstamos garantizados	69%	82%



CARTERA DE PRÉSTAMOS

La cartera de préstamos del sector privado alcanzó un volumen de casi \$60 millones, equivalente a un descenso del 19,2%. En sintonía con el ejercicio anterior, en 2021 la cartera de préstamos se compuso por un 61,8% de préstamos para el consumo y vivienda, y un 38,2% de préstamos comerciales.

Préstamos al Sector Privado

Tipo	2021	2020
Consumo	43,2%	49,3%
Comercial	38,2%	33,7%
Hipotecario	18,5%	17,0%

Valores según Memorias al cierre de cada año.

PRODUCTOS PASIVOS

DEPÓSITOS A LA VISTA

Durante 2021 se abrieron 140.000 cuentas nuevas en pesos, alcanzando una activación aproximada del 45% considerando cuentas con saldos mayor a 500 pesos.. En cuanto a los canales de origenación, el 13% de las altas se realizaron por sucursal y el 87% a través de canales electrónicos, principalmente, *home banking*. Esta distribución se explicó, mayormente, por una disminución de tráfico en sucursales, producto de la pandemia de COVID-19. Por otra parte, se originaron 27.324 cajas de ahorro en dólares, con un saldo promedio total de U\$S 49,4 millones.

CARTERA DE PRÉSTAMOS

El inventario de cuentas se mantuvo estable en cuanto a las cuentas corrientes y cajas de ahorro de la seguridad social, y experimentó un aumento considerable en las cajas de ahorro, que superaron las 918 mil a fin del período.

En cuanto a la experiencia de uso de cuentas bancarias, en 2021 se incorporó la tecnología *contactless* a las tarjetas de débito, mejorando la experiencia del cliente.

Apertura de Cuentas

	2021	2020
Cuentas corrientes	3.906	6.369
Cajas de ahorro en pesos	140.158	98.035
Cajas de ahorro en USD	27.325	35.541

Inventario de Cuentas

	2021	2020
Cantidad de cuentas corrientes	35.900	38.884
Cantidad de cajas de ahorro	918.249	815.228
Cantidad de cajas de ahorro de ayuda social	39.000	38.229

DEPÓSITOS A PLAZO FIJO

Durante 2021 el Banco aplicó una estrategia de captación de depósitos a plazo fijo, que apuntó a consolidar los criterios de sostenibilidad, calidad y optimización de la rentabilidad de las carteras.

Para ello, se trabajó con tasas diferenciales por segmento y optimizando el costo de fondeo. Durante todo 2021, el esquema de tasas para personas humanas se mantuvo en el marco de las tasas reguladas por el BCRA. Con respecto a la gestión sobre clientes institucionales, se siguió fortaleciendo el liderazgo en las sucursales del interior del país, a través de la gestión personalizada y de la oferta segmentada de productos según el tipo de cliente.

Como resultado de la estrategia aplicada, en 2021 se logró incrementar el volumen de saldos de depósitos a plazo de personas humanas a \$6.320 millones, y se alcanzó a más de 35.500 clientes. Al finalizar el período, el total del volumen en la Banca Minorista, para los productos de Plazo Fijo en Pesos, Plazo Fijo en UVA (expresados en Pesos) y Plazo Fijo en Dólares, alcanzó los \$20.296 millones, \$1.475 millones y U\$S 19,3 millones, respectivamente.

Inventario de Depósitos

	2021	2020 *
Plazo Fijo en pesos (millones de pesos)	118.018	33.244
Plazo Fijo UVA (millones de pesos)	1.539,9	356,8
Plazo Fijo en USD (millones de dólares estadounidenses)	31	41

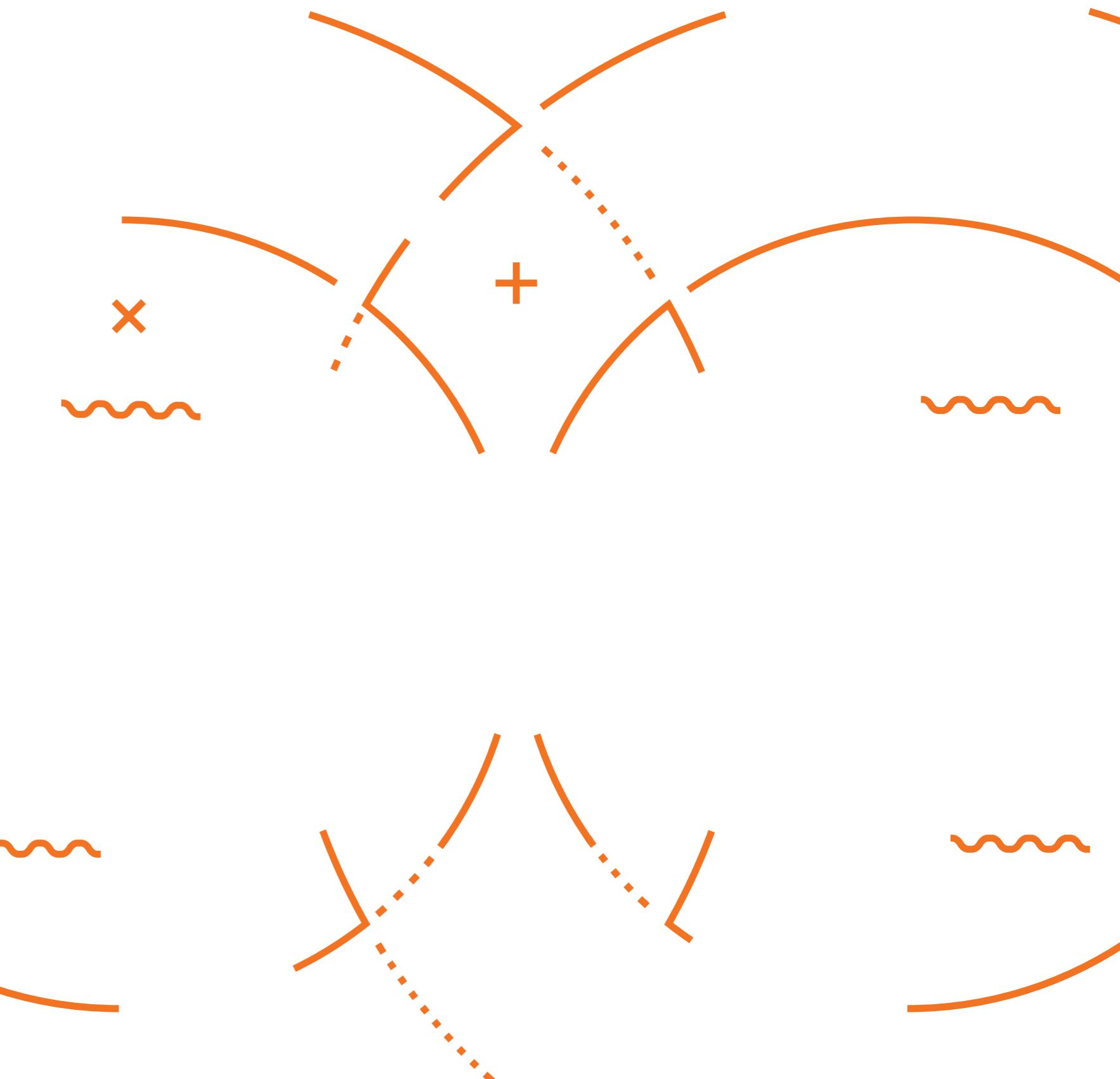
* Valores al 31/12/2020.

OTRAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO

En sintonía con los años anteriores, el Banco continuó con su estrategia de diversificación de las fuentes de fondeo, basada en depósitos a la vista y a plazo y en deuda en los mercados de capitales (DCM). Se colocó una obligación negociable en el mercado local Clase 5, dólar *linked*, por un valor nominal equivalente a US\$ 10 millones con un plazo de 18 meses.

Fuentes de fondeo

	2021
Deuda Local	3%
Deuda Internacional	3%
Depósitos totales	93%



3

NUESTRA ESTRATEGIA DE NEGOCIO

**8** TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**9** INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA**11** CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES**17** ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Aspectos Materiales: Desempeño Económico, Prácticas de Adquisición, Experiencia del Cliente.

El período reportado estuvo caracterizado por un contexto económico desafiante, marcado por convivencia de un alto índice de inflación con la pandemia de COVID-19.

El espiral del proceso inflacionario existente en la Argentina y las altas tasas de financiación, generaron dificultades en las pymes y en consumidores, lo cual impulsó el dictado de leyes y normativas, tales como: congelamiento del valor de alquileres y cuotas de préstamos hipotecarios; prohibición de desalojos y despidos; refinanciaciones compulsivas de créditos; subsidios a empresas y personas y regulación de tasas de interés para las entidades financieras; entre otras.



EL BANCO ACTUALIZÓ LA VISIÓN ESTRATÉGICA, CON FOCO A 2023, FORTALECIENDO SU ROL COMO PRESTADOR DE SERVICIOS FINANCIEROS DEL HOGAR, LAS FAMILIAS Y LAS EMPRESAS ARGENTINAS.

En el período se robusteció el posicionamiento del banco como eficiente y digital, con respuestas ágiles, y reconocido por la excelencia en la atención a clientes. Fiel a la histórica misión social, se continuó promoviendo una cultura centrada en las personas, la toma de decisiones basada en datos y con fuerza en su huella social positiva.

Con respecto a la **Banca Minorista**, al igual que en 2020, se continuó fortaleciendo y mejorando la experiencia de clientes a través de las células de trabajo ágiles. Las tareas de la célula “Compra tu hogar” se centraron en otorgar préstamos hipotecarios y préstamos personales de microcrédito para construcción, correspondientes al Programa PRO.CRE.AR. Por su parte, las células ágiles de *Everyday Banking* tuvieron, como principal objetivo, asegurar una buena experiencia de clientes ante la digitalización de operaciones. Para ello, se incorporaron nuevas funcionalidades como biometría y el desarrollo de la Billetera MODO, lanzada durante el último trimestre de 2020.

En 2021 se consolidaron los medios digitales como principales canales de comunicación con clientes. Para ello, se utilizaron notificaciones *push* personalizadas a clientes que utilizan el *mobile banking* y uso de redes sociales, entre otros. Los canales tradicionales del Banco, como las sucursales y el *contact center*, continuaron trabajando bajo protocolos de sanidad y muy enfocados en el mantenimiento y el crecimiento de sus negocios. Resultó ser un año récord en la captación de clientes plan sueldo y las productividades de venta se duplicaron ampliamente.

Respecto a la **Banca Corporativa**, la estrategia se focalizó en incorporar nuevos clientes y en consolidar la relación comercial con clientes actuales, con una propuesta de valor apalancada en los nuevos productos transaccionales lanzados en el año. La oferta de créditos fue dirigida, principalmente, a capital de trabajo y hacia clientes con reciprocidad sobre negocios transaccionales, manteniendo siempre una cartera equilibrada en plazo y moneda, con una adecuada exposición al riesgo crediticio.

A su vez, el banco continuó ofreciendo, a la cartera de clientes corporativos, diversas alternativas de fondeo, mediante colocaciones primarias en el mercado de capitales; de inversión, mediante suscripciones primarias y secundarias de distintos instrumentos de mercado de capitales, fondos comunes de inversión; plazos fijos y cuentas remuneradas y productos de coberturas de cambio (NDF).

Al igual que en 2020, se continuó con el desarrollo de la **Banca Pyme**, mediante la incorporación de nuevos clientes, la consolidación de la relación con los actuales y el desarrollo e incorporación de capital humano con especialización en el segmento.

Esta estrategia incluyó el ofrecimiento de propuestas de productos competitivos e integrales, que abarcaron servicios de Plan Sueldo, Sistemas de Recaudación, Pagos a Proveedores, Pagos AFIP, Pagos *Link* y *Echeq*, dentro de los principales. Por otra parte, se siguió con la participación del Banco en el mercado de Sociedades de Garantía Recíproca (SGR), herramienta clave en el financiamiento de las PyMEs y originación de nuevos clientes a través de sus PyMEs avaladas. Respecto a la Línea de Inversión Productiva, se trabajó fuertemente en el desarrollo de nuevos clientes y negocios transaccionales, y fidelizando a los actuales.

Sobre la **Banca Pública**, los principales esfuerzos estuvieron direccionados a consolidar un modelo de atención centrado en clientes y fortaleciendo nuestra presencia regional, a través de una mayor sinergia de trabajo en conjunto con la Red de Sucursales y el Centro de Inversiones.

Como aspectos destacados del negocio durante 2021, se puede resaltar un incremento del 80% en la cartera de pasivos en pesos y se triplicaron los volúmenes transaccionales. Los esfuerzos relacionados con la asistencia financiera fueron dirigidos hacia los municipios y empresas del estado, a través de operaciones de leasing financiero destinados a la adquisición de maquinarias, como así también préstamos para la realización de obra pública.

3.1 ACELERACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

En 2021, el Banco continuó escalando prácticas ágiles en los distintos equipos, que conformaron los “Flujos de Valor”, incorporando métricas de *performance*, que permitieron monitorear avances en la velocidad y en la productividad. Con esa información y la relevada mediante encuestas con los distintos roles de la transformación digital y la observación de equipos, se hicieron diagnósticos periódicos, para entender los distintos estados de situación, los roles, los procesos y el modelo de gobierno instaurado, que fueron presentados al Comité de Transformación Digital.

Esta lógica de trabajo se enmarcó en las dimensiones que hacen a la transformación digital: estrategia holística con metas de negocio articuladas; mentalidad ágil en niveles de liderazgo; monitoreo del progreso y resultados; compromiso total de las personas líderes de la organización y plataforma de datos flexibles; entre otras.

Por otro lado, y en línea con el compromiso de desarrollar los roles que requieren la Transformación Digital, se implementó una escuela interna de *Product Owners*, la cual permitió certificar a 17 colaboradores durante el período transcurrido.

A su vez, con el propósito de acompañar el proceso de escalamiento, se implementaron comunidades de *Scrum Masters* y *Product Owners* como espacio de intercambio, para alinear, estandarizar, construir y desafiar procesos e iniciativas. Dichos espacios fueron generadores de planes de acción para mejorar puntos de dolor identificados.

En pos de continuar con el plan estratégico y apoyar la visión del banco de *Ser el prestador de servicios financieros del hogar, las familias y las empresas argentinas, eficiente y digital, reconocido por su excelencia en la atención al cliente, promoviendo una cultura centrada en las personas, la toma de decisiones basada en datos y caracterizado por una huella social positiva*, en 2021 se desarrollaron nueve flujos de valor, en el marco de metodologías ágiles, que alcanzaron los siguientes hitos:

Ayúdame a abrir una cuenta: se buscó mejorar el alta de clientes y el cross de clientes existentes con productos de cuentas y paquetes que generen saldos vista, así como también, para lograr su principalidad, se trabajó en *upgrade* y *downgrade* de paquete y las implementaciones para atender al segmento de personas jubiladas.

Transacciones y ahorrar para el futuro: se trabajó en mejorar la experiencia y propuesta de valor de nuestros canales digitales, con foco en los segmentos *target* y, así, afianzar su principalidad a partir de las células transaccionabilidad, inversiones y billetera MODO, desarrollando, entre otros, *login* y validación con biometría, fondos comunes de inversión y títulos valores en *Mobile* y *Home banking*, y envío y recepción de dinero y pagos QR en MODO integrados en la app del Banco.

Compra la casa de mis sueños: tuvo como objetivo brindar soluciones de vivienda mediante la autogestión, garantizando velocidad en la ejecución, visibilidad del proceso, asesoría remota y acompañamiento post venta; todo esto, a fin de minimizar la concurrencia a las sucursales, destacándose el desarrollo del punta a punta digital de los créditos, evitando la necesidad de ir a la sucursal, imprimir papeles y colaborando con el contexto pandémico, y las automatizaciones de procesos para reducir los tiempos de acceso a clientes a su vivienda.

Originación y financiamiento mayorista: su objetivo fue desarrollar y completar una oferta integral para clientes de la Banca, generando valor para ellos y su ecosistema, destacando el desarrollo de *Echeq* y depósito remoto de cheques y soluciones para consorcios, entre otros.

Canal digital mayorista: se trabajó en desarrollar un nuevo *Office Banking*, un canal que responda a las necesidades de clientes, mejorando la seguridad, la forma de ingresar y la visualización de las cuentas y movimientos, etc.

Operaciones eficientes: se trabajó en mejorar la capacidad y eficiencia operativa otorgando la información en tiempo y forma para los flujos y procesos de venta y posventa. Dentro de los hitos alcanzados, se encuentran: automatización del proceso de autogestión documental, la automatización mediante RPA (*Robotic Process Automation*) de los procesos de tasaciones y desembolsos de créditos PROCREAR, los primeros avances sobre un *Chatbot* para la atención de clientes PROCREAR y la automatización de tareas mediante herramientas *no-code*.

Plataforma comercial: abocado a la continuidad del desarrollo CRM Posventa.

Plataformas TI: se continuó trabajando en el enmascaramiento de datos (*datamasking*) para mejorar la calidad de pruebas de los desarrollos y los tiempos de indisponibilidad de ambiente, y en la implementación del almacén de datos (*datawarehouse*).

Huella social: se trabajó en torno a la inclusión financiera y el desarrollo de finanzas sostenibles de las personas y las empresas.

3.2 DESEMPEÑO ECONÓMICO

CONTEXTO MACROECONÓMICO

En Argentina, la pandemia de COVID-19 implicó una combinación de *shocks* externos e internos sin precedentes, sobre una economía que ya venía de casi dos años de recesión, con alta inflación y deuda pública en niveles insostenibles. Sin embargo, el sistema financiero continuó mostrando un adecuado grado de resiliencia y el contexto local comenzó a evidenciar señales de recomposición.

Esto estuvo acompañado por una batería de medidas políticas (monetaria, financiera, fiscal y de ingresos), destinadas a evitar que estos *shocks* transitorios dejaren secuelas permanentes en la economía, y un gradual avance en la flexibilización de políticas sanitarias. Desde mediados de año, comenzaron a verificarse indicios de un mayor dinamismo de la demanda interna y de una incipiente recuperación económica, que cobró fuerza en la segunda mitad del año (aunque con disparidad entre sectores).

El sistema financiero agregado continuó desarrollando sus funciones sin experimentar situaciones de tensión, conservando elevadas coberturas frente a los riesgos intrínsecos asumidos. El contexto operativo, por el que transitó el sistema financiero, dio cuenta de un proceso de recuperación de la actividad económica, en gran parte, favorecido por las medidas de estímulo del Gobierno Nacional en conjunto con el BCRA, así como el avance en el proceso de vacunación de la población frente al COVID-19.

Según los indicadores elaborados, el conjunto de entidades financieras preservó elevados márgenes de liquidez, solvencia y provisionamiento. El sector continúa desarrollando operaciones de intermediación financiera tradicional (poco complejas), con un sesgo predominantemente transaccional, manteniéndose una baja interconexión directa entre las entidades y una reducida profundidad del crédito total en la economía. Los descalces patrimoniales (de monedas y plazos), asumidos por el sistema financiero en su con-

junto, se mantuvieron en valores acotados, al igual que la exposición patrimonial al sector público, en sintonía con la normativa prudencial vigente. Cabe recordar que la actividad del sector se desenvolvió dentro de un esquema de regulación y supervisión, que se encuentra en línea con las mejores prácticas recomendadas por los estándares internacionales.

En 2021, se identificaron como principales tópicos de factores de riesgo exógenos que, eventualmente, podría llegar a enfrentar el sistema financiero: i. Eventual deterioro del contexto externo, dada la existencia de diversos frentes de incertidumbre y vulnerabilidades a nivel global. ii. Posibilidad de una recuperación menos dinámica que la esperada o mayor volatilidad en mercados financieros locales. iii. Riesgos operacionales, incrementados por la mayor dependencia de recursos tecnológicos a raíz de la pandemia.

PLANIFICACIÓN Y CONTROL DE GESTIÓN

Contenidos GRI: 102-7.

La Gerencia de Planeamiento y Control de Gestión, en conjunto con las áreas de negocio que correspondan, definen los objetivos y las proyecciones de negocio, todo con base en la visión, la misión y los ejes estratégicos definidos por la Alta Gerencia, y en consideración de un escenario macroeconómico esperado.

Las metas, definidas en el marco de la estrategia, están sujetas a un análisis periódico y de medición del grado de cumplimiento de los distintos objetivos por parte de la Gerencia del Área de Planeamiento y Control de Gestión.

Los resultados del monitoreo de objetivos y metas son publicados en reportes mensuales y trimestrales, con indicadores y datos claves para seguimiento, en informes ejecutivos mensuales y trimestrales de seguimiento del gasto, entre otros.

Por otra parte, se emite el Tablero de Control Mensual, que constituye una herramienta de análisis de la gestión, el cual incluye el seguimiento de indicadores y metas comerciales, tales como la origonación de préstamos, captación de depósitos, evolución de saldos, calidad de cartera de activos, entre otros.

Principales dimensiones del Banco Hipotecario

	2021	2020 ²
Cantidad de colaboradores	1.621	1.704
Cantidad de proveedores	1.129	3.106
Activo (millones de pesos)	350.667	128.855
Pasivo (millones de pesos)	327.847	111.353
Patrimonio Neto (millones de pesos)	22.820	17.502
Cantidad de cuentas corrientes	35.900	38.884
Cantidad de cajas de ahorro	918.249	815.228
Cantidad de cajas de ahorro de ayuda social	39.000	38.229
Cantidad de tarjetas de crédito (cuentas con resumen)	401.743	571.748 ³
Cantidad de tarjetas de débito	934.495	788.551

2 - Datos correspondientes a Banco Hipotecario SA (no incluye subsidiarias), según datos publicados en el Reporte de Sustentabilidad 2020, sujeto a redondeo, sin ajuste por inflación.

3 - Valor reexpresado. En el Reporte de Sustentabilidad 2020 se informaron las emisiones en lugar del stock al cierre.

Asimismo, se realiza el Informe de Control de Gestión Trimestral, donde se efectúa un análisis de la gestión del Banco a lo largo del trimestre. En este Informe y sumado a lo expuesto en los tableros de control mensuales, se expone la diversificación de la estructura de fondeo, dotación de personal, ingresos de comisiones, facturación de la actividad de seguros, fuentes de generación de ingresos por servicios, análisis de desvíos presupuestarios, grado de avance de los distintos proyectos e inversiones consignadas para el año en curso, seguimiento de los negocios de las subsidiarias y seguimiento de los objetivos fijados.

Por otro lado, el sector de Presupuesto y Control del Gasto tiene la misión de asegurar un adecuado ambiente de control de la gestión presupuestaria, desde la confección del presupuesto hasta la ejecución final de gastos e inversiones. Permanentemente, se analizan la razonabilidad, la oportunidad y la medición de las solicitudes de fondos que se generan.

Además, el Banco cuenta con una Comisión Trimestral de Seguimiento del Gasto, que tiene como objetivo compartir, con la primera línea de la Gerencia General, la evolución de los componentes del gasto de acuerdo con el plan de ejecución anual.

Si bien los ejercicios de mejora sobre el seguimiento y la gestión del Desempeño Económico son continuos, siempre se busca perfeccionar el análisis en conjunto y en consideración con las áreas de negocio, para mejorar la información a partir de la cual la Alta Gerencia tomará decisiones. Ejemplo de esto son los ejercicios de análisis de rentabilidad de los diversos segmentos de clientes, tanto de la banca individuos como de la banca mayorista, buscando detectar oportunidades de negocio a partir de los datos observados.

Finalmente, el desempeño económico es evaluado rigurosamente al buscar, tanto la correcta ejecución del Plan de Negocios trazado como la detección temprana de desvíos y oportunidades de mejora, con el fin de cumplir los objetivos estratégicos a largo plazo y, consecuentemente, la visión definida por la Alta Gerencia.

VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO

Contenidos GRI: 102-48, 103-1, 103-2, 103-3, 201-1.

Las diferentes líneas de negocio arrojaron un resultado neto ajustado por el efecto de la inflación de más de 4 mil millones perdida y, sin el efecto de la causal inflación (histórico), fue positivo por \$3.026 millones.

En materia de desempeño económico, los hitos del período estuvieron dados por:

- Ejercicios de análisis de rentabilidad de los diversos segmentos de clientes, tanto de la banca individuos como de la banca mayorista, buscando detectar oportunidades de negocio a partir de los datos observados.
- Iniciativas para mantener un rol preponderante en el mercado de la vivienda y la construcción, brindando la estructura y el conocimiento del banco para asistir al Estado Nacional en la continuidad del programa PROCREAR en todas sus variantes.
- Equilibrar el negocio entre las Bancas readecuando el mix de activos; para ello, se llevaron a cabo distintas acciones, tales como: lanzamiento de Sueldo Dúho, paquete Pyme, Cash Management, cierre de Tarshop SA y venta de cartera en 2021.

El siguiente cuadro de “VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO” sigue la estructura indicada por el contenido 201-1 de los Estándares de *Global Reporting Initiative* y plasma el flujo de capital entre los distintos grupos de interés.

Las cifras se presentan en millones de pesos y surgen de los [Estados Financieros Separados de Banco Hipotecario S.A.](#), al 31 de diciembre de 2021, auditados por Price Waterhouse & Co. S.R.L. Vale destacar que, para el cálculo del Valor Económico Directo Generado y Distribuido, no se consideran conceptos que conforman el Estado de Resultados y, por ende, el Resultado Neto del Ejercicio no es igual al Valor Económico Retenido.

Banco Hipotecario SA es una entidad financiera comprendida dentro de la Ley 21.526 de Entidades Financieras y, como tal, debe cumplir, también, con las disposiciones del Banco Central de la República Argentina (BCRA) como Órgano Regulador de Entidades Financieras y con las disposiciones de la Comisión Nacional de Valores (CNV), de acuerdo con la Ley 26.831.

Valor Económico Directo Generado y Distribuido (millones de pesos)

Componente	Grupo de interés	Importe	
		2021	2020 ⁴
Valor económico directo generado (VEG)		63.864	35.863
Ingresos	Clientes	63.864	35.863
Valor económico distribuido (VED)		59.770	28.899
Gastos operacionales	Proveedores	5.085	3.966
Salarios y beneficios para colaboradores	Colaboradores	9.526	5.981
Pagos a proveedores de capital	Accionistas y Proveedores de Crédito	41.977	17.299
Pagos a gobiernos	Gobierno	3.096	1.584
Inversiones en la comunidad	Comunidad	86	69
Valor económico retenido (VER) = VEG - VED		4.094	6.964

4 - Según valores publicados en el Reporte de Sustentabilidad 2020, sujetos a redondeo, sin ajuste por inflación.

3.3 FINANZAS SOSTENIBLES

En línea con la promoción sistemática de la financiación sostenible a nivel mundial, la Comisión Nacional de Valores (CNV) y Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA) desarrollaron una serie de herramientas para regular, brindar confianza y conectar a emisoras, inversionistas y distintos *stakeholders*, que comparten su interés en participar de un mercado de valores más responsable y alineado a los desafíos sociales y ambientales actuales.

En 2021, las finanzas sostenibles adquirieron una notable relevancia en el mercado local de Argentina. Organizaciones, con marcada trayectoria en la gestión sostenible de negocios, tomaron la decisión de emitir instrumentos negociables, para buscar fondos que pudieran acompañar sus proyectos sociales y ambientales. Esto fue bienvenido por distintos grupos de inversores institucionales, que presentaron gran interés en la promoción y financiación de proyectos con impacto.

BONOS SOCIALES, VERDES Y SUSTENTABLES (SVS)

BONOS SOCIALES: Financian o refinancian proyectos que tienen por objetivo ayudar a abordar o mitigar un determinado problema social y/o conseguir resultados sociales positivos.

BONOS VERDES: Financian proyectos con impacto ambiental.

BONOS SUSTENTABLES: Financian proyectos que combinan impacto social y ambiental.

BONOS VINCULADOS A LA SOSTENIBILIDAD (VS)

Bonos cuyas características financieras y estructurales pueden variar dependiendo de si quien emite logra ciertos objetivos en sostenibilidad dentro de una línea de tiempo predefinida.

A diferencia de los bonos SVS, los beneficios de la emisión no están ligados a proyectos sociales y/o verdes elegibles, sino a propósitos generales del emisor.

Ante este escenario, Banco Hipotecario también decidió ser parte del compromiso global para dirigir las inversiones hacia objetivos sociales y ambientales, en sintonía con la Agenda 2030, las metas planteadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Acuerdo de París, para mitigar el calentamiento global. Para ello y construyendo sobre la base del ODS 17, en 2021 trabajó fuertemente para posicionarse como colocador de las principales emisiones de bonos verdes, sociales y vinculados a la sostenibilidad, que tuvieron lugar en Argentina.

EN 2021 BANCO HIPOTECARIO LOGRÓ 8 COLOCACIONES EN BONOS VERDES, SOCIALES Y SUSTENTABLES.



Compañía argentina líder en generación de energía renovable; opera, aproximadamente, el 20% de la capacidad instalada de energía renovable del país. Cuenta con un Marco de Bonos Verdes (MBV), que establece los criterios para emitir bonos verdes y/o refinanciar los proyectos verdes elegibles. En ambos casos, los proyectos elegibles son puramente de energía renovable, destinados a la construcción, desarrollo, expansión, producción, adquisición, mantenimiento y operación de energías renovables (solar, eólica, entre otras). Genneia lideró la emisión de bonos verdes corporativos en 2021.

