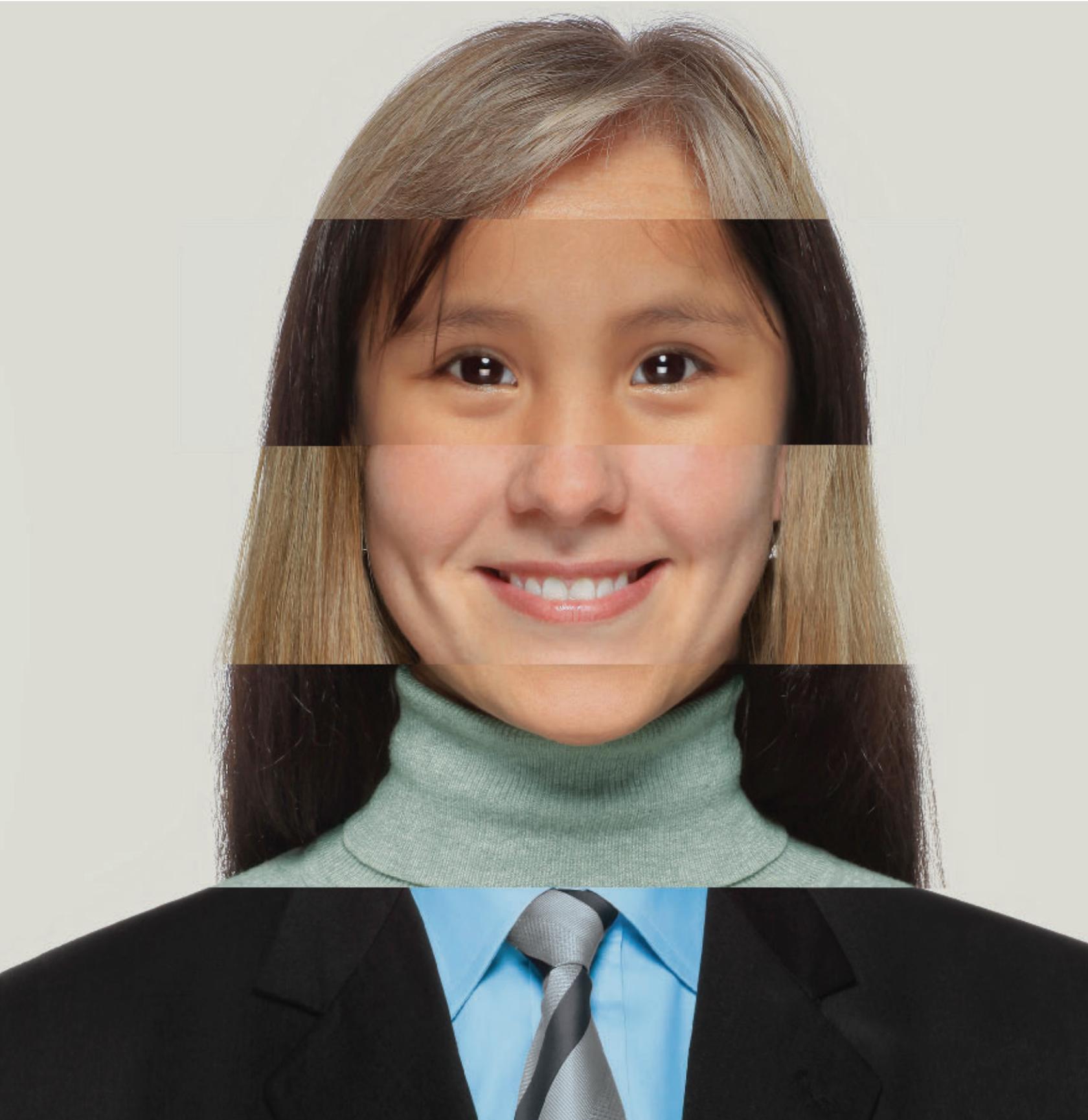
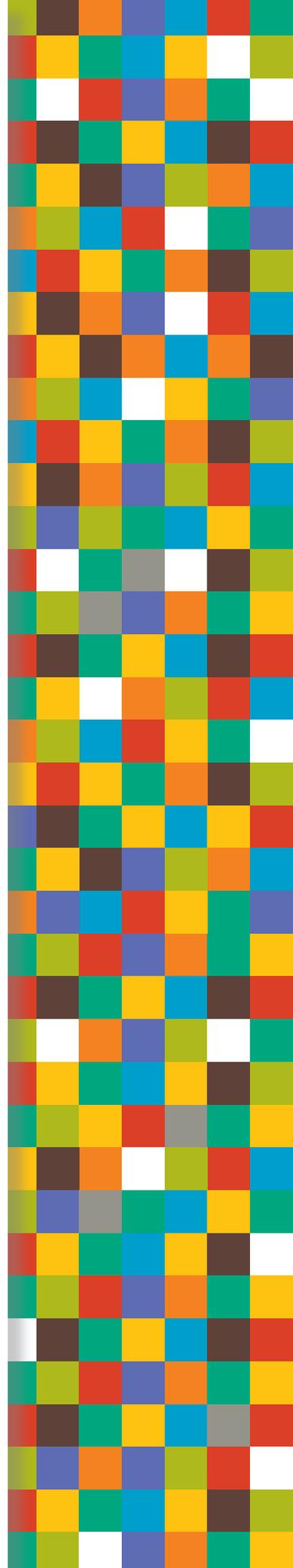




# INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA 2010



A CONTINUACIÓN PRESENTAMOS  
EL REPORTE DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL 2010, DONDE SE DA CUENTA  
DE LOS AVANCES SOCIALES, ECONÓMICOS  
Y AMBIENTALES DEL AÑO.





**BANCO MACRO**  
**INFORME DE RESPONSABILIDAD**  
**SOCIAL EMPRESARIA**  
**2010**





# INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA 2010



**RESPONSABILIDAD**  
**CONFIANZA**  
**COMPROMISO**  
**DIÁLOGO**  
**CALIDAD**  
**COMUNIDAD**  
**CERCANÍA**  
**DESARROLLO**



**RESPONSABILIDAD**



**CONFIANZA**



**COMPROMISO**



DIÁLOGO



CALIDAD



COMUNIDAD



CERCANÍA



DESARROLLO



# ÍNDICE

14	INTRODUCCIÓN A BANCO MACRO
18	PRESENTACIÓN DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA 2010
22	GOBIERNO CORPORATIVO
26	TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN: CLAVE PARA LA SUSTENTABILIDAD DEL NEGOCIO
32	CONSOLIDACIÓN DE LA RSE EN LA GESTIÓN DEL NEGOCIO
38	NUESTRA CADENA DE VALOR NUESTRA GENTE PROVEEDORES CLIENTES
68	INVERSIÓN SOCIAL
80	PREVENCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL
88	CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME DE RSE 2010
92	TABLA DE INDICADORES GRI Y COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO (COP) 2010
96	RESUMEN DE 2010 Y NUESTRA MIRADA PARA 2011

# INTRODUCCIÓN A BANCO MACRO

**Nuestra Misión** es la de ser un Banco líder que, a través de actividades éticas y rentables, ofrezca a nuestros empleados un ambiente de trabajo en el que puedan desarrollarse para brindar un servicio inmejorable a nuestros Clientes y un sentido de responsabilidad compartida junto a nuestra comunidad, respetando los intereses de los accionistas minoritarios.

## Nuestra Filosofía

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

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

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

## Nuestros Valores

Crecimiento  
Innovación  
Actitud de servicio  
Organización  
Ambiente de trabajo

Operamos en la Argentina desde 1985 como entidad financiera y a partir de 1995 como Banco minorista, focalizados en los segmentos con bajos niveles de bancarización. Con una gran presencia en el interior del país, siendo en muchas localidades el único medio para la realización de operaciones financieras; este año nos expandimos con la compra del 100% del paquete accionario del Banco Privado de Inversiones, reforzando así nuestra estrategia en Buenos Aires.

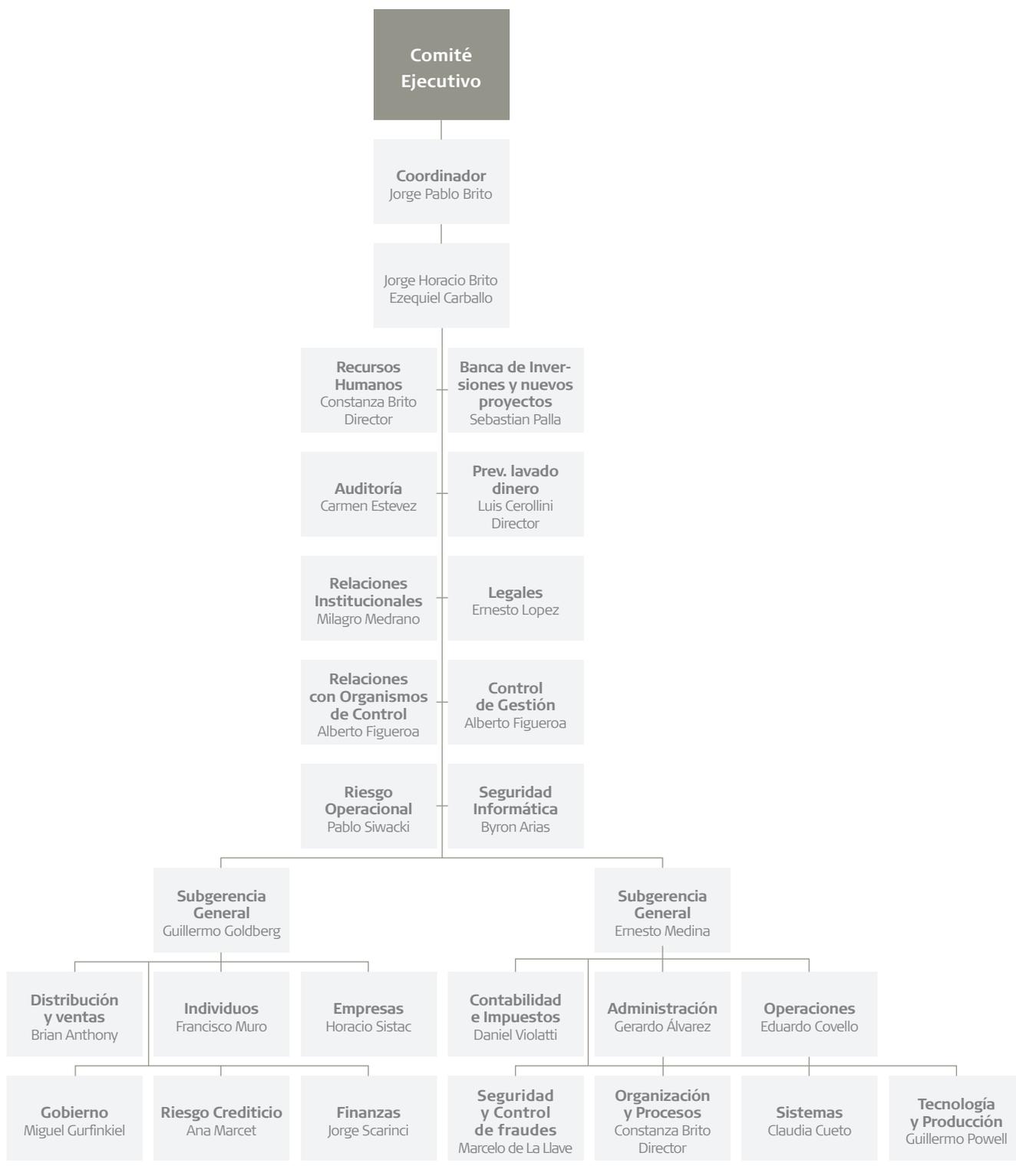
Somos el Banco número uno entre los Bancos Nacionales de Capitales Privados, estamos entre los primeros cuatro bancos en cuanto a cantidad de depósitos totales y cuartos en relación a los créditos otorgados al sector privado no financiero.

Después de 36 trimestres consecutivos de ganancia, nuestras utilidades crecieron un 34%, ascendiendo a \$ 1.010,4 millones en 2010, mientras que los Préstamos al Sector Privado crecieron más del 42%. A nivel económico, nuestro objetivo del año fue maximizar la rentabilidad, aprovechando oportunidades de nuevos negocios con los actuales y nuevos Clientes, optimizando el valor de los productos y servicios que ofrecemos.

En Banco Macro conformamos un equipo de más de 8.100 personas que trabajan para contribuir en el desarrollo económico de las regiones donde actuamos, ofreciendo productos y servicios de calidad y a la medida de cada segmento de nuestros más de 2 millones de Clientes. Buscando estar cada vez más cerca de nuestros Clientes, este año inauguramos 7 nuevas sucursales, alcanzando un total de 402.

Sociedades que forman Banco Macro	% sobre Capital Social
Banco Macro S.A.	100%
Banco del Tucumán S.A.	89,93%
Macro Bank & Limited (Bahamas)	100%
Banco Privado de Inversiones	98%

Organigrama general





#### Reconocimientos 2010

Mejor Banco en Argentina por sexto año consecutivo – “The World’s Best Emerging Market Banks” 2010, Revista norteamericana Global Finance.

Mejor Banco de la Región Noroeste Argentina por séptimo año consecutivo – Premio Sol Andino.

“Socios Regionales” en la Provincia de Misiones de Fundación Impulsar.

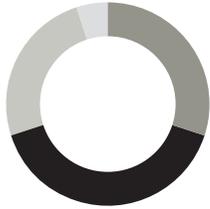
Mejor Desempeño Global,  
Premio Sol Andino de Plata.



#### MARCO REGULATORIO

Banco Macro S.A. cotiza sus acciones en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y se encuentra sujeto a las regulaciones del Banco Central de la República Argentina y de la Comisión Nacional de Valores. Cumplimos con las disposiciones de la SEC (Comisión Nacional de Valores de los Estados Unidos) y la Ley Sarbannes Oxley (SOX), cuyo objetivo es aumentar la transparencia y fiabilidad de la información financiera, profundizando el concepto de ética en los negocios y fortaleciendo la confianza del público en el régimen de oferta pública.

### Composición accionaria de Banco Macro



- Anses: 30%
- Accionistas controlantes: 40%
- ADR's: 25%
- Otros: 5%

Flotante: 30%

### Alianzas estratégicas



Banco Macro en números <sup>(1)</sup>	2010	2009
<b>Representación geográfica</b>		
Cantidad total de sucursales (participación en el sector financiero)	402 (10 %) <sup>(2)</sup>	408 (10%)
Cantidad total de cajeros automáticos	872	836 <sup>(2)</sup>
Cantidad total de terminales de autoservicio	732	713 <sup>(2)</sup>
<b>Indicadores Financieros (en millones de pesos) <sup>(3)</sup></b>		
Patrimonio Neto al cierre del Ejercicio	4.153	3.359
Activos	33.524	26.859
Préstamos al sector privado	16.186	11.527
Pasivos	29.371	23.500
Depósitos	23.407	18.593
Ingresos financieros <sup>(4)</sup>	3.728	3.860
Intereses por préstamos <sup>(4)</sup>	2.351	2.129
Egresos financieros <sup>(4)</sup>	(1.330)	(1.512)
Ingresos netos por servicios <sup>(4)</sup>	1.039	824
Gastos de administración <sup>(4)</sup>	(1.917)	(1.522)
Resultado Neto <sup>(4)</sup>	1.305	1.452
Utilidades y pérdidas diversas y participación de terceros <sup>(4)</sup>	71	(41,4)
Resultado del Ejercicio <sup>(4)</sup>	1.010	752
Dividendos otorgados <sup>(5)</sup>	208	150
<b>Impuestos pagados en Argentina (en millones de pesos)</b>		
Impuesto a las Ganancias <sup>(4)</sup>	(366)	(659)
Ingresos Brutos	(182)	(144)
Impuestos a las Transacciones Financieras <sup>(6)</sup>	(58)	(43)

<sup>(1)</sup> Los valores discrepan de lo reportado en el Informe de RSE 2009 por un cambio en el alcance del cálculo de los datos, incluyendo información sobre Banco Macro y Banco del Tucumán.

<sup>(2)</sup> Durante 2010 se inauguraron 7 nuevas sucursales, y se cerraron 13.

<sup>(3)</sup> Datos de acuerdo a lo publicado en la Memoria y Balance 2010 de Banco Macro.

<sup>(4)</sup> Los resultados fueron considerados positivos, para las ganancias, y negativos, reportados en paréntesis, para las pérdidas.

<sup>(5)</sup> Corresponde a los dividendos pagados en esos períodos.

<sup>(6)</sup> Corresponde a Ley 25.413 - Impuesto a los débitos y créditos bancarios.

# PRESENTACIÓN DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA 2010



## CARTA DE JORGE BRITO, PRESIDENTE

El año 2010 nos encontró en una etapa de madurez. Somos el primer Banco nacional de capitales privados, y nuestro objetivo sigue siendo el mismo que hace años: ser una organización verdaderamente federal que ayude a concretar los proyectos empresarios y personales de nuestros Clientes.

Seguimos fieles a nuestra misión de acompañar el desarrollo económico y social del país estando cerca de nuestros Clientes. En esta línea, compramos el 100% del paquete accionario del Banco Privado de Inversiones, reforzando así nuestra estrategia en Buenos Aires.

En 2010 nuestras utilidades crecieron un 34%, ascendiendo a \$ 1.010,4 millones, y los Préstamos al Sector Privado crecieron más del 42%, mostrando una solidez en nuestros resultados económicos, que presentan ganancias desde hace 36 trimestres.

Estuvimos y estamos donde pensamos que se nos necesita. Contamos con una cartera que supera los 2.400.000 Clientes individuos y los 100.000 Clientes empresas, los cuales son atendidos en más de 440 puntos de atención distribuidos por todo el territorio nacional; generando puestos de trabajo e inversiones que acompañan el desarrollo de la Argentina, y consolidando nuestra posición de ser la primera y única alternativa para la demanda de servicios financieros de todos los que viven, trabajan y producen en 60 lugares remotos de nuestro país.

En relación a la atención y satisfacción del Cliente, trabajamos permanentemente por la mejora continua; buscando el incremento de la calidad de los servicios que brindamos, una preferente dedicación para detectar y resolver los problemas de los Clientes, la mejora de los sistemas de información, y una actitud atenta y responsable para preservar e incrementar la eficiencia de la organización.

Hoy el Grupo Macro es una comunidad de ocho mil familias, un Banco integrado a la comunidad desde donde también somos parte de la construcción nacional. Buscamos que nuestras prácticas sean ejemplo para otras organizaciones desde el aspecto profesional y ético, permitiendo a todos los que formamos parte del Grupo Macro integrar un ambiente de trabajo en que podamos desarrollarnos y brindar un servicio inmejorable para nuestros Clientes.