Empresa argentina, dedicada al desarrollo y administración de parques logísticos. En 2021 emitió la ONC6, la cual se etiquetó como Bono Sostenible, convirtiéndose Plaza Logística en la primera Compañía privada en Argentina en emitir un Bono Sostenible. Los fondos de este bono son destinados a la construcción de dos naves logísticas de calidad Triple A (certificación EDGE). En lo que refiere al carácter social de la emisión, el proyecto prevé la generación de impacto social positivo, a través de la creación de empleo, principalmente, en el segmento de jóvenes de hasta 25 años y de mujeres, dentro del sector logístico.



ONG latinoamericana presente en 19 países, que busca superar la situación de pobreza que viven millones de personas en asentamientos populares, a través de la acción conjunta de sus habitantes y jóvenes voluntarios/as. Techo fue la primera Asociación Civil en emitir un ON alineado a los Principios de Bonos Sociales de 2020 (SBP, por sus siglas en inglés) del ICMA. El objetivo de este instrumento es construir una nueva Fábrica Social (FS). Los fondos que se obtengan de la colocación se destinarán a afrontar los costos de construcción de una fábrica social, que busca brindar soluciones habitacionales que mitiguen las actuales condiciones de hábitat en la que se encuentra la población objetivo.



Empresa global, de origen argentino; sus actividades principales son la producción, procesamiento, industrialización y comercialización de fruta fresca y productos industriales derivados. La compañía ha vendido, históricamente, cerca del 90% de su producción al mercado externo, con un alcance a más de 50 países. San Miguel emitió la primera Obligación Negociable (ON) vinculada a la sostenibilidad en la Argentina. A partir de este instrumento, se comprometió a alcanzar un 66% de energía renovable sobre el total del consumo de energía eléctrica demandada en el Complejo Industrial Famaillá (Tucumán).

A su vez, Banco Hipotecario, como parte de su cartera de inversión, tiene participación en **Pellegrini Fondo Común de Inversión Cerrado (FCIC)**. Este FCIC fue etiquetado como “social” e incorporado en BYMA dentro de su Panel de Bonos Sociales, Verdes y Sustentables (SVS).

Este fondo está destinado, fundamentalmente, a la construcción de viviendas para los sectores de ingresos medios y bajos, lo que permitirá incrementar la oferta de unidades habitacionales para estos sectores y motorizar la construcción, creando nuevos empleos.

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDAD BYMA

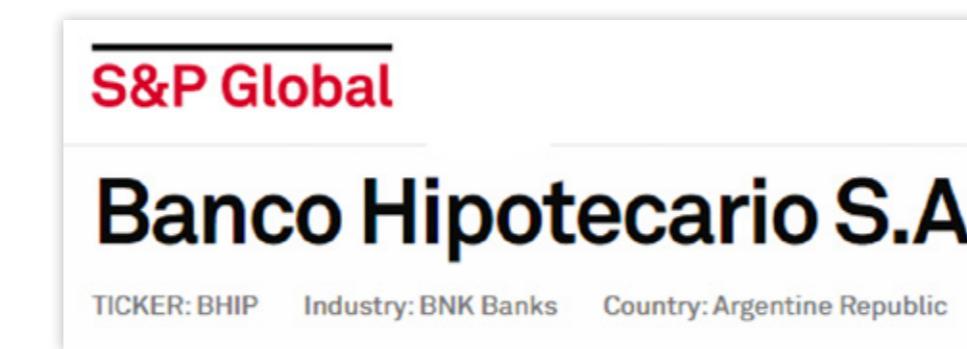
BYMA cuenta con un [Índice de Sustentabilidad](#) no comercial, que busca identificar y reconocer aquellas empresas líderes en el mercado por sus prácticas de sostenibilidad, permitiendo que estas puedan tener mayor visibilidad en el plano regional e internacional. El Índice de Sustentabilidad BYMA, integrado por 15 empresas, evalúa el desempeño de las emisoras en cuatro pilares:

- **Medio Ambiente**
- **Social**
- **Gobierno Corporativo**
- **Desarrollo (contribución a los ODS)**

BANCO HIPOTECARIO LOGRÓ SER INCLUIDO EN EL ÍNDICE DE SUSTENTABILIDAD DE BYMA EN SU TERCER REBALANCEO.

CALIFICACIONES ESG

En 2021, Banco Hipotecario fue invitado a participar de la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA por sus siglas en inglés) de S&P Global (Sector: Bancos). Esta evaluación permite no sólo acceder a datos comparativos (benchmarking), sino que también se convierte en una herramienta de gestión para identificar gaps y desafíos en materia de ESG.



Anualmente, S&P envía un exhaustivo cuestionario (CSA) a aquellas empresas que estás dispuestas a informar y ser evaluadas en torno a distintas dimensiones que hacen a la sostenibilidad, a través de datos públicos y confidenciales, que son presentados por quienes participan.

Los puntajes resultantes de esta evaluación alimentan a la familia de Índices de Sostenibilidad del Dow Jones (DJSI), y en los últimos años, la CSA también se ha convertido en una de las metodologías de puntuación ESG mejor valoradas del mundo.

En esta oportunidad, como resultado de la CSA, Banco Hipotecario obtuvo un puntaje total alineado a la media del sector y recibió sus mejores calificaciones en aspectos de ética, desarrollo del capital humano, ciudadanía empresaria y filantropía.

CSR HUB

La empresa CSR Hub brinda calificaciones de consenso del desempeño ESG como palanca para mejorar la sostenibilidad corporativa. Sus evaluaciones son llamadas de “consenso”, porque analizan y agregan más de 800 fuentes de datos ESG. Esta calificadora lleva más de treinta mil entidades calificadas, que incluyen a más del 99% de las empresas que cotizan en las bolsas más importantes del mundo.



3.4 CADENA DE VALOR

PROVEEDORES

Contenidos GRI: 102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 204-1.

El Banco cuenta con una Política de Compras y Contrataciones y distintos manuales de procedimiento, que enmarcan el proceso de selección y contratación de proveedores, y aseguran su transparencia.

Dentro de los aspectos que son analizados y requeridos por el Banco para iniciar una relación comercial, se destacan el cumplimiento de la legislación laboral, previsional y normativa que prohíbe el trabajo infantil.

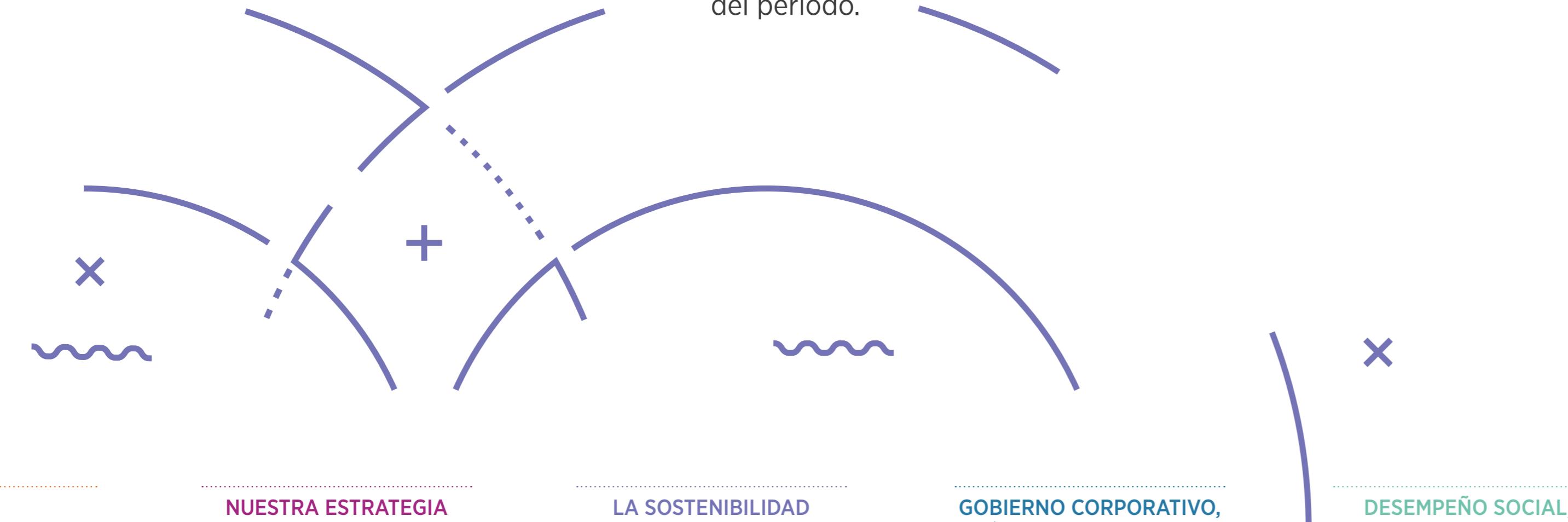
A su vez, a los proveedores se les solicita contar con una Política de Anticorrupción y, en caso de no contar con una propia, se les exige su adhesión a la Política de Anticorrupción del Banco y se les solicita declarar si cuentan con un programa de integridad (Artículos 22 y 23 de la Ley 27.401, Ley de Responsabilidad Penal aplicable a las Personas Jurídicas Privadas).

Una vez iniciada la relación comercial, una empresa tercierizada verifica que los proveedores, que prestan servicios en las instalaciones del Banco, cumplan con sus deberes fiscales y previsionales.

Ante la detección de deficiencias o la falta de documentación, el proveedor es intimado para que regularice la situación. El incumplimiento reiterativo de estas pautas puede derivar en sanciones económicas y, en caso de detectarse irregularidades graves (falta de aportes jubilatorios, ingresos brutos impagos etc.), en una desvinculación del proveedor.

A su vez, en línea con los preceptos del Protocolo de Finanzas Sostenibles, el Banco solicita a sus proveedores, ya sea que formen parte de la cartera activa o se traten de nuevas altas, una declaración jurada con información acerca de cuestiones socioambientales de sus actividades, de gobernanza y de la industria a la que pertenezcan. Esta declaración jurada, que fue implementada en 2020, tiene como objetivo contar con una visión más completa de la cadena de valor y detectar potenciales impactos ESG indirectos de las operaciones del banco.

En cuanto al volumen de compras, en 2021 se evidenció un aumento del 142% en las compras realizadas a proveedores extranjeros. Por su parte, las compras a proveedores nacionales tuvieron un aumento nominal del 78% que, en parte, se explica por la inflación del período.



EL 98%, DE LAS COMPRAS REALIZADAS DURANTE EL PERÍODO, CORRESPONDIÓ A PROVEEDORES NACIONALES.

Volumen de compras

	2021	2020
Proveedores nacionales (millones de pesos)	10.350	5.789
Proveedores extranjeros (miles de dólares estadounidenses)	5.118	2.110

Cantidad de proveedores

	2021	2020		
	Q	%	Q	%
Proveedores nacionales	1.089	98%	1.043	98%
Proveedores extranjeros	23	2%	19	1%

CLIENTES

Durante 2021, el Banco continuó trabajando en fortalecer la relación con los clientes, con una estrategia centrada en el ofrecimiento continuo de productos transaccionales y de crédito, y una profundización de la comunicación mediante canales digitales.

A su vez, en 2021 logró finalizarse el desarrollo del sistema para la administración de Pagos de Jubilaciones y Planes Sociales ANSES y, durante la segunda mitad del año, acompañando la llegada de nuevos beneficiarios del programa PROCREAR – Casa Propia, se inició el desarrollo de la propuesta de valor para este segmento de clientes.

SEGMENTO

ACCIONES DESTACADAS EN 2021

2020

Búho Sueldo

Este desarrollo permite a clientes que cobran sueldos en otros bancos transferirlos mensualmente al Banco Hipotecario de manera automática, obteniendo, así, los beneficios del segmento Búho Sueldo.

- Se consolidó el crecimiento del stock de Sueldo Dúho, permitiéndole al banco aumentar market share en la captación de Plan Sueldo en el uno a uno de relacionamiento con el cliente.
- Otras entidades líderes del mercado han emulado la solución de Sueldo Dúho como estrategia competitiva, dando más valor aún a la innovación y creatividad de este servicio.
- Se implementaron nuevas campañas para captar clientes de Plan Sueldo y se readecuaron las ofertas a convenios y de conversión de clientes 1 a 1.
- Realizó importantes mejoras en el desarrollo de carga masiva de nóminas en *Office Banking*.

- NPS 2021: 37,2% (29% en diciembre de 2020)
- 33.811 altas de cápita
- Stock de 95.993 cápitas activas (+27% vs. Diciembre de 2020)
- 48% de los saldos vista de la banca minorista

NPS 2020: 37,4% (32% en diciembre de 2020)

Búho One

Con el objetivo de fidelizar y rentabilizar a clientes de altos ingresos, se mejoraron las ofertas crediticias y los beneficios especiales, de acuerdo con las exigencias que requiere este segmento.

- 18.087 altas de Packs Búho One
- 27.083 clientes (+124% vs. 2020)

27% saldos vista de la banca minorista

Búho Emprendedor

Con el objetivo de brindar una propuesta integral para las personas con actividad comercial (Responsables Inscriptos o Monotributistas), se continuó con el desarrollo de la propuesta Búho Emprendedor. Actualmente, esta cartera de clientes ya cuenta con un Oficial Búho Emprendedor asignado y mejores opciones para el desarrollo de su actividad.

- 22.345 clientes Búho Emprendedor (+49% en el stock de clientes)
- 19% saldos vista de la banca minorista

EXPERIENCIA DE CLIENTES

En 2021 se continuaron las acciones para mejorar la experiencia de clientes en la utilización de los canales digitales, tanto en la obtención de nuevos productos y servicios como en la transaccionalidad.

Siempre con el objetivo de desarrollar procesos de negocios simples, ágiles y flexibles, en búsqueda de la mejor experiencia, en 2021 se profundizó el trabajo de las células ágiles de *Home Banking*, *Mobile Banking*, Inversiones, MODO y *Office Banking* (Banca empresas).

En 2022 se continuará trabajando con el enfoque “cliente en el centro”, para lograr mejoras en las ratios de lealtad de clientes, de forma que se conviertan en promotores de la marca, y en los índices de satisfacción en el uso de los canales digitales proporcionados. También, se desarrollará un nuevo canal de atención, el **Chatbot** de Banco Hipotecario. Mediante este, clientes podrán realizar consultas de todo tipo sobre sus productos y se utilizará como canal de comunicación directo. Además, se crearán arquetipos de clientes, que serán de gran utilidad al momento de la atención.

EN 2021 CONTINUÓ EL TRABAJO DE DISTINTAS CÉLULAS ÁGILES, QUE TIENEN COMO FOCO AL “CLIENTE EN EL CENTRO” Y BUSCAN MEJORAR SU EXPERIENCIA.

LA VOZ DE NUESTROS CLIENTES

En 2021 se escuchó la voz de más de 170.000 clientes a través de encuestas, *Focus Group*, *Mystery Shopping*, comentarios en App Store y Play Store, entre otros. Esto permite al Banco contar con mayores recursos e información sobre las expectativas y las necesidades de la cartera de clientes, y planificar acciones para potenciar su fidelización.

El *Net Promoter Score* (NPS) es la principal métrica utilizada para conocer el nivel de fidelización de la cartera, y permite conocer su percepción de valor y realizar *benchmarks* con la industria. En 2021 se registró una mejora considerable en los valores de NPS de canales presenciales.

El NPS es un indicador relevante para la gestión y, por ello, es considerado en el cálculo del Bono Anual. La fórmula toma en cuenta el resultado promedio de dos variables: Resultado Neto Banco Hipotecario y NPS. Para la red de sucursales, se aplica un esquema similar en la remuneración variable.

Percepción de Clientes

	2021	2020
Presencial		
NPS de la Red de Sucursales	46%	34%
NPS General Banco	28,7%	16,4%
No presencial		
Home Banking	37%	23%
TASI	34%	30%
Mobile Banking	45%	41%
Búho Bank	49%	65%
Contact Center	4%	-5%

Debido al contexto de pandemia, en 2021 se realizaron 2 *Focus Group* con clientes que utilizan *Home Banking* y *Mobile Banking*, con el objetivo de conocer las necesidades y expectativas de estos para con los canales digitales.

Respecto de “*Mystery Shopping*”, en 2021 se realizaron 124 visitas a la Red de Sucursales. Por medio de esta práctica, se evalúa la experiencia y la calidad de atención que percibe la cartera de clientes en la red de sucursales, y se releva (de manera integral) el estado edilicio y la imagen de cada una de las sucursales.

ATENCIÓN DE CLIENTES

En relación con la atención de clientes, durante 2021, en el centro de contactos se atendieron 1,27 millones de llamadas telefónicas, 197.000 e-mails y 335.000 interacciones vía redes sociales (Facebook y Twitter).

+1,27 MILLONES DE LLAMADAS ATENDIDAS EN 2021.

Centro de contactos

	2021	2020
Llamadas atendidas	1.270.000	1.500.000
E-mails	197.000	222.000
Interacciones por redes sociales	335.000	310.000

En 2021 la encuesta de IVR (*Interactive Voice Response*) sufrió una leve modificación; asimismo, se reemplazó una consulta sobre satisfacción general con el Banco por una específica sobre el NPS del canal. Como resultado, el NPS de este canal de atención fue del 22% en 2021.

Respecto al Canal Digital Mayorista (*Office Banking*), con el objetivo de brindar una solución integral, que permita a las empresas realizar todas sus operaciones de forma autogestiva y digital, se implementaron mejoras tendientes a optimizar la experiencia de la persona usuaria y se desarrollaron nuevas funcionalidades.

98% SE MANIFESTÓ SATISFECHO O MUY SATISFECHO CON EL TRATO RECIBIDO POR EL ASESOR. 84% MANIFESTÓ HABER RECIBIDO SOLUCIÓN A SU INQUIETUD EN ESA LLAMADA.

Resultados de las encuestas de satisfacción

	2021	2020
Satisfecho o muy satisfecho con el trato recibido por el asesor	98%	94%
Satisfecho o muy satisfecho respecto al tiempo de espera	82%	72%
Recibió solución a su inquietud en la llamada	84%	86%

4

LA SOSTENIBILIDAD EN BANCO HIPOTECARIO



12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES



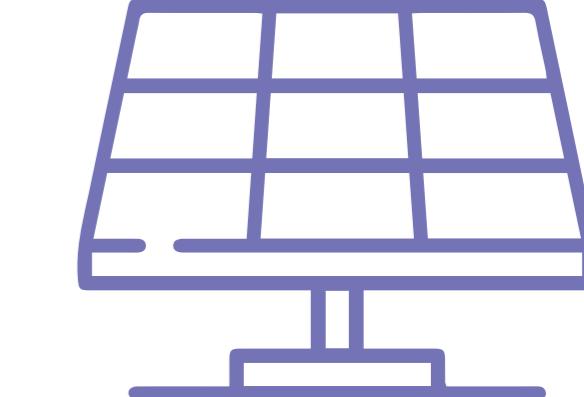
17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS

Aspectos Materiales: Empleo de Calidad, Inclusión, Diversidad y Equidad de Género, Salud y Seguridad Ocupacional.

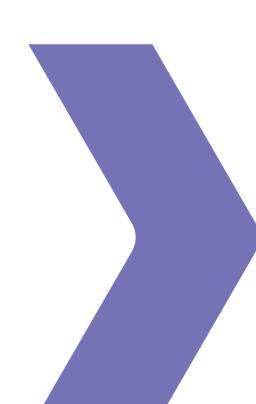
Contenidos GRI: 102-29, 103-1, 103-2, 103-3.

El Banco deja una huella positiva en la comunidad, comprometiéndose, sostenidamente en el tiempo, con organizaciones de la sociedad civil y procurando el alcance federal de los proyectos que se acompañan. Este abordaje viabiliza un impacto local en todo el territorio nacional, promoviendo el desarrollo social y el fortalecimiento de la ciudadanía.

La gestión de sostenibilidad del Banco está definida por el Plan Estratégico de Sostenibilidad, que es aprobado y monitoreado anualmente por el Comité de Asuntos Sociales e Institucionales. Este Comité controla el destino de la inversión social y aprueba las iniciativas solidarias presentadas por colaboradores del Banco, como también valida la coherencia de los pilares de sostenibilidad.



• • • • • • • • •
**EL BANCO ASUMIÓ EL
DESAFÍO DE SER UN
VERDADERO AGENTE DE
CAMBIO.
COMPROMETIDO CON LAS
NECESIDADES
HABITACIONALES DE LAS
FAMILIAS ARGENTINAS.**
• • • • • • • • •



De esta forma, las donaciones se ejecutan con transparencia, haciendo foco en la estrategia de negocio y de acuerdo con los lineamientos establecidos en la “Política de Responsabilidad Social”, aprobada por el Directorio del Banco. Con vistas a una mejora continua, el Banco prevé actualizar este documento durante 2022.

GESTIONAR PARA GENERAR VALOR COMPARTIDO Y DEJAR UNA HUELLA SOCIAL POSITIVA.

Tras la implementación del Índice de Huella Social Positiva a fines de 2020, durante el período 2021 se concretaron diferentes iniciativas, ancladas en la inclusión financiera y el financiamiento sostenible. Fue así como se dictaron tres capacitaciones sobre educación financiera integral, para personas nucleadas entre la Asociación Conciencia y Puerta 18. De esta forma, se brindaron conocimientos y herramientas financieras a 196 jóvenes y emprendedores, propiciando su bancarización. De cara a 2022, en materia de inclusión financiera, el Banco se propone capacitar a 500 personas y banca-rizar al 5% de ese universo.

El Banco sostiene un estrecho vínculo con las organizaciones de la sociedad civil de todo el país, lo que permite afianzar la cultura solidaria que define al Banco Hipotecario como actor social de relevancia nacional. Esta red está constituida por más de 280 ONG, con las cuales se articulan distintas iniciativas para generar una sinergia social positiva.

Continuamos implementando aquellos programas caracterizados por su capilaridad federal, dedicados a la capacitación profesional, a brindar herramientas de empleabilidad, al desarrollo de becas educativas y al empoderamiento ciudadano integral, que contribuya a formar en valores a las futuras generaciones. También, seguiremos colaborando con aquellas ONG focalizadas en garantizar condiciones de alimentación, salud y habitacionales dignas, y que

ofrezcan asistencia ante cualquier tipo de emergencia. En paralelo, avanzamos con el objetivo trazado de incidir en el desarrollo y en la implementación de mejoras vinculadas a la generación de suelo urbano formal y accesible.

Nuestro emblemático “Programa Unidos para Dar” continúa acercando materiales de primera necesidad a organizaciones de la sociedad civil de todo el país, afianzando a colaboradores/as voluntarios/as en su relacionamiento con estas.

Sin dudas, el trabajo remoto, promovido por la pandemia, impulsó a desarrollar nuevas estrategias de comunicación de la gestión sostenible y de la cultura diversa e inclusiva. La articulación con el área de Desarrollo Organizacional fue clave para accionar iniciativas que aborden temáticas como diversidad, inclusión, género y medio ambiente, acercando al capital humano a la cultura Banco Hipotecario de la que forma parte.

PROTOCOLO DE FINANZAS SOSTENIBLES

A partir de la firma del Protocolo de Finanzas Sostenibles⁵, en noviembre de 2019, el Banco logró desarrollar distintas iniciativas, que potencian la estrategia de sostenibilidad y generan un ancla en el posicionamiento como una compañía de servicios financieros promotora de una huella social positiva.

Durante 2021, se incorporó una declaración jurada para renovaciones o altas de nuevas alianzas comerciales, en la cual los establecimientos brindan al Banco información referida a la comercialización de productos sostenibles y a la existencia de una política de sostenibilidad, o de procesos de medición del impacto socioambiental de su negocio. Así, durante 2021, se superó el objetivo propuesto, a través de la firma de 5 acuerdos comerciales sostenibles.

Esta acción complementa la iniciativa llevada adelante en 2020, que permitió relevar datos de proveedores y de la cartera mayorista, conocer con mayor exhaustividad la cadena de valor y mitigar posibles riesgos socioambientales indirectos.

A su vez, en diciembre de 2021, se realizó un análisis sobre un segmento de cuentas mayoristas con líneas de créditos aprobadas, que arrojó que el 42% de las cuentas analizadas, y el 41% de la deuda de dicho segmento correspondía a sectores económicos considerados de riesgo socioambiental bajo.

Para 2022, nos proponemos generar 8 nuevos acuerdos comerciales sostenibles y asegurar un incremento de, al menos, el 10% de la cartera mayorista, en referencia al otorgamiento de líneas crediticias vinculadas a sectores económicos con riesgo socioambiental bajo.

CONTINUAMENTE, EL BANCO TRABAJA PARA GESTIONAR EL NEGOCIO DE FORMA RESPONSABLE, PROTEGER Y DESARROLLAR A SU CAPITAL HUMANO, APOYAR A LAS COMUNIDADES DONDE OPERA Y PRESERVAR LOS RECURSOS NATURALES.

En línea con el cumplimiento de estos objetivos, debe mencionarse la contribución activa del Banco en la colocación de la ON de la Asociación Civil TECHO a fines de octubre de 2021. Esta fue considerada un Bono Social según la guía de Bonos Sociales, Verdes y Sustentables de BYMA, con una calificación “BS2”, emitida por la Universidad Tres de Febrero (UNTREF). Como resultado de la emisión, se ofertó un total de más de \$40 millones de pesos y TECHO pudo acceder a este instrumento de financiamiento para incrementar su impacto en las comunidades de todo el país.

5 - El *Protocolo de Finanzas Sostenibles* cuenta con el aval de ABA, ABAPPRA, BID Invest y Vida Silvestre; tiene por objetivo construir una estrategia de finanzas sostenibles en la industria bancaria.

De esta forma, el Banco refuerza su compromiso con la sociedad y el desarrollo sostenible, implementando mejoras en sus procesos y ofreciendo productos y servicios que promuevan la inclusión financiera.

La Comisión Ambiental y Social de la Mesa del Protocolo de Finanzas Sostenibles es un espacio para fomentar el desarrollo de políticas socioambientales, de acuerdo con los estándares de sostenibilidad, hacia el interior de las entidades financieras firmantes. En el marco de la participación del Banco en esta Comisión, se ha redactado (junto a otras entidades financieras) una guía para elaborar Políticas de Sostenibilidad. En este sentido, en 2022 el Banco se propone comenzar el proceso de migración de la Política de Responsabilidad Social hacia una Política de Sostenibilidad con mayor alcance e integralidad, y su futura aprobación por parte del Directorio del Banco.

4.1 NUESTRO IMPACTO SOBRE LOS ODS

En línea con la Agenda 2030, planteada a nivel global, el Banco asumió un rol activo para impulsar el desarrollo sostenible a nivel local. En este sentido, utilizó la herramienta SDG Compass, para analizar los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) definidos por la ONU y sus 169 metas, para luego identificar aquellos en los que tiene mayor posibilidad de contribución desde su gestión.

ODS RELEVANTES PARA BANCO HIPOTECARIO



4 EDUCACIÓN DE CALIDAD



5 IGUALDAD DE GÉNERO



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



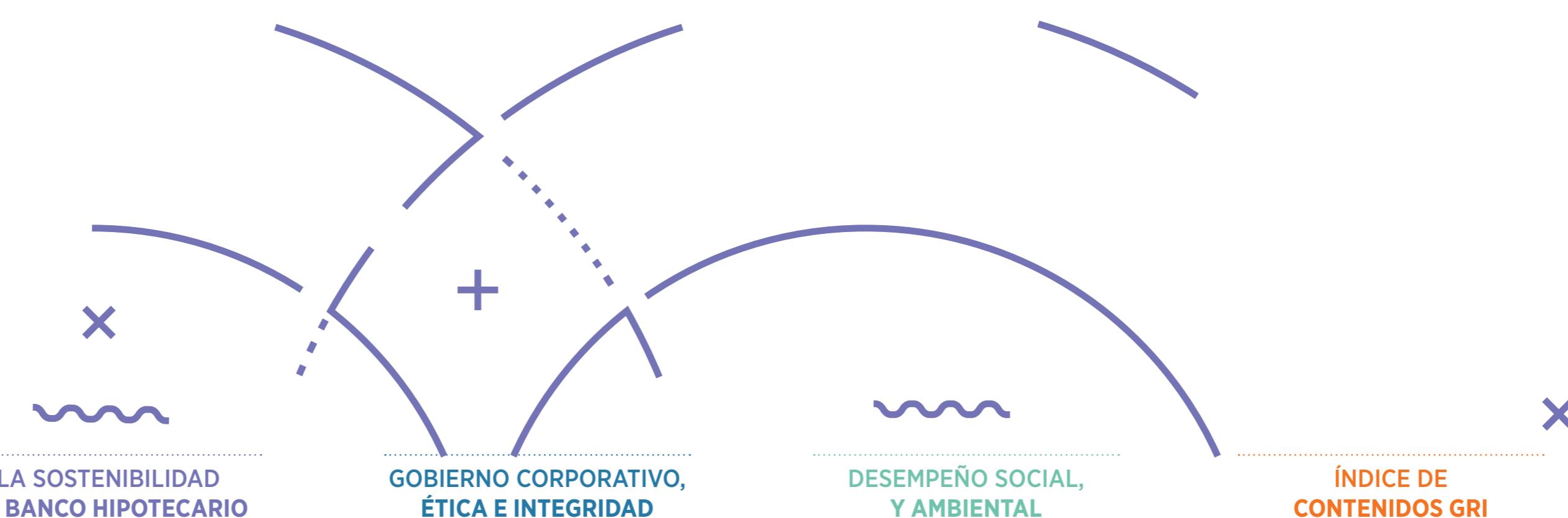
12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS



4.2 RELEVAMIENTO DE GRUPOS DE INTERÉS

Contenidos GRI: 102-40, 102-42, 102-43.

El mapa de grupos de interés (internos y externos) del Banco Hipotecario fue realizado a partir de un análisis enmarcado en la guía AA1000SES de *Accountability*. Este ejercicio implicó considerar y reflexionar sobre la responsabilidad, influencia, dependencia, y otras cuestiones que hacen a la relación del Banco con cada actor con el que interactúa en sus operaciones y actividades, que hacen al negocio.

MANTENER CANALES DE COMUNICACIÓN FLUÍDOS Y ÁGILES CON LOS DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS ES INDISPENSABLE PARA CONSTRUIR VÍNCULOS VIRTUOSOS Y DESARROLLAR UNA GESTIÓN SOSTENIBLE.

GRUPO DE INTERÉS

CANALES DE COMUNICACIÓN



COLABORADORES

Intranet, mailing, WhatsApp, Línea Ética, teléfono fijo y celular, reuniones, videoconferencias.



CLIENTES

Mailing, redes sociales, web de Banco Hipotecario, SMS, llamados telefónicos, correspondencia, encuestas, *focus group*, *Mystery Shopping*, *App Mobile*.



PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

Mail, teléfono, reuniones.



GOBIERNO

Medios masivos, mails, notas, cartas, comunicaciones, circulares, disposiciones.



COMUNIDAD LOCAL

Mail, teléfono, reuniones, encuestas.



ACCIONISTAS Y SOCIEDADES DEL GRUPO

Comunicaciones a través de CNV, BYMA, mails, reuniones, llamados, página web de Banco Hipotecario.



ACADEMIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Mails, mensajes de WhatsApp, reuniones, llamados telefónicos, web del Banco Hipotecario.



SINDICATOS

Mail, reuniones.



CÁMARAS EMPRESARIALES Y DEL SECTOR

Mail, teléfono, reuniones.

4.3 ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Contenidos GRI: 102-20, 102-21, 102-44, 102-46, 102,47.

El análisis de materialidad es un proceso sumamente importante, tanto para la toma de decisiones, en relación con la gestión de sostenibilidad, como para definir los contenidos del Reporte de Sostenibilidad.

En 2021 el Banco validó, internamente, el análisis de materialidad llevado adelante el año anterior y afirmó los resultados arrojados por este.

El análisis, realizado en 2020, incluyó una encuesta online de materialidad, dirigida a los principales grupos de interés (internos y externos), con el fin de incorporar sus apreciaciones y opiniones en el proceso.

A través de la encuesta, se buscó identificar y priorizar los temas relevantes para Banco Hipotecario. Es decir, aquellos temas en los que la organización genera impactos económicos, sociales y ambientales, como así también los riesgos y las oportunidades en torno a estos.

A su vez, este proceso incluyó un ejercicio de vinculación de los temas materiales con los Estándares GRI y ODS, y también los capítulos en donde estos son abordados.

Vinculación de Temas Materiales

Tema Material	Referencia Capítulo	Vinculación con Estándar GRI	ODS
Anticorrupción y cumplimiento normativo	Gobierno Corporativo, Ética e Integridad	Anticorrupción	ODS 16
Gobernanza, ética y transparencia	Gobierno Corporativo, Ética e Integridad	Gobernanza Ética e Integridad	ODS 12 -17
Empleo de calidad	Desempeño Social y Ambiental	Empleo	ODS 8
Acceso a la vivienda	Somos Banco Hipotecario	Indicadores Propios	ODS 9 - 11
Desempeño económico de la Compañía	Nuestra Estrategia de Negocio	Desempeño Económico	ODS 9 - 11 -17
Salud y seguridad ocupacional	Desempeño Social y Ambiental	Salud y Seguridad en el Trabajo	ODS 8
Educación	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4
Experiencia del cliente (relacionamiento y satisfacción)	Nuestra Estrategia de Negocio	Indicador Propio	ODS 9
Formación y desarrollo del personal	Desempeño Social y Ambiental	Formación y Educación	ODS 8
Inversión social en la comunidad	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4
Seguridad de la información/Ciberseguridad	Gobierno Corporativo, Ética e Integridad	Privacidad del Cliente	ODS 16
Derechos Humanos	Desempeño Social y Ambiental	No Discriminación Evaluación de los Derechos Humanos	ODS 5 - 8
Inclusión financiera	Desempeño Social y Ambiental	Comunidad Local	ODS 4
Inclusión, diversidad y equidad de género	Desempeño Social y Ambiental	Diversidad e Igualdad de Oportunidades	ODS 5 - 8
Gestión de proveedores y prácticas de adquisición	Nuestra Estrategia de Negocio	Prácticas de Adquisición	ODS 8
Gestión de residuos	Desempeño Social y Ambiental	Residuos	ODS 11 -12
Microcréditos	Somos Banco Hipotecario	Indicador Propio	ODS 9 - 11

4.4 ALIANZAS, PREMIOS Y AVALES

Contenidos GRI: 102-12, 102-13.

En línea con lo planteado por el ODS 17, en cuanto a la construcción de asociaciones virtuosas en pos de objetivos comunes, el Banco Hipotecario participa, voluntariamente, de distintas iniciativas de sostenibilidad y espacios de diálogo del sector:

- ADEBA - Asociación de Bancos Argentinos (participación en la Comisión de Género)
- RED de Empresas por la Diversidad
- AMCHAM - Cámara de Comercio de los Estados Unidos de América en la República Argentina

Además, diariamente, trabaja en brindar un servicio de calidad y se esmera en cumplir con las expectativas de sus clientes. A su vez, cuenta con distintas certificaciones, que verifican el cumplimiento de rigurosos estándares internacionales:

- Gerencia de Área de Auditoría Corporativa: ISO 9001: 2015 y Referencial N° 13, en todos sus procesos.
- Sector *Cash Management*: en los procesos de recaudación y plan sueldo: ISO 9001:2015.
- Certificación ISO 27001:2015 para la Gestión de Riesgos de los Activos de Información.

También, durante 2021, se realizó el Curso Auditor Interno ISO 27001, y los equipos de Gobierno de Ciberseguridad, Gestión de Normativa IT y Auditoría Interna aprobaron el examen y lograron la certificación.

RECONOCIMIENTO DEL FORO ECUMÉNICO SOCIAL

El pasado 2 de diciembre de 2021, por segunda vez, el Banco fue galardonado por el Foro Ecuménico Social, tras la publicación de su Reporte de Sustentabilidad 2020. Este reconocimiento contribuye fortalecer el trabajo que todas las áreas del Banco llevan a cabo para que la gestión sostenible deje una huella social positiva en los hogares, las familias y las empresas argentinas.



4.5 PARÁMETROS DEL REPORTE

Contenidos GRI: 102-45, 102-46, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56

El presente Reporte de Sustentabilidad fue elaborado de acuerdo con los Estándares de *Global Reporting Initiative* (GRI), opción esencial, y abarca el período anual comprendido entre el 1 de enero de 2021 y el 31 de diciembre de 2021. A su vez, incorpora una mirada financiera con foco en ESG y da respuesta al Estándar de Contabilidad sobre Sostenibilidad (Sector Financiero – Bancos Comerciales), publicado por *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB).

La redacción de este Reporte busca incorporar la perspectiva de género y toma como referencia la “Guía para el uso de un lenguaje inclusivo al género”, publicada por ONU MUJERES⁶. Con esta premisa, se buscó priorizar el uso de sustantivos genéricos cuando fuera posible y no afectara la fluidez de la lectura.

El Reporte 2020 fue el último publicado. Este documento contempla las operaciones de Banco Hipotecario SA y no posee verificación externa.

Los Estados Financieros consolidados incluyen a otras entidades no incluidas en este Reporte: BACS Banco de Crédito y Securitización SA, BHN Sociedad de Inversión SA y Fid. Fcieros. CHA, series IX a XIV.

Algunas cifras numéricas (incluidas en este Reporte) fueron sujetas a ajustes de redondeo. En consecuencia, las cifras numéricas que se muestran como totales, en algunas tablas, pueden no ser agragaciones aritméticas de las cifras que las preceden.

No se han identificado modificaciones significativas en el alcance o en la cobertura respecto al Reporte de Sustentabilidad 2020, ni en la reformulación de la información respecto de años anteriores.

La Gerencia de Asuntos Sociales es el punto de contacto para solventar las dudas que pudieran surgir en relación con el contenido del Reporte: KMGUTIERREZ@hipotecario.com.ar.

⁶ - <https://www.unwomen.org/-/media/headquarters/attachments/sections/library/gender-inclusive%20language/guidelines-on-gender-inclusive-language-es.pdf?la=es&vs=2633>



GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA E INTEGRIDAD

5

X

X

+

wave



12 PRODUCCIÓN
Y CONSUMO
RESPONSABLES



16 PAZ, JUSTICIA
E INSTITUCIONES
SÓLIDAS



17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS

Aspectos Materiales: Gobernanza, Ética y Transparencia, Anticorrupción y Cumplimiento Normativo, Seguridad de la Información.

5.1 GOBIERNO CORPORATIVO

Contenidos GRI: 102-18, 102-19.

El buen gobierno corporativo del Banco regula las relaciones entre los grupos de interés y aporta seguridad económica y jurídica para el desarrollo sostenible de la organización.

El Sistema de Gobierno Societario del Banco comprende el [Código de Gobierno Societario](#), el Estatuto Social y la normativa vigente aplicable, que regula las cuestiones relativas al funcionamiento de la Sociedad, las Asambleas de Accionistas, el Directorio, la Gerencia General, la Alta Gerencia y los diferentes Comités, así como los miembros de la Sociedad. A su vez, este sistema cuenta con normas de conducta internas contenidas en el Código de Ética, que consagran los postulados y los principios éticos que deben regir las actuaciones de directivos, administradores y colaboradores.

LAS BUENAS PRÁCTICAS DE GOBIERNO CORPORATIVO DEL BANCO HIPOTECARIO BRINDAN CREDIBILIDAD, ESTABILIDAD Y TRANSPARENCIA PARA LA GENERACIÓN DE VALOR COMPARTIDO.



DIRECTORIO

Contenidos GRI: 102-23, 102-24, 102-25, 102-26, 102-27, 102-28, 102-35, 102-36, 102-37.

El Directorio se encuentra compuesto por 13 miembros titulares, que se designan con mandato por 2 ejercicios por las asambleas de clase de acciones y pueden ser reelegidos indefinidamente y en forma escalonada. A su vez, cuenta con 9 suplentes, que se designan por las distintas clases de acciones.

El Directorio detenta 3 miembros independientes, un 14% de presencia femenina (2 miembros) y el 92% mayor de 50 años (miembros titulares).

En cuanto al control estatutario, se encuentra a cargo de una Comisión Fiscalizadora integrada por 5 miembros.

Indicadores de la conformación del Directorio⁷

	2021	2020
Sexo		
Femenino	14%	14%
Masculino	86%	86%
Rango Etario		
< 30 años	-	-
Entre 30 y 50 años	8%	8%
> 50 años	92%	92%

Composición del Directorio 2021⁸

Apellido	Nombre	Cargo	Mandato ⁹
Elsztain	Eduardo Sergio	Presidente	06/05/2020 - 31/12/2021(*)
Zang	Saúl	Vicepresidente 1 ^{ro}	06/05/2020 - 31/12/2021(*)
Pérez	Alberto Ramón Rafael	Director Titular	30/03/2021 - 31/12/2022
Ruete	Rodrigo María	Director Titular	30/03/2021 - 31/12/2022
Viotti	Rogelio Pedro	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021(*)
Itúrrez	Ada Rosa del Valle	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021(*)
Wior	Mauricio Elías	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021(*)
Viñes	Ernesto Manuel	Director Titular	30/03/2021 - 31/12/2022
Reznik	Gabriel Adolfo Gregorio	Director Titular	30/03/2021 - 31/12/2022
Dreissen	Jacobo Julio	Director Titular	30/03/2021 - 31/12/2022
Vergara del Carril	Pablo Daniel	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021 (*)
Pisula ¹⁰	Carlos Bernardo	Director Titular	06/05/2020 - 31/12/2021
Zylberlicht	Nora Edith	Director Titular	30/03/2021 - 31/12/2022

La integración actual del Directorio puede consultarse [AQUÍ](#).

EL DIRECTORIO SE COMPONE DE 13 MIEMBROS TITULARES: 2 MUJERES Y 11 HOMBRES.

7- Según integración al 31/12/2021.

8 - Según integración al 31/12/2021.

9 - Finalizados los respectivos mandatos, los/as Directores/as permanecen en sus cargos hasta tanto la Asamblea designe a sus reemplazantes.

10 - El Sr. Carlos B. Pisula falleció en febrero de 2022 y fue reemplazado por Daniel Ricardo Elsztain (mandato 31/03/2022 - 31/12/2023).

(*)Mandatos renovados por asamblea (desde el 31/03/2022 hasta el 31/12/2023).

La gestión de los negocios ordinarios, y de todos los asuntos que delegue el Directorio, está a cargo de un Comité Ejecutivo, compuesto por Directores de clase “D”. Dentro de sus responsabilidades, este Comité debe: desarrollar la política comercial, crediticia y financiera, definir reestructuraciones organizacionales, efectuar los nombramientos de gerencias, proponer al Directorio decisiones sobre la sociedad, las sucursales, entre otras.

Anualmente, el Directorio del Banco define y aprueba un “Plan de Negocios y Proyecciones”, que se pone a disposición en forma confidencial del Banco Central. Este Plan se encuentra ajustado al Plan Estratégico sobre el cual debe desenvolverse, que se utiliza para el control y la supervisión permanente de la gestión de la Compañía.

El Plan de Negocios y Proyecciones es implementado por las líneas gerenciales, y el monitoreo de su cumplimiento es realizado a través de indicadores, que se presentan mensualmente en el tablero de control.

NOMBRAMIENTO

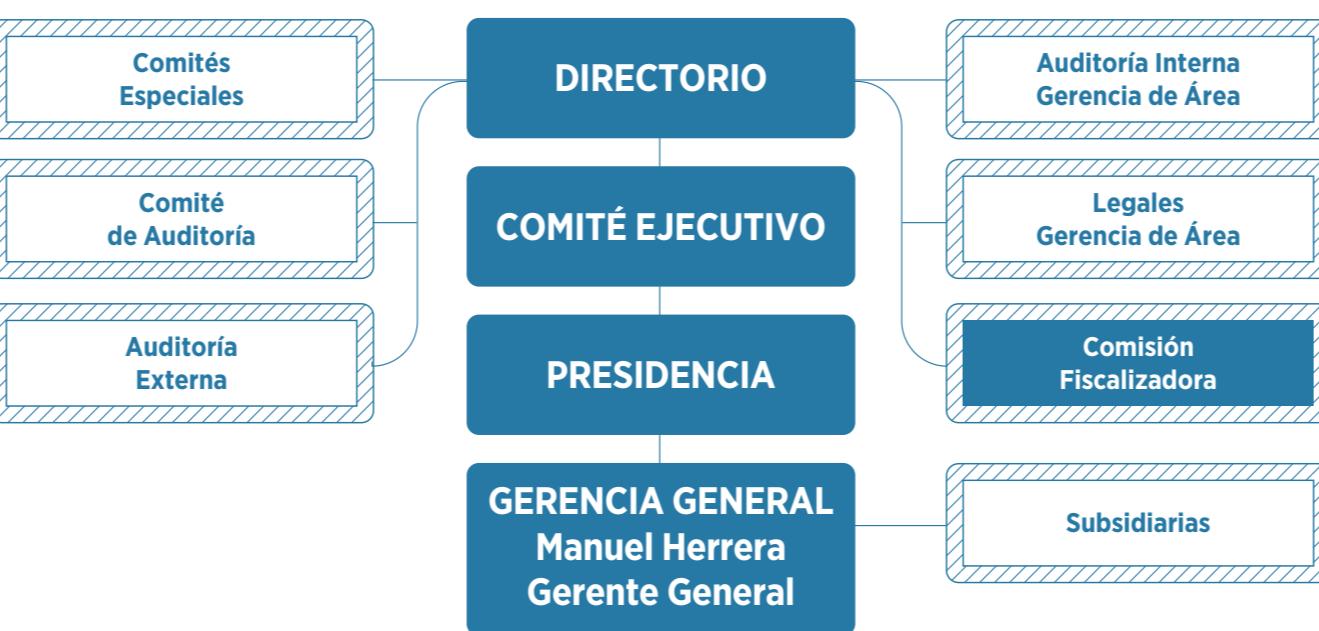
De conformidad con la Ley de Privatización del BHN (Ley 24.855) y el Estatuto Social, la elección de las personas que integran el Directorio se efectúa por asambleas especiales de clases de acciones. Si bien en este marco no es factible la constitución de un Comité de Nominaciones, a través de los nombramientos (que formalmente realizan los accionistas en las reuniones de clases de acciones A, B, C y D en sus Asambleas Individuales) busca cumplir con los niveles adecuados de independencia y diversidad, que le permitan tomar decisiones en pos del mejor interés del Banco en el marco de sucesión.

La designación del Directorio se estructura de acuerdo con las distintas clases de accionistas, de la siguiente forma: 2 por la clase “A”, 1 por la “B”, 1 por la “C”, 9 por la “D”.

El Presidente y el Vicepresidente de la Sociedad son designados entre los Directores de la clase “D”. Los Directores correspondientes a las clases “A” y “C”, actualmente, son designados por el Es-

tado Nacional; los de la clase “D”, por los accionistas privados en asambleas especiales de clase y los de clase “B”, por los tenedores del Programa de Propiedad Participada.

La normativa del Banco Central de la República Argentina (BCRA) exige que, al menos, dos tercios de la totalidad de los Directores acrediten experiencia vinculada con la actividad financiera y recomienda la diversidad de género en su conformación, tal como se expresa en las definiciones del Código de Ética con respecto a sus integrantes.



EVALUACIÓN

La evaluación del Directorio recae en su Presidente, con la asistencia de la Gerencia de Cumplimiento Normativo. Este proceso se realiza en forma anual, tiene formato de autoevaluación y cuenta con dos niveles, uno global y otro individual. El global lo lleva adelante la Dirección, a través de respuestas a preguntas realizadas a los miembros sobre el funcionamiento del órgano de administración. En cuanto al individual, cada director/a da su punto de vista y califica las diferentes temáticas, que responden al funcionamiento del cuerpo colegiado.

CAPACITACIÓN

De manera anual, el Presidente y la Gerencia de Área Legal organizan la asistencia de la Dirección a conferencias y disertaciones de economistas y de especialistas en actividades bancarias, mediante

el desarrollo de programas de entrenamiento. Las actividades de capacitación se realizan tanto en forma interna como externa, y el objetivo es que el Directorio se mantenga actualizado sobre temas de la industria y otros conocimientos para cumplir adecuadamente sus funciones. Asimismo, en cada reglamento de Comité que integra la Dirección, se menciona que estos deben capacitarse en los temas relacionados con las funciones de cada Comité y en el conocimiento del Banco y sus negocios.

REMUNERACIÓN

En materia de remuneraciones, el Estatuto Social del Banco establece lo siguiente:

- Miembros no ejecutivos: su remuneración es resuelta anualmente en la Asamblea General Ordinaria de forma global. Luego, entre ellos se reparte en forma igualitaria y entre los suplentes según el tiempo que reemplazaron en forma definitiva a los titulares.
- Miembros ejecutivos: el Presidente y la Dirección de la Sociedad, que cumplan funciones gerenciales, técnico-administrativas o comisiones especiales, reciben una remuneración por dichas funciones o comisiones de nivel acorde con el vigente en el mercado, que es fijada por el Directorio, con abstención de los nombrados, y están sujetas a la ratificación de la Asamblea.
- Miembros del Comité Ejecutivo: la Dirección integrante del Comité Ejecutivo percibe un componente retributivo equivalente a una suma que contempla determinados montos máximos y las remuneraciones previstas en los puntos anteriores.

El Comité de Incentivos al Personal busca el principio de controlar y/o vigilar el diseño del sistema de incentivos económicos al personal, el cual toma en cuenta los riesgos futuros como aquellos ya asumidos y ajusta los incentivos por todos los riesgos, incluyendo aquellos de difícil medición, como los riesgos de liquidez y de reputación, y el costo del capital.

A través de este Comité, el Directorio establece la política de evaluación de los/as gerentes de primera línea (incluido el Gerente General), la cual se realiza formalmente una vez al año, junto con el proceso de calificaciones que tiene toda la nómina de colaboradores del Banco y, a su vez, sobre estos se mantiene una política de *feedback* permanente.

CONFLICTO DE INTERÉS

El Código de Gobierno Societario y el Código de Ética establecen la política por seguir en la cuestión de conflicto de intereses entre colaboradores de la Entidad y el propio Banco Hipotecario y sus subsidiarias. Para los casos en que pudieran plantearse cuestiones, el Comité de Ética es el órgano encargado de resolverlas.

A fin de determinar la existencia de un conflicto de intereses, en los casos en que se sospeche el incumplimiento por un/a Director/a o miembro de la Gerencia a las normas establecidas, el Directorio requerirá la opinión del Comité de Auditoría, previo al tratamiento y la resolución de la cuestión.

COMITÉS DEL DIRECTORIO

Contenidos GRI: 102-20, 102-22, 102-23, 102-31, 102-32, 102-33.

El Banco cuenta con Comités especiales del Directorio, que tienen como objetivo abordar y tomar decisiones sobre temas específicos y construir un adecuado ambiente de control interno.

El Código de Gobierno Societario define la conformación y las responsabilidades de cada Comité. A su vez, cada Comité cuenta con un reglamento de funcionamiento aprobado por el Directorio.

En estos Comités, los/as gerentes a cargo y especialistas en cada una de las materias que participan someten, a consideración de los directores nombrados, los diferentes temas. Sobre la base de los antecedentes de cada uno de ellos, y junto a sus deliberaciones, adoptan las resoluciones por mayoría de votos de los miembros presentes. Cabe indicar que los/as gerentes y especialistas, convocados o invitados a dichos Comités, cuentan con voz pero no con voto.

Comités Especiales

Comité	Función
Ejecutivo	Supervisa el giro ordinario de los negocios del Banco.
Auditoría	Vigila el funcionamiento del ambiente de control interno y los sistemas de gestión de riesgos del Banco.
Control y Prevención de Lavado de Dinero y Financiación del Terrorismo	Asegura el cumplimiento de las obligaciones emergentes de la normativa aplicable para la prevención de dichos delitos.
Tecnología Informática	Asegura el cumplimiento de las políticas globales de tecnología informática, de los sistemas de información y de la seguridad lógica.
Crédito	Establece el límite de exposición crediticia del Banco con sus clientes.
Incentivos al Personal	Vigila que el sistema de incentivos económicos al personal sea consistente con la cultura, los objetivos, los negocios a largo plazo, la estrategia y el entorno de control del Banco.
Gestión de Riesgos	Vigila los riesgos a los cuales se encuentra expuesta el Banco, asiste al Directorio en la fijación de políticas y estrategias en materia de riesgo, entre otros.
Gobierno Societario	Supervisa la implementación del Código de Gobierno, controla el cumplimiento de las regulaciones internas y evalúa la gestión del Directorio, entre otros.
Comité de Ética del Directorio y del Personal	Asegura que el Banco cuente con los medios adecuados para promover la toma de decisiones apropiadas dentro de sus consideraciones éticas.
Financiero	Le compete vigilar el cumplimiento de las políticas de solvencia y liquidez de la Entidad, a través de la gestión de los riesgos financieros.
Asuntos Sociales e Institucionales	Su misión está relacionada con la imagen e inserción del Banco en la sociedad en su conjunto, en el marco de la responsabilidad social empresaria.
Protección de Usuarios de Servicios Financieros (PUSF)	Su misión tiene que ver con el relacionamiento que tiene el Banco a través de sus productos con usuarios/as de servicios financieros.

El **Comité de Asuntos Sociales e Institucionales** está integrado por el Presidente del Banco y, al menos, un Director en representación del Estado Nacional. A su cargo se encuentran la aprobación y el monitoreo anual del Plan Estratégico de Sostenibilidad. A su vez, supervisa la gestión integral en materia de sostenibilidad, controla el destino de la inversión social y aprueba las iniciativas solidarias que involucra al personal del Banco, como también los Pilares de Sostenibilidad. Esto asegura que la inversión social se administre en un marco de transparencia, con foco en la estrategia de negocio, de acuerdo con los lineamientos de gestión establecidos en la “Política de Responsabilidad Social”, aprobada por el Directorio del Banco.

5.2 MARCO REGULATORIO

Contenidos GRI: 102-16, 103-1, 103-2, 103-3, 419-1.

Las operaciones del Banco se ajustan a lo dispuesto por el Banco Central de la República Argentina (BCRA), la Comisión Nacional de Valores (CNV), Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA), dando un estricto cumplimiento de la normativa y regulación vigente aplicable a las instituciones financieras¹¹.

Esto se complementa al cumplimiento del Código de Gobierno Societario del Banco, que contempla el Código de Ética, el Código de Prácticas Bancarias y el Código de Conducta de Agente de Liquidación y Compensación Integral.

El Código de Gobierno Societario fue elaborado en consideración de la legislación aplicable, en particular, las disposiciones de las Leyes 21.526; 26.831; 19.550; 25.877; 24.855 y 24.240, los Decretos reglamentarios y complementarios, las normas del BCRA, de la CNV de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires (BCBA), del Mercado Abierto Electrónico (MAE) y del estatuto social.

¹¹ - Para más información, consultar el documento “Marco Legal del Sistema Financiero Argentino 2021”, publicado por el BCRA, en el siguiente link: <https://www.bcra.gob.ar/Pdfs/SistemasFinancierosYdePagos/MarcoLegalCompleto.pdf>

También, el Banco adhiere al Código de Prácticas Bancarias, elaborado con la participación de todas las Asociaciones de Bancos y Entidades Financieras de la República Argentina. Se trata de una iniciativa de autorregulación, que promueve las mejores prácticas bancarias en el país y que adhiere al Código de Protección al Inversor del Mercado Abierto Electrónico.

Durante 2021, el Banco no registró reclamos de incumplimientos por parte de clientes u organismos de supervisión, en materia de Usuarios del Sistema Financiero o sobre el Código de Prácticas Bancarias.

5.3 ESTRUCTURA ACCIONARIA

Contenidos GRI: 102-5, 201-4.

El Banco cuenta con una composición accionaria mixta, con participación de capitales públicos y privados. La compañía IRSA Inversiones y Representaciones SA, líder en desarrollo inmobiliario, es el principal accionista del sector privado, con una participación, directa e indirecta, del 29,91%. Por su parte, el Gobierno Argentino cuenta con una participación del 53,09% respecto al capital y 27,39% de los votos, a través de diferentes tipos de acciones.

El capital social de la Sociedad está integrado por cuatro clases de acciones:

- **Clase “A”:** pertenecientes al Estado Nacional o los agentes fiduciarios que este designe, cuyos derechos políticos son ejercidos por el Estado Nacional, pertenecientes al Estado Nacional con derechos especiales y las correspondientes al Fideicomiso del FFFIR¹², sujetas a privatización a través de la oferta pública.

¹² - FFFIR: Fondo Fiduciario Federal de Infraestructura Regional.

- **Clase “B”:** destinadas a los tenedores del Programa de Propiedad Participada, colaboradores de la Sociedad, que –en la actualidad– representan el 3,8% del capital social y cuyos derechos políticos (hasta tanto sean adjudicados a aquellos) son ejercidos por el Estado Nacional.