Siempre creímos y creemos que no es posible la realización de una empresa en el marco de una sociedad que no sea justa. Tampoco, como individuos, nos interesa ese escenario. Es por eso que somos consecuentes con el deseo de que el país sea exitoso, lo que implica la posibilidad de que todos los miembros de la sociedad tengan oportunidad de estudiar, formarse y prosperar. Nos sentimos identificados con esta Nación, con su futuro y su destino, y es por ello que ya hemos manifestado nuestra vocación por continuar nuestro camino, sin resignar el lugar al que con tanto esfuerzo hemos llegado.

Lograr las metas que nos proponemos representa siempre un desafío. Acceder a las mismas, comporta una satisfacción. El cumplimiento de los objetivos es la evidencia de haber dado lo mejor de nosotros, y el estímulo para seguir creciendo y mejorando continuamente en pos de una meta más ambiciosa, como parte de un proceso constante de crecimiento.

Desde mi lugar como empresario, sigo apostando al modelo de país de largo plazo. Con responsabilidad social y con vocación de arriesgar junto con los que arriesgan por el país.

En este marco de responsabilidad, ética, fidelidad a nuestros Clientes y compromiso con la sociedad de la que formamos parte, trabajamos desde hace cuatro años ya en rendir cuentas a nuestros públicos clave a través de este Informe de RSE; y desde el año pasado, en comunicar el cumplimiento de los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas a los que adherimos en 2009.

Agradecemos a todos nuestros empleados que participaron de esta publicación y esperamos que a través de estas páginas conozcan un poco más a Banco Macro y nuestra convicción de seguir invirtiendo en el Banco, para que crezca y siga siendo un Banco argentino para la sociedad argentina, construido como el país de nuestros abuelos, con la dedicación y el trabajo de todos nosotros.



**JORGE HORACIO BRITO**  
PRESIDENTE



**CARTA DE MILAGRO MEDRANO,  
GERENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES (RR.II.)**

Tengo el orgullo de presentar nuestro cuarto Informe de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), en el cual comunicamos nuestra gestión en el ámbito económico, social y ambiental durante el año 2010, y nuestro vínculo con los públicos clave de este Banco: empleados, Clientes, proveedores, el medio ambiente y la sociedad en general.

Nuestro espíritu por la responsabilidad en el desempeño de nuestras operaciones nació con la constitución del Banco hace ya más de 30 años. Esta cultura basada en un comportamiento ético y el compromiso con nuestros grupos de interés se fue formalizando a partir de la creación del área de RSE en 2006. Luego de cinco años, hoy en Banco Macro conformamos un equipo de colaboradores interdisciplinario que trabaja en el armado de un Plan de RSE transversal a la empresa, con objetivos medibles para el año y desafíos para el corto, mediano y largo plazo.

Es así como vamos delineando nuestra estrategia de RSE de la mano de la creación de productos y servicios financieros para sectores vulnerables, haciendo cumplir nuestro rol activo dentro de la sociedad argentina. Enfocados en las personas de bajos recursos y poco acceso al sistema bancario, este año contamos con 187 convenios para beneficio del Cliente en desventaja: convenios con organismos públicos y organizaciones de la sociedad civil para acuerdos de financiamiento de viviendas, educación, sanidad, transporte; otorgando 9.785 préstamos por \$ 139,9 millones. Por su parte, apoyamos permanentemente a las pequeñas y medianas empresas (Pymes), haciendo este año un especial énfasis en Micro Empresas y empresas del segmento Agro.

En línea con nuestra estrategia como grupo de orientar el crecimiento hacia el interior del país, privilegiamos nuestras compras a empresas proveedoras que sean locales y Pymes. Además del compromiso social en la cadena de valor, trabajamos para minimizar el impacto ambiental a partir de la compra de papel a empresas con las certificaciones pertinentes. A su vez, realizamos en nuestras oficinas y sucursales acciones para preservar los recursos naturales que usamos en nuestras operaciones diarias: la invitación a nuestros Clientes a adherirse al e-resumen con una aceptación de 84.704 personas y empresas, las campañas de reciclado de papel y plástico; y las prácticas enfocadas en la reducción del consumo de energía.

Internamente, durante el año trabajamos para seguir brindando a nuestros colaboradores oportunidades de crecimiento profesional y personal, en un ambiente laboral armónico y seguro. Durante 2010 seguimos ofreciendo una variada gama de capacitaciones online a través de nuestra plataforma EduMacro, la cual relanzamos este año con un diseño más moderno y práctico, y nuevas herramientas como los foros; acompañada de un Plan de capacitación regional y el Programa para gerentes. También vale la pena destacar que otorgamos el Premio Macro Destaca a 34 colaboradores por sus actitudes positivas como la innovación, la actitud de servicio, organización y la contribución al buen ambiente de trabajo.

Nuestro compromiso con el desarrollo local se manifiesta no solo en la cadena de valor sino también en la inversión y acción social que realizamos todos los años. En 2010

invertimos 4.608.589 pesos en programas propios y en alianzas con otras organizaciones para la implementación de acciones que beneficiaron a más de 68.800 personas. A su vez, profundizamos nuestro programa de voluntariado “Generando el Cambio” incrementando la cantidad de colaboradores que participan activamente en las comunidades.

Estas actividades realizadas en 2010 y muchas más se encuentran descriptas en este Informe que compartimos con ustedes, y que fue realizado gracias a la participación de un equipo de trabajo conformado por todas las áreas del Banco. Para su elaboración hemos utilizado la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI), alcanzando un Nivel de Aplicación C.

Cumplir con estos compromisos y haber realizado estas acciones con beneficio social y ambiental para nuestros grupos de interés nos llena de satisfacción como Banco y como argentinos. Con este espíritu y la mirada puesta en el largo plazo, nos seguimos proponiendo desafíos en materia de RSE para lograr un país justo, solidario y equitativo.



**MARÍA MILAGRO MEDRANO**  
**GERENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES (RR.II.)**



# GOBIERNO CORPORATIVO

EL DIRECTORIO CUENTA CON UN FUERTE  
COMPROMISO CON LA EXCELENCIA



# GOBIERNO CORPORATIVO

## Contacto con los accionistas

La relación entre el Directorio y los accionistas es a través del área de Relación con Inversores, que organiza periódicamente reuniones telefónicas con los inversores en las cuales se presentan los informes trimestrales de resultados. A su vez, publicamos la información financiera periódicamente en nuestro sitio Web corporativo:  
<http://www.macro.com.ar/scp/inv.asp>

## Comités que integran los Directores del Banco

- Comité Ejecutivo
- Comité de Auditoría
- Comité de Riesgo Operacional
- Comité de Prevención del Lavado de Dinero
- Comité de Auditoría Interna
- Comité de Sistemas y Tecnología
- Comité de Activos y Pasivos
- Comités de Créditos
- Comités de Recupero

Nuestro Directorio, compuesto por 11 miembros titulares elegidos por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas, es nuestro máximo órgano de gobierno y tiene la responsabilidad de administrar el Banco, determinando y estableciendo sus políticas de gestión y desarrollo. Para ello, se reúnen tantas veces como lo exijan los intereses de Banco Macro, y al menos una vez por mes.

No existen requisitos formales para integrar el Directorio, más allá de los que la normativa aplicable establece.

Los antecedentes de los directores elegidos por la Asamblea son evaluados también por el Banco Central y no pueden asumir sus cargos sin la conformidad previa del Directorio de esa Institución. El Directorio está compuesto por personas con idoneidad y experiencia vinculada con la actividad financiera, según la normativa del Banco Central de la República Argentina. El 8% son Directores Mujeres.

La Asamblea de Accionistas establece un monto determinado como retribución anual a los directores de acuerdo a criterios de razonabilidad, en función de los resultados obtenidos durante su gestión y teniendo en cuenta las disposiciones de la Ley de Sociedades Comerciales N° 19.550, modificatorias y complementarias.

## MARCO DE ACTUACIÓN DE NUESTRO GOBIERNO

- **Código de Gobierno Societario:** refuerza los conceptos contenidos en el decreto delegado sobre Régimen de Transparencia de la Oferta Pública N° 677/01 (B.O.: 28/05/01).
- **Código de Protección al Inversor:** establece lineamientos y recomendaciones en relación al cumplimiento de normas de protección al inversor en el ámbito de la oferta pública.
- **Código de Prácticas Bancarias:** promueve los derechos del usuario de servicios y productos financieros, emitido por el Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias de la República Argentina.
- **Código de Ética:** abarca a Funcionarios y Directores de primera línea.
- **Código de Conducta de la empresa:** se aplica a todos nuestros colaboradores.



Comprometido con los valores del Banco, el Directorio gestiona los negocios pensando en el largo plazo.

---

**Miembros del Directorio**

**Presidente**

Jorge Horacio Brito

**Vicepresidente**

Delfín Jorge Ezequiel Carballo

**Directores Titulares**

Jorge Pablo Brito

Juan Pablo Brito Devoto

Roberto Julio Eilbaum

Luis Carlos Cerolini

Carlos Enrique Videla <sup>(1)</sup>

Alejandro Macfarlane <sup>(1)</sup>

Guillermo Eduardo Stanley <sup>(1)</sup>

Constanza Brito

Marcos Brito

Rafael Magnanini

**Directores Suplentes**

Mario Eduardo Bartolomé

Ernesto Eduardo Medina

Delfín Federico Ezequiel Carballo

Fernando Raúl García Pulles <sup>(1)</sup>

---

<sup>(1)</sup> Director independiente – Miembro del Comité de Auditoría.



# **TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN: CLAVE PARA LA SUSTENTABILIDAD DEL NEGOCIO**

**PENSAMOS AL NEGOCIO DESDE LA SUSTENTABILIDAD  
Y RESPONSABILIDAD DE LA GESTIÓN**





# TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN: CLAVE PARA LA SUSTENTABILIDAD DEL NEGOCIO

La Gerencia de Auditoría Interna, compuesta por un equipo de 98 empleados, emitió 440 informes sobre la Red de Sucursales, 62 Informes sobre áreas centrales (que incluyen trabajos sobre Procesos Crediticios, Financieros, Contables y Operativos) y 33 de Auditoría de Sistemas y Tecnología sobre las entidades financieras del Grupo Macro y subsidiarias, abarcando pruebas sobre el diseño de los procesos, evaluación de su funcionamiento y pruebas sustantivas.

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

En Banco Macro contamos con un Sistema de Control Interno que tiene sustento principal en la integridad, los valores éticos y morales, y la idoneidad de quienes lo componen. El objetivo es asistir a los niveles directivos y gerenciales en la toma de decisiones en pos de la transparencia y la ética en el desarrollo de las operaciones.

Se implementa uniendo el cumplimiento de las normas con la responsabilidad de todos nuestros empleados, donde cada uno cumple un rol importante en esta tarea. Para eso contamos con normas y políticas que dan un adecuado marco al ambiente de control y contemplan los valores corporativos. Este sistema es evaluado en forma permanente por diversos actores, principalmente el área de Auditoría Interna, con el objetivo de testear el cumplimiento de los requisitos legales, regulatorios e internos que aseguren su adecuado funcionamiento.

En este marco, pusimos a disposición del personal, los proveedores, los inversores y terceros un canal confidencial de comunicación llamado Línea de Transparencia. Dicho canal permite reportar posibles irregularidades relativas a temas contables, de auditoría y control interno, que luego van a ser analizados por el Comité de Auditoría. En 2010 se recibieron 16 mensajes por medio de este canal. Ninguno de estos mensajes estuvieron relacionados con cuestiones para lo cual fue creado y ni debían ser tratados por el Comité. Los Clientes que dejaron mensajes utilizaron este canal como un medio de comunicación adicional a los existentes en el Banco, y por lo tanto se derivaron a otras áreas del Banco donde fueron analizados y resueltos.

## GESTIÓN DE RIESGOS

Nuestra Política Marco de Gestión de Riesgos fue diseñada para identificar eventos potenciales que puedan afectar a la organización, gestionar sus implicancias dentro del rango de riesgo aceptado y proporcionar una seguridad razonable sobre el logro de los objetivos.

Durante 2010 pusimos en funcionamiento una herramienta para la gestión del riesgo operacional, a través de la cual se administran los riesgos identificados y se muestran los diferentes indicadores, de manera de poseer un sistema de información que permita exponer una visión global acerca de los resultados de las diferentes prácticas y herramientas que hacen a la administración del riesgo operacional.



Este año realizamos una Matriz de Riesgos que contempla riesgos de tipo operativo, informáticos y SOX que permite garantizar, en función de los resultados obtenidos, que determinada estrategia cubrirá los riesgos más significativos, permitiendo una adecuada asignación de los recursos del Área.

Durante el Ejercicio 2010 fueron realizadas las revisiones de temas relacionados con la Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, Gestión de Reclamos y Protección de datos personales, entre otros, con el fin de constatar la efectividad y eficiencia de las operaciones, verificar el grado de cumplimiento de las normas operativas y legales vigentes y la confiabilidad de la información, que permitió emitir opinión sobre el ambiente de control.



Por su parte, con el objetivo de reforzar la función del riesgo operacional y continuando con el proceso iniciado en 2009, durante 2010 avanzamos con la implementación de la metodología a través del cual las áreas de TI identifican, evalúan y controlan los riesgos relacionados con los activos de Información del Banco y con eventos particulares, generando información que luego es considerada en la toma de decisiones.

Avanzamos en el análisis de riesgo de los procesos de TI, de los aplicativos de negocio y software de soporte y de la infraestructura tecnológica que facilita la operatoria. Este proceso responde a adecuaciones normativas y alimenta el proceso de Riesgo Operacional en vigencia en la Entidad, permitiendo identificar y accionar preventivamente a fin de minimizar los riesgos inherentes a la actividad.

A su vez, este año comenzamos el proceso de implementación de la herramienta ACM.rsk destinada a la administración integral de riesgos, que adicionalmente hará posible la automatización de los circuitos relacionados con el proceso de certificación SOX y la administración de Riesgo Operacional, permitiendo a los dueños de procesos gestionar los riesgos de manera integral y homogénea, así como generar reportes para monitorear el funcionamiento y analizar aquellos desvíos que se encuentren por encima de los niveles esperados.

La Gerencia de Riesgo Crediticio ha contemplado como un Objetivo del año 2011 la incorporación, dentro de las políticas y procedimientos de riesgo de crédito correspondientes a Banca Empresas, de lineamientos acerca del impacto medioambiental que generan los Clientes del Banco en el ejercicio de su actividad económica. Para ello, se prevé llevar a cabo un relevamiento sobre aquellas actividades que conlleven un alto impacto ambiental y se incluirán estos criterios en los procedimientos y formularios que integran el Proceso de Calificación Crediticia; como así también en las evaluaciones de riesgo, el abordaje y análisis del tema.



## Minimizar los riesgos es parte de la esencia de nuestro negocio.

---

### Gestión de riesgos

#### Riesgo Crediticio

Gestionamos el riesgo en función de cada tipo de Cliente, brindando soporte técnico para las decisiones de crédito. Para ello contamos con manuales de procedimientos y herramientas (sistemas de información, sistemas de calificación y seguimiento, modelos de medición, y políticas de recupero de la cartera en mora).

---

#### Riesgo Operacional

Parte del Modelo Evolutivo Integral de Gestión de Riesgos Operativos comprende la identificación, medición, administración y monitoreo de los riesgos operativos, y un plan de capacitación a través del cual se transmiten los conceptos inherentes al Riesgo Operativo y el cambio cultural que esto genera. Contamos con un Comité de Riesgo Operacional cuya principal misión es asegurar un plan de Gestión de Riesgo Operacional que incluya políticas, programas, mediciones y competencias para identificar, evaluar y administrar los riesgos con el objeto de asistir a los Gerentes de Área y al Directorio del Banco, en un entorno de riesgos rápidamente cambiantes y significativos.

---

#### Riesgos relacionados con Tecnología Informática

Contamos con planes de contingencia y continuidad de negocios de manera de minimizar los riesgos que puedan llegar a afectar la continuidad operativa del Banco.

---

#### Riesgos de mercado, liquidez y precio

La estrategia de inversiones del Banco es revisada periódicamente por el Comité de Activos y Pasivos (CAP) en el contexto de las tendencias económicas y de mercado en relación con el riesgo de mercado, concentración de activos y pasivos, vencimiento, tasa de retorno esperada e inversiones alternativas.

---

#### Riesgos del trabajo

Desarrollamos acciones para asegurar que todos nuestros empleados trabajen en un ambiente seguro en cuanto a salud y seguridad. Incluimos dentro de plan de seguridad anual exigido por el B.C.R.A., las políticas y pautas de acción del servicio de Seguridad e Higiene: reducción de siniestros, respuesta ante emergencias, prevención de accidentes y enfermedades laborales.

---

#### Prevención e Investigación de fraudes

Desde la Gerencia de Prevención e Investigación de fraudes, elaboramos estrategias tendientes a optimizar los estándares de seguridad integral en lo que respecta a la prevención y neutralización de actividades fraudulentas.

---



### **PREVENCIÓN DEL LAVADO DE DINERO Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO**

Durante el Ejercicio 2010 hemos desarrollado nuevos sistemas de monitoreo e incrementado los programas de capacitación, entrenamiento y actualización en cuanto a prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo para nuestros empleados, lo que permite un reconocimiento e identificación rápida de las diferentes operatorias de riesgo.

Durante 2010 realizamos capacitaciones presenciales a Gerentes, Ejecutivos de Clientes y Responsables Operativos de Santa Fe, Córdoba, Salta y Buenos Aires, ascendiendo a un total de 324 participantes convocados en 13 eventos, lo cual representa 972 horas hombre. En las sucursales incorporamos esta temática en el programa de capacitación “Promacro”. Además, organizamos capacitaciones a distancia para 371 ingresantes y 2.661 colaboradores de puestos comerciales de la red y áreas centrales, mediante el sistema de *e-learning* con preguntas rotativas para cada destinatario. A los efectos de mejorar los resultados obtenidos en las capacitaciones, brindamos un curso de “formación para capacitadores” a dos integrantes del área de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, los cuales tuvieron bajo su responsabilidad los 13 eventos realizados durante 2010.



Por su parte, Auditoría Interna verificó la existencia y el cumplimiento del Programa de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo implementado por las Empresas del Grupo y los controles relacionados con la materia.

De esta manera, nuestro alcance en el control del Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo abarca a todo el Banco, a nuestros empleados y a nuestros Clientes a partir del conocimiento de su perfil, el control de las transacciones y el trabajo conjunto en alianza con entes de control.



# CONSOLIDACIÓN DE LA RSE EN LA GESTIÓN DEL NEGOCIO

CONSIDERAMOS A LA RSE COMO UN COMPROMISO  
QUE ESTÁ GRABADO EN NUESTRO ADN CORPORATIVO



# CONSOLIDACIÓN DE LA RSE EN LA GESTIÓN DEL NEGOCIO

Nuestra estrategia de RSE se materializa día a día con mejores prácticas, aplicando responsablemente nuestros productos y servicios para lograr generar un impacto social y ambiental positivo.

## UNA ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA ADAPTADA AL BANCO

Somos conscientes que el éxito del negocio no sirve de nada sino está enmarcado en una sociedad que también crece y se desarrolla respetando a las personas y las comunidades en las que actúa. Éste es nuestro compromiso.