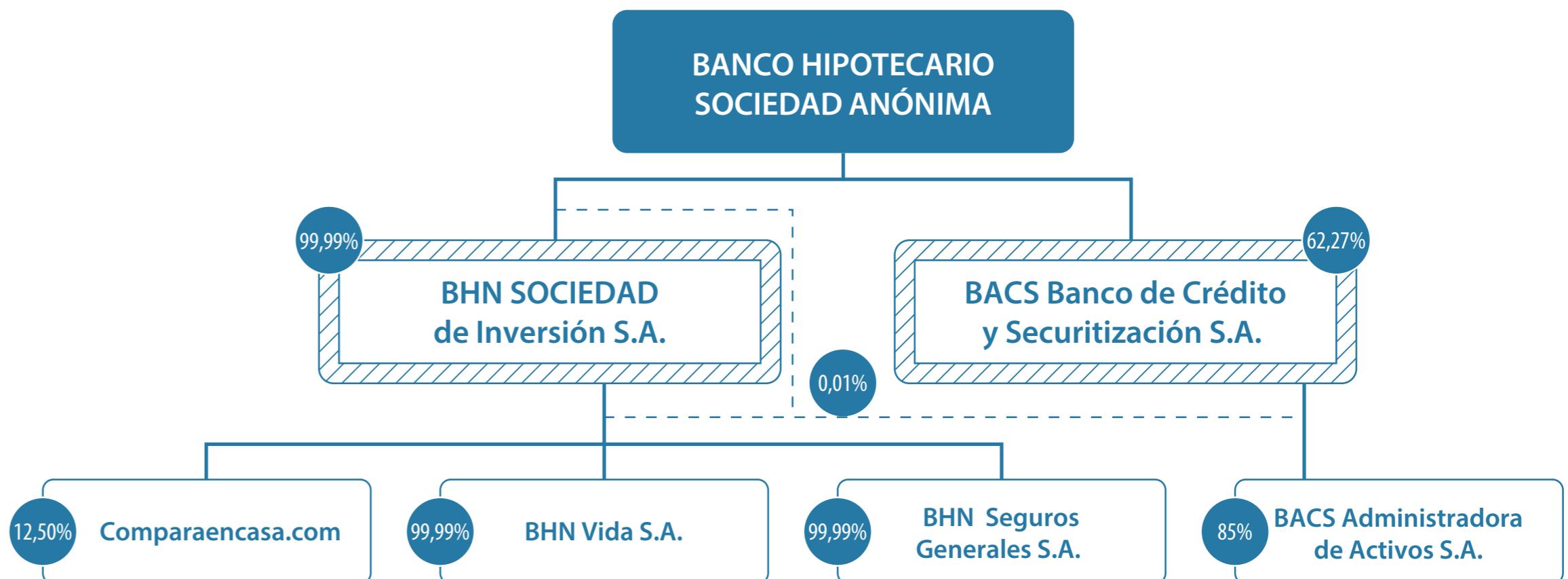
- **Clase “C”:** reservadas para su venta primaria en oferta pública a empresas cuyo objeto sea la construcción de viviendas o la actividad inmobiliaria. Actualmente, manejadas por el Estado Nacional a través del FFFIR. Esta clase de acciones representa el 5% del capital social.

- **Clase “D”:** pertenecientes al sector privado: La venta de las acciones “A” que efectúe el FFFIR, como las que ulteriormente efectúen los futuros adquirentes de las acciones “B” y “C”, se transformarán en acciones “D”. Las acciones clase “D” no cambiarán de clase por ser eventualmente suscriptas o adquiridas por el Estado Nacional, otra persona jurídica de carácter público o por personal que participa en el Programa de Propiedad Participada.

Durante el período 2021, Banco Hipotecario SA no ha recibido asistencia financiera por parte del Gobierno, ya sea por beneficios fiscales o asistencia/subsidios en financiamiento.

Distribución accionaria al 31/12/2021

ACCIONISTAS	ACCIONES CLASE	% CAPITAL ^(*)
GOBIERNO ARGENTINO/BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA como Fiduciario del Fideicomiso de Asistencia al Fondo Fiduciario Federal de Infraestructura Regional	A	44,29%
BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA en su calidad de Fiduciario del Programa de Propiedad Participada	B	3,80%
BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA en su calidad de Fiduciario del Fideicomiso de Asistencia al Fondo Fiduciario Federal de Infraestructura Regional	C	5,00%
ANSES	D	4,94%
ACCIONISTAS PRIVADOS	D	41,97%



ESTRUCTURA DEL BANCO Y SUS SUBSIDIARIAS

Contenidos GRI: 102-10, 102-45

Los Estados Financieros consolidados de Banco Hipotecario SA incluyen las sociedades sobre las cuales este posee control directo o indirecto¹³.

El Banco posee el control directo o indirecto de las sociedades que conforman el grupo de subsidiarias (no incluidas en el perímetro de este reporte) y, por lo tanto, las consolida.

- BHN Sociedad de Inversión SA, que tiene por objeto efectuar inversiones y administrar las participaciones en el capital de otras sociedades; BHN Vida SA, aseguradora del riesgo de vida de las personas; BHN Seguros Generales SA, aseguradora de riesgos de incendio y daños sobre inmuebles y Comparaencasa.com.
- BACS Banco de Crédito y Securitización SA (BACS), que funciona como banco comercial y que, a su vez, controla BACS Administradora de Activos SA (BACSAA).

Como sociedad controlante, Banco Hipotecario ocupa el centro de las actividades principales de intermediación financiera y desconcentra, en otras unidades económicas, los negocios y servicios complementarios, de banca, de seguros y en sociedades de administración de fondos comunes de inversión.

5.4 VISIÓN Y MISIÓN

Contenidos GRI: 102-16.

La visión estratégica del Banco fue actualizada para contemplar distintos focos estratégicos, que obedecen a la realidad y a las expectativas de la sociedad actual. El Banco busca que la experiencia del cliente sea innovadora, omnicanal y reconocida por su excelencia. A su vez, espera que su personal se desarrolle dentro de una cultura ágil y flexible, apoyada en decisiones basadas en datos y promotora de un impacto social positivo. Todo esto, para propender a una alta eficiencia y rentabilidad, con una gestión sostenible, apoyada en un negocio equilibrado y fondeado competitivamente.

Vale destacar que la formulación de la Visión y la Misión es responsabilidad de la Gerencia General y su validación es del Directorio. En todo momento, la planificación estratégica debe atender estos aspectos principales.

NUESTRA VISIÓN:
SER EL PRESTADOR DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA EL HOGAR, LAS FAMILIAS Y LAS EMPRESAS ARGENTINAS; EFICIENTE Y EFICAZ, RECONOCIDO POR SU EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE, PROMOViendo UNA CULTURA CENTRADA EN LAS PERSONAS, LA TOMA DE DECISIONES BASADAS EN DATOS Y CARACTERIZADO POR UNA HUELLA SOCIAL POSITIVA.

NUESTRA MISIÓN:
SER UNA COMPAÑÍA DE SERVICIOS FINANCIEROS Y DE GERENCIAMIENTO DE PROYECTOS CONSTRUCTIVOS; SIMPLE, INCLUSIVA Y CONTEMPORÁNEA.

(*) De un total de 1.500.000.000 acciones.

13 - En el período reportado no se registraron cambios significativos en lo que respecta a la estructura, la propiedad accionaria o la cadena de suministro de la Organización.

5.5 CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA

Contenidos GRI: 102-16, 102-17, 102-33, 102-34, 103-1, 103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 205-3, 406-1. **SASB:** FN-CB-510a.2.

El Banco asume el compromiso de llevar a cabo sus operaciones empresariales y actividades sociales enmarcadas en las más altas normas de ética, transparencia, eficiencia y calidad.

El [Código de Gobierno Societario](#) formaliza, comunica y exterioriza, a la comunidad de negocios y a los terceros interesados, los principios y los lineamientos de cultura y los valores corporativos. Este documento resume las pautas generales que deben regir la conducta de la organización y de las personas que la integran, en el cumplimiento de sus funciones y relaciones comerciales y profesionales.

El Código de Ética se encuentra disponible para su consulta en la Intranet del Banco, en la sección Institucionales y en la web pública, en la sección [Línea Ética](#).

El Código aborda los temas más relevantes que hacen a la ética, tales como: el trato de colaboradores, la seguridad en el trabajo, el sistema de sanciones, personas con discapacidad, confidencialidad, prevención de lavado de dinero y protección de activos, entre otros.

Este se aplica en todo el territorio nacional, pero no afecta las disposiciones legales obligatorias en ninguna jurisdicción. A su vez, vale resaltar que la prohibición de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias se extiende a vendedores, profesionales y otros proveedores de bienes y servicios con los que trabaja el Banco.

• •

NINGUNA PERSONA, SIN IMPORTAR LA FUNCIÓN O EL CARGO JERÁRQUICO QUE POSEA DENTRO DEL BANCO, TIENE AUTORIDAD PARA HACER EXCEPCIONES AL CÓDIGO DE ÉTICA.

• •

Normas de ética fundamentales

Honestidad

Conflictos de intereses

Aspectos regulatorios

Relaciones comerciales

Prácticas comerciales, leyes y otros reglamentos comerciales

Transacciones internacionales

Regalos, obsequios y atenciones

Actividades de representación

Contribuciones políticas

Compraventa de valores

Utilización de las herramientas de trabajo informáticas
y de comunicación

El Código de Ética es instrumentado por los Comités de Ética de Directores y de Personal y, a través de sus integrantes, promueve, monitorea y hace cumplir los principios y los lineamientos enunciados en el mencionado Código.

Es importante que toda persona que sea parte del Banco comprenda la responsabilidad que le corresponde en el cumplimiento de las normas y los valores éticos a los que la organización adhiere. Por ello, el Código es accesible y de público conocimiento para todo el capital humano. Cada integrante recibe un ejemplar con una declaración de su lectura y conocimiento en el momento de ingresar al Banco.

El Comité de Ética, órgano integrado por diferentes representantes del Banco, analiza y da respuestas a las consultas y/o denuncias presentadas por colaboradores. Estos son alentados a informar casos de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación y represalias. Para ello, el Banco se asegura de que toda situación sea abordada de manera inmediata y reservada, y que se notifique al informante sobre su resolución. Cada caso es tratado de manera confidencial por el Comité y en ninguna circunstancia se toman medidas adversas contra la persona que efectúa una consulta o contra quien, de buena fe, denuncia un posible ilícito o situación anormal que, a su criterio, se aparte de lo normado por el Código de Ética, alguna ley, regulación o procedimiento interno del Banco.

La Línea Ética cuenta con distintos canales de comunicación, habilitados para realizar consultas o denuncias sobre el incumplimiento del Código de Ética, es decir, sobre cualquier tipo de abuso, discriminación o inconveniente en el ámbito laboral.

La administración de la Línea está a cargo de un tercero independiente y todas las comunicaciones tienen carácter confidencial. En 2021, el Banco cambió el proveedor de este servicio, que pasó a estar a cargo de BDO.

El personal del Banco cuenta con recursos adicionales a la Línea Ética. Los/as colaboradores/as pueden enviar un telegrama o iniciar un reclamo con el Gerente o con el superior directo, con referentes de Desarrollo Organizacional y Calidad o con delegados gremiales. En todos los casos, los reclamos son recibidos por Relaciones Laborales, quien deriva las denuncias al Comité de Ética.

Estos canales están disponibles las 24 horas, toda la semana, en forma anónima, confidencial y segura. Una vez recibida la solicitud, el Comité de Ética inicia los procesos que permiten responder las consultas, constatar lo denunciado y llegar a una resolución, que es comunicada, de manera formal, a la persona que inició el contacto o denuncia.

¿CÓMO CONTACTARSE?

La línea ética cuenta con diferentes medios de comunicación habilitados:



www2.bdolineaetica.com/bancohipotecario/



BancoHipotecario@bdolineaetica.com



0800-222-3368



Correo Postal a Maipú 942 PB - C1006CN
Buenos Aires, Argentina dirigida a
“BDO Línea Ética Banco Hipotecario”.



Entrevistas personales: Maipú 942 PB
Buenos Aires, Argentina.

- •
- LA LÍNEA ÉTICA CUENTA CON GARANTÍA DE CONFIANZA Y TRANSPARENCIA.**
- EL PROVEEDOR EXTERNO, QUE BRINDA EL SERVICIO DE ADMINISTRACIÓN, NO SUMINISTRA AL BANCO NINGUNA INFORMACIÓN QUE IDENTIFIQUE AL COLABORADOR QUE REPORTA UN CASO.**
- •

Cuestiones que aborda la Línea Ética:

- Conflictos de interés
- Sustracción de activos
- Manipulación de datos
- Acuerdo con proveedores
- Corrupción

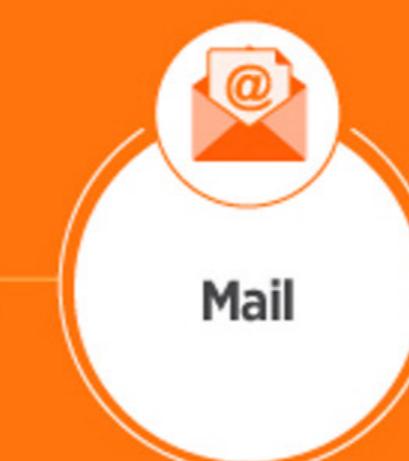
► Código de Ética

Recordá que tenemos disponible un canal de comunicación donde todas las personas del Banco pueden informar sobre situaciones que afecten el adecuado clima ético en forma anónima y confidencial.



Teléfono

0800-222-3368



Mail

BancoHipotecario@
bdolineaetica.com



Correo Postal

Maipú 942 PB -
C1006CN - Bs. As.,
Argentina



Sitio web

www2.bdolineaetica.com/bancohipotecario/



Entrevista
personal

Maipú 942 - PB -
Buenos Aires,
Argentina

Dirigir a
“BDO - Línea ética
Banco Hipotecario”

Completá el curso normativo “Código de Ética” en A·D·N



Durante 2021, ningún organismo de fiscalización aplicó multas y/o sanciones de fraude contable, discriminación en el trabajo o acciones de corrupción. Asimismo, en pos del criterio de transparencia de la información, en los Estados Financieros, el Banco expone los diferentes sumarios en los que interviene.

En 2021 no se registraron casos de discriminación, violencia, acoso o maltrato laboral. Se registró una denuncia que no enmarca en los ítems mencionados, sino que corresponde a disconformidad sobre la gestión de liderazgo (responsabilidades por la gestión de personas).

En cuanto a las sanciones, en el período reportado se aplicaron tres a colaboradores por incumplimiento del Código de Ética, con relación a la Prevención de Lavado de Dinero y al Financiamiento del Terrorismo.

CAPACITACIÓN Y COMUNICACIÓN SOBRE ASPECTOS RELACIONADOS CON ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN

EN 2021, 86 PERSONAS RECIBIERON CAPACITACIÓN EN TEMAS DE ÉTICA Y ANTICORRUPCIÓN.

- El Código de Ética se comunicó al 100% de la nómina, a través de publicaciones en News Banco Hipotecario y publicaciones en Intranet.
- El Directorio de la Sociedad fue comunicado y aprobó, en forma unánime, la Política Anticorrupción de la Organización y sus procedimientos conexos.
- Proveedores: se les exige que, si no cuentan con una Política Anticorrupción propia, adhieran a la Política del Banco en dicha materia, de manera de asegurar su cumplimiento.

Capacitación sobre ética y anticorrupción según categoría Laboral

		2021	2020	2019
	Alta Gerencia			
	Total nómina	14	15	16
	Total evaluados	1	12	10
	% Evaluados	7,1%	80%	63%
	Gerentes			
	Total nómina	100	100	99
	Total evaluados	7	41	87
	% Evaluados	7%	41%	88%
	Mandos Medios			
	Total nómina	303	241	256
	Total evaluados	10	63	237
	% Evaluados	3,3%	26%	93%
	Analistas y Administrativos			
	Total nómina	1.192	1.348	1.386
	Total evaluados	68	286	1.290
	% Evaluados	5,7%	21%	93%

Capacitación según Locación

		2021	2020	2019			
		Aprobados	%	Aprobados	%	Aprobados	%
	Casa Central	65	6,2%	323	31%	986	96%
	Red de Sucursales	21	3,8%	79	12%	638	88%

Capacitación según categoría Laboral

	2021	2020	2019
Alta Gerencia			
Total nómina	14	15	16
Total evaluados	0	6	10
% Evaluados	0%	40%	63%
Gerentes			
Total nómina	100	100	99
Total evaluados	13	22	87
% Evaluados	13%	22%	88%
Mandos Medios			
Total nómina	303	241	256
Total evaluados	13	33	243
% Evaluados	4,3%	14%	95%
Analistas y Administrativos			
Total nómina	1.192	1.348	1386
Total evaluados	91	136	1321
% Evaluados	7,6%	10%	95%

Capacitación según Locación

	2021	Evaluados	%	2020	Evaluados	%	2019	Evaluados	%
Casa Central									
Casa Central		57	5,4%		158	15%		1.018	99%
Red de Sucursales		60	10,8%		39	6%		643	89%

Los porcentajes indicados para 2021 corresponden, únicamente, a los casos que durante ese período tuvieron que completar la formación en Prevención de Lavado de Dinero. El resto ya había realizado la misma edición del curso en años anteriores.

EN 2021 COMPLETAMOS LA CAPACITACIÓN DEL 98% DE LA NÓMINA SOBRE EL CURSO ACTUALIZADO DE PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO.

- Prevención de Lavado de Dinero: se comunicó al 100% de la nómina a través de distintos canales: Intranet Banco Hipotecario, News Banco Hipotecario y Portal de Procesos.

5.7 GESTIÓN DE RIESGOS

Contenidos GRI: 102-11, 102-15, 102-30.

El Banco cuenta con una gestión de riesgos, en línea con las disposiciones establecidas por el BCRA y de acuerdo con las buenas prácticas en la materia.

Para garantizar una adecuada administración de los riesgos significativos, cuenta con un marco de gestión y dispositivos de gestión apropiados a la dimensión, la complejidad, la importancia económica y el perfil de riesgo de la entidad.

Este proceso de gestión de riesgos está diseñado para que el Directorio y la Alta Gerencia se involucren y vigilen la gestión de todos los riesgos significativos, y para que comprendan la naturaleza y el nivel de riesgo asumido por la entidad y su relación con el capital.

Dentro de las principales políticas con las que cuenta el Banco para conducir sus decisiones, con el objetivo de implementar su estrategia para la gestión integral de riesgos, se encuentran la Política de Jerarquía Normativa y la Política de Gestión de Riesgos. La última establece las principales pautas para realizar una adecuada gestión de los principales riesgos a los que se enfrenta el Banco. Comprende los riesgos de crédito, liquidez, mercado, tasa de interés, operacional, titulización, concentración, reputacional y estratégico. Por una parte, fija el marco organizacional y normativo general, y los dispositivos comunes para una gestión integral de los riesgos a los que se enfrenta la Entidad. Por otro lado, se describen los procesos específicos de gestión de cada uno de riesgos mencionados y, de manera pormenorizada, las metodologías de gestión de los riesgos de mercado y del riesgo de liquidez.

DISPOSITIVOS DE GESTIÓN

Para garantizar una adecuada administración de los riesgos significativos, el Banco cuenta con un marco de gestión y dispositivos apropiados a la dimensión, complejidad, importancia económica y el perfil de riesgo de la Entidad.

Dentro de los dispositivos comunes a la gestión, de los principales riesgos, se encuentran:

- Estrategia de Riesgo
- Programa de Pruebas de Estrés
- Plan de Contingencia
- Capital Económico
- Proceso de Evaluación Interna de Adecuación de Capital (IAC)
- Sistemas de Información General
- Gestión de Riesgo de Subsidiarias

A nivel de estructura organizacional, el Banco cuenta con unidades responsables de la gestión de cada uno de los riesgos significativos comprendidos en la Política de Gestión de Riesgos. Por su parte, el Comité de Gestión de Riesgos tiene como objetivo principal realizar el seguimiento de las actividades de la Alta Gerencia, relacionadas a la gestión de riesgos, y asesorar al Directorio sobre los riesgos de la Entidad.

La conformación y las responsabilidades de todos los Comités se encuentran descriptas en el Código de Gobierno Societario.



PRINCIPALES ACCIONES LLEVADAS ADELANTE EN 2021:

- **Rentabilidad ajustada por riesgo:** se comenzó a calcular la rentabilidad ajustada por riesgo de manera prospectiva.
- **Datawarehouse:** se trabajó en la construcción de un datawarehouse, que permitirá la explotación automática de datos, para desarrollar los cálculos de capital económico para exposiciones de banca mayorista, tasa y liquidez.
- **Cálculo de capital económico:** se incorporó una nueva herramienta en el proceso automático de cálculo de capital económico, para las exposiciones de banca minorista.
- **Cargo por incobrabilidad:** se continuó con el desarrollo y robustecimiento de la metodología de cálculo, para estimar el cargo por incobrabilidad sobre la base de modelos de pérdida esperada.
- **Tablero de control de riesgos:** se incorporaron modificaciones en el tablero de control de riesgos, a efectos de mejorar el monitoreo del comportamiento de la cartera y el impacto del cálculo de la pérdida esperada.
- **PROCREAR:** se continuó monitoreando aspectos regulatorios y de capital económico, y el comportamiento de los principales factores de riesgo a los que está expuesto el Banco por su rol de fideicomiso.

5.8 SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 418-1. **SASB:** FN-CB-230a.2

Por ser una entidad bancaria, proteger, asegurar y velar por la seguridad de la información en los procesos de negocio, sistemas y soportes que la almacenan es fundamental para el operario del negocio. Para ello, el Banco cuenta con una Jefatura de Ciberseguridad y Seguridad de la Información, dedicada para tal fin, que, también, vela por el manejo seguro de clientes externos e internos, alineándolos con las metas y con los objetivos del negocio, en un contexto de gobierno corporativo.

El Banco se ajusta a las directrices emitidas por el Banco Central de la República Argentina, Comunicación A 4609/6017/6375 (entre otras), modelos de buenas prácticas, estándares internacionales (O-ISM3, ISO/IEC 27001) y la Ley de Protección de Datos Personales, entre otros.

Durante 2021, no se identificaron casos de violación de la privacidad o fuga de datos de clientes, ni filtraciones, robos o pérdidas de datos personales.

Además, se priorizó a la hora de pensar en ciberseguridad. En primer lugar, se tuvo en cuenta el factor humano, ya que los/as líderes de la seguridad del Banco desempeñan un papel en la concientización y educación para el cuidado de los activos informáticos y de información de la empresa. La segunda clave fue proteger la infraestructura de la empresa: informar al capital humano sobre las vulnerabilidades conocidas en este nuevo entorno y asegurar que los equipos de ciberdefensa sean diligentes en lo que respecta a pruebas e inteligencia de amenazas. Como tercer punto, se migró a la nube, cambiando el enfoque de seguridad de la información de una infraestructura empresarial a un entorno virtual y de nube.

LUEGO DE LA PANDEMIA DE COVID-19, RESULTA VITAL QUE EL PERSONAL DEL BANCO SEA CONSCIENTE Y ESTÉ EDUCADO RESPECTO A LA EXISTENCIA DE LOS CIBERATAQUES Y LA IMPORTANCIA DE LA REFORZAR LA CIBERSEGURIDAD.

PRINCIPALES ACCIONES REALIZADAS DURANTE 2021:

- Se continuaron los Talleres de Concientización en Riesgos y Delitos Digitales, con el fin de una reeducación de usuarios/as y colaboradores a nivel ciberseguridad: Taller de Delitos Digitales a cargo del Banco, y un taller de concientización de los riesgos en Internet y las redes sociales, a cargo de la ONG Argentina Cibersegura.
- Se confeccionaron diversos simulacros de *phishing* y *ransomware* controlados, para alertar al capital humano del Banco sobre las acciones que podrían comprometer a la organización. Asimismo, se confeccionaron videos educativos y posteos a la cartera de clientes, para alertarlos sobre las diversas estafas digitales en Internet.
- Se realizó el Curso Auditor Interno ISO 27001 y los equipos de Gobierno de Ciberseguridad, Gestión de Normativa IT y Auditoría Interna aprobaron el examen, y lograron la certificación.
- Se realizaron monitoreos y baja de cuentas apócrifas en las redes sociales e Internet, de manera de prevenir el engaño en estas y la usurpación de identidad de Banco Hipotecario frente a clientes, así como la denuncia de aplicaciones móviles y páginas web fraudulentas, que permitió dar de baja más de 300 cuentas falsas, y código no autorizado de nuestra app móvil.

En cuanto a la estrategia de ciberseguridad del Banco, durante 2021 se realizaron inversiones tecnológicas que permitieron evolucionar:

- El Banco implementó tecnología de última generación, para detectar *AntiBot* y los últimos *malwares* que proliferaron, que permitirán avanzar en la Transformación Digital.
- Se implementó el monitoreo de las aplicaciones y el intercambio de datos en la nube, dando respuesta a incidentes, tales como: robo de cuenta, pérdida de datos, destrucción de información, *malware* y contenido compartido en exceso, etc., de modo de poder alinearnos a la estrategia de uso de aplicaciones en la nube y permitir su *deploy* con cobertura de riesgo.

6

X

DESEMPEÑO SOCIAL Y AMBIENTAL

X



4 EDUCACIÓN
DE CALIDAD



5 IGUALDAD
DE GÉNERO



8 TRABAJO DECENTE
Y CRECIMIENTO
ECONÓMICO

6.1 COMUNIDAD DEL BANCO

NUESTRA GENTE

Aspectos Materiales: Empleo de Calidad, Inclusión, Diversidad y Equidad de Género.

Contenidos GRI: 102-8, 102-41, 103-1, 103-2, 103-3, 405-1.

En 2021, las áreas vinculadas con la gestión del capital humano del Banco trabajaron especialmente para acompañar la transformación cultural y digital, promoviendo el desarrollo y la satisfacción de las personas, a fin de cumplir con la nueva visión organizacional.

En el período reportado, el Banco continuó con las tareas necesarias para facilitar el acceso remoto de casi 1.400 colaboradores. Se debieron adaptar todos los sistemas y la forma de operar, para que la totalidad del capital humano pudiera hacerlo desde sus casas.



• • • • •
**UNA CULTURA ÁGIL,
FLEXIBLE Y CENTRADA
EN LAS PERSONAS.**
• • • • •



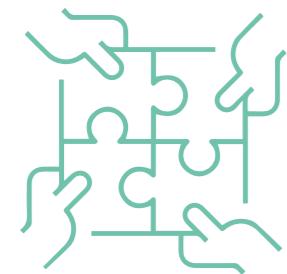
Se comenzó a trabajar en **#VolverAVertos**, una campaña que promueve el trabajo híbrido y la vuelta a la oficina.



Bienvenida de nuevos/as colaboradores/as



Encuentros de equipo



Espacios para construir/repasar objetivos

Con el objetivo de brindar mayor flexibilidad a las personas y potenciar los encuentros en la oficina, se lanzaron cuatro espacios de trabajo colaborativo, exclusivos para actividades presenciales, distribuidos en diferentes puntos de la ciudad (Villa Urquiza, Tigre, Avellaneda y Quilmes). En estos nodos, cada colaborador/a puede reservar su espacio, reunirse en equipo o, simplemente, compartir con sus pares de distintas áreas.

Con la implementación de la nueva normalidad, también, se comenzó una campaña de limpieza y orden en los pisos, para dar comienzo a los escritorios flexibles, es decir, que cada equipo/colaborador/a pueda elegir el lugar para trabajar que mejor se adapte a sus necesidades.

#VolverAVertos

¿Ya conociste los nodos? Aprovechá estos espacios para trabajar con propósito, colaborar en equipo y generar nuevos vínculos.

- Reservá tu visita con anticipación. [Conocé el paso a paso](#)
- En los nodos de Avellaneda, Tigre y Quilmes deberás presentar tu esquema de vacunación completo.
- Para garantizar la seguridad, durante la dinámica de trabajo sobre ATM/TASI no podrás ingresar o salir de la sucursal. Además, los office que comparten ingreso al sector de cajas no están habilitados para uso del nodo.
- Si es la primera vez que usás el Wifi, seguí este instructivo para configurarlo. [Acá](#)

"Mi experiencia en el nodo de Villa Urquiza es genial, me encanta y además me encuentro con personas de distintas áreas".

"La verdad excelente! Fui al nodo de Quilmes y los colaboradores son muy amables. Lo súper recomiendo".

"Inmejorable desde el momento del ingreso, todos muy amables, la conexión excelente sin ningún inconveniente, el lugar muy amplio, lindo y tranquilo para trabajar. En Quilmes, desde el chico de seguridad hasta el gerente súper amables y cordiales".

Bienvenida BH

Ayer finalizó una nueva Bienvenida BH Virtual. En la tercera edición del año, participaron 15 nuevos colaboradores de todo el país, que compartieron un espacio de charla con referentes de distintas áreas para conocer más sobre el Banco y el negocio.

Icono	Datos
7	Encuentros
15	Participantes
90	Horas de capacitación

Al 31 de diciembre de 2021, el Banco contaba con una nómina de 1.621 personas, 803 mujeres y 818 hombres, distribuidos entre Casa Central (1.009) y sucursales (612) con un promedio general de 11 años antigüedad y 42 años.

Banco Hipotecario brinda espacios de trabajo digno, con total respeto de los Derechos Humanos, laborales y civiles. A su vez, cumple con las leyes laborales aplicables, garantiza la igualdad de oportunidades y un entorno de trabajo seguro, con las condiciones de higiene y seguridad correspondientes.

La mayoría de las condiciones, establecidas por los CCT (convenio colectivo de trabajo), vigentes en el Banco, se aplican a toda la plantilla, con independencia de su encuadre gremial.



Colaboradores por Sexo

	2021	2020	2019
Colaboradores por sexo(*)	1.654	1.704	1.757
Hombre	839	838	874
Mujer	815	866	883

(*) El 100% de colaboradores son a jornada completa.

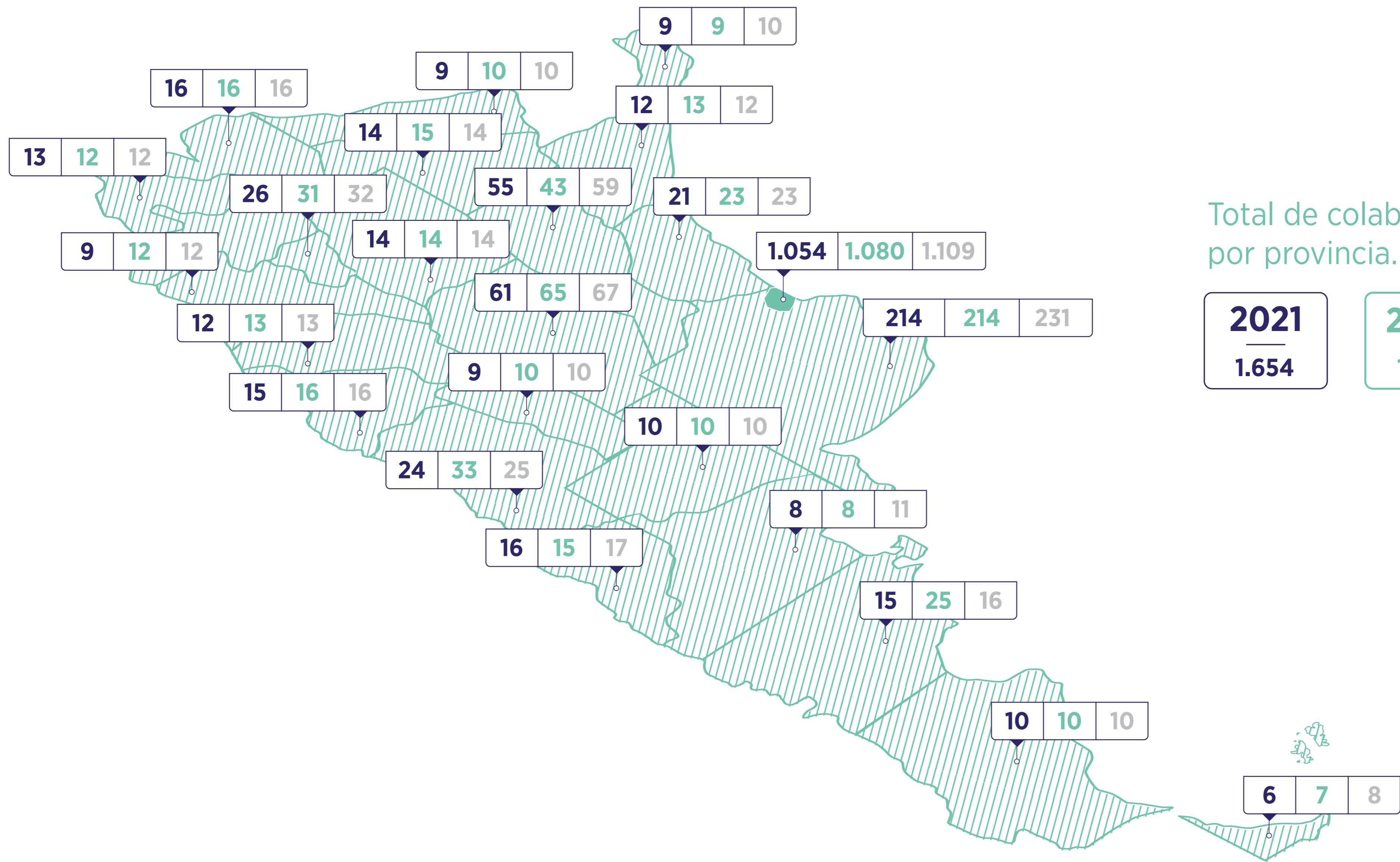
Colaboradores por Locación y Sexo

	2021	2020	2019
Casa Central	1.038	1.039	1.081
Hombre	582	568	602
Mujer	456	471	479
Red de Sucursales	616	665	676
Hombre	257	270	272
Mujer	359	395	404

Colaboradores por Contrato Laboral y Sexo

	2021	2020	2019
Permanentes	1.654	1.702	1.753
Hombre	839	836	872
Mujer	815	866	881
Temporales	0	2	4
Hombre	0	2	2
Mujer	0	0	2





Colaboradores por Contrato Laboral y Locación

	2021	2020	2019
Permanentes	1.654	1.702	1.753
 CASA CENTRAL	1.038	1.038	1.081
 RED DE SUCURSALES	616	664	672
Temporales	0	2	4
 CASA CENTRAL	0	1	0
 RED DE SUCURSALES	0	1	4

Colaboradores por Locación y Encuadre Gremial

	2021(*)	2020	2019
Fuera de convenio	184	220	227
 CASA CENTRAL	131	153	158
 RED DE SUCURSALES	53	67	69
Dentro de convenio	1.387	1.484	1.530
 CASA CENTRAL	852	885	923
 RED DE SUCURSALES	535	599	607
Colaboradores cubiertos en Acuerdos de Negociación Colectiva	88%	87%	87%

(*) Relevamiento a mayo/2022.

Colaboradores por Categoría laboral y Sexo

	2021	2020	2019
 Alta Gerencia	0,74%	0,88%	0,91%
 Gerentes	0,62%	0,76%	0,80%
 Supervisores, Líderes y Jefes	0,12%	0,12%	0,11%
 Analistas y Administrativos	6,54%	5,87%	5,63%
 4,50%	4,05%	3,87%	
 2,04%	1,82%	1,76%	
 Supervisores, Líderes y Jefes	18,82%	14,14%	14,57%
 10,18%	7,57%	7,85%	
 Analistas y Administrativos	8,64%	6,57%	6,72%
 73,90%	79,11%	78,88%	
 35,16%	36,80%	37,22%	
 38,74%	42,31%	41,66%	

Colaboradores por Categoría Laboral

	2021 %	2020 %	2019 %
Alta Gerencia	1%	1%	1%
Gerentes	7%	6%	6%
Supervisores, Líderes y Jefes	19%	14%	15%
Analistas y Administrativos	74%	79%	79%

Colaboradores por Categoría Laboral y Grupo de Edad

	2021 %	2020 %	2019 %
Menores de 30	3,33%	4,29%	6%
Alta Gerencia	0%	0%	0%
Gerentes	0%	0%	0%
Supervisores, Líderes y Jefes	0,37%	0,06%	0,11%
Analistas y Administrativos	2,96%	4,23%	5,75%
Entre 30 y 50	75,76%	78,23%	78%
Alta Gerencia	0,31%	0,47%	0,51%
Gerentes	4,19%	4,11%	3,76%
Supervisores, Líderes y Jefes	14,19%	11,33%	11,72%
Analistas y Administrativos	57,06%	62,32%	62,38%
Mayores de 50	20,91%	17,49%	16%
Alta Gerencia	0,43%	0,41%	0,40%
Gerentes	2,34%	1,76%	1,88%
Supervisores, Líderes y Jefes	4,26%	2,76%	2,71%
Analistas y Administrativos	13,88%	12,56%	10,76%

EMPLEO, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Aspectos Materiales: Empleo de Calidad, Inclusión, Diversidad y Equidad de Género.

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 401-1, 405-1.

Para potenciar los procesos y generar una experiencia eficiente y digital, se incorporaron nuevo capital humano, del cual el 21% corresponde a roles de Especialista, Supervisor, Jefe o Gerente, en las siguientes áreas:

- 36% Gerencia de Sistemas y Tecnología
- 22% Transformación Digital
- 26% Red de Sucursales
- 16% Áreas Centrales

GENERAR OPORTUNIDADES Y PROMOVER EL DESARROLLO DE COLABORADORES CON DIFERENTES VISIONES Y PERSPECTIVAS.

Nuevas contrataciones de personal

	2021	2020	2019
Total de nuevas contrataciones	91	37	154
Por sexo			
 71	 15	85	
 20	 22	69	
Por locación			
 CASA CENTRAL 69	 RED DE SUCURSALES 22	22	
 22	 15	64	
Por grupos de edad			
Menores de 30 años 13		8	41
Entre 30 y 50 años 73		27	104
Más de 50 años 5		2	9
Tasa de nuevas de contrataciones (*)	6%	2%	9%

(*) Contrataciones en el período/Dotación al cierre del período.

Rotación del personal

	2021	2020	2019
Rotación total	40	93	333
Por sexo			
Hombre	22	62	198
Mujer	18	31	135
Por locación			
CASA CENTRAL	33	68	234
RED DE SUCURSALES	7	25	99
Por grupos de edad			
Menores de 30 años	3	20	22
Entre 30 y 50 años	16	66	206
Más de 50 años	21	7	105
Tasa de rotación^(*)	2%	5%	19%

^(*) Desvinculaciones del período/Dotación al cierre del período.

Los procesos de selección y las decisiones de contratación de personas se basan en las aptitudes de quienes solicitan el empleo, y se ajustan a un marco de diversidad, sin tener en cuenta su edad, color, origen, estado cívico, religión, sexo, orientación sexual o cualquier otra característica protegida por la ley.

Las posibles situaciones de discriminación, acoso, hostigamiento, intimidación o represalias en el trabajo pueden ser denunciadas a través de los diferentes canales de denuncia. El Banco asegura que estas se aborden de manera inmediata y confidencial, manteniendo la transparencia del proceso.

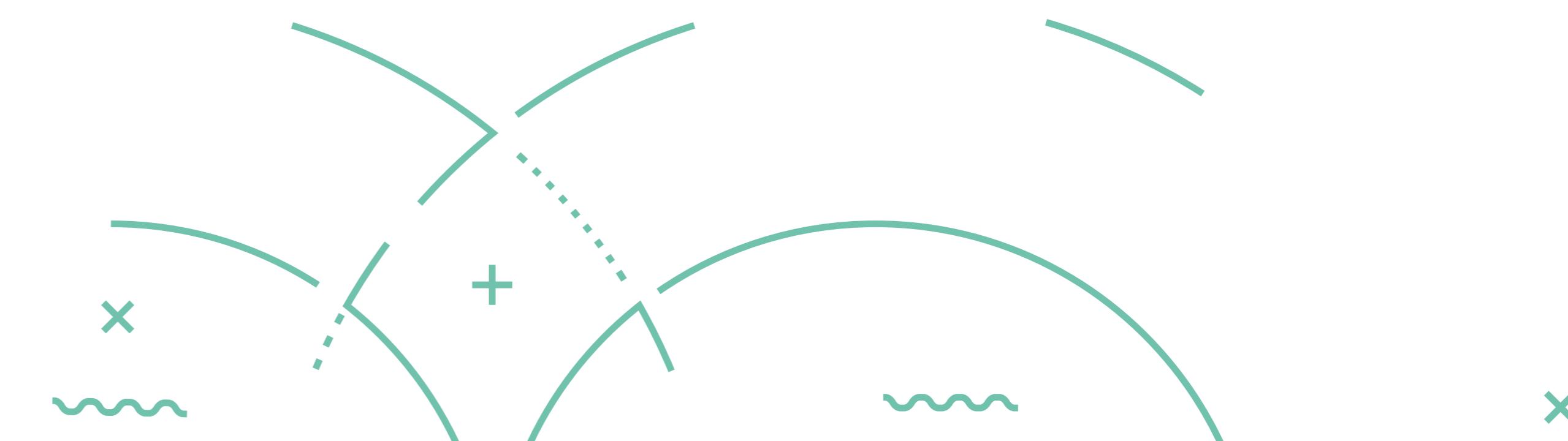
Además, el Banco cuenta con un Protocolo de Acción por Violencia de Género (intrafamiliar y/o laboral), que tiene por objeto establecer un sistema de asistencia a las víctimas y definir las bases para un apoyo integral desde el ámbito laboral.

En cuanto a la inclusión de personas con discapacidad, cuenta con 12 personas que poseen discapacidades motoras, visuales, auditivas y/o vocales, lo que representa una incidencia del 0,7% de la nómina.

Personal con discapacidad

	2021 ^(*)
Por sexo	
Hombre	7
Mujer	5
Por locación	
CASA CENTRAL	10
RED DE SUCURSALES	2
Por grupos de edad	
Menores de 30 años	0
Entre 30 y 50 años	11
Más de 50 años	1

^(*) Dato al 31/12/2021.



Dentro del eje de Diversidad e Inclusión, el Banco se propuso generar oportunidades y promover el desarrollo de colaboradores con diferentes visiones y perspectivas, con flexibilidad de adaptación para potenciar la participación y los resultados del negocio. En este sentido, se realizó un plan anual de Desarrollo Organizacional y Sostenibilidad, para trabajar fechas especiales, entre las que se destacaron:



Día de la Mujer: acción junto a la ONG Feminita, para reflexionar sobre la desigualdad de género. Incluyó una trivia anónima, para testear conocimientos (66 participantes), un taller dictado por la ONG (60 participantes y puntuación promedio de 4,8) y una guía con recomendaciones para un liderazgo diverso.



Semana del Ambiente: junto a las ONG Puerta 18 y Agenda Ambiental, se creó una trivia online, para poner a prueba los conocimientos de los colaboradores sobre el cuidado del ambiente. Las preguntas respondieron a los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y participaron más de 300 personas.



Día del Orgullo: junto a la ONG Grow, se dictó un taller del que participaron más de 40 líderes. El 100% indicó que los contenidos sumaban bastante o muchísimo a su gestión como líderes de un equipo.



Mes de Lucha contra el Cáncer de Mama: durante octubre, se invitó a las personas a enviar su foto con una prenda rosa, con las que se armó un mural. También, se compartieron recomendaciones médicas y el testimonio de 3 colaboradoras que habían atravesado la enfermedad. Asimismo, se brindó la posibilidad de solicitar una orden para mamografía/ecografía mamaria, a través del servicio médico del Banco.



PROGRAMA DE BENEFICIOS

Aspectos Materiales: Empleo de Calidad.

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 401-2, 401-3.

En cuanto a los #BeneficiosBH¹⁴, se continuó el trabajo de difusión de la propuesta de valor, apalancada en 5 ejes:

- Mantenete saludable
- Lo que importa es la familia
- Potencia tu desarrollo
- Precios cuidados
- Disfruta tu tiempo libre

Todo el personal recibe los mismos beneficios sin distinción de tipo de jornada o contrato. En total, se cuenta con más de 34 beneficios propios y gestionados de manera interna. En 2021 se rediseñó la página de Intranet, en donde se encuentra la propuesta de valor unificada y se pusieron a disposición todas las políticas de Desarrollo Organizacional asociadas.

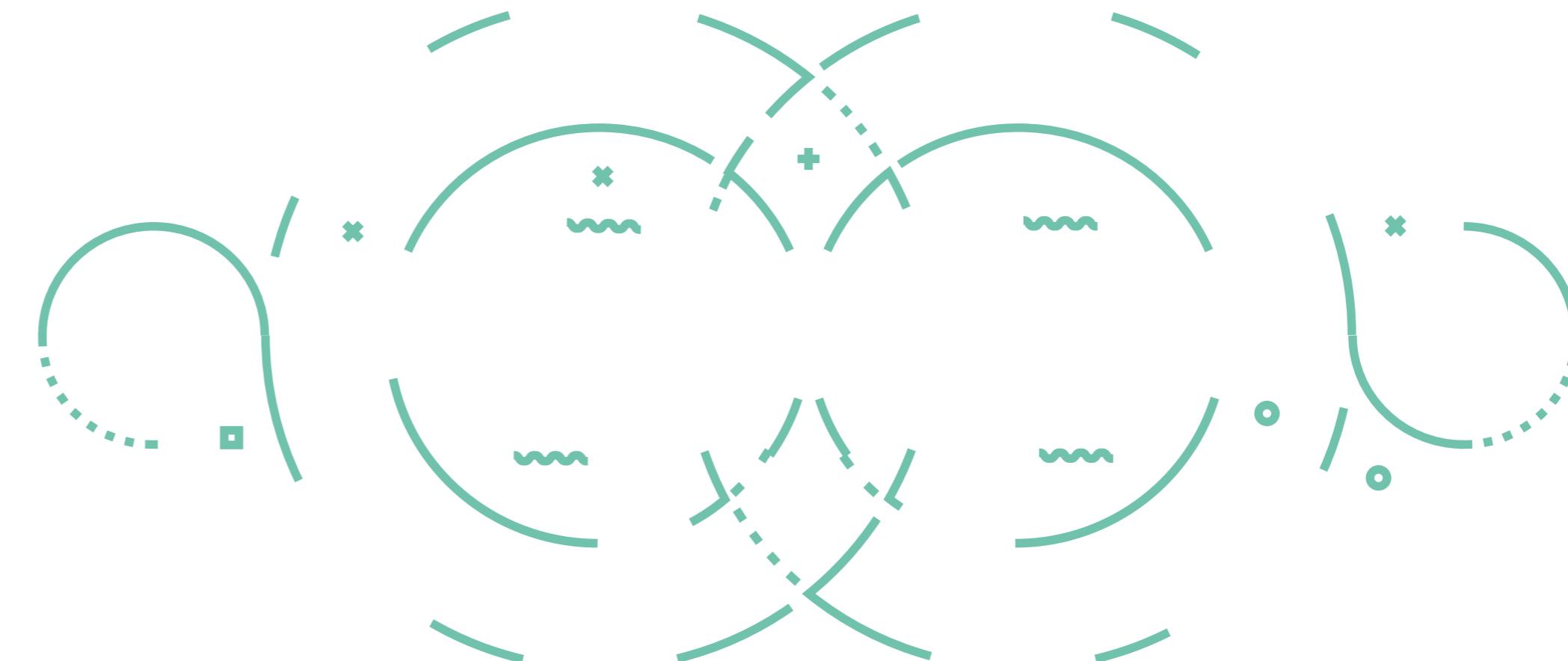
Nuevos beneficios 2021:

- Descuentos en Fly Bondi
- Descuentos en vinos y bebidas en grupo vitivinícola Peñaflor
- Precio promocional en entradas de parque aéreo de diversiones, Alto Parque
- Descuentos en productos de limpieza en CleanHous

Como parte de nuestra gestión en género y diversidad, durante 2021 se implementó un sistema de licencias que permitan acompañar a todos los tipos de familias. Se acordó definir las licencias por gestantes y no gestantes, además de cuidador primario y secundario, y se sumaron nuevas licencias para acompañar a las familias que adoptan.

- Licencia extendida para no gestantes por nacimiento. El personal cuenta con 20 días para recibir al nuevo integrante de la familia.
- Licencia por adopción para cuidadores primarios (60 días) y cuidadores secundarios (20 días).

Con respecto a la tasa de regreso al trabajo, posterior a licencias por maternidad y paternidad, nuevamente en 2021 se alcanzó el 100%.



14 - Para conocer nuestros beneficios, consulte nuestro [Reporte de Sustentabilidad 2020](#), págs. 69 y 70 (excepto tarifa diferencial en hotel Liao, Fravecheck y regalos por casamiento y graduación).

Licencias por Maternidad y Paternidad

	2021	2020	2019
Personas con derecho a baja por maternidad/paternidad	33	67	83
	7	25	34
	26	42	49
Personas que ejercieron su derecho a baja por maternidad/paternidad	33	67	83
	7	25	34
	26	42	49
Personas que se reincorporaron al trabajo después de finalizar su baja por maternidad o paternidad	33	67	82
	7	25	34
	26	42	48
Tasa de regreso al trabajo	100%	100%	100%
	100%	100%	98%
	88%	100%	100%
Tasa de retención (Personas que permanecen en su trabajo por al menos doce meses post reincorporación)	98%	98%	98%
	98%	98%	98%

FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL PERSONAL

Aspectos Materiales: Empleo de Calidad, Derechos Humanos, Formación y Desarrollo del Personal.

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 401-2, 404-1, 404-2, 404-3.

En el período reportado, las acciones de capacitación se orientaron a brindar herramientas para el desempeño más eficiente de las tareas asignadas a cada posición y función. Se brindaron actividades de formación, a través de cursos, talleres y programas especiales, a partir de plataformas digitales, adaptándonos a los nuevos escenarios. Cada actividad se pensó con la misión de responder a las necesidades del negocio y la transformación, buscando continuar con el desarrollo de los colaboradores en un complejo contexto de pandemia.

Durante el año, se potenció la **Escuela de Transformación Digital**. Se acompañó a la Gerencia de Transformación Digital en la presentación y difusión de la nueva metodología de trabajo: OKRs (*Objectives & Key Results* – Medición del cumplimiento de objetivos), QBRs (*Quarterly Business Review*), FdVs (flujos de valor). Se realizaron 3 encuentros informativos con Gerentes y 3 talleres de *on boarding* a integrantes de las células ágiles, llegando a más de 1.100 colaboradores (68% de la compañía) y alcanzando más de 1.200 horas de capacitación.

En línea con este objetivo estratégico, se desarrollaron cursos virtuales de Fundamentos de Agilidad (Banco Hipotecario e Hipotecario Seguros), en donde se presentaron los conceptos básicos para comprender el proceso de transformación que se está llevando adelante. Ambos cursos están disponibles para todas las personas de la organización y constituyen un objetivo de aprendizaje.

Adicionalmente, junto con el Comité Ejecutivo, se desarrolló el primer *Journey* interno para *Agile Product Owners*, alcanzando a 17 colaboradores certificados en noviembre de 2021, y se entrenaron otros 14 colaboradores en el rol. El *journey* se compone de 3 es-

• • • • •
**SE DICTARON
+15.500 HORAS
DE FORMACIÓN.**

**+450 ACCIONES
DIFERENTES.**

**MODALIDAD
VIRTUAL
(SINCRÓNICA Y
ASINCRÓNICA)
Y PRESENCIAL.**

taciones temáticas con contenido asincrónico, talleres sincrónicos, comunidad en teams y un encuentro de cierre, que integra un trayecto de 19 horas de entrenamiento teórico y práctico colaborativo en el rol.

Además, se inició el diseño de encuentros y academias de aprendizaje, con contenidos de Data Analytics, UX UI.

El programa **ExpertosBH** se consolidó como la oportunidad de aprendizaje e intercambio, liderado 100% por talento interno. Una plataforma de encuentros virtuales con foco en la visión y estrategia del Banco, en la que colaboradores brindaron propuestas de aprendizaje para toda la Compañía.

SE OTORGARON 34 BECAS. 17 CONVENIOS CON DISTINTAS UNIVERSIDADES.



El programa de formación integral, “**RED de Aprendizaje**”, para todas las sucursales del país, continuó con la meta de formación continua, profesionalización y crecimiento de colaboradores comerciales y operativos:

- Se reconvirtieron 54 Cajeros en Oficiales de Negocio, con una inversión de más de 2.400 horas de capacitación durante 3 meses, para alcanzar la certificación de la nómina en su nuevo rol.

- **Aprendizaje de Productos:** 15 talleres sincrónicos junto al equipo de Hipotecario Seguros, para capacitar a más de 300 colaboradores en la venta de los productos Seguro de Vida, Accidentes Personales, Hogar y Combinado Familiar.

• Aprendizaje del rol:

- Se desarrollaron y publicaron 4 nuevos cursos para la Plataforma Comercial, con alcance para más de 280 colaboradores.
- Se continuó con los procesos de certificación de Cajeros, Tesoreros y Jefes Operativos.
- Se acompañó al equipo de sucursal Buenos Aires en su participación del programa de profesionalización de ventas y gerenciamiento comercial “30 cumbres”.

La gestión de formación, también, apalancó la adopción de los proyectos organizacionales, donde se desarrollaron las actividades de formación requeridas para: Dynamo Posventa, Firma Digital, Reingeniería WKF, Autenticación del Multifactor y BIA BCP entre otros.

Además, se gestionaron **becas y cursos externos**, sumando alianzas con diferentes instituciones y entidades educativas, lo que permitió actualizar el conocimiento interno. Por otra parte, se incorporaron plataformas de aprendizaje, para ampliar el acceso a cursos externos virtuales para colaboradores del Banco.

Promedio horas de formación por empleado/a

	2021 Hs	2021 Promedio	2020 Hs	2020 Promedio	2019 Hs	2019 Promedio
Horas de formación totales	14.184	8,8	20.506	12	25.840	14,7
Por locación						
CASA CENTRAL	7.468	7,4	6.851	6,6	12.662	11,7
RED DE SUCURSALES	6.716	11,1	13.665	20,5	13.178	19,5
Por sexo						
Varón	7.627	9,3	9.272	11,1	14.018	16,0
Mujer	6.557	8,2	11.234	13,0	11.822	13,4
Por categoría laboral						
Alta Gerencia	160	13,3	64	4,3	49	3,1
Gerentes	1.439	13,6	2.368	26,3	3.764	38,0
Supervisores, Líderes y Jefes	1.829	6,0	2.826	11,7	5.330	20,8
Analistas y Administrativos	10.756	9,0	14.978	11,1	16.697	12,1

Se logró posicionar, como herramienta de **Gestión de Personas**, a **A•D•N** (espacio virtual de Aprendizaje, Desarrollo y Negocio) y se profundizaron los módulos que potencian el desarrollo profesional:

- **Perfil Profesional:** muestra un resumen del aprendizaje y desarrollo en la compañía; además, se pueden completar con los datos personales, la experiencia, los intereses y las expectativas de desarrollo. Esta funcionalidad amplía la información del colaborador y la colaboradora para búsquedas internas, procesos de desarrollo y gestión del talento.
- **Mi Equipo:** disponible para líderes, donde se encuentra el perfil consolidado de sus reportes directos e indirectos, filtros de búsqueda y la posibilidad de descargar esa información.

En 2021, se destacó el proceso de desarrollo de toda la comunidad del Banco, logrando movimiento y crecimiento:

- 85 procesos de desarrollo
- 58 promociones
- 27 movimientos laterales a través de patrocinadores y búsquedas internas
- El programa de nuevos **LÍDERES** incorporó nuevas temáticas y 30 personas transitaron la cuarta edición de aprendizaje (con talleres sincrónicos y contenidos asincrónicos)

El nuevo modelo de trabajo híbrido (presencial y remoto) permitió iniciar procesos de búsquedas internas para posiciones 100% remotas, y se sumó valor al *reskiling* (adquisición de nuevas competencias) y especialización en temáticas requeridas para la transformación digital.

Para apalancar los pilares estratégicos y llegar a los resultados del negocio, es necesario identificar, segmentar y gestionar la *performance* en la organización. Para ello, se diseñó un ciclo de talento (*performance* y desarrollo), que establece acciones que se deben llevar a cabo en cada etapa del proceso:



Se efectuó el lanzamiento de la **planificación de objetivos**, que orienta los esfuerzos individuales para contribuir a la VisiónBH y el **Feedback 360**, que permite contar con información desde múltiples perspectivas sobre los comportamientos y habilidades de un/a colaborador/a en particular. Es una herramienta puesta a disposición para trabajar en el desarrollo y ayudar a nutrir la revisión de mitad de año. Esta instancia no afecta a la nota final de desempeño.

Para el Ciclo de Talento 2021, se realizó el **ejercicio de objetivos** para toda la compañía, con la premisa de metas definidas, alineadas a la visión y a los focos estratégicos. Se realizaron encuentros en todas las áreas y se promovieron conversaciones e instancias de coconstrucción de los desafíos del negocio. El 96% de las personas, de áreas centrales y sectores operativos de la Red de Sucursales, cargaron sus objetivos para completar el proceso con la autoevaluación, evaluación, calibración y *feedback* en la herramienta de ADN.

Este ejercicio se realizó en septiembre de 2021, para comenzar a instaurar las bases del ciclo de performance para 2022, de ahí que el porcentaje de colaboradores que la completaron es inferior en comparación a años anteriores.

Evaluación de desempeño

	2021 Q	2021 Alcance	2020 Q	2020 Alcance	2019 Q	2019 Alcance
Total de colaboradores que recibieron evaluación de desempeño	976	60%	1.641	96%	1.678	96%
Por sexo						
539	66%	808	96%	830	95%	
437	54%	833	96%	848	96%	
Por categoría laboral						
Alta Gerencia	1	8%	2	13%	3	19%
Gerentes	21	20%	88	88%	91	92%
Supervisores, Líderes y Jefes	251	82%	243	100%	250	98%
Analistas y Administrativos	703	59%	1.308	97%	1.334	96%

CULTURA Y GESTIÓN DEL CAMBIO

Aspectos Materiales: Empleo de Calidad.

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3.

El Banco busca fortalecer la cultura y el desarrollo organizacional. Para ello, empodera a los actores claves de la transformación, brinda herramientas para la gestión de personas, involucra y compromete al capital humano y, al mismo tiempo, sostiene las intervenciones instaladas y reconocidas.

El punto de partida de muchas acciones fueron los resultados de la encuesta de **Satisfacción BH**, en enero de 2021. Participaron 1.001 personas, con un índice de satisfacción de 51% y un NPS de -8,4. Este índice fue tomado como *Key Result* (Resultados Claves) base

para trabajar la satisfacción de cara a 2023, dentro de la estrategia del Banco.