En Banco Macro consideramos la Responsabilidad Social Empresaria como un modelo de gestión que se incorpora de manera transversal en todas nuestras actividades y áreas del negocio. Las acciones que desempeñamos en esta materia reflejan los vínculos tendidos con todos nuestros grupos de interés y nuestra mirada en pos del desarrollo sustentable de nuestro país.

Nuestra estrategia de RSE se basa en poder aplicar de manera responsable nuestros productos y servicios, y conocimientos del mercado financiero generando un impacto social y ambiental positivo. El Departamento de RSE del Área de Relaciones Institucionales que depende de forma directa del Directorio es el responsable de la coordinación de esta estrategia y de articular con las otras áreas del Banco la puesta en marcha de las iniciativas y proyectos de RSE.

En este marco, estamos trabajando en diagramar un plan de acción a partir de un diagnóstico de la situación actual de la gestión de RSE en el Banco y de las oportunidades de mejora detectadas en los procesos de elaboración del Informe de RSE. A su vez, estamos trabajando en la sistematización de los resultados de las actividades realizadas en esta materia y en generar indicadores que midan el impacto en los grupos de interés.

Para poder focalizarnos en los aspectos de la RSE que son relevantes al Banco, realizamos con el Grupo de Trabajo de RSE –compuesto por mandos medios de todas las áreas de la empresa– un ejercicio de selección de temas materiales para la gestión de RSE de Banco Macro. En un encuentro presencial, todos acordaron las siguientes prácticas, las cuales presentamos por orden de importancia para este Grupo:

1. Productos y Servicios para personas de bajos recursos.
2. Cláusulas en solicitudes para no financiar a empresas que generan daños ambientales.
3. Gestión eficiente de recursos.
4. Gestión eficiente de residuos, como los tecnológicos.
5. Medición del nivel de satisfacción de Clientes.

### Objetivos de nuestra estrategia de RSE:

- Capacitar gradualmente a todas las áreas del Banco sobre prácticas de RSE.
- Comprender las expectativas de los grupos de interés.
- Monitorear el desempeño socio-ambiental del Banco en relación a su impacto social.
- Diseñar planes de acción que respondan a las expectativas de cada grupo de interés.
- Difundir en los medios de comunicación y entre los empleados las acciones de RSE y hacer que se conozcan las medidas tomadas en relación al tema.
- Trabajar de forma mancomunada con Fundación Banco Macro dando respuesta a los pedidos que presentan las diferentes organizaciones de la sociedad civil en materia de donaciones y colaboraciones.
- Organizar y poner en marcha diversos programas sociales, trabajando en alianza con instituciones de la sociedad civil.



6. Cuidado de datos de confidencialidad de Clientes.
7. Capacitación a empleados.
8. Voluntariado Corporativo.
9. Trabajo junto a la comunidad para fomentar el desarrollo local, especialmente en comunidades donde sólo hay presencia de Banco Macro.
10. Compras inclusivas con proveedores.
11. Alianzas con Clientes.
12. Microfinanzas.

Así definimos nuestros desafíos en la gestión de la RSE. Muchos de ellos ya los empezamos a trabajar con las áreas correspondientes y los reportamos en este Informe, y otros serán desafíos para el futuro. En primer lugar, atendemos a clientes con bajo grado de bancarización en todo el país y las demandas de los sectores más aislados, trabajando por un país justo, solidario y equitativo.

Estar cerca de nuestros públicos clave es parte fundamental en nuestra estrategia de RSE.



#### **UN DIÁLOGO CERCANO PARA AFIANZAR NUESTRO VÍNCULO DE LARGO PLAZO**

La comunicación permanente con nuestros grupos de interés alimenta el crecimiento de nuestra estrategia de Responsabilidad Social Empresaria a partir de sus opiniones, sugerencias y expectativas sobre la gestión del Banco en materia económica, social y ambiental.

Mediante canales unidireccionales y bidireccionales nos contactamos con los públicos clave para rendir cuentas de forma clara y transparente; y escucharlos activamente en encuestas, encuentros, reuniones y conferencias, entre otros.



**Canales de diálogo y comunicación con nuestros principales Grupos de Interés**

**Comunidad cercana, instituciones académicas y tercer sector**  
 Análisis situacional y medición de impactos, sitio Web (sección RSE), *newsletter* institucional, visitas de campo, reuniones de seguimiento y contacto permanente, visitas y exposiciones en universidades.

**Colaboradores internos y sindicatos**  
 Intranet, Revista Visión, mail de presidencia, contacto directo con sucursales, reuniones con el presidente del Banco, plan de visitas a sucursales, reuniones de los niveles de mando con sus equipos de trabajo, buzón de sugerencias, Línea de Transparencia, reuniones ProMacro.

**Clientes**  
 Centros de Atención Telefónica, Terminales de Autoservicio, Home Banking, Macro Móvil, Sucursales, Centros Megras, Centro de Jubilados o pagos, Línea de Transparencia, Encuesta de satisfacción, *newsletter* institucional, sitio web, estudios comparativos de satisfacción de Clientes y estudios de campo.

**Accionistas**  
 Memoria y Balance, Asamblea de Accionistas, Código de Protección al Inversor, Línea de Transparencia, informes trimestrales.

**Industria financiera**  
 Estudios de campo, reuniones del sector, intercambio de información.



**Proveedores**  
 Sitio web, Centros de Atención Telefónica, encuentros personalizados, Programa "Conozca a su proveedor" (visitas a proveedores), Línea de Transparencia, correo electrónico.

**Organismos internacionales, gubernamentales y de regulación nacional**  
 Participación en foros y seminarios, sitio web corporativo, creación de espacios de diálogo.

**Medios de comunicación**  
 Gacetillas de prensa, desayunos con periodistas y rondas de prensa.



# NUESTRA CADENA DE VALOR

TRABAJAMOS PROMOVRIENDO EL DESARROLLO  
DE NUESTRA CADENA DE VALOR: EMPLEADOS,  
CLIENTES Y PROVEEDORES



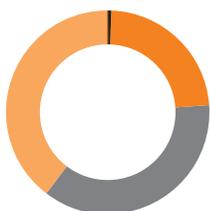
# NUESTRA CADENA DE VALOR

## Distribución de la plantilla por antigüedad laboral



- Menor de 5 años: 23%
- Rango entre 5 y 9 años: 9%
- Rango entre 10 y 14 años: 21%
- Rango entre 15 y 19 años: 15%
- Rango entre 20 y 24 años: 9%
- Rango entre 25 y 29 años: 9%
- Mayor de 30 años: 14%

## Distribución de la plantilla por categoría profesional



- Alta Gerencia: 0,25%
- Gerente: 0,58%
- Jefe/Supervisor: 23,07%
- Analista/Oficiales: 36,60%
- Empleado: 39,51%

El aporte más importante para el crecimiento del Grupo Macro, es el equipo de gente que lo compone. Por eso desde Recursos Humanos queremos asegurar que todos nuestros colaboradores se desarrollen profesionalmente en un buen ambiente de trabajo, con armonía y con las herramientas que necesitan para cumplir con su tarea eficientemente.

## NUESTRA GENTE

Capital humano en números	2010	2009
Cantidad de colaboradores	8.154 <sup>(1)</sup>	7.810
Colaboradores Mujeres	34%	34%
Colaboradores Hombres	66%	66%
Edad promedio	42,77	42,83
Antigüedad promedio	15,38	15,64

(1) El incremento se debe a la compra del Banco Privado de Inversiones en septiembre de 2010.

## Compartir valores con el equipo de trabajo

Basados en nuestro principio fundamental de estar siempre cerca, trabajamos para que las personas que trabajen en el Banco se sientan parte de un gran equipo que comparte una cultura y valores. Teniendo en cuenta las fusiones y compras de nuevas entidades que fuimos realizando a lo largo de los últimos años, en 2010 pusimos en marcha el Programa de Integración con el objetivo de integrar y sistematizar las diferentes acciones y encuentros entre poblaciones y niveles.

En este marco, trabajamos sobre cuatro aspectos importantes para el Banco:

- **Cultura:** transmitiendo la estrategia del Banco, comunicando de manera homogénea temas importantes de las áreas y del Banco para que todos se sientan parte de los logros y fortalezcan aún más su pertenencia y cultura Macro.
- **Reconocimiento:** premiando y dando a conocer las mejores prácticas y las mejores actitudes de nuestros colaboradores.
- **Interacción entre Áreas:** para asegurar que la información fluya en todos los sentidos y mejorar procesos comunes.
- **Clima de trabajo:** reforzando el trabajo en equipo dentro de las áreas.

### Distribución de la plantilla por zona geográfica



■ Colaboradores en Capital Federal y Gran Buenos Aires: 22%

■ Colaboradores en el interior del país: 78%

■ Colaboradores en áreas centrales: 37%

■ Colaboradores en la red de sucursales: 63%

### Valores compartidos:

- Responsabilidad
- Igualdad de oportunidades
- Ejecutividad
- Compromiso
- Lealtad
- Honestidad
- Buena comunicación
- Trabajo en equipo
- Desarrollo humano

### Oportunidades laborales

Durante el año mantuvimos las acciones direccionadas a la inserción laboral de los jóvenes con el Programa de Empleos de Tucumán y la integración permanente de estudiantes a los equipos del Banco. Durante 2010, 136 posiciones fueron cubiertas por empleados del Banco y además se realizaron 148 promociones internas. En cuanto a las búsquedas externas, se efectivizaron 507 en este período. En el marco del Programa Nacional de Pasantías, en 2010 efectivizamos a 23 jóvenes que habían participado en dicho Programa.

### Edad promedio



■ Hasta 30 años: 16%

■ De 30 a 50 años: 57%

■ Más de 50 años: 27%

Por su parte, por segundo año consecutivo participamos del Programa de Entrenamiento para el Trabajo de Jóvenes Tucumanos (PET), y su extensión, el Programa de Inserción Laboral (PIL), instrumentados a partir de un convenio entre la Secretaría de Empleo del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social, y la Secretaría de Estado de Planeamiento del Gobierno de la Provincia de Tucumán. Estos programas buscan aumentar la empleabilidad a fin de mejorar la calidad de vida, contribuyendo con el desarrollo integral de la persona, preparando a jóvenes desocupados con el fin de fortalecer sus habilidades y capacidades laborales. El PET tiene una duración de seis meses, con la posibilidad de ser efectivizados luego de finalizar el programa. Además, pasados los 6 meses de entrenamiento se tiene la posibilidad de seguir con el joven mediante las condiciones y beneficios del PIL. Durante el año 2010 se incorporaron 19 jóvenes a través de la modalidad de contratación del PET. Los lugares de trabajo comprendían no sólo a las sucursales ubicadas en San Miguel de Tucumán, sino también a algunas de las ubicadas en el interior de la provincia: La Cocha, Concepción, Aguilares, Tafi Viejo y Banda del Río Salí. De estos 19 jóvenes, en 2010 se efectivizó a 6 a través del programa PIL.

### Premio Macro Destaca



Destaca la actuación de aquellos colaboradores que sobresalen con actitudes positivas como la innovación, la actitud de servicio, organización y la contribución al buen ambiente de trabajo; y superan las expectativas de nuestros Clientes en el trato y la calidad que se les brinda. Durante 2010 premiamos a 34 colaboradores.

### Consolidación de la estructura interna

En línea con el cambio cultural iniciado hace ya algunos años y para apoyar el crecimiento de nuestra organización sobre una base sustentable, durante 2010 trabajamos para asegurar el Crecimiento Orgánico y el Orden Interno. Es decir, hacer crecer nuestros negocios no sólo por expansión de la estructura sino sobre la base de la inversión para agregar calidad y eficiencia en los procesos de trabajo.

En este sentido, uno de los aspectos más importantes en los cuales trabajamos en el año fue la coordinación con las diferentes gerencias en la integración a los procesos de trabajo y cultura Macro de los empleados que se sumaron por la adquisición del Banco Privado de Inversiones.



A su vez, para enfocar y potenciar el trabajo del Banco lanzamos (para aplicar durante 2011) un nuevo sistema de objetivos para todos los colaboradores de la red de sucursales, donde medimos la contribución adicional e individual de cada miembro a los resultados de la sucursal, que incluyen variables de calidad y eficiencia como aspectos indiscutibles.

Este año cambiamos el foco de la estrategia de medición de la satisfacción de nuestros Clientes internos, pasando de la Encuesta de Clima Interno a encuesta y encuestas presenciales que mantuvieron los responsables regionales de Recursos Humanos con todos nuestros colaboradores.

#### Formación para el desarrollo profesional

Es un claro valor en el Grupo que los niveles de conducción sean la fuente principal de transmisión de conocimientos y de la cultura Macro. En esta línea, ampliamos el plan de actividades de liderazgo y desarrollo gerencial, en algunos casos con programas nuevos como el de Gerentes de Sucursal, de la mano de la Universidad Católica Argentina y realizado junto a otros bancos de la Asociación de Bancos Privados de Capital Argentino (ADEBA).

En términos de formación, desarrollamos actividades de capacitación por puesto según las necesidades, realidades y demandas del negocio local o de las áreas centrales a partir del Plan de Capacitación Regional lanzado en 2009.

Los equipos comerciales también se enfocaron a desarrollar sus habilidades de venta y calidad de atención. Reforzaron sus conocimientos tanto de productos como de gestión de riesgo para asegurar mejores negocios y una rápida capacidad de respuesta a nuestros Clientes en todas las bancas.



### EduMacro

Es nuestra herramienta de *e-learning* donde nuestros empleados se capacitan a distancia en las diferentes temáticas, dando así la oportunidad de formación a todo el personal, independientemente de su ubicación. A su vez, esta plataforma es de gran utilidad para que nuestros empleados se puedan informar sobre temas de interés del Banco y aspectos fundamentales para nuestra gestión. En 2010 se relanzó el sitio con un diseño más moderno y práctico, y nuevas herramientas como los foros. Se actualizaron y realizaron 25 nuevos cursos de *e-learning* sobre productos, normativas, procesos, herramientas para desarrollar habilidades y temas internos.

Adicionalmente y para estimular que cada colaborador gestione su formación profesional, seguimos incrementando el plan de convenios de estudio de grado con universidades de distintos lugares del país: Universidad Católica Argentina, Universidad Abierta Interamericana, Universidad Argentina de la Empresa, Universidad Blas Pascal, Universidad del Siglo XXI, Universidad Tecnológica Nacional y Universidad Gastón Dachary. Esto también es un beneficio ya que en muchos de los casos logramos que los convenios se hagan extensivos al grupo familiar de nuestros colaboradores.

Nuestras actividades de formación se dividen en:

- **Actividades de formación o capacitación:** Acciones educativas planificadas, presenciales o *e-learning*s que proporcionan a los empleados herramientas teóricas y prácticas para adquirir, mantener, reforzar y actualizar conocimientos técnicos o habilidades interpersonales y destrezas.
- **Actividades de desarrollo:** Acciones específicas de desarrollo y *coaching*, que tienen como objetivo ayudar a los empleados a manejar responsabilidades futuras a partir de responsabilidades actuales. Se originan luego de diagnosticar y planificar un plan de desarrollo individual junto al jefe del empleado.
- **Actividades de integración:** Tienen como objetivo generar espacios de encuentro grupal, donde se logre fortalecer la sinergia de los equipos de trabajo, recordar pautas de trabajo conjunto y definir un plan de acción a futuro.



Capacitación de colaboradores	2010	2009
<b>Total horas hombre</b>	<b>84.966</b>	<b>52.243</b>
<b>Total de participaciones</b>	<b>36.908</b>	<b>26.396</b>
Participaciones en cursos presenciales	7.878	4.525
Participaciones en cursos a distancia	28.292	21.871
<b>Personas participantes</b>	<b>7.327</b>	<b>5.815</b>
Personas en cursos presenciales	3.973	2.446
Personas en cursos a distancia	7327	3.369
% de Participación sobre Dotación Total	90%	74%

#### Plan de capacitación regional

Continuamos con este plan de capacitación y actualización, de aplicación y alcance variable según las necesidades, realidades y demandas del negocio local o de las áreas centrales.

Durante 2010 se realizaron más de 350 actividades de capacitación presenciales sobre temas ya desarrollados años anteriores y 12 nuevas temáticas, con instructores internos y externos, en 16 centros de capacitación a lo largo de todo el país, abarcando a empleados de todas las sucursales y áreas centrales.

#### Programa para gerentes

Con el objetivo de formar en liderazgo y desarrollo gerencial, durante 2010 llevamos a cabo el Programa Liderazgo para gerentes de sucursal con 356 participantes, y el Programa de gestión gerencial certificado por la Universidad Católica Argentina para gerentes de sucursal, en el cual participaron 53 gerentes. Asimismo, 111 gerentes de primer y segundo nivel de áreas centrales participaron de conferencias y talleres sobre habilidades de conducción.

#### Informar y dialogar con nuestros colaboradores

Pensamos que la información que se necesita para la tarea cotidiana tiene que estar a mano, ser clara y directa. Con este concepto renovamos y lanzamos una nueva Intranet, incorporando innovaciones en tecnología y colaborando en el mejor desarrollo de las actividades del Banco. Entre otras cosas, incluye un “buscador” lo que hace que sea un canal más ágil y además funcione como “reservorio” de la información. Asimismo, cuenta con secciones especiales de información regional, de información específica para empleados, de noticias actualizadas y de consultas sobre temas impositivos, entre otros. Como siempre, continuamos con los medios gráficos: la Revista interna Visión, trimestral, con información sobre acciones de RSE; Dossier especiales propios para cada Región y campañas específicas para acciones de integración; y festejos Macro como el cumpleaños del Banco.

Con el mismo espíritu de siempre de estar presentes en todas las regiones y “tomar los temas de primera mano”, mantuvimos el plan de reuniones en las sucursales de todo el país que incluyó desde encuentros de diálogo con funcionarios, máximas autoridades

y el Presidente del Banco, hasta el plan de visitas individuales de Relaciones con el Personal. A su vez, contamos con un mail especial de presidencia para que nuestros empleados puedan escribir directamente al Presidente del Banco. En esta línea, en 2010 realizamos las reuniones mensuales de ProMacro Sucursales con el objetivo de transmitir, de manera uniforme y a todas las sucursales del Grupo, la orientación y acciones institucionales de cada región donde está presente el Banco.

Por último, contamos con un Buzón de sugerencias donde recibimos mensajes de nuestros empleados y respondemos a sus inquietudes. En 2010, recibimos 314 sugerencias y respondimos 297. La diferencia se debe a mensajes repetidos o que correspondían a otro sector y fueron derivados al mismo.