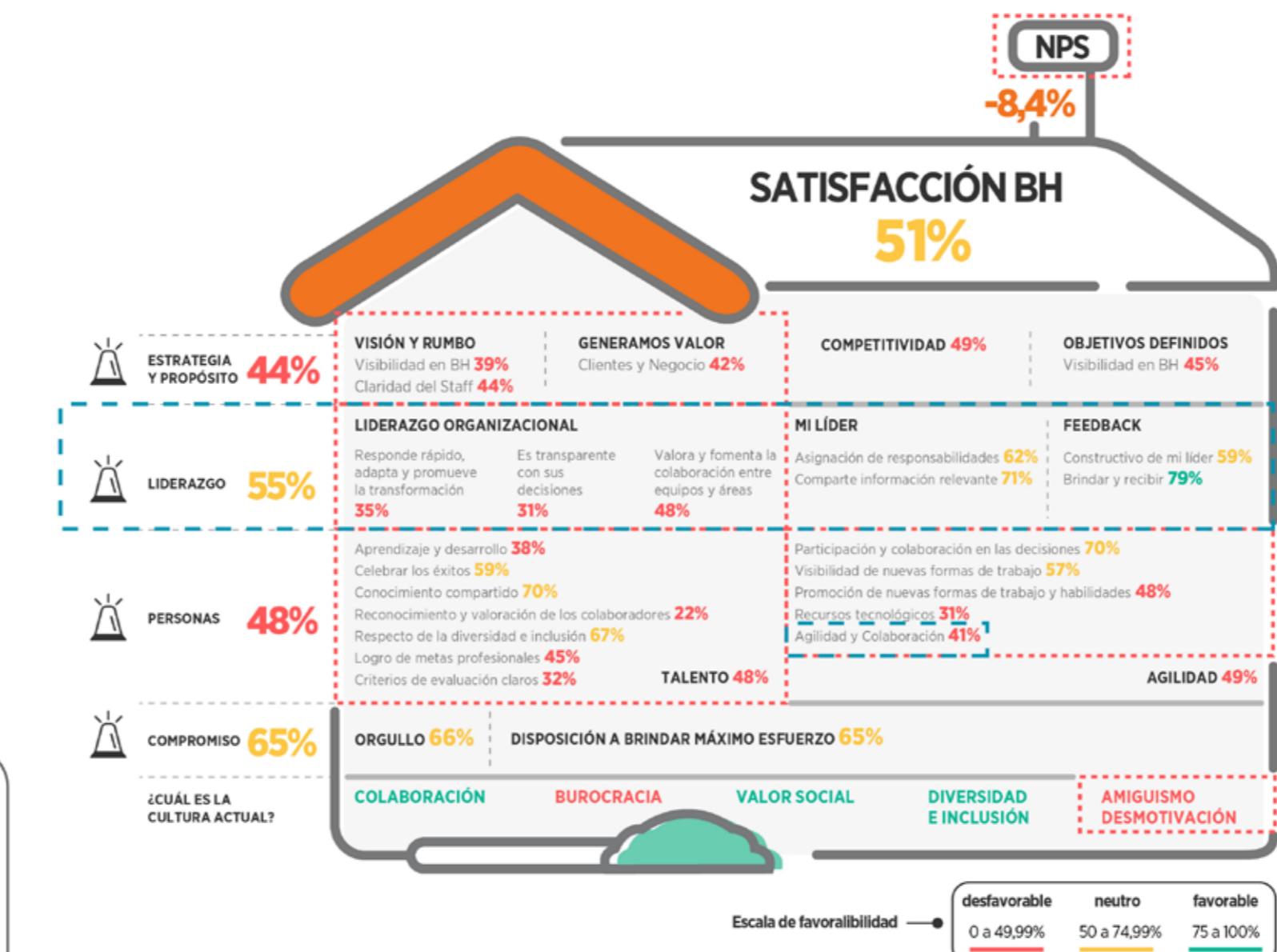
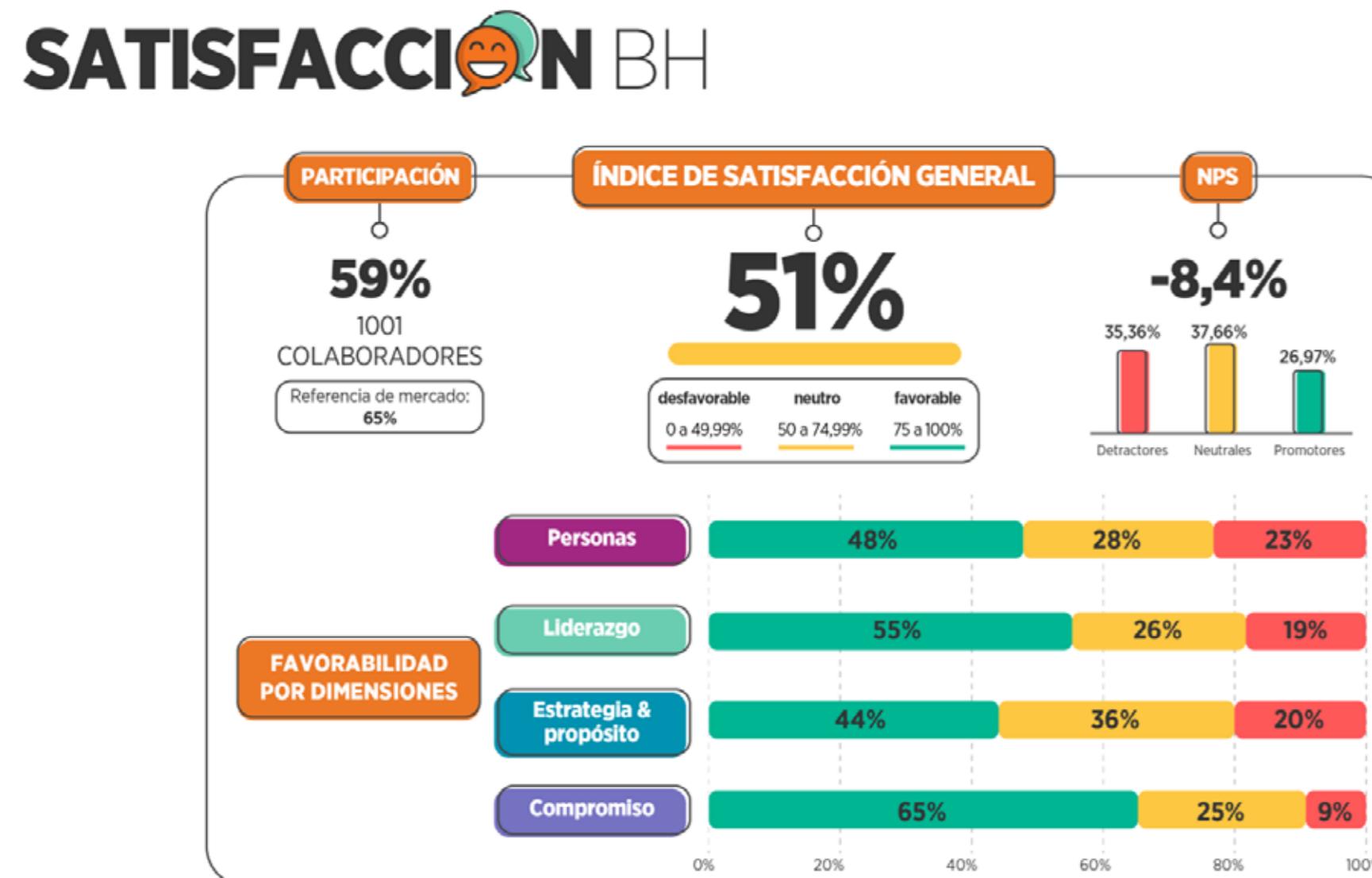
En 2021, también, se creó el Flujo de Valor “**ayúdame a lograr una experiencia extraordinaria**”, que permitió definir un ciclo de vida del/de la colaborador/a e indagar sobre los principales *pain point*⁽¹⁵⁾. En este marco, se realizó el primer diagnóstico de cultura en BH, mediante un muestreo representativo de toda la organización.

El resultado general fue de 17% (versus 56% en mercado), arrojando una fuerte necesidad de trabajar la cultura para mejorar los resultados de negocio. Se encontraron oportunidades para tra-

¹⁵ - Pain point: problema específico o situaciones que experimenta el/la colaborador/a, que le incomoda e impide funcionar correctamente para cumplir con sus objetivos.

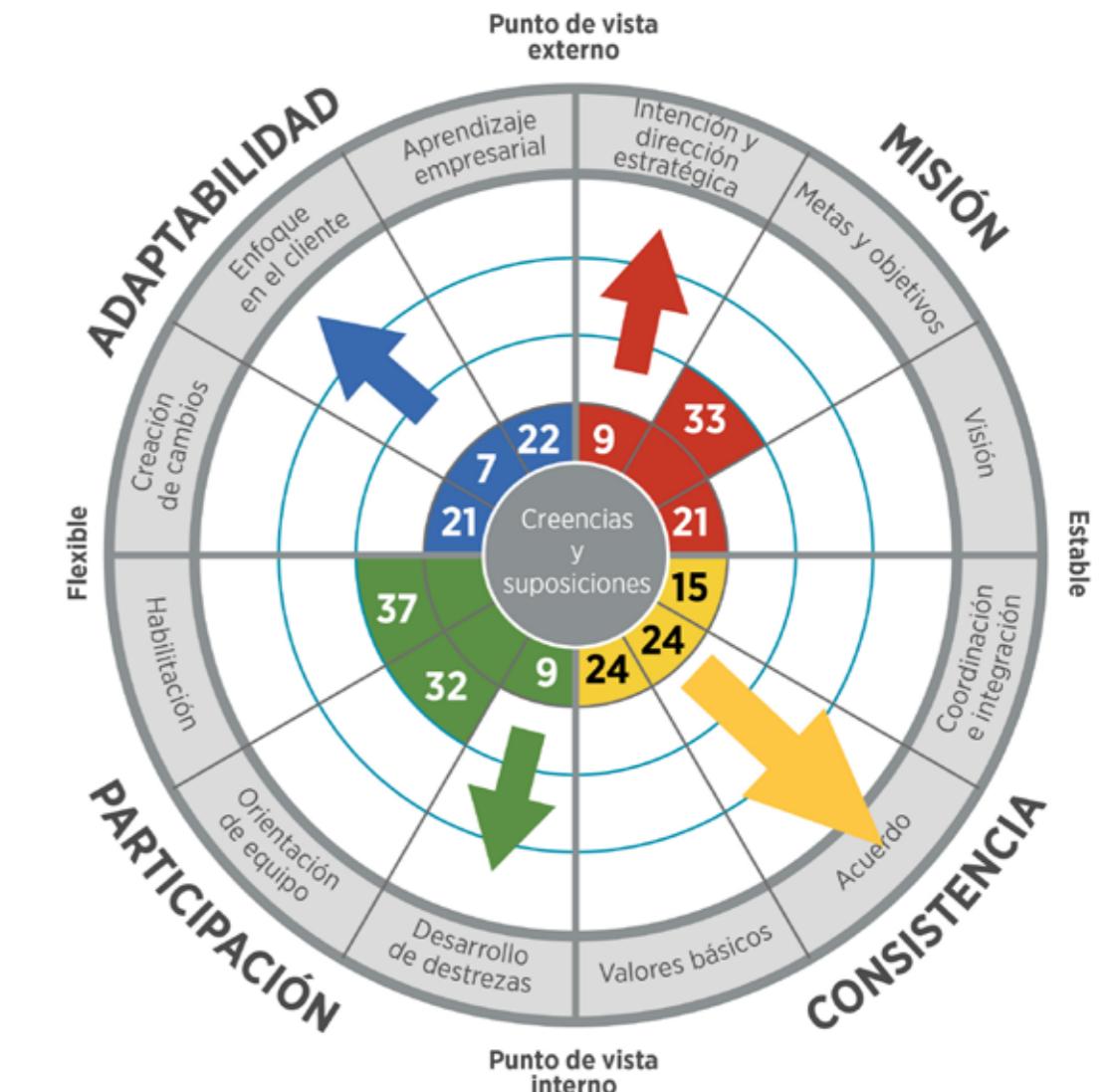
jar la identidad y propósito, la transparencia en los procesos y la toma de decisiones, la capacidad de innovación y aprendizaje, el liderazgo y la colaboración entre personas y equipos. A partir de ello, se desarrolló un Plan de Cambio Cultural, con acciones para el desarrollo de la cultura y la eficacia organizacional, que se implementará en 2022.

Además, se tuvo un papel fundamental en el escalamiento de la agilidad y el acompañamiento de la creación de más de 20 flujos de valor, la gestión de un sitio de transformación digital en Intranet y más de 40 comunicaciones en canales. Asimismo, se inició el ciclo *Evolution Banking*, una serie de 7 videos para explicar la transformación digital desde sus protagonistas.



► ENCUESTA SATISFACCIÓN: 51% NPS: -8,4

Se analizaron los puntos de dolor y se diseñó la estrategia RH a 3 años.



► MAPEO DE CULTURA - ENCUESTA DENISON

Participación: **437** colaboradores

Overall: 17%

BH es de las empresas que más necesitan trabajar la cultura para mejorar sus resultados de negocios.

COMUNICACIÓN Y PRESENCIA EN REDES

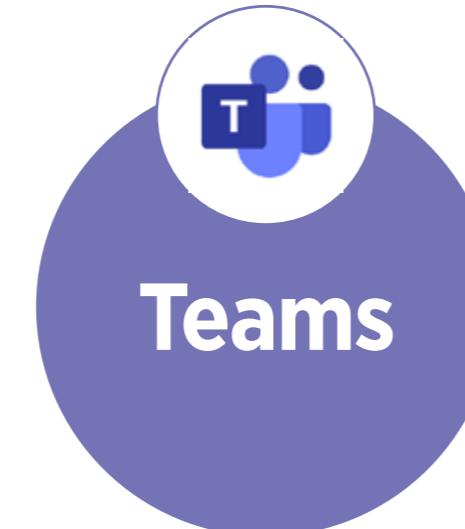
En cuanto al negocio, se destaca el acompañamiento al Programa PROCLEAR, para el que se realizó una estrategia de comunicación específica durante el segundo semestre:

- Creación de un canal en Teams y 4 encuentros mensuales
- 9 ediciones de Protagonistas PROCLEAR, una sección en la que se destacó a los equipos involucrados
- Creación de una página exclusiva en Intranet
- 6 publicaciones mensuales y 2 videos testimoniales

Todas las acciones, que se implementaron en el año, se apoyan en los medios de comunicación:



Contó con más de **380** páginas de sitio, entre novedades y secciones, **1.855** usuarios únicos y **1.700.000** visitas por mes, con un tiempo promedio de **21 minutos** por usuario (el doble que en 2020). El **99,5%** del tráfico al sitio se realizó a través de computadora.



Teams

En su segundo año, contó con un **90%** de uso y **1.939** usuarios activos. Se envían más de **390.000** mensajes de chat por semana. Además, se crearon **51** equipos gerenciales y **13** de equipos de proyecto.



LinkedIn

La comunidad de esta red creció un **26%** en comparación con 2020, con más de **168.124** seguidores. Se potenció la marca empleadora, generando **85** posteos, con una tasa de interacción promedio del **5,93%** (likes, comentarios, compartidos). En total, se generaron más de **865.000** impresiones.



Audio visuales

Se realizaron más de **40** videos para acompañar las distintas campañas, eventos e hitos.



BH Conecta

Este canal abierto de Teams se creó en **2021**, con el objetivo de mantener al capital humano conectado de forma simple, ágil y rápida. Cuenta con **1.629** usuarios, más de **200** posteos y más de **1.100** reacciones/respuestas por mes. Asimismo, del canal se desprenden **11** canales privados, creados para segmentar la comunicación a líderes, sucursales o temáticas específicas.



News BH

52 ediciones con un resumen de los temas más importantes de la semana.



Buzón CI

Luego de trabajar en la disminución de envío de mails y entendiendo que es el canal menos valorado por las personas, solo se utiliza para comunicaciones dirigidas y el envío del News BH semanal.

En diciembre de 2021, se realizó una encuesta para medir la satisfacción de las personas con la comunicación interna y sus canales o dispositivos. Con una tasa de respuesta del 20%, la satisfacción general se colocó en 4,29 puntos. BH CONECTA fue el canal más valorado, con un puntaje de 4,60. El más bajo fue el Buzón de CI, con un puntaje de 2,78.

El trabajo realizado permitió continuar consolidando la comunicación y promoción de la cultura del Banco con el principal objetivo: dar sentido a la contribución individual de cada colaborador/a como parte del resultado del Banco.

También, se tuvo participación en el **Flujo de Valor “Huella Social”**, en donde se generó contenidos para los talleres de inclusión financiera, videos para redes sociales y un plan de comunicación interna, para lograr la participación de colaboradores en acciones de las ONG Conciencia e Inmigrantes Digitales.

Por último, durante el año, se trabajó en el eje de **“Canal de Relación”**, con el objetivo de desplegar todo lo mencionado e implementar la estrategia de desarrollo de Capital Humano con un modelo de gestión que apoya a la organización y aporta valor al negocio. Se caracteriza por un mayor nivel de presencia y conocimiento de las áreas y de sus equipos, y es el principal punto de contacto sobre temas de Desarrollo Organizacional.

Se mantuvieron las 4 áreas de focos principales de trabajo: **Gestión de Personas, Procesos de Transformación, Canal de Relación y Planificación de Estructura**. Ello, con fuerte foco en el conocimiento y en el diagnóstico de equipos, la contención de la nómina en un año de cambio, incertidumbre y reconfiguración de las tareas y posicionando a los/as líderes como protagonistas de la transformación organizacional y responsables de la gestión de las personas.

SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

Aspectos Materiales: Salud y Seguridad Ocupacional.

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9.

El enfoque de seguridad comprende las funciones de planificación, identificación de áreas riesgosas, coordinación, control y dirección de las actividades de seguridad en casa central, sucursales y anexos, todas ellas, con el fin de prevenir los accidentes y las enfermedades profesionales. Una efectiva gestión de seguridad persigue tres objetivos principales:

- Lograr un ambiente seguro
- Hacer que el trabajo sea seguro
- Hacer que el capital humano tenga conciencia de la seguridad

EL BANCO CUMPLE CON TODAS LAS LEYES Y LOS REGLAMENTOS APLICABLES RELACIONADOS CON LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE LOS COLABORADORES Y TERCEROS QUE SE ENCUENTREN EN CUALQUIERA DE SUS INSTALACIONES.

El sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo se ajusta a lo establecido por la Ley Nacional de Higiene y Seguridad N° 19.587, Decreto 351/79. En lo relativo a Seguridad Física, el marco está dado por la normativa, las circulares y las recomendaciones del BCRA, más el Plan Integral de Seguridad del Banco, que se elabora teniendo en cuenta el análisis de Riesgo de Sucursales. En el transcurso de 2021, se obtuvo la aprobación del **Plan de Autoprotección de la sucursal Belgrano, CABA**. La renovación de este Plan (Ley 5.920) se debe realizar de forma anual.

El Banco parte del Comité de Salud y Seguridad en el Trabajo de la Provincia de Santa Fe, en el cual se realiza el seguimiento del plan anual preventivo (Ley N° 12.913 de la Provincia de Santa Fe). Este Comité está compuesto por una representación empleadora, una representación de trabajadores y un Técnico en Seguridad e Higiene Laboral. Las reuniones se realizan en forma mensual y la toma de decisiones es por consenso entre la representación empleadora y la representación gremial.

Para identificar peligros laborales y evaluar riesgos, se realizan inspecciones periódicas, se contrata a personal idóneo y se lo capacita. Si un/a integrante del Banco se entera de cualquier problema de seguridad real o potencial, o si tiene alguna inquietud, debe notificarlo de inmediato a su Jefe/Líder o Gerente, a la Gerencia de Área de Desarrollo Organizacional o a la Gerencia de Seguridad Física y Lógica. Se lleva un registro diario de actividades y novedades, a fin de identificar los principales riesgos y establecer (o reforzar) las medidas de mitigación. En el período reportado, no se ha realizado ninguna investigación, ya que el área de Seguridad no fue informada de ningún incidente.

El personal tercerizado es capacitado, principalmente, por la empresa proveedora del servicio; sin embargo, el Banco refuerza el conocimiento y, además, brinda un curso de prevención de incendios, uso de extintores, uso de equipos de respiración autónoma y plan de evacuación (duración de 3 horas). En cuanto a las capacitaciones en materia de higiene y seguridad de nuestro personal, se planifican en función de la actividad que se desarrolla. Los temas que se tratan son, principalmente, prevención de incendio, uso de extintores, evacuación, simulacros y ergonomía, siendo de manera presencial, salvo aquellos casos que por la distancia de las sucursales deben realizarse a través de plataformas digitales.

En lo que respecta a datos estadísticos, en 2021 se registraron 15 accidentes laborales con lesiones osteomusculares.

En cuanto al cuidado de la salud, para colaboradores propios y tercerizados, se cuenta con **un servicio médico ubicado en la Casa Central**, que interactúa con el sector de Seguridad Laboral. Este servicio cuenta con un consultorio clínico y una enfermería.

Un servicio de emergencias actúa como “área protegida”, para cualquier persona dentro del Banco que requiera asistencia médica y/o traslado por la gravedad del cuadro de salud presentado.

Anualmente, se realiza la campaña de vacunación antigripal, junto con educación profiláctica en forma personal y/o a través de los canales de comunicación general. Además, se cuenta con cobertura a través de una ART contratada para los accidentes que ocurren dentro de las instalaciones, o en los trayectos de ida y vuelta hacia el lugar físico de trabajo.

Acciones para el cuidado de la salud



Plan de Salud Corporativo,
cerrado y exclusivo para el personal y su familia.



Campaña de Vacunación Antigripal en todo el país, para prevenir y cuidar la salud.



Consultorio médico en Casa Central, con atención especializada de 9 a 17 horas.



Servicio de Área Protegida ECCO, para asistencia médica del personal, clientes y proveedores.



Obra social y contratación de ART a cargo de su empleador.

Ante la continuación de la pandemia, y para minimizar los riesgos, se continuó aplicando el protocolo interno actualizado, siguiendo los lineamientos de los Ministerios de Salud y Trabajo de la Nación. Además, se mantuvo operativo un Comité interno para evaluar la situación. De la información proporcionada y del seguimiento clínico realizado, se registraron 287 casos de enfermedad por COVID-19 y se lamenta el fallecimiento de dos colaboradores.

Se continuó brindando apoyo y contención a las personas, mediante la realización de las siguientes acciones:

- Difusión de medidas de prevención y promoción de hábitos saludables, además de la entrega de insumos de cuidado en toda la Red de Sucursales.
- Adecuación de espacios y formas de trabajo para un retorno progresivo a la oficina.
- Actualización y comunicación de protocolos generales para Casa Central y Sucursales.
- Implementación de formularios para la presentación del certificado de vacunación por los requerimientos del pase sanitario.
- Difusión de un curso obligatorio sobre la concientización del COVID-19 para toda la nómina.
- Vacunación antigripal en todas las Sucursales y Casa Central.
- Asistencia y contacto directo del servicio médico con todas las personas que desarrollan actividades presenciales.

Se destaca la sinergia y colaboración lograda con otras entidades bancarias, con quienes, continuamente, se comparten las mejores prácticas e implementación de acciones relacionadas a la industria.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL



Aspectos Materiales: Gestión de Residuos.

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4.

El Banco promueve el cuidado del ambiente mediante una gestión eficiente de los recursos, tanto en sus operaciones como en su cadena de valor¹⁶.

Al ser un proveedor de servicios, el Banco tiene un limitado impacto directo sobre los recursos naturales. Esta característica se evidenció aún más en tiempos de pandemia, al migrar gran parte de sus operaciones al mundo virtual. En este sentido, empleó 2.839 toneladas de papel y 3 toneladas de plástico para llevar adelante su negocio en 2021.

Como hecho por destacar, en 2021 todos los nuevos proveedores contratados en el período fueron analizados en función de criterios ambientales.



ENERGÍA

La concientización institucional acerca del consumo energético fue muy importante, al considerar que, en gran parte, el personal trabajó en sus hogares. En 2021, se registró un incremento del consumo de 11%, debido al aumento de actividad presencial en nuestras oficinas; sin embargo, el impacto de la pandemia continuó generando un consumo energético significativamente menor comparado con los años previos. Tanto la energía eléctrica como el gas natural, la empresa la gestiona a través de los distribuidores Edesur y Metrogas.

En 2021 se mantuvieron diferentes acciones para mitigar el impacto ambiental, entre las cuales se destacan:

- **Iluminación:** se economizó el consumo eléctrico por iluminación, apagando por completo los pisos sin actividad en Casa Central.
- **Ventilación y aires acondicionados:** se apagaron todos los equipos de aire acondicionado y sistemas auxiliares de ventilación, en todos los pisos que no tuvieron actividad durante el año.
- **Calefacción:** solo se han calefactado los pisos Planta Baja y 1er Subsuelo en temporada invernal.

Además, se mantuvieron las consultorías eléctricas con profesionales del rubro, para optimizar el consumo de energía, impactando en el ahorro energético y en sus costos. En Casa Central, se implementaron protocolos eléctricos mensuales, a fin de asegurar la sostenibilidad eléctrica del edificio.

Consumo de energía interna (GJ)¹⁷

	2021	2020	2019
CONSUMO ELÉCTRICO	30.314	31.721	38.692
Consumo de combustible no renovable	5.183	5.937	5.562
CONSUMO DIESEL	72	126	231
CONSUMO GAS NATURAL	5.111	5.810	5.331
Consumo energético total (GJ)	35.497	37.658	44.254

Factor de conversión según Resolución ENARGAS 259/08, Anexo I. Valor de referencia de Gas Natural (1m³ = 9.300 kilocalorías) y por convención: 1 kilocaloría = 0,000004184 GJ.

EL CONSUMO ENERGÉTICO TOTAL TUVO UNA BAJA DE 20% CON RESPECTO A LOS VALORES DE 2019 (PREPANDEMIA).

16 - Durante 2021 el Banco no recibió multas, sanciones ni reclamaciones por el incumplimiento de las leyes o normativas en materia de medio ambiente.

17 - En el presente documento, se expresan corregidos los valores referenciados para los consumos de electricidad, gasoil y gas natural publicados en los Reportes de Sustentabilidad 2019 y 2020, debido a un error de cálculo en el indicador.

RESIDUOS

La gestión de residuos se realiza a través de una empresa de limpieza contratada. Los residuos generados son acumulados por tipo de residuos en recipientes especiales, y en un sector designado para su retiro y disposición final.

Al igual que en años anteriores, se siguió trabajando en la clasificación de residuos (colaborando con entidades como el Hospital Garrahan), la separación de residuos orgánicos e inorgánicos y la clasificación y disposición final de residuos tecnológicos (baterías, pilas, monitores).

En cuanto a la generación de residuos en el período, se vio especialmente afectada por la baja actividad en el edificio central.

La gestión de residuos comprende:

Residuos Húmedos: Por normativa del GCBA, se contrata el servicio de retiro de residuos a una empresa privada. Esta está habilitada por el CEAMSE y por el GCBA. El servicio incluye el retiro diario de los residuos, la disposición final en CEAMSE y un informe. El sector de intendencia lleva un control de la cantidad y del tipo de residuos retirados, a través de documentación proveniente del CEAMSE, donde se realiza la disposición final del residuo.

EL PROMEDIO ANUAL DE RESIDUOS RETIRADOS FUE DE 8,24 TONELADAS.

Residuos Reciclables: En todos los sectores internos del edificio, se instalaron islas de cestos para clasificar los residuos por tipo. El sector Intendencia de Casa Central realiza esta clasificación separando los residuos húmedos de los reciclables; a su vez, estos últimos se subclasifican en papel blanco, cartón, aluminio y plástico, y se donan a diferentes entidades de beneficencia (como el Hospital Garrahan).

EN 2021 SE RECOLECTARON 2,47 TONELADAS DE RESIDUOS RECICLABLES.

Residuos tecnológicos y mobiliario en desuso: se clasificó y se realizó la disposición final de residuos tecnológicos (baterías, pilas, monitores) y la donación de mobiliario en desuso.

SE DESTINARON 712 EQUIPOS TECNOLÓGICOS Y MOBILIARIO A 18 ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL..

Estas entregas fueron enmarcadas en el programa “Equipados para Dar”. Mediante este, se contribuyó con la mejora de las condiciones mobiliarias y tecnológicas de entidades locales próximas a la Red de Sucursales y al Edificio Central. Representa una acción para fortalecer el empoderamiento de los voluntarios y las voluntarias, y para relacionarnos con las organizaciones en todo el país.