Beneficios	Descripción
MEBA	Planes de medicina prepaga a precio preferencial (por mutual), subsidios por nacimientos, matrimonio y fallecimiento, reintegros para el titular y su grupo familiar directo, entregas de bolsos con útiles escolares, entre otros. Todo el personal del Banco recibe este beneficio.
Fondo de ayuda a empleados en situación de crisis	Apoyamos económicamente a los colaboradores que están atravesando una situación particular. Este beneficio está abierto a todo el personal que lo necesite.
Apoyo a colaboradores	Continuamos apoyando a colaboradores con casos críticos, asistencia social o enfermedades prolongadas, mediante programas de ayuda alternativos y eficientes.
Útiles escolares	Entregamos un kit de útiles escolares en el mes de marzo a todos los colaboradores cuyos hijos cursen salas de 3, de 4, escolaridad primaria y secundaria (incluye hijos adoptivos y a cargo). 6.066 empleados recibieron estos kits durante 2010.
Obsequios por nacimiento	Obsequiamos un regalo con artículos para el uso del bebé a los colaboradores que esperen el nacimiento de un hijo. Este beneficio se hace extensivo a los casos de adopción. En 2010, 379 empleados recibieron este obsequio.
Obsequios del Día del Niño	4.153 hijos de empleados recibieron obsequios por el Día del Niño.
Subsidio por Guardería	Ofrecemos este beneficio al personal femenino con hijos a partir de los 45 días del nacimiento y hasta el inicio de la escolaridad primaria. Todo el personal del Banco recibe este beneficio.
Campaña de vacunación antigripal	Desarrollamos una campaña de vacunación gratuita y voluntaria, para todos los colaboradores. Todo el personal del Banco recibe este beneficio.
Seguros de vida	Ofrecemos un servicio de vida colectivo obligatorio, y un seguro de vida optativo a todos nuestros colaboradores. Todo el personal del Banco recibe este beneficio.
Beneficio por hijo discapacitado	Brindamos un reintegro de dinero por cada hijo discapacitado, sin límite de edad. Este beneficio está abierto a todo el personal que lo necesite.
Licencia por adopción	Damos a los colaboradores que adoptan hijos la misma licencia de quienes son padres biológicos. No nos limitamos a los días establecidos por ley porque consideramos que necesitan un período de adaptación mayor. Este beneficio está abierto a todo el personal que lo necesite.
Conciliación vida familiar – profesional	Realizamos diferentes acciones como actividades deportivas y recreativas para los empleados, acceso a gimnasio con descuentos, concursos para hijos de empleados para acercar la familia al Banco. Este beneficio está abierto a todo el personal que lo necesite.
Descuentos especiales	Seguimos ampliando la cartera de Beneficios por convenios con Empresas que otorgan mejores condiciones a los colaboradores Macro en distintos rubros como turismo, indumentaria, farmacias, catering, etc. Todo el personal del Banco recibe este beneficio.

## Club Macro



El Club Macro ofrece a nuestros colaboradores y sus familias directas un espacio de recreación y actividades deportivas a lo largo de todo el año.

Con 390 socios del Banco, durante 2010 se practicaron los siguientes deportes: fútbol, tenis, paddle, natación, bochas, volley, paddle y básquet. Asimismo, se conformaron equipos de fútbol y volley que compitieron en diferentes partidos contra otros bancos.

El Club también cuenta con: juegos de salón y de mesa, una biblioteca con más de 1.000 libros, zonas de relax, parrillas, vestuarios, baños independientes, buffet con platos variados todo el año, un quincho para 200 personas y una plaza de juegos infantiles.

En el marco del Club también se festejan fechas significativas con shows de tango y folklore, como el Día del Niño y el 25 de Mayo, entre otros. Durante la temporada de verano, el Club pone a disposición profesores para que los más chicos realicen deportes y juegos, y se ofrecen masajes descontracturantes.

## Representatividad sindical

El 100% de nuestros colaboradores se encuentra incluido en el convenio colectivo de trabajo, representado por la Asociación Sindical de Bancarios. Esta representatividad sindical es clave para el correcto funcionamiento del negocio y por ello mantenemos un fluido diálogo con los gremios correspondientes a nuestra actividad.

## Salud y Seguridad Laboral

Comprometidos con la salud de nuestros empleados y el ambiente de trabajo, el Banco está certificado por el Ministerio de Salud de la Nación como empresa libre de humo. A su vez, incentivando a nuestros colaboradores para que lleven una vida saludable, organizamos y promovemos torneos internos de fútbol, participamos del torneo de Fútbol Bancario de ABAD y organizamos maratones para nuestros empleados.

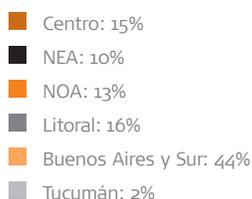
Seguimos realizando acciones de concientización y prevención para mejorar la seguridad de nuestros colaboradores. Entre ellas destacamos el Plan de Seguridad Anual exigido por el Banco Central de la República Argentina (B.C.R.A.), las políticas del servicio de Seguridad e Higiene y las pautas de acción del mismo, las cuales se abocaron a la reducción de siniestros, respuesta ante emergencias y a la prevención de accidentes y enfermedades laborales. A su vez, realizamos visitas para el control del cumplimiento de las normas de prevención de riesgos del trabajo en la totalidad de establecimiento del Banco, para detectar eventuales desvíos y desarrollar planes de mejora.

Como complemento, realizamos capacitaciones en temas de seguridad bajo nuestra plataforma *e-learning*. Entre los temas de los cursos y talleres dictados están los relacionados a los incendios, evacuación ante contingencias y prevención de riesgos del trabajo.

## PROVEEDORES

Proveedores en números	2010	2009
Número de Proveedores	11.361	10.130
Proveedores por región:		
Buenos Aires y Sur	4.952	4.476
Litoral	1.785	1.537
NOA	1.815	1.557
NEA	1.130	1.025
Centro	1.679	1.535

### Proveedores por zona geográfica



### 10 Principales rubros

	Cantidad total
Reparación y Mantenimiento Edificio	572
Propaganda y Publicidad	403
Librería y Útiles	68
Seguridad	64
Limpieza, empresas contratadas	41
Software aplicativos y de base	31
Hardware de sistemas	24
Servicio de Mantenimiento de Equipos	19
Insumos de computación	16
Gastos de Clearing	6

#### Aporte al desarrollo local a través de nuestros proveedores

En Banco Macro tenemos una estrategia de compras en la cual privilegiamos las empresas locales y apoyamos a las Pymes, valorando su contribución con el desarrollo económico y social de la región.

En esta línea, buscamos comprar productos argentinos favoreciendo la industria nacional, con excepción de aquellos elementos, en especial tecnológicos, que por sus características no se fabrican en el país.

#### Selección y evaluación de proveedores

Dentro del proceso de selección de los proveedores, tomamos en cuenta las propuestas económicas, la calidad y características del producto, los plazos de entrega, y analizamos estándares de salud y seguridad de los productos y servicios comprados por el Banco.

Toda la documentación que recibimos es analizada en un informe comercial y financiero que realiza una organización externa al Banco, el Laboratorio de Investigación y Desarrollo S.A., a partir de herramientas específicas para esta tarea. En el informe se detalla la situación comercial y financiera de los proveedores, verificándose que no presenten deudas bancarias o financieras, concursos judiciales ni cheques rechazados. Para las compras superiores a 500.000 pesos (no incluye el Impuesto al Valor Agregado – IVA), se realizan de forma periódica. Por su parte, para los proveedores activos cuya facturación supere 1.000.000 pesos (no incluye el Impuesto al Valor Agregado – IVA), realizamos una evaluación anual.

En el caso de la compra del papel nos aseguramos que provenga de empresas de primer nivel que cuenten con certificaciones ambientales con el fin de minimizar el impacto del uso de esos recursos.

#### Contacto permanente con nuestros proveedores

Como complemento de las evaluaciones, realizamos visitas a los proveedores que por sus características y su relación con el Banco lo ameriten.



“Guardián S.R.L. trabaja con el Banco desde el año 1999 en las provincias de Salta y Jujuy. En estos 11 años hemos crecido juntos y desarrollado una relación de respeto y confianza mutua, la que nos obliga día a día a ser cada vez más eficientes y responsables en los servicios que prestamos. Gracias a nuestro trabajo con Banco Macro hemos conseguido el reconocimiento de las diferentes empresas del norte argentino, lo que nos permitió abrir durante el 2010 dos sucursales nuevas en las provincias de La Rioja y San Juan. Sólo nos resta agradecer el acompañamiento y apoyo constante recibido.”

**Gustavo Mosquera,**  
**Director Guardián S.R.L.**

Durante 2010 continuamos realizando el “Programa Conozca a su proveedor”, a través del cual visitamos a cinco proveedores fabricantes de todos los formularios del Banco, sobres con impresión, rollos impresos y folletería para relevar capacidades y necesidades en nuestra cadena de valor, y el cumplimiento de los principales estándares de calidad y seguridad industrial.

A su vez, contamos con diferentes canales de comunicación que nos permiten estar en permanente contacto con los proveedores, y recibir sus consultas, opiniones y sugerencias: correo electrónico, contacto telefónico y en algunos casos con los proveedores personalmente. En nuestro sitio web corporativo hay un espacio especialmente diseñado para ellos en el cual pueden realizar consultas y seguir sus gestiones.

#### **Beneficio para proveedores**

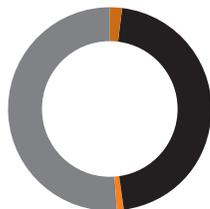
Tienen la posibilidad de obtener una cuenta en Banco Macro S.A. sin costo.

#### **Alianzas estratégicas con proveedores**

Durante 2010, continuamos integrando a proveedores en nuestros programas de inversión social con el fin de favorecer la integración y el trabajo conjunto. Mas allá del valioso servicio que nos suministran, comenzamos a vincularlos en programas de inversión social, uniéndonos en alianzas que tienen como objetivo el bien común del país.

Participamos junto a la empresa OCASA del concurso de chatarra electrónica y la campaña de Navidad Solidaria, y realizamos una alianza con Brownie Deco, un emprendimiento en la provincia de Salta de Fundación Impulsar, al cual le compramos todos los muebles que utilizamos para armar los 16 rincones de lectura que inauguramos junto a Fundación Leer.

### Participación por banca en la cartera total de préstamos – Año 2010



■ Gobierno: 2%
■ Individuos: 46%
■ Finanzas: 1%
■ Empresas: 51%

### Macro lanzó una tarjeta exclusiva para las mamás



Este año, junto a la empresa multinacional Mirada de Mamá, lanzamos la primera tarjeta de crédito Visa exclusiva para las madres, con la que se puede obtener importantes descuentos en productos para bebés, mujeres y niños, y en servicios con especialistas. La tarjeta no posee cargos de emisión, ni costos adicionales.

### CLIENTES

Cientes en números <sup>(1)</sup>	2010	2009
Número de Clientes individuos <sup>(2)</sup>	2.433.719	2.313.448
Número de Clientes empresas	103.206	96.129
Total depósitos – Banca individuos (millones de pesos)	10.089	8.034
Total depósitos – Banca empresas (millones de pesos)	6.141	4.883
Total depósitos – Banca finanzas (millones de pesos)	1.467	1.342
Total depósitos – Banca gobierno (millones de pesos)	5.149	3.561
Total préstamos – Banca individuos (millones de pesos)	7.512	5.174
Total préstamos – Banca empresas (millones de pesos)	8.436	6.077
Total préstamos – Banca finanzas (millones de pesos)	129	90
Total préstamos – Banca gobierno (millones de pesos)	338	197
Total de financiaciones (millones de pesos) <sup>(3)</sup>	16.186	11.527
Total activos líquidos (millones de pesos)	12.141	11.272
Cantidad de tarjetas de crédito otorgadas <sup>(4)</sup>	226.525	122.986

<sup>(1)</sup> Información sobre Banco Macro y Banco del Tucumán. Las diferencias en los valores reportados del Informe de RSE 2009 se deben a un cambio en la sistematización de datos realizados en el proceso de elaboración de este documento.

<sup>(2)</sup> Incluye personas físicas de Banca individuos titulares, adicionales y jubilados que cobran sus haberes en el Banco. No se incluyen clientes de seguros, ni cajas de seguridad, ni eventuales.

<sup>(3)</sup> Incluye total de Préstamos y Leasing.

<sup>(4)</sup> Incluye cuentas habilitadas y preembozadas, tanto de individuos como Agro – Distribución – Corporativas.

#### Banca Individuos

Tenemos el compromiso con nuestros Clientes individuos de brindarles productos y servicios de calidad para cubrir sus necesidades financieras y transaccionales. A diciembre de 2010 nuestra cartera de Clientes individuos fue de 2.432.400 personas de un variado perfil; entre estudiantes, profesionales, empleados, emprendedores y jubilados.

#### Jubilados

En Banco Macro trabajamos por los jubilados para mejorar su calidad de vida a través de mejores condiciones en los productos y servicios financieros diseñados especialmente a la medida de este segmento y con una especial atención y canales de contacto.



Nuestro objetivo es brindar productos y servicios que se adapten a las necesidades de cada segmento de Clientes, para lo cual contamos con una amplia red de sucursales, brindando en todas ellas atención personalizada para que las personas hagan realidad sus proyectos y sueños.

Segmentos Jubilados	2010	2009
Cantidad de jubilados que recibieron préstamos	117.017	96.579
Monto total de préstamos (en millones de pesos)	667,9	354,3
Cantidad de jubilados que recibieron su jubilación anticipada <sup>(1)</sup>	2.612	4.127
Monto total de jubilación pagada (en millones de pesos)	7	8
Cantidad de centros	19	16
Cantidad de jubilados atendidos mensualmente en estos centros	197.733	193.500
Cantidad total de jubilados atendidos en el año	639.076	605.637

<sup>(1)</sup> La disminución interanual se debe a que el lanzamiento de esta línea fue en 2009 y los Clientes que a ese momento podían acceder lo hicieron ese año; mientras que el valor registrado en 2010 son únicamente los Clientes que cumplieron con los requisitos y solicitaron la línea durante ese año.

#### Inclusión bancaria de sectores de menores recursos

**Tarjeta social:** Durante el año 2010 continuamos con la emisión de la tarjeta social en el marco del Plan Alimentario Provincial de Salta, con el objetivo de reemplazar los bolsos alimentarios entregados por los diferentes municipios por una tarjeta con la cual se pueda comprar alimento en los comercios habilitados por el gobierno. Una de las ventajas de este programa es que logra bancarizar a los segmentos más postergados de estas poblaciones. Desde el comienzo del programa, Grupo Macro entregó su tarjeta social a más de 114.853 beneficiarios.

Además, se dieron de alta en la provincia de Salta los siguientes planes: **Nutrivida** (destinado a chicos con desnutrición), **Focalizados B** (destinado a enfermos de Tuberculosis) y **Embarazadas** (destinados a embarazadas), que fueron incluidos bajo el programa de la Tarjeta Social, dirigido a personas que viven en situaciones socialmente desfavorables y de vulnerabilidad nutricional.

**Tarjeta recargable Si.Pro.Sa:** Son tarjetas recargables en el marco del Plan Nacional de Seguridad Alimentaria, implementado por el Ministerio de Salud Pública de la Provincia de Tucumán.

**Código de descuentos municipios:** Este año cerramos 4 nuevos convenios municipales con el Concejo Deliberante de Rawson, la Municipalidad de General Cabrera, la Municipalidad de Pilar y la Municipalidad de San Martín de los Andes; alcanzando a 9.785 Clientes que recibieron préstamos por un total \$ 139.900.000, representando un préstamo promedio de \$ 14.297.

**Ventas de computadoras:** Facilitamos la financiación para que la mayor cantidad de empleados que acreditan su sueldo en el Banco puedan acceder a estos productos. Se han informatizado 2.874 hogares con tasa 0% por un valor de \$ 10,9 millones durante 2010.

Resultados Tarjeta Social	2010		2009	
	Tarjeta social	Tarjeta recargable Si.Pro.Sa.	Tarjeta social	Tarjeta recargable Si.Pro.Sa.
Altas nuevas	39.082	3.002	15.487	3.717
Monto acreditado (en pesos)	41.194.875	6.176.500	40.929.250	6.320.750
Monto consumos (en pesos)	36.568.428	4.684.320	38.468.987	5.718.785
Total beneficiarios acumulados	127.223	21.790	85.406	18.753

**Seguros para la educación:** Son seguros destinados a resguardar la educación de los más chicos en caso de un imprevisto, los cuales continuaron formando parte de la variada oferta de productos del Banco orientada a cubrir las necesidades de protección de las personas en todas las etapas de su vida. Estos seguros alcanzaron las 4.600 pólizas al cierre de 2010.

**Seguros de pagos protegidos:** En 2010 pusimos en marcha un nuevo seguro, destinado a resguardar a aquellas personas que hubieran contratado un préstamo y quisieran asegurar la cancelación del mismo en caso de desempleo o incapacidad. Este seguro se comercializó de manera optativa a la cartera de Clientes con préstamos vigentes, alcanzado volúmenes superiores a las 10.000 pólizas a diciembre de 2010. El volumen de cartera de los seguros que cubren desempleo e incapacidad tanto para Tarjetas de Crédito como para préstamos superó las 94.000 pólizas, creciendo un 70% respecto de diciembre de 2009.

**Instalación de gas en Tucumán y Salta:** Durante 2010, 3.689 nuevos hogares han sido conectados a la red de gas natural a través del otorgamiento de asistencia financiera por \$ 7,5 millones, principalmente en las provincias de Salta y Tucumán.

**Préstamos Personales:** En 2010 brindamos una Línea de Préstamos para Beneficiarios de Asignaciones Universales por Hijo, con una Tasa Nominal Anual del 27% a 36 meses de plazo.

#### Otros productos y servicios

**Paquete de Productos:** Servicio desarrollado a medida, donde cada Cliente puede elegir los productos que mejor se adaptan a sus necesidades y estilo. Este año lanzamos la Cuenta Gratuita Universal, alcanzando un volumen de 2.094 cuentas a diciembre de 2010.

**Préstamos Personales:** Líneas de préstamos para consumo, adaptados a las necesidades de cada perfil de Cliente. En 2010 otorgamos \$ 7.512 millones a Clientes individuales.

**Tarjetas de Crédito:** Financiamiento otorgado a nuestros Clientes a través de tarjetas de crédito. En 2010 realizamos un aumento del límite de crédito (LC) en 300.000 cuentas. Para los Clientes de Mercado Abierto y Plan Sueldo, el aumento fue del 30%, mientras que para los Clientes del segmento Jubilados fue del 20%.



### "Convenios para beneficio del Cliente con valor social"

Establecemos convenios con organismos públicos y organizaciones de la sociedad civil para acuerdos de financiamiento de viviendas, educación, sanidad, transporte. Actualmente disponemos de 187 convenios de financiación a través de descuento de Planilla de Haberes con Organismos Municipales. Durante 2010, otorgamos 9.785 préstamos por \$ 139,9 millones.

A su vez, creamos convenios con organizaciones de la sociedad civil o micro emprendimientos que ofrecen productos o servicios que demandan los Clientes, haciendo de puente entre la comunidad y los Clientes.

Durante 2010, realizamos 190 nuevos convenios con Comercios de Asistencia Financiera, donde otorgamos 1.814 préstamos por \$ 14 millones bajo esta modalidad.

**Seguros:** Productos de seguros que se ajustan a todas las necesidades de nuestros Clientes: Hogar, Educación, Autos, Vida, entre los más importantes.

### Beneficios para nuestros Clientes

- **MACRO Premia.** Es un programa de beneficios de alcance nacional con una variedad de premios y productos para nuestros Clientes a través de los consumos efectuados con las tarjetas de crédito Visa, American Express y MasterCard del Grupo. Los principales rubros canjeados son productos para el hogar. Actualmente, en promedio redimen puntos unas 70.000 cuentas y en promedio unas 600.000 cuentas poseen puntos MACRO Premia.
- **Descuentos y promociones.** En 2010 implementamos acciones de descuento conjuntamente con las principales cadenas de supermercados, alcanzando a 50.000 usuarios de Tarjetas de Débito.
- **Venta por catálogo.** Se realizaron diferentes acciones de ventas por catálogos, ofreciendo promociones diferenciales a nuestra cartera con marcas relevantes. El alcance es a nivel nacional e impacta a toda la cartera de tarjetas que reciben su resumen. Hemos impactado a la cartera con una o dos propuestas por cada cierre de ciclo, logrando una respuesta muy positiva por parte de nuestros Clientes.
- **Ampliación de líneas de crédito.** Ampliamos las líneas de crédito a través de aumentos de límite de compra en tarjeta de crédito, impactando en casi 300.000 cuentas, con un incremento de volumen de \$ 253.388.383.
- **Productos especiales para Clientes de Plan Sueldo.** Ponemos a disposición de este segmento la línea más económica del Sistema Financiero y préstamos por un valor de hasta \$ 5.000 a 12 meses con una Tasa Nominal Anual del 15%.
- **Descuentos en eventos recreativos.** Brindamos a nuestros Clientes descuentos del 20% en espectáculos teatrales y musicales, y eventos deportivos, en particular en el Rally Dakar 2011, donde fuimos el Banco oficial.

### Banca Empresas

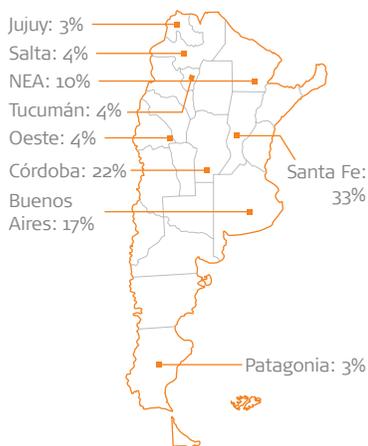
Contamos con más de 100.000 Clientes empresas, segmentados en relación a su actividad y volumen de facturación en las siguientes categorías:

- **Corporativas:** Requerimientos sofisticados de productos; en general tienen una estructura y un administración profesional.
- **Megras:** Incluye a medianas y grandes empresas.
- **Pymes:** Este segmento se encuentra altamente desarrollado en el interior del país, conformando así nuestra categoría de banca empresa más grande.
- **Agro:** Sector económico que tiene características y necesidades específicas que requieren de un portafolio de productos distinto al del resto de nuestros segmentos.

Buscando mantener la posición de liderazgo en el mercado e incrementar la capacidad productiva de la Banca Empresas, este año nos enfocamos en los siguientes pilares de acción:

- La Consolidación del Modelo de Atención descentralizado de Empresas, a través de los Centros Empresas y nuestra red de sucursales con Oficiales de Negocios Especializados en cada segmento.
- El permanente apoyo a las Pymes, haciendo este año un especial énfasis en Micro Empresas y empresas del segmento Agro.
- El mantenimiento de nuestro liderazgo en empresas del interior del país.

**Clientes Empresas por región – Año 2010**



**Mejoras y nuevos servicios**

Comercio Exterior en Macro Direct: Ahora los Clientes MacroComex cuentan con información permanente y actualizada sobre sus operaciones de Comercio Exterior en nuestra web, accediendo a Macro Direct con su clave ClienteSi, en donde podrán consultar sobre el ingreso y egreso de Divisas, financiamientos de Comercio Exterior, regímenes informativos, etc. A su vez, mejoramos la atención de consultas de Comex a partir del Centro de Atención Telefónica para Empresas, el cual se complementa con la atención regional mediante el ingreso de nuevos Oficiales Comex y un Coordinador para la Red. Por su parte, este año realizamos campañas con tasas promocionales que nos permitieron llegar a más empresas exportadoras.

- Atender a todos los segmentos de Clientes de Banca Empresas, especialmente al segmento de pequeñas empresas y agro negocios, aprovechando las ventajas que nos brinda a nivel nacional nuestra amplia red de sucursales.

Conformación de la cartera de Banca Empresas	2010	2009
Corporativas	0,5%	1%
Megras	2,2%	2%
Pymes	74,7%	73%
Agro	22,6%	24%

**Productos de Banca Empresas**

*Cuentas Corrientes*

**Macrosueldo:** Pago de sueldos de empleados públicos y privados por Internet o en cualquier sucursal, con soporte técnico y asesoramiento personalizado.

**Emprende XXI y Campo XXI:** Paquetes de productos diseñados para atender necesidades financieras y transaccionales de Clientes con actividad comercial, de servicio, productiva, o a pequeños productores agropecuarios y ganaderos.

**Servicios de cobranzas:** Servicio Electrónico de Cobranza, Convenio de Recaudación por Ventanilla, Servicio de Débito Automático, Cobranza por Débito Directo en cuenta, Sistema de Cobranzas por Cajero Automático, Sistema de Cobranzas por Deuda Publicada y Pago Previo.

**Gestión de valores:** Cobro de cheques con gran cobertura a nivel país.

**Pago a Proveedores:** Sistema automático para pago a proveedores que permite operar vía Internet.

**Seguros:** Vehículos, empresas, vehículos especiales, flota automotor, Integral de Comercio, Integral Consorcio, Equipo Contratista, Todo Riesgo Operativo, Técnico Electrónica, Técnico Maquinaria Industria Fija, Transporte Mercadería Terrestre, Transporte Mercadería Marítima y Aérea, granizo, incendio inmueble. Lanzamiento del Seguro Integral de Comercios Cerrado de HSBC.

**Warrants:** Instrumento de crédito, destinado a propietarios de mercaderías o productos agropecuarios o industriales, factibles de ser almacenados, que mejora la garantía permitiendo menores costos de financiación.

**Custodia de Valores:** Recaudación con administración de Cartera.



**Descuento / Compra de cheques:** Cheques al día y de pago diferido, adelanto de los fondos en cuenta comercial o retiro en efectivo a través de cualquier sucursal del Banco.

**Préstamos con garantía de Documentos:** Facturas, Certificados de Obra, Títulos de crédito, Adelanto de fondos en cuenta comercial.

**Tarjetas de Crédito comerciales:** Visa: Corporate, Purchasing y Business, MasterCard: Corporate, Purchasing, Corporate Travel, Corporate Flota. Convenios para Tarjetas Distribution, con financiación de tasa totalmente bonificada orientados a la actividad Tabacalera de Misiones y Jujuy.

**Tarjetas de Crédito MacroAgro (Distribution y Purchasing):** Tarjetas agropecuarias, destinadas a financiar la adquisición de insumos y contratación de servicios relacionados con las explotaciones del mercado agropecuario. Convenios para bonificación del 100% de los intereses de financiación en determinados establecimientos: Advanta, Agro Integral Insumos, Alianza, Biscaryart, Bunge, Caverzasi Ortin, Cooperativa Máximo Paz, Cooperativa Agrícola de Asunción, Dow, El Carmen Cereales, Facyt, Monsanto, Stoller, Sursem, entre otros.

**Datanet:** Red de Banca Electrónica para empresas, que permite interactuar con los Bancos que la integran. En un completo marco de seguridad, confiabilidad y confidencialidad, permite acceder a información sobre cuentas corrientes, plazos fijos, préstamos, cobranzas, despachos de importación y reembolsos de exportación.



Acompañamos a las Pymes en su desarrollo, impactando en las comunidades locales, generando valor económico y social.

**Comercio Exterior:** Instrumentación y financiación de operaciones de venta y compra internacional, apertura y confirmación de Cartas de Crédito de importación y de Bancos Corresponsales, gestión de cobranzas.

#### Servicios pensados para cada segmento

##### *Pymes*

**Interpyme:** Es un servicio desarrollado para atender las necesidades especiales del segmento PYME que permite navegar de manera sencilla y ágil accediendo a información sobre el resumen de cuentas, el histórico de saldos y movimientos de los últimos 40 días, además de datos estandarizados y consolidados de las cuentas.

##### *Emprendedores*

**Emprende XXI:** Paquete de productos y servicios especialmente diseñado para los microemprendimientos, cuyo diferencial es el otorgamiento de líneas de crédito con mínimos requisitos a través de un aplicativo de riesgo disponible en sucursales. Durante 2010 colocamos 12.332 paquetes Emprende XXI, ascendiendo a 35.562 el total de beneficiarios que tienen este Paquete.

##### *Agro*

**Financiación:** Incluye préstamos para proyectos de inversión agropecuaria, inversiones en máquinas y herramientas, inmuebles agropecuarios. Además, se ofrece financiación de capital de trabajo, financiación de insumos para la siembra, leasing y una tarjeta de crédito agropecuaria.

**Campo XXI:** Contempla la posibilidad de ofrecer una variedad de servicios transaccionales y financieros adaptados a la actividad que realice cada Cliente, con una rápida y ágil calificación crediticia. En 2010 colocamos 4.347 paquetes Campo XXI, ascendiendo a 6.135 el total de beneficiarios que tienen este Paquete.

#### Contribución al desarrollo del país con financiamiento al sector productivo

Línea de Crédito para la Reactivación Productiva y Línea de Crédito para la **Promoción de las Exportaciones Regionales**, vinculadas al Consejo Federal de Inversiones: 215 operaciones por un monto total de \$ 12.035.183.

**Nueva Línea ADEBA** destinada a promover las economías regionales e incentivar el otorgamiento de préstamos para ser utilizados en la Financiación de Capital de Trabajo, Proyectos de Inversión, Adquisición de Bienes de Capital o Prefinanciación de Exportaciones y seguir acompañando el desarrollo de las MIPYMES: 1.516 operaciones por un monto total de \$ 14.285.979.

**Líneas Especiales de Préstamos Prendarios para el Agro:** 103 operaciones por un monto total de \$ 21.980.566 con empresas nacionales con bonificaciones especiales de tasas (por ejemplo: AGCO Allis, Apache, Cestari, Claas, Massey Ferguson, Metalfor, Pauny, Pla, Valtra, entre otras) y 41 operaciones por un monto total de \$ 8.624.598 con la empresa Agrometal con bonificación del 100% de tasa de interés para los Clientes.



**Nueva Línea de Financiación al Sector Yerbatero.** Convenio firmado entre el Instituto Agropecuario e Industrial (IFAI), El Instituto Nacional de Yerba Mate (INYM), EL Ministerio del Agro y la Producción de la Provincia de Misiones y Banco Macro para la asistencia financiera al sector yerbatero: 11 operaciones por un monto total colocado de \$ 13.582.000 (entre enero y febrero de 2011 se colocaron \$ 10 millones adicionales).

Convenio de financiamiento al **Sector Productivo y de Servicios entre el Gobierno de la Provincia de Misiones** y Banco Macro, destinado al sector productivo primario, industrial, de turismo, de educación y de salud, y todo otro sector de la economía provincial que sea determinado de interés por el Poder Ejecutivo de la Provincia de Misiones para la adquisición de Capital de Trabajo, Bienes de Capital y Proyectos de Inversión. Adicionalmente se implementó bajo este mismo Convenio una línea exclusiva para los Comercios adheridos a la Cámara de Comercio de la Ciudad de Posadas. Monto total colocado: \$ 5.900.000.

Programa de Estímulo al Crecimiento de las **Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Sepyme)**. Continuamos con la colocación de nuevas líneas de préstamos destinadas para la adquisición de Capital de Trabajo con bonificación de tasa de interés. Se han realizado 668 operaciones por un monto colocado de \$ 54.218.533.

Convenios con empresas nacionales para la colocación de **Préstamos Prendarios** (Scania, Devol, San Blas, Solá y Brusa). Total monto colocado: \$ 10.500.000.

**Línea de crédito Gasnor** para la ampliación de la Red de Gas de los nuevos usuarios de Tucumán y Salta (Obras – Frentistas). Este vehículo tiene una finalidad social muy importante ya que los beneficiarios dejan de utilizar garrafas y pasan a ser interconectados a la red de gas. El monto total desembolsado en 2010 fue de \$ 5.750.000 para Tucumán y \$ 2.590.000 para el caso en Salta. También otorgamos otra línea junto al Fideicomiso Financiero Albanesi Gas Clase 02 para repagar el financiamiento “puente” provisto fundamentalmente por Rafael G. Albanesi S.A. para la segunda expansión de los gasoductos en Argentina, denominada Expansión 2006-2008.

**Emisión de Obligaciones Negociables de Aeropuertos Argentina 2000 S.A.** destinado en parte a la “Obra de Ezeiza” (remodelar la terminal A y construir un nuevo edificio de 155.000 metros cuadrados que se anexará a dicha terminal a efectos de operar como única terminal internacional y de cabotaje). El monto restante se utilizará para financiar obras de infraestructura en otros Aeropuertos de la Compañía, incluyendo varios Aeropuertos regionales.

**Distribución de las sucursales por tipo de localidad**



- Grandes centros urbanos (más de 10 sucursales): 20,00%
- Ciudades medianas y grandes (6 a 10 sucursales): 7,00%
- Localidades menores (2 sucursales): 6,00%
- Localidades menores (1 sucursal): 62,00%
- Ciudades pequeñas (3 a 5 sucursales): 5,00%



**Servicios de Atención al Cliente**

*Ampliamos la red de sucursales para estar cada vez más cerca*

Somos el Banco privado con la mayor cantidad de sucursales en el país y en muchos casos estamos presentes en lugares donde somos la única Entidad Bancaria de la zona. Nuestra red de sucursales a diciembre de 2010 fue de 402; durante este periodo se abrieron 7 Sucursales en las siguientes localidades: Puerto Piray, Salta, La Plata, Comodoro Rivadavia, Santa Teresita, Tigre y Rosario.

A su vez, durante 2010 abrimos 17 Centros para Empresas y 5 Centros de Atención Mixtos (Empresas/Individuos – Empresas/Premium – Individuos/Agro).

Representación geográfica	2010	2009
<b>Cantidad total de sucursales</b>	<b>402</b>	<b>408</b>
NOA	72	72
Centro	176	180
NEA	45	46
Cuyo	20	19
Patagonia	15	15
Provincia de Buenos Aires	51	52
Ciudad de Buenos Aires	23	24
<b>Cantidad de localidades sin competencia</b>	<b>60</b>	<b>71</b>
Cantidad de localidades que comparten con un solo banco	67	62
<b>Cantidad total de red de cajeros automáticos</b>	<b>872</b>	<b>836</b>
Cajeros automáticos de Banco Macro	775	744
Cajeros automáticos de Banco Tucumán	97	92
<b>Cantidad total de Terminales de Autoservicio</b>	<b>740</b>	<b>713</b>

Buscando estar en cada rincón del país, contamos con una red de 453 puntos de contacto.

### Distribución de sucursales y anexos

#### Sucursales

Buenos Aires: 51  
 Capital Federal: 23  
 Catamarca: 1  
 Chaco: 1  
 Chubut: 5  
 Córdoba: 61  
 Corrientes: 3  
 Entre Ríos: 6  
 Jujuy: 15  
 La Pampa: 2  
 La Rioja: 2  
 Mendoza: 13  
 Misiones: 35  
 Neuquén: 4  
 Río Negro: 7  
 Salta: 25  
 San Juan: 1  
 San Luis: 1  
 Santa Cruz: 2  
 Santa Fe: 113  
 Santiago del Estero: 1  
 Tierra del Fuego: 2  
 Tucumán: 28

**Total: 402**

#### Anexos

Capital Federal: 2  
 Córdoba: 8  
 Jujuy: 8  
 Misiones: 4  
 Salta: 10  
 Santa Fe: 5  
 Tucumán: 14

**Total: 51**

 Sucursales  
 Anexos



### Nueva tecnología en los canales de contacto

El desarrollo tecnológico es constante y las alternativas para la realización de operaciones bancarias continúan creciendo. Los Canales Automáticos de Banco Macro permiten a nuestros Clientes efectuar operaciones bancarias con total agilidad, comodidad y seguridad, presentando una amplia variedad de transacciones disponibles.



### Cajeros Automáticos

Cerramos el año con 872 ATMs, participando en el total de cajeros de la Red Banelco con el 18%, y en un 22% de las transacciones totales promedio del sistema. Durante el 2010 se implementaron acciones que mejoraron los niveles de Disponibilidad y Servicio de la Red de Cajeros Automáticos y se continuó con el Plan de recambio tecnológico.

Profundizando el objetivo de brindar mejores servicios a nuestros Clientes acercándoles las últimas novedades en tecnología para facilitar sus operaciones con el Banco, se incorporaron a nuestra oferta de cajeros automáticos 20 equipos que cuentan con la funcionalidad de reconocimiento de billetes. Esta innovación permite que se efectúen depósitos en efectivo con acreditación en línea, sin la necesidad de usar sobres o *tickets*, facilitando la operación.



### Terminales de Autoservicio (TAS)

Este año instalamos 17 nuevas TAS. Estas incorporaciones, sumadas a las ya existentes, hicieron de este medio una herramienta clave para la realización de transacciones, que aumentaron un 28% interanual en 2010 y un 49% en las operaciones monetarias, evidenciándose así la comodidad y eficacia que brinda Banco Macro a sus Clientes por esta vía.

Una novedad del año son las TAS “7x24” que brindan el servicio de atender las necesidades (depósitos, pagos y consultas) de los Clientes las 24 horas del día los 7 días de la semana. Durante 2010 se instalaron 78 equipos con estas características. Para 2011 tenemos proyectada la colocación de 8 nuevos equipos en diferentes localidades del país.

### Macro Móvil

Son unidades móviles que ofrecen soluciones bancarias a lo largo del país, con atención personalizada para los Clientes. Cuentan con dos cajeros automáticos y computadoras con conexión a Internet.

Durante 2010 recorrimos 38 destinos alrededor de nuestro país. Estuvimos presentes en Mendoza, Rosario, Mar del Plata, Paraná, Tilcara, Carlos Paz, Tafi del Valle, Iguazú, Tucumán, Villa María, Marcos Juárez, Córdoba, Concordia, Rafaela, Venado Tuerto, La Falda, San Francisco, entre otros. Este año finalizamos la construcción del último Macro Móvil, contando actualmente con 5 unidades móviles.

### Cajeros automáticos para no videntes

En Banco Macro existen 290 Cajeros para no Videntes al cierre de 2010, sumándose 40 cajeros nuevos. Este servicio cuenta con tecnología de última generación que permite operar a las personas que padecen dificultades visuales severas. Cuenta con un teclado sensible al tacto con los números en relieve, y un sistema que incorpora las instrucciones a través de una grabación que va guiando al Cliente con una pantalla mucho más iluminada.