Residuos generados

En Toneladas	2021	2020	2019
Residuos húmedos	8,24	8,00	20,00
Residuos reciclables	2,47	2,40	8,38
Residuos generados	10,71	10,40	28,38

Residuos reciclados

En Toneladas	2021	2020	2019
Cartón	1.091	1.060	4.600
Plástico	206	200	120
Latas de aluminio	1	1	5
Papel	0	0	40
Residuos reciclados retirados por GBA	1.298	1.261	4.765
Tapitas plásticas	5	5	15
Papel	1.184	1.150	3.600
Residuos reciclados retirados por Fundación Garrahan	1.189	1.155	3.615
Residuos reciclados	2.487	2.416	8.380

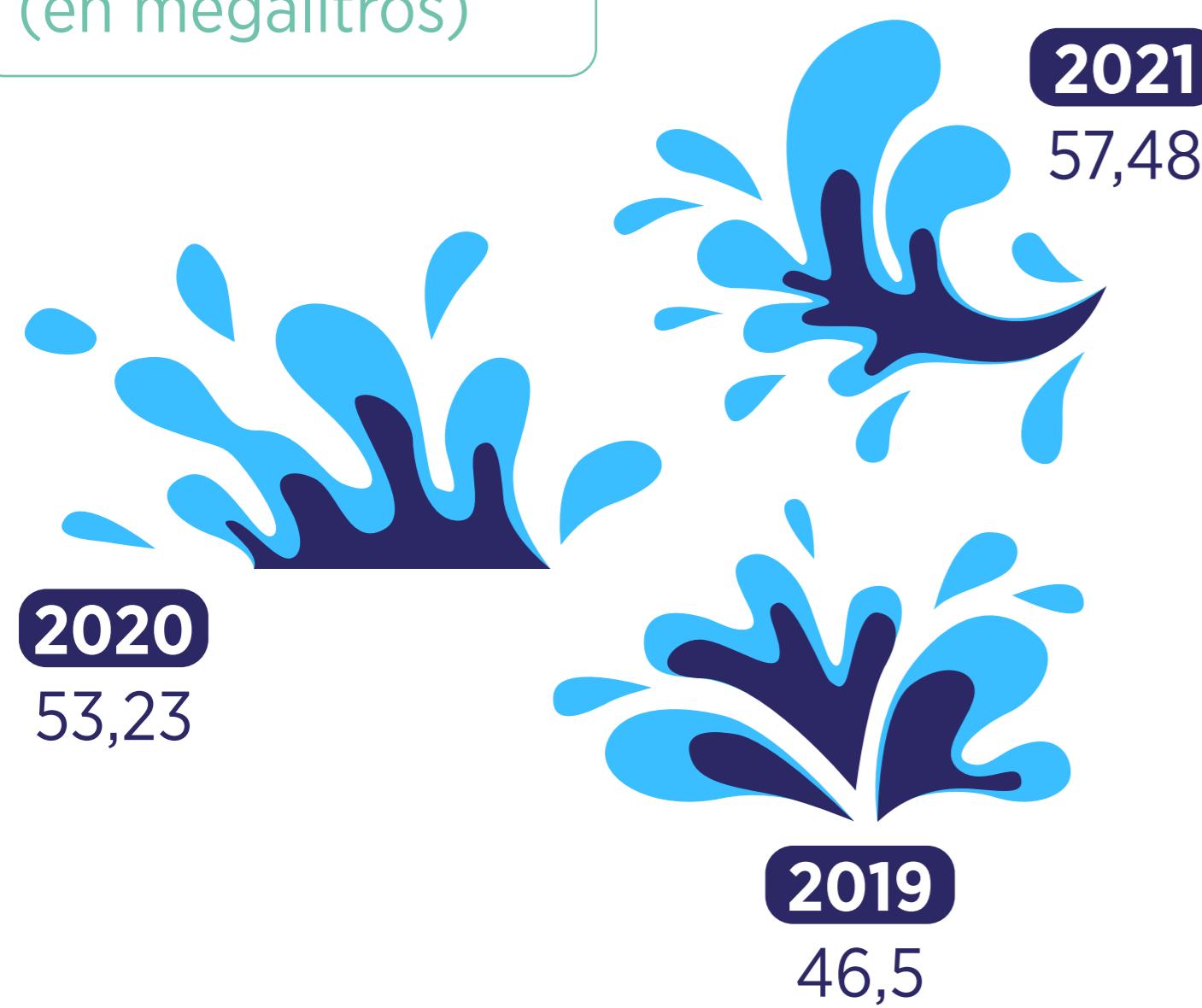
AGUA Y EFLUENTES

El agua que se utiliza en el edificio corporativo proviene de la red de AySA y tiene dos usos principales: en sanitarios, cocinas, bebederos y limpieza y como uso industrial en torres de enfriamiento, máquinas enfriadoras y calderas (equipos que prestan servicios de climatización al edificio).

En cuanto al tratamiento de efluentes, el agua utilizada a modo industrial, en circuitos cerrados, es tratada químicamente y analizada de manera periódica, para mantener sus propiedades en buen estado (PH, dureza, salinidad, etc.).

Por su parte, el agua para uso no industrial (sanitarios, cocinas, etc.) es vertida a la red cloacal.

Consumo de agua (en megalitros)



SEMANA DEL AMBIENTE

Con motivo de la conmemoración del Día Internacional del Medioambiente, del 7 al 11 de junio, se realizó una trivia online, que persiguió el objetivo de concientizar a todo el capital humano acerca del cambio climático y la pertinencia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

La acción fue desarrollada conjuntamente entre **Puerta 18** y **Agen-
da Ambiental**, permitiendo la excelencia en la calidad de la infor-
mación brindada y en el dinamismo de la plataforma interactiva en
la que se desarrolló la trivia.

Se entregaron productos sostenibles a los/as 10 colaboradores/as que obtuvieron los mejores resultados en sus respuestas. Además, para promover aún más el conocimiento ambiental y fomentar el cuidado del ambiente, luego de finalizada la trivia y de presentar quienes ganaron, se publicaron en la Intranet del Banco “tips soste-
nibles” asociados a diferentes hábitos que motivan al uso racional
del agua, el ahorro energético, la reducción de emisión de gases
de efecto invernadero y el reciclado a través del compostaje, entre
otros. Motivar la conciencia ambiental dentro de la organización,
para favorecer el desarrollo de hábitos sostenibles, es otra forma
en la que el Banco procura dejar una huella positiva en la comuni-
dad y en el planeta.



6.3 PROGRAMAS CON LA COMUNIDAD



Aspectos Materiales: Inversión Social en la Comunidad, Inclusión Financiera, Educación.

Contenidos GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 413-1. **SASB:** FC-CB-240a.4.

Con el compromiso sostenido en el tiempo y con un alcance federal de los proyectos que se acompañan, el Banco deja una huella positiva en la comunidad. Ambas dimensiones definen el abordaje institucional a partir del cual se alcanza un impacto local, en todo el territorio nacional, y se promueve el desarrollo social y el fortalecimiento de la ciudadanía.

En este sentido, el foco principal estuvo puesto en la necesidad de cubrir las cuotas alimentarias y el acompañamiento a las familias. A nivel educativo, resultó fundamental reforzar el rol activo de las empresas, colaborando de manera directa para fomentar la continuidad educativa y la inclusión de niños, niñas y jóvenes, en el sentido amplio del término. El acceso al trabajo también representó un eje de acción fundamental, ya que permite transformar la realidad de las personas y construir un futuro más equitativo.

•

UN BANCO SOCIALMENTE RESPONSABLE, PROMOTOR DEL DESARROLLO SOSTENIBLE, CON UN IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL POSITIVO, DESDE EL CUAL SE DEJA UNA HUELLA SOCIAL FAVORABLE EN LA COMUNIDAD.

•

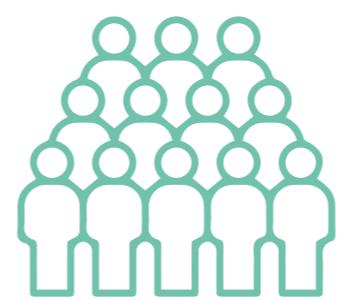
Anclando en los Pilares de Sostenibilidad, la Gerencia de Asuntos Sociales gestionó la inversión social haciendo foco en el dinamismo del contexto vivido y la urgencia de las necesidades en todo el país. Estos pilares, aprobados por el Directorio del Banco, ponen de manifiesto el compromiso institucional con la comunidad y la plena atención a la agenda pública.

Para canalizar estratégicamente la inversión en la comunidad, en cada pilar se apoyan y potencian programas y acciones desarrollados por las mismas organizaciones, que son quienes conocen en profundidad el entramado social. Se busca que estos programas tengan un alcance nacional, al igual que el negocio del Banco.



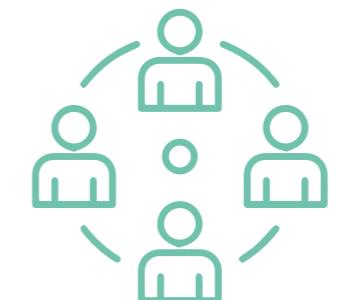
38

Organizaciones apadrinadas por colaboradores que participaron del programa de fortalecimiento a iniciativas solidarias.



277.809

Personas a las que se acompaña con programas.



283

Organizaciones sociales con las que se interactúa.



\$85,8

Millones invertidos en la comunidad.



142

voluntarios/as.

LOS 4 PILARES DE SOSTENIBILIDAD, PARA DEJAR UNA HUELLA POSITIVA EN LA COMUNIDAD, SON:

Educación



Promover una educación inclusiva e integral, ya que es clave para desarrollar oportunidades futuras de crecimiento en una sociedad.

Inclusión



La inclusión social es un concepto estrechamente ligado a la equidad.

Ciudadanía



Apoyo a diferentes proyectos, que fomentan que las personas se involucren como ciudadanos comprometidos en los procesos de toma de decisiones y, de esta forma, se puedan construir consensos, que permitan desarrollar una sociedad más justa y equitativa.

Asistencia



Aportes directos de recursos económicos y materiales, para atender las problemáticas sociales básicas que ponen en riesgo la dignidad humana.

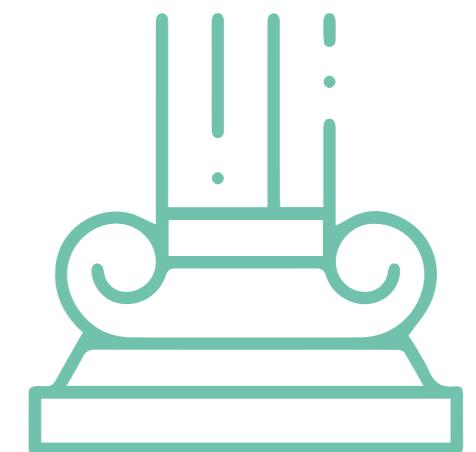
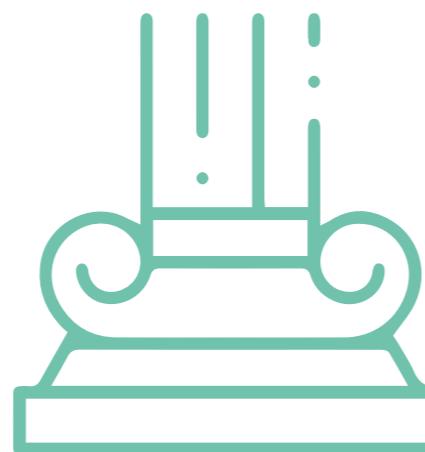
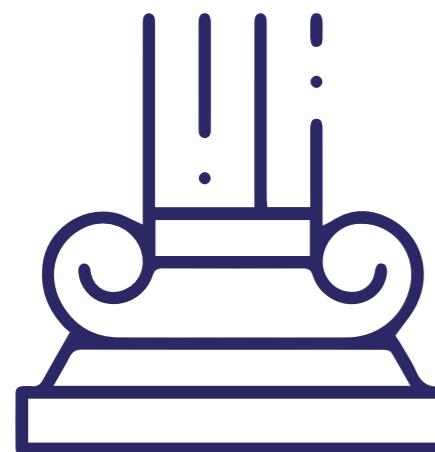
ACCIONES Y PROGRAMAS¹⁸:

- Educación formal y no formal.
- Educación financiera.
- Concientización ambiental

- Infraestructura.
- Accesibilidad digital.
- Prevención de adicciones.
- Recreación para la sociabilización

- Empleabilidad.
- Empoderamiento
 - DDHH.
 - Género
 - Diversidad.
- Movilidad sustentable.

- Emergencia
- Alimentaria
- Sanitaria
- Cambio climático



¹⁸ - Para más información consulte Nuestro Reporte de Sustentabilidad 2020.

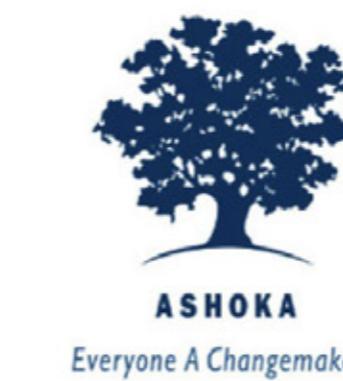
A estos pilares, y sus respectivas temáticas específicas, se le adicionan dos variables estratégicas:

- **Tiempo:** refiere al apoyo y acompañamiento de las organizaciones y los proyectos a lo largo de los años. Esta variable contempla el corto (1 a 3 años), mediano (4 a 7 años) y largo plazo (de 8 años en adelante).
- **Alcance geográfico:** considera la capilaridad de los proyectos de las ONG, directamente, en el territorio. Este puede ser: regional BH (impacto en una o en más regiones donde el Banco está presente a través de sus sucursales, relacionándose con la actividad comunitaria), nacional (abarca todo el territorio nacional) y local (influencia “de base” comunitaria, vecinal o municipal).

Sostener un vínculo con organizaciones de la sociedad, en el mediano plazo y con cobertura regional, permite trabajar con cada zona del país de manera específica según sus necesidades y, a la vez, facilita la independencia de los proyectos, una vez que maduran en su desarrollo. Esta matriz integral de gestión se respalda en la Política de Responsabilidad Social, que precisa el alcance de la inversión social, focalizando en la misión institucional de ser promotores de una huella social positiva.

La mayoría de las organizaciones de la sociedad civil, que se acompañaron durante 2021, han podido retomar sus programas tras los desafíos y las urgencias que manifestó la pandemia de COVID-19. Así, desde el Banco se contribuyó de manera integral a fortalecer dichos programas, con mayor foco en el valor educativo, la empleabilidad, la prevención de las adicciones y la asistencia alimentaria.

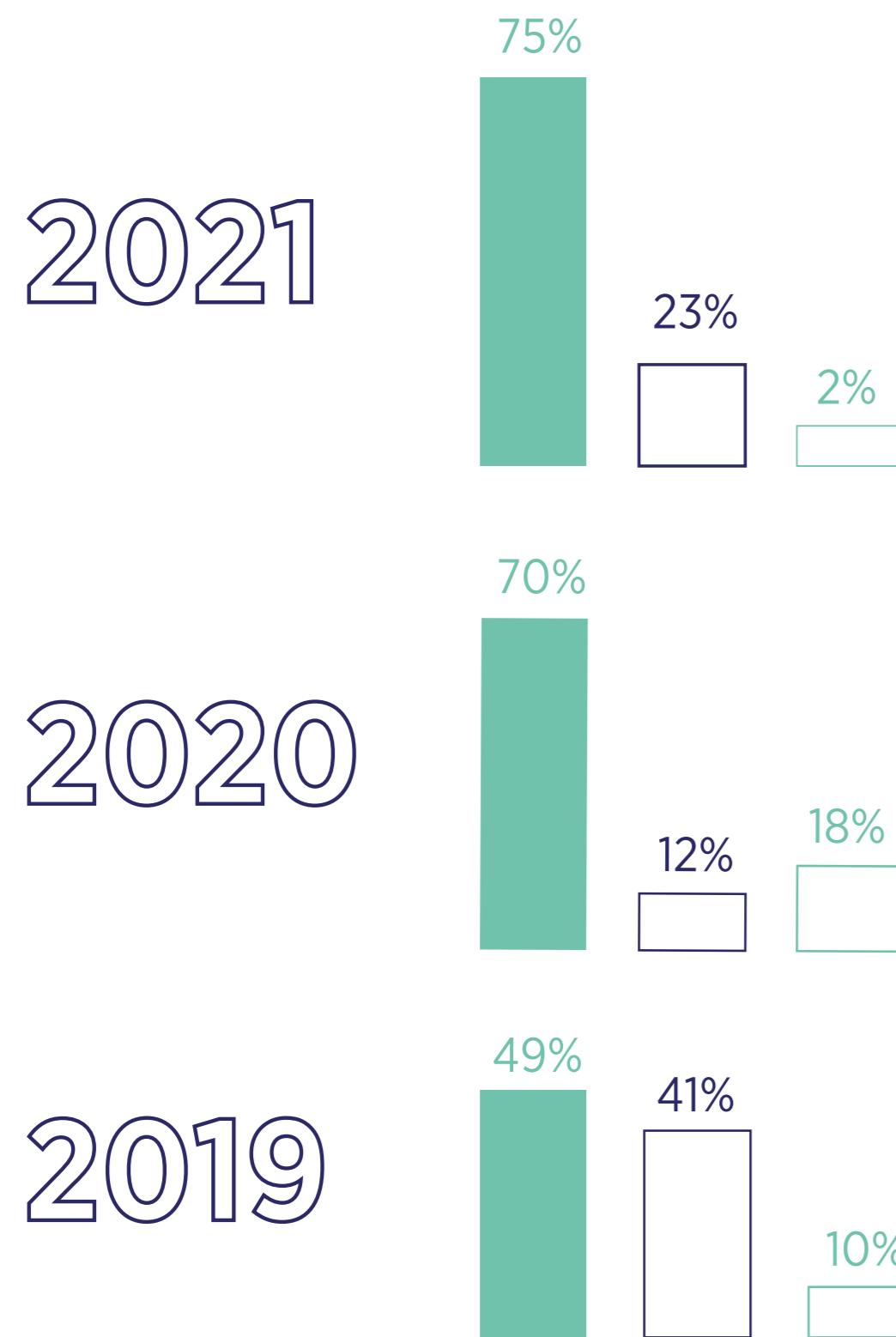
Algunas ONG a las que se acompaña:



ES COMPROMISO DEL BANCO ESTAR ATENTOS A LAS NECESIDADES DE LA SOCIEDAD, Y ACERCAR POSIBILIDADES PARA DESARROLLAR UNA CIUDADANÍA PLENA.

Durante 2021, los proyectos acompañados económicamente se distribuyeron de la siguiente manera: el 75% estuvo representado por programas sociales estratégicos con diversas ONG y el 23% por iniciativas solidarias presentadas por colaboradores.

Distribución de Programas Sociales



■ Programas Sociales con ONG

□ Iniciativas Solidarias de Colaboradores del Banco

□ Fondos Disponibles

GESTIÓN MUNICIPAL DEL SUELO URBANO

Este proyecto integral de mejoramiento de las políticas públicas, de gestión del suelo en los gobiernos locales, llevado adelante por las organizaciones de la sociedad civil **TECHO** y **RIL (Red de Innovación Local)**, ha presentado nuevos avances durante 2021, a 3 años de su lanzamiento.

Por un lado, se creó la Comunidad de Hábitat y Vivienda, que reúne a los/as funcionarios/as a cargo de esta agenda en los gobiernos locales, en un espacio de intercambio y aprendizaje. Estos abordaron temas como estrategias de generación de suelo, financiamiento para política habitacional y obras de infraestructura, movilidad sostenible, ordenamiento demográfico y acceso justo a hábitat.

Por otra parte, se firmó un convenio de colaboración con el Subsecretario de Política de Suelo y Urbanismo del Ministerio de Desarrollo Territorial y Hábitat de la Nación, con el objetivo de establecer mecanismos de colaboración, asistencia y cooperación.

PARTICIPACIÓN DE 137 FUNCIONARIOS/AS DE 82 MUNICIPIOS, DE 19 PROVINCIAS.

Autoevaluación de Gestión de Suelo Urbano a Municipios.

A diciembre de 2021, se obtuvieron 130 respuestas. El puntaje promedio total fue de 37,5, siendo 100 el puntaje máximo esperado. El puntaje mínimo fue de 5,3 y el máximo fue de 55,7.

La dimensión que obtuvo mayor puntaje fue “**estrategia**”, la cual persigue el objetivo de determinar el grado en el que el municipio dispone de instrumentos para gestionar la expansión urbana, como planes de ordenamiento territorial, normativa específica y regularización de dominios, entre otros. El puntaje promedio en esta dimensión fue de 43,6%. Estuvo representada (en su mayoría) por

municipios medianos poblacionalmente, incluyendo varias de las capitales provinciales o grandes ciudades.

La dimensión que obtuvo menor puntaje fue “**instrumentos**”, la cual busca identificar el uso de herramientas concretas para gestionar el suelo urbano, como banco de tierras, programa de lotes con servicios y círculos de ahorro para el acceso a vivienda, entre otros. El puntaje promedio en esta dimensión fue de 24,8%.

Tras realizar una encuesta para detectar los principales desafíos de los municipios en materia de hábitat y vivienda, se destacó la necesidad de disponer de estrategias de generación de suelo urbano; el financiamiento para el desarrollo de una política habitacional local y obras de infraestructura; la temática de movilidad sostenible y prioridad del peatón; la interacción público-privada; el crecimiento demográfico; el acceso justo al hábitat y la reducción del déficit habitacional.

Hacia 2022, los municipios esperan poder abordar temáticas vinculadas a la usucapición administrativa para asentamientos; el desarrollo de ciudades de media escala y planes habitacionales; la regularización de dominios; la presentación y gestión de planes interjurisdiccionales; la generación de bancos de tierras; la sostenibilidad en las intervenciones de urbanismo y vivienda social; la implementación de programas de autoconstrucción y la gestión financiera de proyectos habitacionales y sistemas de recupero eficientes.

De cara a 2022, **TECHO** y **RIL** proponen avanzar en la certificación de las respuestas brindadas en los autodiagnósticos, para reconocer y premiar a los gobiernos locales que lideran el manejo de esta gestión, y a aquellos que presenten oportunidades de mejora. Asimismo, sugieren actualizar el relevamiento de gestión de suelo municipal con las 50 ciudades más grandes del país. Finalmente, para incrementar la cantidad de municipios autoevaluados, buscarán impulsar esta acción a través del Ministerio de Desarrollo Territorial y Hábitat de la Nación.

PROGRAMA MARKETING DIGITAL +45

Tras la excelente convocatoria y aceptación del Programa de Marketing Digital +45, que juntó a **Diagonal Asociación Civil** y a **Puerta 18** en 2020, durante 2021 el Banco volvió a acompañar esta iniciativa que convoca a profesionales de más de 45 años que se encuentran fuera del mercado laboral, para que puedan incorporar herramientas técnicas relacionadas con la temática.

En esta segunda edición, participaron 45 profesionales de todo el país, los cuales fueron capacitados en *Marketing Digital* por jóvenes nucleados en Puerta 18.

Diagonal, por su parte, acercó las herramientas para mejorar la empleabilidad de alumnos y alumnas +45.

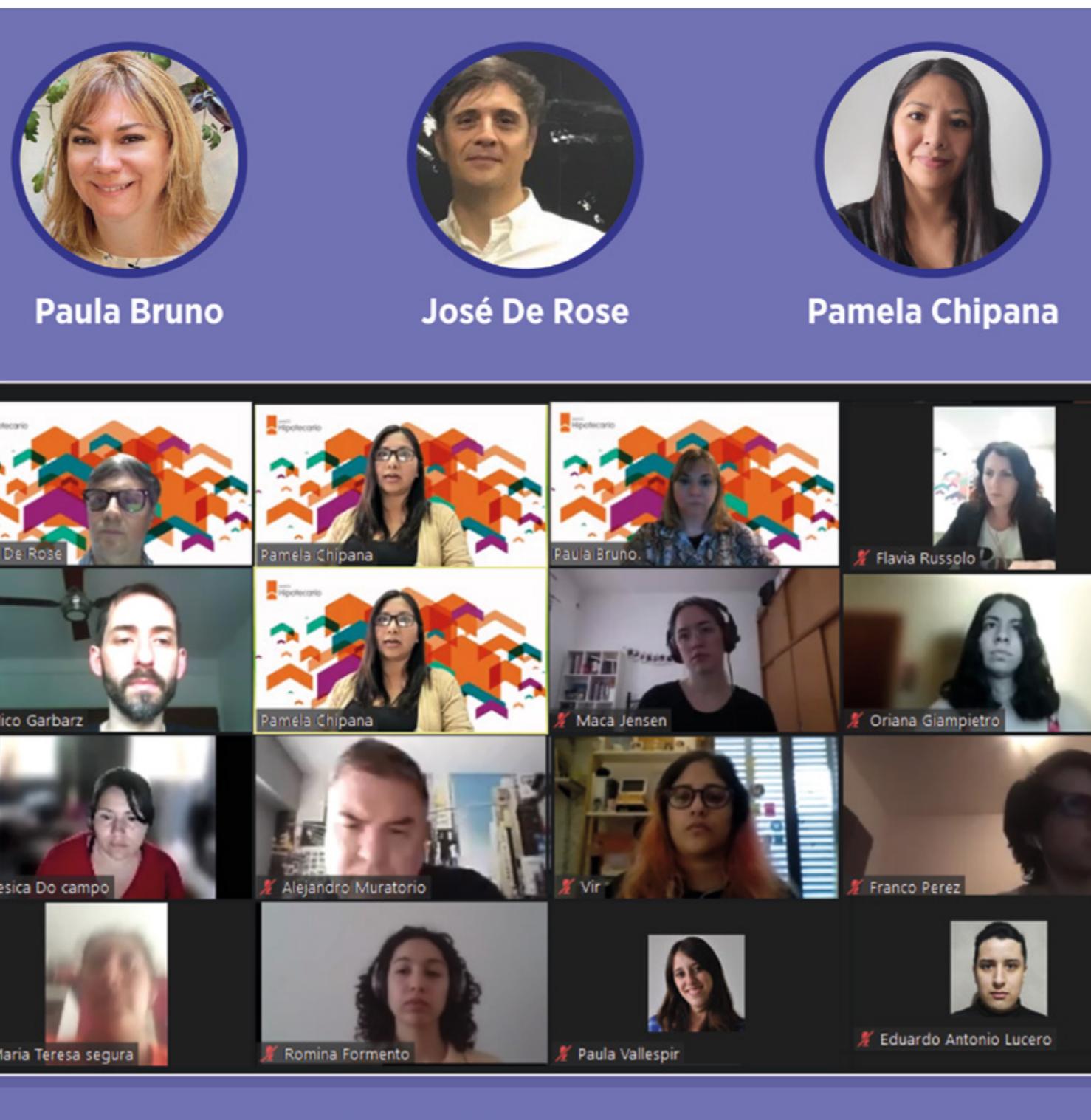
A través de este programa, se articula el conocimiento técnico con la contención emocional y la participación de los/as jóvenes como facilitadores y personas adultas como educandos, con foco en la diversidad y en la inclusión. De esta forma, se fortalece la huella positiva que el Banco deja en la comunidad, posibilitando herramientas para acceder a un empleo de calidad.



VOLUNTARIADO CORPORATIVO CON FOCO EN EDUCACIÓN FINANCIERA

Poner a disposición de la comunidad, de manera clara y democrática, los conocimientos financieros que el capital humano del Banco, posee forma parte de la misión que se tiene como organización. Así, se propone educar e incluir financieramente a diferentes segmentos, atendiendo sus necesidades, respondiendo sus dudas y acercando herramientas acordes a los perfiles profesionales de las audiencias.

Durante noviembre, tres colaboradores de la Gerencia de Impuestos brindaron un taller virtual sobre monotributo para 40 emprendedores jóvenes y personas adultas de la ONG **Puerta 18**, dedicada a la inclusión a través de la tecnología.



INCLUSIÓN FINANCIERA FUNDACIÓN PRO MUJER ARGENTINA

Desde 2018 se viene trabajando fuertemente, por primera vez, en la bancarización de las socias de la Fundación, a efectos de que puedan recibir los microcréditos en cuentas bancarias y, de esta manera, generar su inclusión financiera.

En Salta, no solamente se entregaron tarjetas de débito a las socias, sino que, también, se brindó una capacitación sobre los beneficios y el uso de la cuenta.

Todo ese trabajo permitió acompañar a la Fundación para que bancarice la mayor parte de su operatoria. En 2021, se generaron \$992 mil millones en transaccionalidad por convenio. El Convenio pago a proveedores corresponde a los depósitos de microcréditos (tanto en cuentas del Banco como en cuentas de otros bancos para las socias).

•
**SE HABILITARON + 1.300 CUENTAS DE LAS
SOCIAS DE LA FUNDACIÓN PRO MUJER
ARGENTINA, UBICADAS
GEOGRÁFICAMENTE EN SALTA, JUJUY Y
TUCUMÁN.**
• • • • • • • • • • • • • • • • •

TALLER DE ÁREAS PROFESIONALES Y ENTREVISTAS SIMULADAS

El desempleo en Argentina está creciendo significativamente y, tras el impacto de la pandemia de COVID-19, la precarización laboral se intensificó. Con el objetivo de promover la inclusión laboral y la empleabilidad, el Banco dictó dos talleres para 148 jóvenes de la **Asociación Conciencia**.

A través de los ejes de comunidad, empleabilidad, participación ciudadana y sostenibilidad, Conciencia desarrolla programas en todo el país. Desde hace cuatro años, el Banco acompaña el mentoreo de jóvenes y personas adultas de Mar del Plata, a través de los programas “Emprendiendo tu futuro”, dirigido a emprendedores entre 15 y 50 años, y “Vincular”, brindando capacitaciones y mentoreo para jóvenes que están terminando el secundario.

En 2021 el Banco convocó a su capital humano para sumarse en dos talleres para jóvenes beneficiarios de la **Asociación Conciencia**, uno para acercarles el universo corporativo en primera persona y otro para brindarles herramientas vinculadas a la primera experiencia laboral, participando de entrevistas simuladas.

Este tipo de iniciativas dejan una huella positiva, no solo fuera del Banco, sino también dentro de este, ya que resulta una vivencia sumamente gratificante para quienes participan.



Gabriel Villariño
Gestión de Sucursales

“Me sumé a participar con el equipo de Conciencia en una actividad donde había muchos jóvenes de distintas partes del país que están definiendo sus carreras. La intención era poder ayudarlos en esta etapa de definir la vocación y dar los primeros pasos, no solo en la formación, sino en el mundo laboral, contando un poco la experiencia personal de cada uno con sus aciertos y errores. Fue muy gratificante y alentador ver a tantos jóvenes con ganas de crecer, de trabajar, de estudiar, súper agradecidos por el espacio y con cada orador. Fui a dar mi granito de arena pero, sin lugar a duda, ellos y Conciencia me dieron mucha más motivación y esperanza sobre las nuevas generaciones”.