### Accesibilidad para discapacitados

En 2010 sumamos 20 nuevas sucursales con rampas para discapacitados, contando a diciembre de este año con un total de 49 sucursales con dichas rampas y 18 con baños especiales.



### Apostando al desarrollo de las localidades pequeñas

Una de las principales características de Banco Macro es estar cerca de la gente, y por tal motivo continúa estando presente en localidades pequeñas de todo el país, a través de aperturas de nuevas sucursales e instalaciones de cajeros automáticos. Tal es el caso de Sucursal Puerto Piray, Misiones, la cual abrió en el 2010 y transformó a Banco Macro en la única Entidad Bancaria en esa localidad.

Con el propósito de continuar con la política de expansión y participación, durante 2010 inauguramos 7 nuevas Sucursales a lo largo del país. Para el año 2011 se espera abrir 30 nuevas sucursales en distintas localidades, como así también instalar nuevos cajeros automáticos, ampliando de esta manera nuestra red de cajeros.

Localidades con presencia única de Banco Macro <sup>(1)</sup>	2010	2009
Salta y Jujuy	31	31
Tucumán	3	3
Córdoba	3	3
Misiones	18	17
Santa Fe	26	26
La Rioja	1	1
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>81</b>

<sup>(1)</sup> Alcance: sucursales y cajeros automáticos.



## Canales de comunicación y atención al Cliente

### Macro Direct

El Canal denominado Macro Direct es nuestro Servicio de Home Banking, el cual está desarrollado con la mejor tecnología en materia de seguridad informática, que permite a nuestros Clientes operar con el Banco las 24 horas los 365 días del año, desde cualquier lugar del mundo.

Macro Direct representó el 85% del volumen de transacciones y consultas dentro de ClienteSI Servicio Integral, siendo el canal más elegido por su agilidad y seguridad.

Usuarios de canales automáticos <sup>(1)</sup>	2010	2009
Banca individuos	282.947	184.545
Banca empresas	34.249	30.460
<b>Total</b>	<b>317.196</b>	<b>215.005</b>

<sup>(1)</sup> El número de usuarios incluye a todos aquellos que operan por algún canal automático que requiera clave ClienteSI Servicio Integral (estos son: Macro Direct, Terminales de Autoservicio, IVR, y Centro de Atención Telefónica).

Volumen de transacciones por canales automáticos	Consulta/Solicitud		Monetaria	
	2010	2009	2010	2009
Internet (Macro Direct)	69.386.510	49.070.819	571.403	409.945
TAS (Terminales de Autoservicio)	3.565.558	3.113.301	6.771.301	3.532.690
IVR (Atención automática)	2.057.362	1.810.310	7.643	8.575
CAT	424.167	313.550	12.293	11.702

En 2010 adicionamos nuevas funcionalidades a Macro Direct, como la posibilidad de efectuar transacciones de compra y venta de dólares con débito en cuenta y consultas de operaciones de comercio exterior, también disponible en el Centro de Atención Telefónica.

Para empresas, implementamos una nueva modalidad de transferencias, la cual brinda la posibilidad de efectuar múltiples créditos desde una única cuenta en un solo paso. Por otro lado, en una mejora al servicio de plan sueldo, nuestros Clientes pueden gestionar el alta de beneficiarios y acreditación de haberes, directamente utilizando este canal.

### “Canales en Sucursales”

Durante el 2010 instalamos en más de 300 Sucursales un total de 368 Puestos Telefónicos, los cuales comunican directamente con el Centro de Atención Telefónica. Además, instalamos un total de 247 Puestos con Internet para poder acceder al Portal del Banco y a Macro Direct. Este inmenso despliegue nos permitió por un lado ofrecer a nuestros



### Enumeramos los principales proyectos que estaremos abordando durante el 2011:

Campaña comercial sobre ClienteSI Servicio Integral orientada a incrementar: cantidad de usuarios activos y cantidad de transacciones monetarias con respecto a 2010.  
Continuar dotando a los Canales Automáticos con funcionalidades competitivas (Ejemplo: reconocimiento de cheques en TAS, más funcionalidad Macro Sueldo en Macro Direct, operatoria transaccional de Comercio Exterior en Macro Direct y el Centro de Atención Telefónica, Transferencias a otros Bancos para Empresa y cuentas Judiciales en Macro Direct).

Clientes la posibilidad de operar en forma ágil y segura a través de los Canales Automáticos, y por otro, poder descomprimir el caudal de consultas en las Sucursales.

### Banco Tucumán Grupo Macro lanzó su nueva página web

Este año, el Banco Tucumán Grupo Macro diseñó su nueva página web, accesible desde [www.bancodeltucuman.com.ar](http://www.bancodeltucuman.com.ar), con un diseño ágil, dinámico y moderno. El nuevo sitio en Internet brinda a los usuarios la posibilidad de contar con toda la información de los productos y servicios que el Banco ofrece, así como también se puede consultar allí los descuentos y promociones, los beneficios de tarjetas, el listado de cajeros automáticos y sucursales que tiene el Banco y acceder al simulador de préstamos, entre otras cosas. Además, a través del Home Banking Tucumán, los Clientes pueden continuar efectuando pagos, consultas y transferencias de manera segura en todo momento desde su casa u oficina.

### Sistema de Administración de públicos *e-Flow*

Con el objetivo de facilitar la gestión de flujo de público, permitiendo una atención ordenada y más comfortable, implementamos este sistema en 8 Centros de Pago a Jubilados durante 2010, alcanzando a más de 70.000 beneficiarios en toda la Red. De esta forma el Cliente, al ingresar al Centro de Pago, elige el trámite que desea realizar en la terminal de turnos, retira un ticket y aguarda cómodamente sentado en el salón de espera a que se anuncie su turno en la pantalla. A su vez, la información que provee *e-Flow* permite detectar desvíos en la atención y en los procesos internos, lo cual posibilita tomar decisiones para optimizar el modelo de atención.

Continuando con nuestro proyecto de mejorar la calidad de atención a nuestros Clientes, tenemos proyectado para el 2011 implementar este sistema en aproximadamente 170 sucursales.

### Nueva herramienta Remedy

Esta herramienta implementada en 2010 es utilizada por todos los usuarios del Banco para reportar incidentes internos de forma directa a la Mesa de Ayuda, para proceder a su resolución. La utilización de Remedy permite minimizar el impacto negativo de las incidencias, restaurar el funcionamiento normal del servicio tan rápido como sea posible, reduciendo los tiempos de resolución, y estandarizar el proceso para que las áreas trabajen de manera conjunta bajo un mismo objetivo.

### Centro de atención telefónica

Continuando con el desafío asumido en cuanto al cumplimiento de los más altos estándares de calidad de servicio de nuestro Centro de Atención Telefónica, logramos generar nuevos puestos de trabajo (130 en 2009 y 62 durante 2010) y hemos realizado talleres de “Técnicas de Atención” para mejorar la atención hacia el Cliente.

Mediante este canal los Clientes pueden efectuar consultas y transacciones de manera segura, rápida y sencilla con respaldo de la más alta tecnología. Para ello continuamos con la implementación de nuevas funcionalidades que permitan una mayor optimización del servicio brindado. Durante el 2010 las nuevas funcionalidades implementadas son: “Baja de boletín de Tarjeta de Crédito”, “Alta de tarjeta adicional de Tarjetas de Débito” y las consultas sobre la operatoria de Comercio Exterior.



En mayo de 2010 inauguramos un Call Center para la Atención Telefónica a Empresas de todo el país. A través de este canal los Clientes con Clave ClienteSI Servicio Integral tienen una nueva alternativa de atención personalizada a través de colaboradores especializados donde pueden operar con seguridad y comodidad. El promedio mensual de llamadas atendidas por este canal es de 4.700.

Llamadas atendidas	2010	2009
CAT BT	361.796	316.242
CAT MACRO	955.850	832.862
<b>Llamadas IVR (Total)</b>	<b>2.973.523</b>	<b>2.713.427</b>

### Nuestra gestión por la calidad del servicio

Contamos con un Plan de Calidad que integra la estrategia de todo el Grupo en un proceso de mejora continua a través de acciones concretas a partir de cuatro ejes: Comunicación, Actividad de Formación, Relevamiento y Diagnóstico, e Indicadores de Calidad.

Para conocer a nuestros Clientes y nuestro desempeño nos basamos en tres herramientas de medición: encuesta de satisfacción a Clientes, sondeo de opinión y *mystery shopper*.

#### Encuesta de satisfacción a Clientes

Realizamos todos los años una encuesta telefónica a una muestra aleatoria segmentada según zona geográfica y tipo de Cliente para conocer el nivel de satisfacción de los Clientes en relación a la atención personal y telefónica, servicios básicos, comunicación, procesos administrativos e imagen. De allí surgen los aspectos más valorados por los Clientes así como las calificaciones que los mismos nos otorgan de acuerdo a sus percepciones. Los resultados obtenidos a partir de esta encuesta nos permiten optimizar nuestros procesos y responder a sus opiniones y expectativas a partir de acciones concretas. Para seguir mejorando esta herramienta, en 2010 generamos nuevos indicadores de Calidad de procesos que impactan directa e indirectamente en la satisfacción de los Clientes.

Encuesta de Satisfacción a Clientes	2010	2009
<b>Cantidad de encuestados</b>		
Clientes Individuos	5.011	4.872
Clientes Empresas	1.951	2.055
<b>Puntuación general obtenida</b>		
Clientes Individuos	8,03	8,13
Clientes Empresas	7,76	7,64

#### Sondeo de Opinión 2010

Por tercer año consecutivo realizamos el Sondeo de Opinión, que nos permite medir la satisfacción de los Clientes con el servicio que reciben de la sucursal a la que concurren con frecuencia. En total se realizaron 30.419 encuestas.



A través de este estudio se obtienen dos indicadores, siendo el estándar o nota aceptable un promedio de 8 puntos:

- **Indicador de Gestión Estratégica (IGE):** Releva aspectos ligados a la fidelidad del vínculo del Cliente con el Banco y su sucursal.
- **Indicador de Gestión de Sucursal (IGS):** Mide el agrado del Cliente en relación a las gestiones que habitualmente puede realizar en una sucursal.

Sondeo de Opinión	2010	2009
<b>Indicador de Gestión Estratégica (IGE)</b>		
Satisfacción General	8,72	8,58
Lealtad	8,72	8,52
Imagen	8,67	8,52
<b>IGE</b>	<b>8,71</b>	<b>8,54</b>
<b>Indicador de Gestión Sucursal</b>		
Ejecutivos	8,13	8,78
Cajas	8,33	7,90
ATMs	8,14	7,95
Reclamos	8,58	8,37
TAS	8,56	8,34
<b>IGS</b>	<b>8,29</b>	<b>8,36</b>

### *Mystery Shopper*

El objetivo de este estudio es detectar la imagen que proyecta el Banco a través de las sucursales. Se busca estudiar los aspectos observables del interior de los locales y conocer y evaluar el nivel de atención recibido en la zona de recepción e informes, de los ejecutivos de cuenta y cajeros.

Resultados del <i>Mystery Shopper</i> <sup>(1)</sup>	2010	2009
<b>Macro</b>		
Sucursales visitadas	113	113
Grado de cumplimiento	8,2	8,2
<b>Tucumán</b>		
Sucursales visitadas	14	14
Grado de cumplimiento	7,7	7,4
<b>Total de sucursales visitadas</b>	<b>127</b>	<b>127</b>

<sup>(1)</sup> La calificación se encuentra dentro de un rango entre 0 y 10.

Nuestro plan de calidad integra la estrategia de todo el Grupo en un proceso de mejora continua a través de acciones concretas en cuatro ejes: comunicación, actividad de formación, relevamiento y diagnóstico e indicadores de calidad.



#### Gestión de reclamos

El reclamo de un Cliente es una doble oportunidad para detectar una mejora en los procesos y demostrarle interés por su situación. Es por esta razón que contamos con un proceso centralizado y controlado donde medimos la Calidad de resolución y el tiempo en el cual damos respuesta. En el último trimestre del año 2010 logramos alcanzar un índice de eficiencia del 99% en Calidad y resolver el 91% de los reclamos dentro del plazo comprometido con el Cliente.

También, durante 2010 implementamos una revisión semestral de los plazos de resolución de los reclamos, con el objetivo de optimizar procesos y mejoras que impacten en los tiempos de respuesta a los Clientes. Como resultado de este trabajo logramos mejorar la gestión de 55 motivos de reclamos (el 30% del total) en términos de optimización y reducción de tiempos de respuesta.

Además, implementamos un proceso de escaneo de la documentación desde el canal de ingreso del reclamo hasta el Departamento de Gestión y Calidad de Reclamos. (*Para más información ver capítulo de Prevención del impacto ambiental*).

Para asegurar un tratamiento uniforme y ordenado de los reclamos, contamos con una herramienta de administración y gestión: “Sistema Integral de Atención al Cliente” (SIAC). Los reclamos son ingresados por los diferentes canales de atención de Clientes, y a partir de allí son analizados y resueltos por el Departamento de Gestión y Calidad de Reclamos donde analistas especializados abordan las diferentes problemáticas. Esta herramienta posibilita brindar al Cliente su número de trámite, la fecha estimada de resolución, información desde cualquier canal de atención sobre el estado de su reclamo y, a su vez, guarda toda la información histórica de reclamos de un Cliente. Asimismo, el sistema cuenta con un mecanismo de “alertas”, que reporta los reclamos cuyo plazo de vencimiento para la resolución se encuentra próximo, lo que posibilita visualizar rápidamente los casos prioritarios y reporta a los niveles superiores “avisos” de casos a vencer, a fin de que se administren los recursos disponibles para cumplir con los tiempos de resolución de los reclamos.

### Protección de Datos Personales

Banco Macro cumplimentó los requisitos que exige la Ley N° 25.326 de Protección de Datos Personales difundida por la Dirección Nacional de Protección de Datos Personales, asumiendo el carácter de Responsable Registrado. De esta manera, aquellos Clientes que deseen obtener sus datos personales que figuran en la Entidad o aquellos que requieran la supresión de sus datos personales para fines publicitarios, podrán hacerlo por medio de los canales de atención ya existentes.



Cantidad de reclamos ingresados por canal	2010	2009	Variación
Sucursal	71.518	64.174	11%
Centro de atención telefónica	37.158	25.028	48%
Internet	7.799	6.388	22%
Departamento de Gestión y Calidad de reclamos	756	579	31%
Cartas	621	675	-8%
Responsables ante el B.C.R.A.	46	44	5%
<b>Total</b>	<b>117.898</b>	<b>96.888</b>	<b>22%</b>

### Más seguridad para nuestros Clientes

En Banco Macro velamos por la seguridad de los datos de nuestros Clientes y la prevención de acciones fraudulentas.

En forma permanente brindamos información y consejos de seguridad para el buen uso del servicio, para concientizar a nuestros Clientes sobre resguardo de claves personales y evitar posibles casos de fraude. Por otro lado, también se mantienen informadas a las sucursales para que los ejecutivos puedan asesorar a los Clientes sobre las medidas de seguridad que toma el Banco y las medidas que deben tomar los Clientes a la hora de operar.



Ponemos a disposición de los Clientes la Tarjeta de Coordenadas para brindar mayor seguridad, la cual puede ser utilizada tanto para la operatoria de Pago de Impuestos y Servicios como para las transferencias vía CBU.

#### *Nueva central de monitoreo*

En 2010 comenzó a operar la nueva Central de Monitoreo Buenos Aires, instalada en el Subsuelo de Casa Central. Este proyecto tiene como objetivo la gestión en tiempo y forma de los eventos de Alarma que puedan suscitarse en todos los inmuebles del Banco provistos de estos sistemas, y la visualización permanente de las sucursales mediante sistema de Circuito Cerrado de Televisión (CCTV) instalado en las mismas.

El monitoreo centralizado nos permite unificar procedimientos y agilizar las respuestas ante la activación de una alarma, permitiendo una actuación coordinada con los servicios de ayuda externos, al mismo tiempo que se accede remotamente al CCTV de la sucursal para poder obtener un panorama inmediato de qué está ocurriendo en las instalaciones a los efectos de determinar las acciones más adecuadas conforme cada incidente.

La información obtenida de los continuos monitoreos, no sólo responde a los fines preventivos o de seguridad, sino también puede permitir la realización de control interno de Sucursales, movimientos de personal, procedimientos operativos, correcto emplazamiento de mobiliarios, y otros aspectos organizativos e institucionales. Asimismo, ampliar las medidas de seguridad redundará en una disminución de los riesgos y, en consecuencia, produce un ahorro en la prima del seguro.

Las actividades derivadas de la Central de Monitoreo permiten además: llevar a cabo un control e inventario de la red y de todos los activos de seguridad vinculados, para evaluarlos de forma individual y conjunta; identificar y analizar riesgos y vulnerabilidades potenciales, circunstancia que influye en el monitoreo de “status de riesgo” de las sucursales, toda vez que ponderar estos factores según su importancia, ayudará a determinar los plazos y las inversiones necesarias para proteger cada recurso; priorizar las amenazas en función de la evaluación de los riesgos y utilizar estas prioridades para desarrollar una política de seguridad que incluya normas de prevención, protección y procedimientos.

Estos procesos se complementarán a futuro con la informatización del ya implementado Formulario SG-0217 denominado “Acta de Verificación de dispositivos de Seguridad en Instalaciones” sumado a la planilla de autotesteo que conformará la “Matriz de Riesgos de Sucursales” y al sistema informático de Gestión de Incidentes de Seguridad Física, todavía en desarrollo, que permitirán un control en tiempo real de los indicadores de riesgo pre-establecidos, tanto por Sucursal como por Región, para determinar con mayor precisión en qué casos se deben intensificar las tareas de monitoreo o bien las medidas de seguridad implementadas. Como dato ampliatorio, se menciona que se halla en proceso de aprobación final el PROYECTO de Normativa de Procedimientos para la Central de Monitoreo.



# INVERSIÓN SOCIAL

APOSTAMOS AL CRECIMIENTO DE LAS REGIONES  
Y A LA REVALORIZACIÓN DE LA CULTURA DEL TRABAJO,  
PONIENDO FOCO EN NIÑOS Y ADOLESCENTES



## INVERSIÓN SOCIAL

Somos conscientes que no hay crecimiento empresarial si la sociedad no crece en su conjunto. Para que esto se logre es necesario apostar todos juntos, ayudándonos unos a otros a desarrollar vías alternativas de inclusión social.

Inversión Social en números	2010	2009
<b>Inversión en RSE (en pesos)</b>	<b>5.650.000</b>	<b>4.310.443</b>
Por eje de trabajo social		
Educación	2.250.000	1.591.851
Medicina social	367.940	267.750
Nutrición	825.379	874.940
Integración	184.400	267.750
Voluntariado	414.470	300.000
Trabajo sustentable	566.400	450.000
<b>Total inversión social <sup>(1)</sup></b>	<b>4.608.589</b>	<b>3.752.291</b>
Empleados voluntarios (cantidad de equipos)	250	200
Cantidad de programas	6	7
Cantidad de provincias	16	16
Cantidad de beneficiarios	68.881	37.765
Cantidad de alianzas con organizaciones	86	84

<sup>(1)</sup> La inversión social en los programas con la comunidad es parte del presupuesto del área de RSE.

### FUNDACIÓN MACRO: POR UN PAÍS SOLIDARIO, INCLUSIVO, JUSTO Y EQUITATIVO

A través de Fundación Banco Macro apostamos al crecimiento de las regiones y a la revalorización de nuestra cultura, poniendo foco en los niños y adolescentes que constituyen el capital más importante de nuestra sociedad. A su vez, buscamos fomentar la cultura del trabajo y despertar un espíritu de responsabilidad solidaria compartida.

Actualmente, la Fundación mantiene 86 alianzas exitosas que profundiza año a año con la implementación de proyectos y objetivos planteados en seis ejes: **Educación, Medicina social, Nutrición, Trabajo sustentable, Integración y Voluntariado**. En 2010, con una inversión de 4.608.589 pesos, estas acciones beneficiaron a 68.881 personas.



Este año logramos ampliar el número y los proyectos con los que trabaja la Fundación Macro, afianzando y profundizando el trabajo realizado en años anteriores.

Estos proyectos llegan a la Fundación vía correo electrónico, las sucursales, la página web del Banco y de Macro Direct; donde habitantes de todo el país y empleados de las comunidades donde opera el Banco envían constantemente propuestas e inquietudes.

Estos pedidos de colaboración y los programas anuales son evaluados con el gerente de sucursal más cercano al área de impacto, con el acompañamiento del responsable de Comunicaciones Institucionales. A su vez, cada región del país tiene definido un responsable para las acciones de inversión social privada.

Así la Fundación puede realizar su aporte a la sociedad de manera eficiente, escuchando activamente a sus públicos internos y externos, y canalizando sus recursos donde más se necesita.

#### Evaluación y seguimiento de la inversión social

Año a año evaluamos las iniciativas a implementar en función de la sustentabilidad, replicabilidad, cantidad de beneficiarios que impacta, las alianzas potenciales y la capacidad instalada que genera la actividad. En particular este año, antes de cerrar el presupuesto de inversión social, analizamos el Informe de Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo para conocer las necesidades de cada una de las regiones donde trabajamos.

A su vez, los proyectos son seguidos a través de informes que realizan las organizaciones aliadas correspondientes, reuniones presenciales y visitas a las localidades beneficiadas por la inversión social del Banco.



“Creemos que la educación es la base fuerte de una sociedad que crece. Por eso gran parte de nuestros esfuerzos se combinan con los de otras instituciones, para poder brindar a muchos niños la posibilidad de acceder a la educación y así acercarlos a un futuro digno...”

“La idea de comunidad encaminada detrás de un logro que necesita de todos y cada uno, busca dejar sentadas las bases para dar un paso más allá: “Promoción y desarrollo humano”. Ésa es la búsqueda constante desde los proyectos de huertas en escuelas rurales, construidas por la comunidad, gestionada por Huerta niño y apoyada por Fundación Banco Macro.”

**Juan Lapetini – Director Ejecutivo de Fundación Huerta Niño**

**Aliados en educación:**

Fundación Cimientos  
Fundación Equidad  
Fundación Escolares  
Fundación Leer  
Asociación de Amigos del Museo Nacional de Alta Gracia  
Instituto Helen Keller  
Fundación Aprendiendo Bajo la Cruz del Sur  
Fundación Junior Achievement

**PROGRAMA EDUCATIVO: SABER PARA SER**

A partir de este programa damos respuestas a los temas vinculados con la educación inicial y media, y que centra su apoyo en Programas de padrinazgos, Mejora de la infraestructura escolar y Programas Complementarios a la Escuela como capacitaciones extracurriculares, apoyo escolar y recreación artística.

Junto a Fundación Leer trabajamos en el programa “Libro Abierto”, que tiene como objetivo fortalecer el rol de las bibliotecas como promotores de la alfabetización de los niños. Cada una de las bibliotecas recibió de manos de la Fundación Macro 300 libros nuevos para conformar su Rincón de Lectura Infantil, mobiliario confeccionado por emprendedores de Fundación Impulsar y títeres elaborados por jóvenes de los talleres de Cre-Arte, centro educativo y cultural para personas con discapacidad. En total contamos con 24 Rincones de Lectura en las provincias de Jujuy, Salta, Córdoba, Misiones, Chaco, Chubut, Mendoza y Santa Fe, donando a su vez un total de 7.200 libros.

Principales resultados 2010:

- 80 ahijados a través del programa de padrinazgo, para que puedan finalizar su año escolar junto a Fundación Cimientos y sus alianzas.
- 5 escuelas rurales participantes de los 7 talleres organizados por la Asociación de Amigos del Museo Nacional de Alta Gracia.
- 150 niños no videntes del Instituto Hellen Keller beneficiados, colaborando con su traslado para que puedan concurrir al colegio.
- 120 computadoras donadas a Fundación Equidad.
- 20 escuelas, 3.000 niños beneficiados y 48 docentes por el Concurso en escuelas Rurales junto a Fundación Escolares, donde se financian proyectos destinados a mejorar las escuelas.
- 600 alumnos participantes en el proyecto de huertas en la escuela Legado Pascual Iaccarini, distrito Las Paredes, Mendoza, junto a la Fundación Huerta Niño.
- 23 escuelas de la Quebrada de Humahuaca equipadas y conectadas a Internet Satelital y 120 docentes capacitados en el uso de nuevas tecnologías que benefician a 1.526 alumnos, en alianza con Fundación Aprendiendo Bajo la Cruz del Sur.
- 150 alumnos participantes de los programas realizados con Fundación Junior Achievement.
- 12.000 personas beneficiadas por nuestro apoyo de forma permanente a Cáritas San Isidro.
- 5 ahijados Necesidad + urgente recibieron becas universitarias.



“La atención sanitaria también es uno de nuestros ejes de acción. Creemos que para que las personas puedan desarrollar en pleno sus capacidades deben tener una adecuada atención y educación sanitaria.”

#### **Fundación Macro**

#### **Aliados en medicina social:**

Fundación Alegría  
Fundación Flexer  
Fundación Proniño  
Tren Fundación ALMA  
Fundación Hospital de Niños  
Asociación Civil “La casa del Niño”  
TU.JU.ME.  
Asociación Civil Creación

#### **PROGRAMA DE MEDICINA SOCIAL: SALUD POR SONRISAS**

En el marco del programa de medicina social, “Salud por sonrisas”, los principales campos en los cuales trabajamos a nivel nacional son: Atención pediátrica en zonas rurales, educación sanitaria, apoyo a residencias transitorias para madres de niños internados, Prevención del HIV Sida y Salud Sexual y Reproductiva.

En 2010 colaboramos con la refacción de la sala de espera del área de Oncología del Hospital del Niño Jesús. Contribuimos con el hospital de emergencias y trauma de alta complejidad de Rosario, en el que se atienden 40.000 pacientes al año. Participamos en el mantenimiento de la casa que alberga a niños con cáncer y sus madres, y trabajamos con las Giras Médicas de TU.JU.ME. en las que se atendieron 4.000 niños.

A su vez, este año brindamos junto al Tren Alma exitosamente atención médica primaria, odontológica, educación sanitaria y asistencia social en forma gratuita a 3.038 chicos y adolescentes de localidades con población de escasos recursos, posibilitando así el acceso a uno de los derechos fundamentales de la niñez: el derecho a la salud. Los seis viajes realizados cubrieron la zona del noroeste de nuestro país, pasando por las provincias de Santiago del Estero, Catamarca, Salta, Jujuy, Chaco y Tucumán.

#### **Principales resultados 2010:**

- 4.200 niños atendidos en la Fundación Alegría.
- 300 niños con enfermedades oncológicas atendidos en la Fundación Flexer.
- 5.000 niños atendidos en Fundación Proniño.
- 3.038 pacientes atendidos de forma gratuita por Fundación ALMA.
- 7.200 niños beneficiados de la Fundación Hospital de Niños.
- 100 niños beneficiados de la Asociación Civil “La casa del Niño”.
- 4.000 niños atendidos con las Giras Médicas de TU.JU.ME.
- 100 niños beneficiados de la Asociación Civil Creación, un hogar de tránsito para chicos con cáncer.

“Creemos que la buena alimentación en nuestros niños es la clave para el desarrollo de nuestro país.”

**Fundación Macro**

**Aliados por la correcta nutrición de nuestros niños:**

Comedores de Salta y Jujuy  
 Centro de Nutrición infantil Mitaí Mbarete  
 Comedor Alumine  
 Cáritas (Arzobispado de Tucumán)  
 Fundación Conin



**PROGRAMA DE NUTRICIÓN: ALIMENTANDO EL FUTURO**

Trabajamos en forma conjunta con otras organizaciones para satisfacer las necesidades nutricionales de niños y jóvenes de todo el país. Estamos cerca de sus necesidades primarias y sabemos que ayudarlos en su nutrición es el primer paso para brindarles una mejor calidad de vida.

Para una correcta alimentación de los niños y jóvenes, este plan es diseñado por un profesional especializado, y cubre el 70% de las necesidades calóricas y el 100% de las necesidades proteicas, de hierro y calcio. El sistema de entrega de alimentos es semanal, planificando un menú mensual para el que se contemplan víveres secos, carne, pan, verduras y frutas. Los beneficios no se acotan solo a la seguridad alimentaria, sino que también se vinculan con los aportes de obras infraestructura que permiten el desarrollo de actividades sociales de la comunidad.

Actualmente, colaboramos con dos proyectos de Nutrición junto a Fundación Conin, y 21 comedores y merenderos comunitarios (3 propios y 16 de Cáritas Tucumán).

El apoyo de la Fundación Macro y la colaboración de las madres, quienes son las responsables de administrar las compras y organizar las comidas, dieron en 2010 los siguientes resultados:

- 850 comensales en los Comedores de Salta y Jujuy.
- 43 madres y 64 niños beneficiados en el comedor del Centro de Nutrición infantil Mitaí Mbarete, Gobernador Virasoro, en Corrientes.
- 100 comensales en el comedor Alumine, en Tucumán.
- 40 comedores ayudados y 3.000 personas beneficiados de Cáritas del Arzobispado de Tucumán.
- 40 beneficiarios directos e indirectos de la Fundación Conin.



"Estamos convencidos que una sociedad con igualdad de oportunidades donde se respete el valor por la diversidad y la inclusión social es una sociedad con mayor potencial de crecimiento y desarrollo."

**Fundación Macro**

**Aliados en pos  
de la integración social:**

F.I.O.D.I.M.

Fundación Minka

Equipo de fútbol sala no vidente

Puentes de Luz

CreArte

Fundación Baccigalupo

**PROGRAMA DE INTEGRACIÓN: UNIDOS POR MÁS**

Trabajamos por la igualdad de derechos y oportunidades, desarrollando alianzas con diferentes Organizaciones de la Sociedad Civil que se alinean con otro objetivo relevante: mejorar la calidad de vida de las personas con capacidades diferentes, como así también de su entorno familiar y social. Los trabajos realizados abarcan diferentes ejes: integración a través del deporte, de emprendimientos laborales inclusivos, como así también aportes para la mejora en las prácticas de rehabilitación.

Por ejemplo, colaboramos estrechamente con los distintos emprendimientos que se llevan a cabo desde la Fundación Baccigalupo, centrándose en la expansión de las escuelas deportivas hacia el interior del país. Hasta el momento el proyecto se extendió a Salta, Mar del Plata, Buenos Aires, Bahía Blanca y Río Gallegos, contando con más de 400 alumnos en 2010.

Beneficiarios de nuestro apoyo en 2010:

- 20 jóvenes beneficiados de F.I.O.D.I.M.
- 32 niños y jóvenes desde el año y medio de edad hasta los 24 años con capacidades diferentes beneficiados de Fundación Minka.
- 30 integrantes del equipo de fútbol sala no vidente beneficiados por nuestro aporte.
- 30 personas con capacidades diferentes de Puentes de Luz.
- 72 alumnos entre 17 y 54 años beneficiados de CreArte.
- 400 alumnos beneficiados de la Fundación Baccigalupo.

“Nuestro agradecimiento al Banco y a la Fundación por la posibilidad que nos brinda de hacer algo por nosotros, es cierto que el deseo de mejorar no cambia el mundo pero el hecho de participar ya es hacer “algo”. Cuando se combinan la voluntad y el poder, el resultado es fabuloso porque el logro es beneficio para muchos, y la satisfacción para quienes hacen la tarea de manera mancomunada, ordenada y voluntaria. Todo comienza como un anhelo de hacer algo y termina con la satisfacción del logro, porque la fe y la solidaridad son las mejores virtudes humanas.”

**María de los Ángeles Valori,**  
**Coordinación Banca Empresa,**  
**Región Jujuy.**



“El aporte solidario de nuestros colaboradores nos ayuda a generar un mayor impacto en la comunidad.”

**FUNDACIÓN MACRO**

#### **PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO: GENERANDO EL CAMBIO**

A través de nuestro programa de voluntariado corporativo llamado “Generando el Cambio” promovemos el compromiso y la participación social activa de nuestros empleados en acciones de interés comunitario, permitiendo que participen en la planificación y elección de las instituciones beneficiadas.

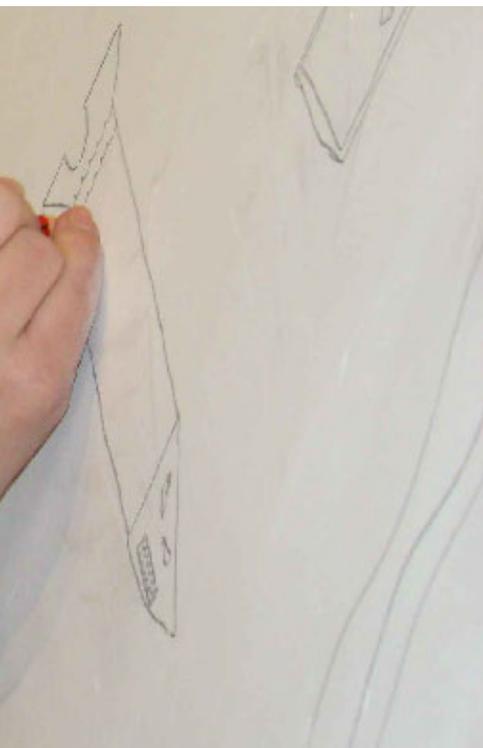
Este año participamos por primera vez en la propuesta Nochebuena para Todos, armando cajas de Navidad para enviarles a familias necesitadas. Esta iniciativa fue realizada en las provincias de Buenos Aires, Salta, Córdoba, Santa Fe y Tucumán, donde los colaboradores se sumaron con gran compromiso, armando cajas que contenían la cena navideña y regalos para las familias.

A su vez, realizamos un concurso bajo la temática “El club de barrio te necesita”.

Los ganadores fueron 34 equipos de todo el país, quienes aportando su compromiso y entusiasmo se sumaron a la labor solidaria de la Fundación. Realizamos un concurso interno de donación de chatarra electrónica. La sucursal ganadora recibió 6 computadoras para donar a la institución de su elección. Esta acción se desarrolló junto a la Fundación Equidad.

Nuestros 90 empleados comprometidos hicieron posible los siguientes resultados en 2010:

- 34 proyectos ganadores – 20.500 beneficiarios del Concurso Voluntariado Corporativo “El club de Barrio te necesita”.
- 140 familias beneficiadas con más de 150 cajas navideñas.
- 3.500 Kg. de chatarra electrónica donados a Fundación Equidad.



"Con este programa nos proponemos revitalizar la cultura del trabajo e impulsar proyectos que se vinculen con economías regionales, fomentando el desarrollo de diferentes regiones de nuestro país."

**Fundación Macro**

### **La importancia de los microcréditos como motor del desarrollo económico y social**

A través de la Fundación Banco Macro colaboramos con diferentes fundaciones que trabajan en el otorgamiento de microcréditos para emprendimientos productivos y en la asistencia técnica de los productores para que puedan hacer crecer sus proyectos.

### **PROGRAMA DE TRABAJO SUSTENTABLE: ALCANZANDO EL FUTURO**

Este programa centra su eje en la creación de trabajo sustentable para jóvenes emprendedores y en el fomento de economías regionales.

Con Fundación Impulsar trabajamos brindando apoyo a microemprendimientos de jóvenes empresarios mediante la capacitación, orientación, apoyo económico y asesoramiento empresarial. El apoyo económico consiste en un préstamo sin garantías ni interés, para la puesta en marcha del proyecto planteado; éste es complementado con un asesoramiento empresarial y el acompañamiento durante los 3 primeros años de gestión del emprendimiento por profesionales independientes que donan su tiempo a la Fundación para apoyar a los jóvenes con voluntad de progresar en sus proyectos. Llevamos financiados los emprendimientos de 30 jóvenes de Mendoza, Salta y Misiones que concretaron sus proyectos generando a su vez nuevas fuentes de empleos. Estos emprendimientos están relacionados con metalurgia, gastronomía, indumentaria y artesanías.

A partir del 2010, Fundación Macro es socia de la Fundación Los Grobo en su programa Potenciar Comunidades Rurales. Potenciar propone un camino de aprendizaje a partir de la identificación de las capacidades existentes en cada comunidad y la generación de capital social en el territorio.

Principales resultados 2010:

- 24 proyectos financiados junto a Fundación Impulsar.
- 50 Familias Tabacaleras capacitadas por la Universidad de Misiones (UNAM).

### Aliados por el trabajo sustentable:

Fundación Los Grobo  
 Asociación Jardín de los Niños  
 Fundación Cruzada Patagónica  
 Fundación E+E (Empresarios para Emprendedores)  
 Fundación León  
 UNAM (Universidad de Misiones)  
 Fundación Jujuy  
 Fundación Impulsar

- 40 microcréditos otorgados a la Fundación León destinados a financiar diferentes emprendimientos productivos de mujeres.
- 700 participantes y 45 proyectos en marcha en la Fundación E+E (Empresarios para Emprendedores).
- 25 madres y 33 niños beneficiados de la Asociación Jardín de los Niños.
- 110 personas entre familias rurales y alumnos de escuelas aledañas participantes del programa de la Fundación Cruzada Patagónica.
- 13.139 beneficiarios directos del Programa Potenciar de la Fundación Los Grobo.

### COMUNICACIÓN TRANSPARENTE

Somos conscientes del impacto que generan nuestros mensajes en la sociedad. Es por eso que encaramos la estrategia de comunicación local y nacional de forma responsable, alineando la publicidad del Banco a los valores y cultura corporativa. Así, nuestras acciones de marketing directo son evaluadas por los altos mandos de la empresa, quienes velan porque el mensaje represente la esencia de la empresa y que se transmitan comunicaciones con valor social.