Flavia Russolo
Gestión de Personas

“Tuve la posibilidad de participar de los talleres de Asociación Conciencia de Áreas Profesionales y Entrevistas Simuladas. En ambos, los jóvenes estaban muy interesados, comprometidos, y fue una experiencia de construcción y aprendizaje mutuo. El trabajo que realiza la asociación es muy valioso, y poder participar como voluntaria de estas acciones es algo sumamente gratificante, donde, además, uno también aprende muchísimo”.

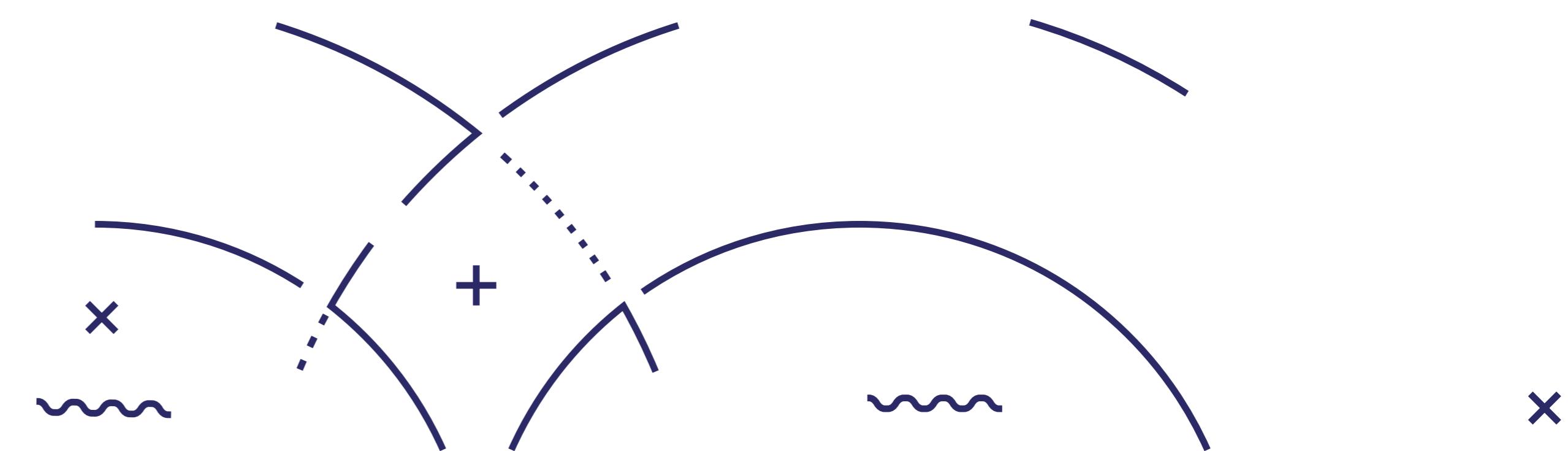
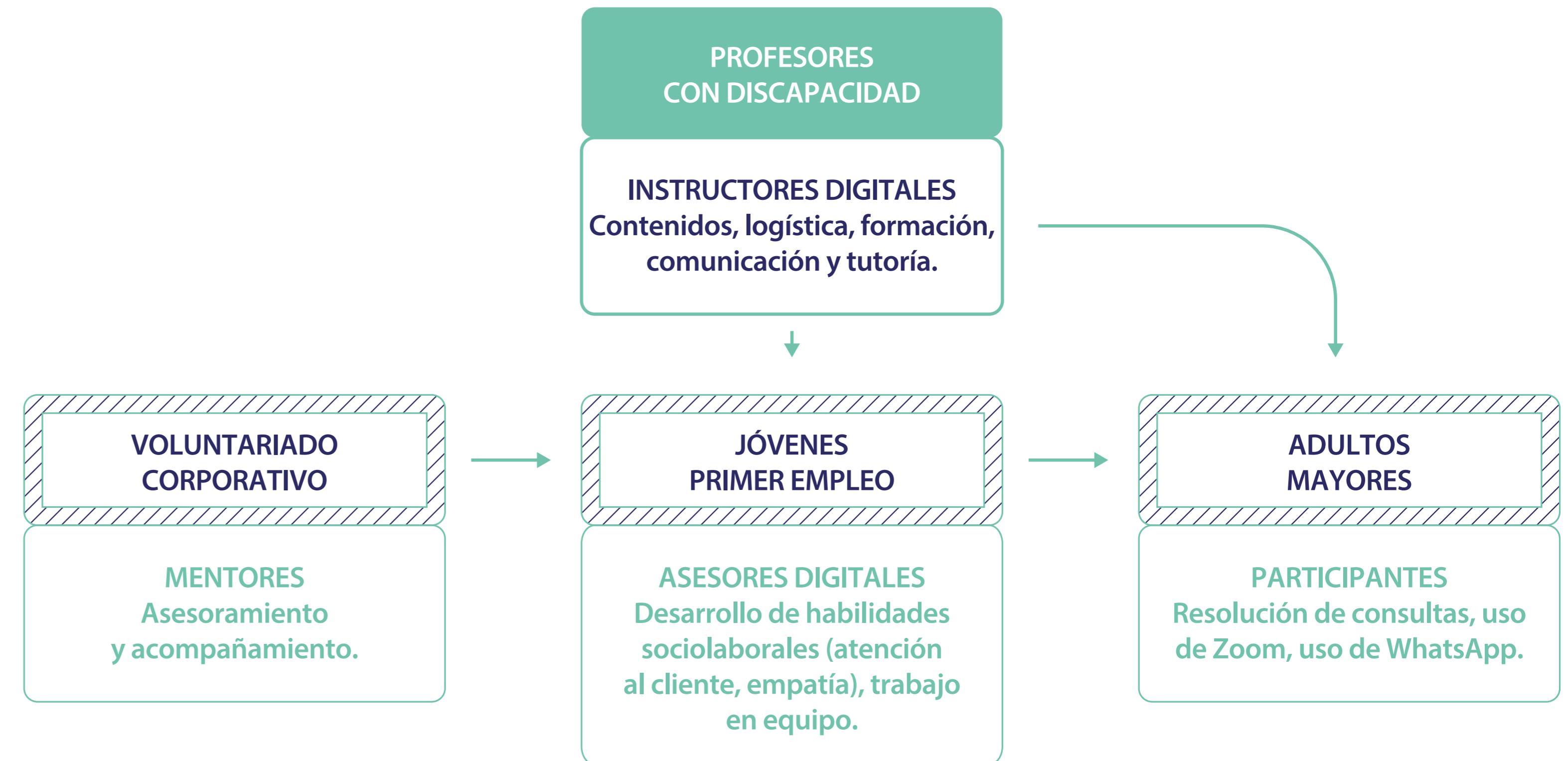


TALLER DE ASESORÍA DIGITAL PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES

Tras tres años de trabajo articulado junto a la **Asociación Civil Inmigrantes Digitales**, por primera vez, en octubre de 2021, se abordó el desafío de incluir digitalmente a personas adultas mayores a través de un taller dictado por jóvenes discapacitados.

Inmigrantes Digitales promueve la inclusión digital y laboral de personas con discapacidad, quienes se desempeñan como docentes especialistas en la materia. En el marco de este taller virtual y gratuito, participaron 48 personas adultas mayores de CABA, Mar del Plata, La Plata, Córdoba, Tierra del Fuego, Salta y Rosario; 34 asesores digitales y 14 colaboradores del Banco, que se desempeñaron como mentores. De esta forma, se acompañó el desarrollo de habilidades laborales en jóvenes, a la vez que promovió la autonomía digital de ciudadanos mayores de 60 años.

Se abordaron temáticas específicas de la “identidad digital”, el uso del celular, herramientas para el uso de plataformas *mobile* y *web* e inclusión financiera. El *feedback* de quienes participaron arrojó un alto nivel de aceptación. Para las futuras ediciones de estos talleres, se incorporará una encuesta de satisfacción para lograr una medición exhaustiva del NPS.



ARTE EN CASA

Durante el primer trimestre de 2021, se becó a 80 colaboradores para participar de diversos cursos de pintura, dibujo e historia, en modalidad virtual, dictados por reconocidos profesores del ámbito académico, nucleados en la Asociación de Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes, con la cual el Banco mantiene un relacionamiento institucional desde hace cuatro años.

• Asociación Amigos del Bellas Artes
Inscríbete gratis en los cursos de verano de pintura, dibujo e historia.
iCupos limitados!
¡La modalidad de cursada es 100% online!
• Las inscripciones estarán abiertas hasta 24hs antes del inicio del curso
• El día de inicio del curso recibirás un mail con el link de acceso
Conocés más e inscríbete **CLICK AQUÍ**

La comunicación interna, que se diseñó para obtener las inscripciones, invitaba a que la nómina respondiera una breve encuesta para testear el nivel de participación en este tipo de cursos, ya provistos por el Banco en años anteriores. Mientras que el 62% comunicó no haber participado anteriormente, solo el 38% manifestó que sí y que deseaba poder recibir una beca nuevamente.

PROGRAMA UNIDOS PARA DAR

Gracias a la participación voluntaria de colaboradores de Casa Central y la Red de Sucursales, este programa permite afianzar vínculos con organizaciones sociales propias a su mundo referencial. Representa una oportunidad para fomentar el espíritu solidario dentro de la organización, fortalecer el carácter federal del negocio y colaborar con entidades que trabajan para garantizar condiciones de alimentación, salud y habitacionales dignas a niños, niñas, jóvenes, personas adultas mayores y grupos familiares.

Así, el Banco acompaña a quienes viven en situaciones de precariedad, tanto económica como social, donando materiales y elementos de primera necesidad, con foco en la educación y en la alimentación. En el marco del comienzo de clases, se donaron útiles y materiales escolares a instituciones educativas y a diferentes organizaciones sociales de todo el país. En Pascuas, invierno y Navidad, se distribuyeron *vouchers* digitales, para ser redimidos por alimentos no perecederos y elementos de primera necesidad, a diferentes organizaciones sociales de todo el país.

Durante 2021, contemplando las cuatro ediciones del programa, han participado todas las sucursales del país, comprometiéndose voluntariamente no solo en la compra de los insumos, sino, también, en la entrega de estos a cada organización beneficiada.

•
\$10,3 MILLONES DE PESOS.
PROMEDIO DE 130 ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL.
PROMEDIO DE 27.000 PERSONAS BENEFICIARIAS.
• •

	2021				2020*	
	Inicio de clases	Navidad	Pascuas	Invierno	Inicio de clases	Navidad
Sucursales participantes	45	42	41	60	60	62
Organizaciones beneficiadas	151	129	117	122	176	112
Beneficiarios	9.550	38.700	23.400	36.600	7.200	22.400

(*)Debido a la pandemia, no se realizaron las acciones de Pascuas ni de invierno.

Durante 2021, el equipo de voluntarios y voluntarias ascendió a 142 colaboradores activos, de los cuales 38 presentaron sus iniciativas solidarias para que el Banco acompañe económicamente a las ONG que apadrinan. Esto significa que el 73% restante solamente participa en el Programa Unidos para Dar, el cual se torna estratégico para fortalecer el carácter federal del Banco y permitir que, con un bajo presupuesto, se genere un alto impacto en la comunidad.



Navidad – Merendero Banderitas – Buenos Aires



Navidad – Cooperativa de Trabajo 24 de Marzo - Pergamino

LEY DE PARTICIPACIÓN CULTURAL

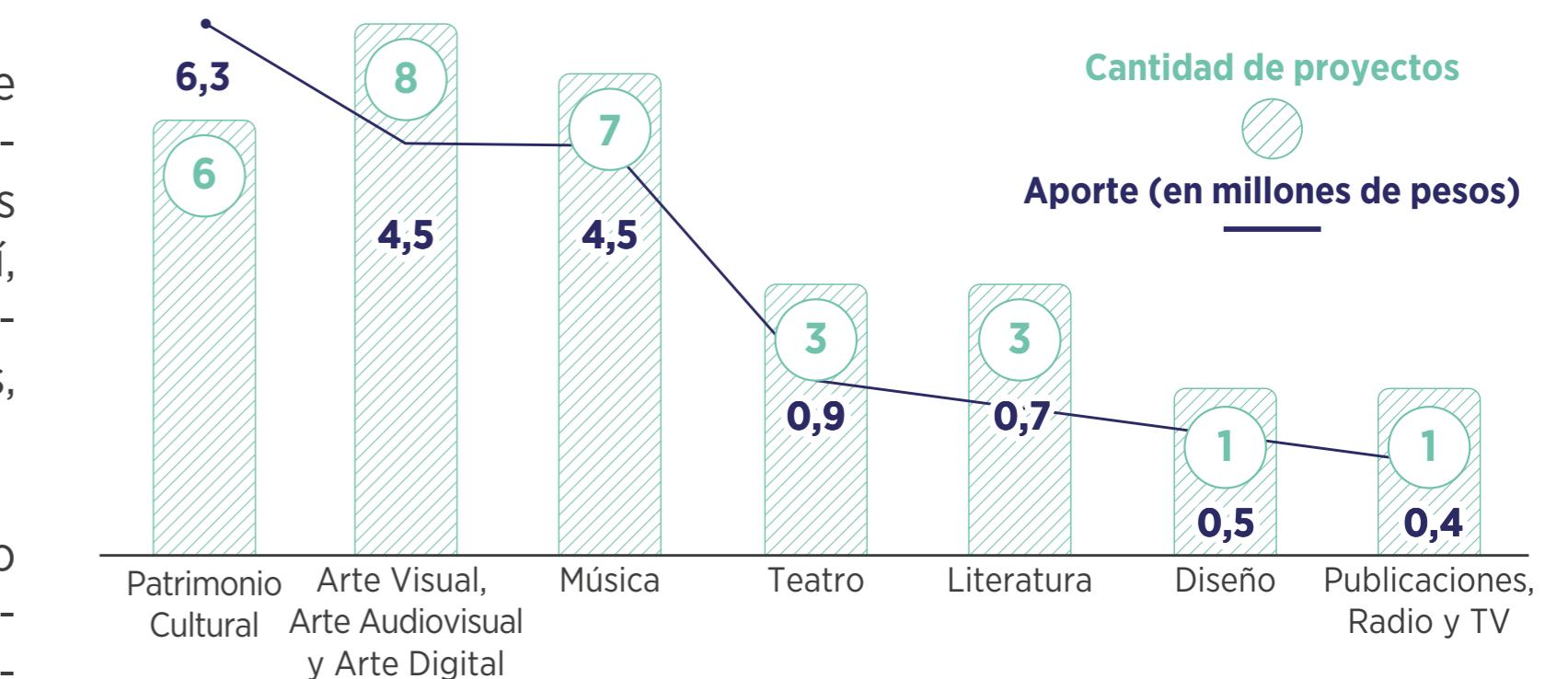
A través del programa Mecenazgo, provisto por el Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el Banco acompaña el desarrollo y la concreción de diversos proyectos artísticos y culturales, destinando un porcentaje de sus ingresos brutos. Así, sostiene un relacionamiento institucional con diferentes organizaciones y artistas, manifestando su interés en múltiples disciplinas, con foco en el patrimonio cultural.

Tras 10 años de participación, el 16 de diciembre de 2021, el Banco fue galardonado por el Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, destacándola como empresa líder y comprometida con la cultura.



**\$17,7 MILLONES DE PESOS.
29 PROYECTOS.**

Proyectos 2021



Categoría de proyectos

	2021	2020	2019
Patrimonio cultural	6%	33%	7%
Arte visual, audiovisual y digital	26%	19%	29%
Teatro	19%	18%	14%
Radio, TV, Internet	16%	11%	17%
Literatura	13%	7%	7%
Música	10%	5%	18%
Diseño	6%	5%	4%
Danza	3%	2%	2%
Circos, murgas, mímicas y afines	0%	0%	2%



ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Contenidos GRI: 102-55.

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 101- FUNDAMENTOS (2016)				
GRI 102- CONTENIDOS GENERALES (2016)				
1. Perfil de la Organización				
102-1	Nombre de la organización	5		
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	7		
102-3	Ubicación de la sede	5		
102-4	Ubicación de las operaciones	5		
102-5	Propiedad y forma jurídica	5, 37		
102-6	Mercados servidos	5		
102-7	Tamaño de la organización	19		
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	46	8 - 10	8.5 - 10.3
102-9	Cadena de suministro	23		
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	38		
102-11	Principio o enfoque de precaución	43		
102-12	Iniciativas externas	32		
102-13	Afiliación a asociaciones	32		
2. Estrategia				
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4		
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	43		
3. Ética e Integridad				
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	37, 38	16	16.3
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	39	16	16.3

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 101- FUNDAMENTOS (2016)				
GRI 102- CONTENIDOS GENERALES (2016)				
4. Gobernanza				
102-18	Estructura de gobernanza	33		
102-19	Delegación de autoridad	33		
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	31, 36		
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	31	16	16.7
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	36	5 - 16	5.5 - 16.7
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	34, 36	16	16.6
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	34	5 - 16	5.5 - 16.7
102-25	Conflictos de intereses	34	16	16.6
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	34		
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	34		
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	34		
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	27	16	16.7
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	43		
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	36		
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	36		
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	36, 39		
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	39		
102-35	Políticas de remuneración	34		
102-36	Proceso para determinar la remuneración	34		
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	34	16	16.7

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 101- FUNDAMENTOS (2016)				
GRI 102- CONTENIDOS GENERALES (2016)				
5. Participación de los Grupos de Interés				
102-40	Lista de grupos de interés	30		
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	46	8	8.8
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	30		
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	30		
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	31		
6. Prácticas para la Elaboración de Informes				
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	32		
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	31, 32		
102-47	Lista de temas materiales	31		
102-48	Reexpresión de la información	7, 32, 62		
102-49	Cambios en la elaboración de informes	32		
102-50	Periodo objeto del informe	32		
102-51	Fecha del último informe	32		
102-52	Ciclo de elaboración de informes	32		
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	32		
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	32		
102-55	Índice de contenidos GRI	75		
102-56	Verificación externa	32		

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 200- ESTÁNDARES ECONÓMICOS				
DESEMPEÑO ECONOMICO				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	20		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	20		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	20		
GRI 201- DESEMPEÑO ECONOMICO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	20	8 - 9	8.1 - 8.2 - 9.1 - 9.4 - 9.5
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	No posee		
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	37		
PRACTICAS DE ADQUISICION				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	23		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	23		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	23		
GRI 204- PRACTICAS DE ADQUISICION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	23	8	8.3
ANTICORRUPCION				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	39		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39		
GRI 205- ANTICORRUPCION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	39	16	16.5
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	39	16	16.5
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	39	16	16.5

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 300- ESTÁNDARES AMBIENTALES				
RESIDUOS				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	62		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	62		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	62		
GRI 306- RESIDUOS ENFOQUE DE GESTIÓN (2018)				
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	62	3 - 6 - 11 - 12	3.9 - 6.3 - 6.4 - 6.6 - 11.6 - 12.4 - 12.5
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	62	3 - 6 - 11 - 12	3.9 - 6.3 - 8.4 - 11.6 - 12.4 - 12.5
GRI 306- EFLuentes Y RESIDUOS CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
306-3	Residuos generados	62	3 - 6 - 11 - 12 - 15	3.9 - 6.4 - 6.6 - 11.6 - 12.4 - 12.5 - 15.1
306-4	Residuos no destinados a eliminación	62	3 - 6 - 11 - 12	3.9 - 11.6 - 12.4 - 12.5

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
GRI 400- ESTANDÁRES SOCIALES				
EMPLEO				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51		
GRI 401- EMPLEO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	51	5 - 8 - 10	5.1 - 8.5 - 8.6 - 10.3
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	53	3 - 5 - 8	3.2 - 5.4 - 8.5
401-3	Permiso parental	53	5 - 8	5.1 - 5.4 - 8.5
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTIÓN (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	60		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	60		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	60		
GRI 403- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO ENFOQUE DE GESTIÓN (2018)				
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	60	8	8.8
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	60	8	8.8
403-3	Servicios de salud en el trabajo	60	8	8.8
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	60	8 - 16	8.8 - 16.7
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	60	8	8.8
403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	60	3	3.3 - 3.5 - 3.7 - 3.8
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales	60	8	8.8
GRI 403- SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO CONTENIDOS TEMATICOS (2018)				
403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	60	8	8.8
403-9	Lesiones por accidente laboral	60	3 - 8 - 16	3.6 - 3.9 - 8.8 - 16.1

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
FORMACION Y ENSEÑANZA				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	54		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	54		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	54		
GRI 404- FORMACION Y ENSEÑANZA CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	54	4 - 5 - 8 - 10	4.3 - 4.4 - 4.5 - 5.1 - 8.2 - 10.3
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	54	8	8.2 - 8.5
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	54	5 - 8 - 10	5.1 - 8.5 - 10.3
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	46		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	46		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	46		
GRI 405- DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	46	5 - 8	5.1 - 5.5 - 8.5
NO DISCRIMINACION				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	39		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39		
GRI 406- NO DISCRIMINACION CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	39	5 - 8	5.1 - 8.8

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS			
EVALUACION DE LOS DERECHOS HUMANOS							
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)							
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	54					
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	54					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	54					
GRI 412- EVALUACION DE LOS DERECHOS HUMANOS CONTENIDOS TEMATICOS (2016)							
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Banco Hipotecario no brinda capacitaciones en carácter específico del abordaje de DDHH. Se han ofrecido capacitaciones de diversidad/inclusión, seguridad e higiene entre otros aspectos, pero no han sido contabilizadas las horas.					
COMUNIDADES LOCALES							
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)							
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	65					
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	65					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	65					
GRI 413- COMUNIDADES LOCALES CONTENIDOS TEMATICOS (2016)							
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	65					
PRIVACIDAD DEL CLIENTE							
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)							
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	45					
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45					
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45					
GRI 418- PRIVACIDAD DEL CLIENTE CONTENIDOS TEMATICOS (2016)							
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	45	16	16.3 - 16.10			

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	PÁGINA	ODS	METAS
CUMPLIMIENTO SOCIOECONOMICO				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	37		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	37		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	37		
GRI 419- CUMPLIMIENTO SOCIOECONOMICO CONTENIDOS TEMATICOS (2016)				
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	37	16	16.3
EXPERIENCIA DEL CLIENTE (RELACIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN)				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	25		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	25		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	25		
EXPERIENCIA DEL CLIENTE (RELACIONAMIENTO Y SATISFACCIÓN)				
Indicador Propio	Satisfacción sobre atención general del Banco	25		
Indicador Propio	NPS General del Banco	24, 25		
MICROCRÉDITOS – ACCESO A LA VIVIENDA				
GRI 103- ENFOQUE DE GESTION (2016)				
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	11		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	11		
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	11		
MICROCRÉDITOS – ACCESO A LA VIVIENDA				
Indicador Propio	Créditos otorgados (destino vivienda)	11		



8

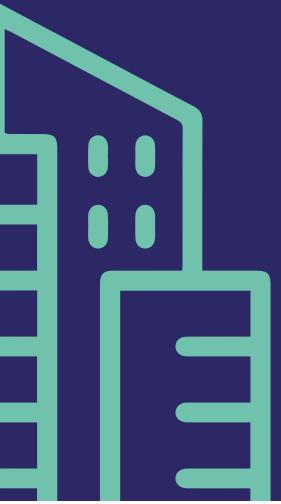
x

x

+

wave

ÍNDICE DE CONTENIDOS SASB



Sector: Financiero | **Industria:** Bancos Comerciales | **Versión:** 2018

TEMAS DE DIVULGACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD Y PARÁMETROS DE CONTABILIDAD

PARÁMETRO DE CONTABILIDAD

PÁGINA O REFERENCIA

Seguridad de los datos

FN-CB-230a.1	(1) Número de filtraciones de datos (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII) (3) número de titulares de cuentas afectados	Durante 2021 no se identificaron casos de violación de la privacidad o fuga de datos de clientes, ni filtraciones, robos o pérdidas de datos personales.
FN-CB-230a.2	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	Ver pag 45, sección "Seguridad de la información"

Generación de inclusión y capacidad financieras

FN-CB-240a.1	(1) número (2) cuantía de los préstamos pendientes cualificados para programas diseñados para promocionar las pequeñas empresas y el desarrollo de la comunidad	Banco Hipotecario otorgó 26.514 préstamos por un monto de \$25.217 millones a Mipymes y/o alguna empresa NO Mipyme de Salud durante el 2021, bajo las líneas de Inversión Productiva normada por el BCRA.
FN-CB-240a.3	Número de cuentas corrientes minoristas sin coste proporcionadas a clientes previamente no bancarizados o infrabancarizados	En 2021 Banco Hipotecario dio de alta a 964 Cuentas Universales Gratuitas (CUG)
FN-CB-240a.4	Número de participantes en iniciativas de educación financiera para clientes no bancarizados, infrabancarizados o desatendidos	236 personas participaron en iniciativas de educación financiera durante 2021 (Ver detalle de iniciativas en el Capítulo de Programas con la Comunidad, pag. 65)

Incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión en el análisis crediticio

FN-CB-410a.1	Exposición crediticia comercial e industrial, por sector	Distribución crediticia por sectores: Energía (16,8%), Real Estate (14,2%), Alimentos/Bebidas (7,7%), Agroquímicos (6,4%), Agropecuario (6,1%), Otros sectores (48,8%).
FN-CB-410a.2	Descripción del enfoque para la incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa (ESG) en el análisis de crédito	En los análisis de riesgo de clientes, Banco Hipotecario considera el impacto reputacional y crediticio de los factores ambientales, sociales y de gestión. En los casos en los que el Banco financió un proyecto de inversión, se evaluaron los impactos específicos de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa que el desarrollo del mismo genera. A su vez, el Banco cuenta con una lista de actividades excluidas para aperturas de cuenta, banca corporativa y Pyme.

TEMAS DE DIVULGACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD Y PARÁMETROS DE CONTABILIDAD		
PARÁMETRO DE CONTABILIDAD		PÁGINA O REFERENCIA
Ética empresarial		
FN-CB-510a.1	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los Procedimientos judiciales relacionados con el fraude, uso de información privilegiada, antimonopolio, competencia desleal, manipulación del mercado, mala praxis u otras leyes o reglamentos relacionados de la industria financiera	En 2021 no se registraron pérdidas monetarias como resultado de los aspectos detallados.
FN-CB-510a.2	Descripción de las políticas y los procedimientos de denuncia de irregularidades	Ver pag 39, sección "Código de ética y Conducta"
Gestión del riesgo sistémico		
FN-CB-550a.1	Puntuación en la evaluación de banco de importancia sistémica mundial (G-SIB), por categoría	N/A. Banco Hipotecario no es sucursal o subsidiaria de un banco del exterior calificado como sistémicamente importante (G-SIB).
FN-CB-550a.2	Descripción del enfoque para la incorporación de resultados de las pruebas de esfuerzo obligatorias y voluntarias en la planificación de la adecuación del capital, a largo plazo estrategia corporativa y otras actividades del negocio	La proyección de las utilidades y el consumo de capital derivados del crecimiento esperado de la actividad y el perfil de los riesgos del Banco son detalladas en el Plan de Negocios y se someten a la incidencia de factores de riesgo externos a través de las Pruebas Intergales de Estrés. A tal efecto, se consideran distintos escenarios de estrés relativos a las condiciones de los mercados en los que el Banco opera y su eventual impacto sobre su rentabilidad, liquidez y solvencia. Los resultados de las pruebas integrales de estrés directas muestran si, aún en el escenario considerado más adverso, el Banco podría mantener en los próximos años ratios adecuados solvencia o si corresponde prever la necesidad de obtener capital adicional para mantener la operatoria del Banco e identificar posibles elementos alternativos de capital para cubrir un déficit.
PARÁMETRO DE ACTIVIDAD		PÁGINA O REFERENCIA
FN-CB-000.A	(1) Número y (2) valor de las cuentas corrientes y de ahorro por segmento: (a) personales y (b) pequeñas empresas	Número de cuentas corrientes: Total=35.900, Individuos= 32.308, PyMEs=3.001 Número de cuentas de ahorro en pesos: 1.493.824 (personales), 1.529 (pymes). Cajas de Ahorro en USD: Total =578.341. Valor de cuentas corrientes (millones de pesos): Total=62.785, Indiduos=104, PyMEs=2.219. Valor de cuentas ahorro en pesos (millones de pesos). Total=81.413, Individuos=80.264, PyMEs=181. Valor cuentas de ahorro en USD (millones de pesos)= 836.258
FN-CB-000.B	(1) Número y (2) valor de los préstamos por segmento: (a) personales, (b) pequeñas empresas, y (c) corporativos	Cantidad: 53.684 (personales), 1.621 (pymes), 156 (corporativos) Valor (millones de pesos): 4916,0 M (personales), 5119,5 M (pymes), 7156,1 M (corporativos)



COORDINACIÓN Y CONTENIDOS
Gerencia de Asuntos Sociales

CONTACTO
KMGUTIERREZ@hipotecario.com.ar

ASESORES EXTERNOS
AG Sustentable
www.ag sustentable.com



DISEÑO
Christian Zompa
Micó & Asoc.



BANCO

Hipotecario

El Banco del Hogar