Este año nos enfocamos en ofrecer a nuestros grupos de interés información de utilidad en nuestros sitios de Internet, buscando siempre estar a la vanguardia en la comunicación y poder llegar a todos los públicos con eficiencia y eficacia.

Nuestra comunicación en números	2010	2009
Segundos en publicidad en televisión (TV abierta y Cable)	1.900.000	818.000
Cantidad de canales de televisión (Nacional e Interior)	74	37
Cantidad de medios gráficos	45	40
Cantidad de segundos en radio	5.580.000	4.950.000
Cantidad de radios	155	151
Cantidad de piezas de marketing <sup>(1)</sup>	1.003.225	2.602.650

<sup>(1)</sup> La caída interanual en este indicador se debe a que el Banco trabajó en minimizar el impacto ambiental de dichas impresiones y reemplazarlas por otras vías de comunicación como los avisos digitales.



**Durante 2010 hemos participado en más de 400 eventos:**

- 10 Eventos dirigidos al segmento Pymes.
- 25 Eventos dirigidos al segmento Individuos.
- 20 Eventos Institucionales.
- 29 Eventos dirigidos al segmento Agro.
- 19 Sponsoreos deportivos.
- 210 Eventos de Fidelización de Clientes: más de 6.000 Clientes fueron invitados de forma gratuita.

**ACOMPAÑAMIENTO EN EVENTOS REGIONALES**

Buscando estar siempre cerca de nuestros grupos de interés, participamos en diferentes eventos regionales dando nuestro apoyo y compartiendo una buena experiencia con nuestros públicos.

Por su parte, con Macro Móvil recorrimos 38 destinos alrededor de nuestro país durante 2010. Estuvimos presentes en lugares tales como: Mendoza, Rosario, Mar del Plata, Paraná, Tilcara, Carlos Paz, Taquí del Valle, Iguazú, Tucumán, Villa María, Marcos Juárez, Córdoba, Concordia, Rafaela, Venado Tuerto, La Falda y San Francisco.

También apoyamos eventos deportivos y espectáculos teatrales, ofreciendo a nuestros Clientes descuentos en las entradas. Fuimos el Banco oficial del Cerro Chapelco durante la temporada de invierno 2010 y del Rally Dakar 2011. También participamos de la Maratón Aldeas Infantiles por la niñez en Córdoba, en la que muchos de nuestros colaboradores, tanto de áreas centrales como de las sucursales de la División Córdoba, participaron donando un juguete como inscripción.

Asimismo, Banco Macro invitó a festejar su trigésimo segundo aniversario con un evento gratuito y para todo el público el 3 de septiembre en el Monumento al General Martín Miguel de Güemes, sito al pie del cerro San Bernardo en la ciudad de Salta. El evento, en el que participaron miles de personas, consistió de un espectáculo de alta calidad artística donde los presentes pudieron disfrutar de presentaciones de grupos musicales de folclore.



# PREVENCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

NUESTRO COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE  
SE TRADUCE EN EL USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS



## PREVENCIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Durante el 2010 incorporamos 1.622 pantallas LCD, superando las 1.000 unidades que nos habíamos propuesto para el año.

Nuestro trabajo en el cuidado del medio ambiente tiene el foco en el uso sustentable de los recursos: energía, agua y papel, y en la difusión de estas prácticas entre nuestros públicos clave. En este marco, dentro de la gestión de nuestro negocio desarrollamos programas que minimicen el impacto ambiental a través del uso de nuevas tecnologías y administración responsable de los residuos bajo el concepto de las tres R: Reducir, Reutilizar y Reciclar.

### IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO: MEJORAS EN LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS EN EL DESARROLLO DE NUESTRAS OPERACIONES

#### Nueva tecnología para el ahorro de energía

En Banco Macro continuamos llevando adelante acciones enfocadas en la reducción del consumo de energía. Durante 2010 reemplazamos e incorporamos 1.622 pantallas LCD, superando las 1.000 unidades que nos habíamos propuesto para este año. Es importante destacar que las pantallas LCD utilizan un tercio de la energía con el mismo tamaño de pantalla y el calor que generan es inferior, reduciendo los costos por electricidad y aire acondicionados. Además, la tecnología LCD es más beneficiosa a la salud, ya que al no reflejar la luz en la pantalla cansa menos a la vista y no genera emisiones de ondas electromagnéticas, además de ser más respetuosa con el medio ambiente, ya que cuenta con menos plástico y peso que facilitan su reciclaje, y utiliza menores cantidades de materiales contaminantes, como el plomo y el cadmio.

Además, iniciamos el recambio e incorporación de computadoras de tipo clon por computadoras de marca, lo que aporta una tecnología más eficiente en relación al consumo de energía, reduciendo así en una reducción del gasto energético. Durante 2010 incorporamos 910 computadoras nuevas.

Continuamos realizando el reemplazo gradual de UPS (Sistema de alimentación ininterrumpida) por equipos de última generación y alta eficiencia energética, lo que nos permite ahorrar hasta un 40% de consumo de energía eléctrica.

Otras de las acciones que realizamos para ahorrar energía fueron las siguientes:

- Apagado de carteles y marquesinas en la vía pública por medio de relojes programables y células fotoeléctricas. Los mismos se encienden a la puesta del sol y se apagan a las 23:00 hs.
- Reducción de cantidad de lámparas en luminarias, alcanzando los niveles de iluminación requeridos.



- Limpieza de cielorrasos y luminarias a fin de mantener adecuados niveles de iluminación.
- Apagado de luces en pasillos y sectores que reciben luz natural.
- Instalación de lámparas bajo consumo.
- Modernización de ascensores de Casa Central con comando electrónico de última generación que optimiza el uso de energía.
- Configuración de apagado del monitor al cabo de 10 minutos.
- Accionamiento de luces y extractores en baños por medio de detectores de presencia en los pisos de Edificios Centrales.
- Instalación en Edificios Centrales de equipos de aire acondicionado de última tecnología con control por zonas y comando centralizado por PC, con programación de encendido y apagado diario.
- Mantenimiento preventivo de equipos de aire acondicionado, limpieza y cambio de filtros en forma periódica, que asegura un correcto funcionamiento y reduce el consumo de energía.
- Instalación de equipos *split* como refuerzo de los equipos centrales de sucursales, logrando un mejor aprovechamiento de la energía.
- Ajuste de temperatura de climatización a valores de 24 °C que permiten ahorro de energía.

#### Prácticas para reducir el consumo de agua

Continuamos desarrollando iniciativas enfocadas en tratar de reducir el consumo de agua en nuestras instalaciones. Durante 2010 continuamos realizando el reemplazo de equipos que consumen agua y de torres de enfriamiento de equipos de aire acondicionado, con la finalidad de optimizar la utilización de este recurso.

#### Proyecto Micro-impresión para un responsable uso del papel

Durante 2010 realizamos las modificaciones necesarias en nuestros sistemas para que las impresiones se realicen automáticamente en ambas caras del papel en todos los edificios corporativos y sucursales del Banco. De esta manera se realiza un consumo más eficiente del papel. Esta iniciativa se complementa a la iniciada el año pasado donde estandarizamos el tamaño del papel para disminuir también su consumo.

### Eficiencia en operaciones de escaneo

En caso de reclamos, el circuito de documentación que anteriormente empleábamos en el Banco requería una impresión en promedio de 3 páginas por reclamo, sumando 52.800 páginas por año, el envío físico a GCR (Gestión de Calidad y Reclamos) y el archivo de copias en la sucursal correspondiente. Este proceso implicaba un consumo de papel, tóner y energía de transporte que hemos logrado reducir a partir de la implementación del proyecto "Escaneo de documentación a GCR".

En este nuevo circuito los documentos son escaneados en las sucursales, que se quedan con los originales; y son enviados de forma digital a GCR, donde los analistas responsables del tema los recogen en una casilla de mail especialmente diseñada para este proceso. A su vez, por la estandarización del circuito en todas las sucursales del Banco, se logró una reducción de la cantidad de formularios haciendo más eficiente el proceso.

Los principales resultados de esta iniciativa fueron:

- Reducción del riesgo de pérdida de documentación
- Reducción del costo de envío del físico
- Disminución del gasto de papel y tóner en un 71%.

### IMPACTO AMBIENTAL INDIRECTO: OPTIMIZACIÓN EN LA IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

#### Campaña E-compromiso

Brindamos a nuestros Clientes la posibilidad de obtener su resumen de cuentas de manera electrónica. De esta manera, la información se transmite de manera rápida y segura, por correo electrónico y sin implicar consumo papel.

Adhesiones e-resumen	2010	2009
<b>Adhesiones</b>		
Cientes adheridos al servicio <sup>(1)</sup>	84.704	45.934
Cientes adheridos a cuentas	57.490	33.833
Cientes adheridos a tarjetas	29.122	14.758
<b>Cuentas</b>		
Cuentas corrientes	9.361	8.328
Cajas de ahorro	30.455	19.196
Paquetes	20.104	8.041
<b>Tarjetas</b>		
Visa	22.096	10.583
Master	12.578	5.154
American Express	595	327

<sup>(1)</sup> Una adhesión puede corresponder a más de un producto.

Durante el 2010 se encararon diferentes acciones para comunicar los beneficios del servicio e-Resumen a nuestros Clientes, ya sea a través de diferentes piezas comunicacionales, como así también a través de las Sucursales, lo que se reflejó en un notable crecimiento en la adhesión de Cuentas –Paquetes y Tarjeta de Crédito– Visa y Mastercard.

#### Videoconferencias

Nuestras instalaciones cuentan con un auditorio para realizar videoconferencias y poder organizar reuniones bajo modalidad virtual. Esto nos permite reducir el impacto ambiental que generaría el traslado de nuestros colaboradores a reuniones presenciales, optimizar tiempos y disminuir costos de viajes y emisiones de CO<sub>2</sub>. Durante 2010, en las regiones de Buenos Aires, Córdoba, Posadas, Rosario y Salta se pudieron realizar videoconferencias.

**1° Campaña  
interna  
de recolección  
de rezagos  
electrónicos.**



¿Sabías que los elementos electrónicos que ya no usás contienen sustancias contaminantes para la salud y el medio ambiente?

**RECICLALOS!** Encontrá las cajas de la **Fundación Equidad** dispuestas en tu lugar de trabajo. Buscá más información en [www.bancomacro.com](http://www.bancomacro.com).



## GESTIÓN RESPONSABLE DE RESIDUOS

### Reciclado de residuos tecnológicos

Contamos con un procedimiento para desafectar el equipamiento informático que se extiende a la totalidad de los equipos, materiales y componentes electrónicos del Banco, incluyendo computadoras, monitores, impresoras, servidores, discos, teclados, telefonía, entre otros.

Una vez que se da de baja un equipo informático en desuso, entregamos el material a desechar a un proveedor experto en el proceso, que lo revisa y separa el material reusable de la chatarra electrónica en una forma ecológica y confidencial para resguardar la información perteneciente a Banco Macro. Este material es donado a instituciones que lo solicitan a través de la Fundación Banco Macro, que también completa los equipos para su correcta utilización. Además, donamos todo aquel mobiliario que por razones de homogeneización de la identidad institucional no se puede reutilizar a instituciones locales que lo necesitan.

Durante 2010 desafectamos aproximadamente 10 toneladas de equipamiento informático. Además, realizamos una campaña interna de recolección de rezagos electrónicos por medio de la cual donamos a la Fundación Equidad 3.500 kilos de chatarra electrónica.

El reciclado es una práctica que valoramos y ejecutamos en nuestras sucursales de forma sistematizada.



Por último, procedimos a la destrucción de 1.108 medios magnéticos cuyo procedimiento consiste en sumergir los mismos en un thinner especial y luego incinerarlos en hornos especiales que anulan los gases contaminantes antes de ser expulsados al medio ambiente.

Gestión de residuos	2010	2009
Papel reciclado (Kg.)	42.736 <sup>(1)</sup>	26.700
Plástico reciclado (Kg.)	1.284 <sup>(2)</sup>	720
<b>Gestión de residuos electrónicos</b>		
Cantidad de mobiliario donado	1.007	1.174
Equipamiento informático donado <sup>(3)</sup>	188	186
Instituciones beneficiadas	457	256

<sup>(1)</sup> Corresponde 29.379 a Buenos Aires, 7.232 a Tucumán y 6.125 a Córdoba. Diferencia interanual por ampliación del Programa en las provincias.

<sup>(2)</sup> Corresponde a Buenos Aires.

<sup>(3)</sup> Equipos completos de PC donados a instituciones y comunidades educativas que presentaron propuestas de trabajo vinculadas con TIC's.



#### Alianzas estratégicas para el reciclado del papel y plástico

Dada la naturaleza de nuestro negocio, manejamos y administramos una importante cantidad de papel. Sabemos lo importante que es cuidar la información confidencial de nuestros Clientes, por lo cual los programas de reciclado de papel son diseñados cuidadosamente, analizando su logística y trabajando en conjunto con organizaciones aliadas responsables y confiables.

Durante 2010, continuamos participando del Programa de Reciclado de Papel y Pet a beneficio de la Fundación Hospital de Pediatría “Profesor Dr. Juan Garrahan” en las oficinas y sucursales de Buenos Aires y Gran Buenos Aires. Esta iniciativa nos permite también concientizar a los empleados sobre la importancia del cuidado ambiental. Gracias al aporte de nuestros empleados, reciclamos 29.379 kilos de papel y 1.284 kilos de plástico.

En Tucumán seguimos trabajando en el programa de reciclado de papel junto a la Fundación León, y a beneficio del Hospital Centro de Salud, que cuenta con salas de quemados, traumatología, ginecología, urología y clínica médica. Durante 2010 desarrollamos la prueba piloto en cinco edificios, logrando recaudar un total de 7.232 kilos de papel que fueron donados a la Fundación. Asimismo, el programa de reciclado se extendió a 5 sucursales de la provincia de Córdoba, llegando a 8 sucursales participantes.

En Salta se diseñó la prueba piloto junto a Fundación Feofsol, para implementarse en 2011.



# CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME DE RSE 2010

UTILIZAMOS EL INFORME COMO HERRAMIENTA  
DE GESTIÓN Y COMUNICACIÓN



# CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME DE RSE 2010

Seguimos los lineamientos  
y principios GRI  
aplicando a un nivel C.

## ALCANCE DEL INFORME

Esta publicación es el cuarto Informe de Responsabilidad Social Empresaria en el cual damos cuenta a nuestros grupos de interés sobre las acciones, iniciativas y programas realizados durante 2010 con los que generamos un impacto en el ámbito económico, social y ambiental en nuestra sociedad. Las acciones comunicadas fueron realizadas en el territorio de la Argentina, y alcanzan a todas las sociedades que componen Banco Macro. Para reportar de forma clara y transparente la evolución en materia de RSE incluimos en este documento datos cuantitativos de años anteriores a efectos comparativos. Definimos como nuestros grupos de interés principales a accionistas, colaboradores internos y sindicatos, clientes, proveedores, comunidad cercana, y organismos internacionales, gubernamentales y de regulación nacional.

## PROCESO DE ELABORACIÓN

El proceso de elaboración del Informe es coordinado por la Gerencia de RSE, la cual involucra a todas las áreas de la empresa. Así, en un trabajo transversal, los directivos del Banco y mandos medios que conforman el Grupo de Trabajo de RSE se capacitan en esta temática y participan activamente en el relevamiento e identificación de información material y revisiones finales del documento. Es importante destacar que en este proceso los miembros del Grupo de Trabajo de RSE identifican oportunidades de mejora en RSE para realizar en su área y se las transmiten a sus directores para poder activar iniciativas con impacto social y ambiental en el futuro.

## LINEAMIENTOS UTILIZADOS PARA SU ELABORACIÓN

El Informe de RSE fue elaborado siguiendo los principios y lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (*Global Reporting Initiative – GRI*)<sup>1</sup>, aplicando el Nivel “C”. Los indicadores fueron respondidos adaptando los protocolos a la realidad del Banco y a la coyuntura local. Además, se reportan los indicadores de la Guía de Suplementos Sectoriales para el Sector Financiero de GRI.

Esta publicación es a su vez nuestra Comunicación sobre el Progreso (COP) 2010, donde comunicamos nuestro compromiso y avances en el cumplimiento de los

---

<sup>1</sup> Para más información sobre GRI entrar en [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)



10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas a través del documento “Estableciendo la Conexión”<sup>2</sup> que relaciona dichos principios con los indicadores del GRI.

### ANÁLISIS DE RELEVANCIA DE CONTENIDOS

Partiendo del Principio de Materialidad de la Guía G3 de GRI, trabajamos con el Grupo de Trabajo de RSE para seleccionar los contenidos del Informe que reflejen los impactos sociales, ambientales y económicos significativos del Banco y aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

Es así como realizamos un ejercicio en el cual identificamos las fuentes internas y externas al Banco que puedan ser factores de decisión al momento de elegir la información a comunicar. Entre ellas se encuentran las relacionadas a la cultura del Banco como nuestra misión, filosofía, valores; los documentos y publicaciones institucionales que realizamos; estudios de mercado y encuestas nacionales sobre la RSE que nos permiten conocer la tendencia; lineamientos y estándares internacionales de RSE; la opinión de los grupos de interés relevada en la comunicación cotidiana con cada uno de ellos; Códigos y normativa del sector; y ámbitos en los cuales el Banco participa, como cámaras y redes empresarias, y organizaciones de la sociedad civil.

---

<sup>2</sup> Estableciendo la Conexión, Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del GRI y Comunicación del Progreso del Pacto Mundial, año 2007. <http://www.pactoglobal.org.ar/userfiles/file/GRIestableciendolaconexFINAL.pdf>



# TABLA DE INDICADORES GRI Y COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO (COP) 2010

DESDE EL 2009 SEGUIMOS LOS LINEAMIENTOS GRI, ADEMÁS  
DE ADHERIRNOS A LOS PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL



Indicadores GRI	Página		Página
<b>1. Visión y estrategia</b>			
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	18-19	EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático. n/d
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	16, 20-21, 24, 28-30, 34-35, 96-99	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. n/d
<b>2. Perfil</b>		EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. Presencia en el mercado. Nota 9
Perfil de la organización		EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local. Nota 10
2.1 Nombre de la organización.	14	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales. 46-47
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	14, 49-55	EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local. Nota 11
2.3 Estructura operativa de la organización.	15		Impactos económicos indirectos
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	Nota 1	EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público. 70-79
2.5 Número de países en los que opera la organización y en los que desarrolla actividades significativas.	14	EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance. 41, 47-48, 50-51, 55-56, 60
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	14		<b>Indicadores de desempeño social: prácticas laborales y trabajo decente</b>
2.7 Mercados servidos.	14		Empleo
2.8 Dimensiones de la organización informante.	17	LA1	Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región. 40-41
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	18	LA2	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región. n/d
2.10 Premios y distinciones recibidos.	16	LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal. 45
<b>3. Parámetros del informe</b>			Relaciones empresa/trabajadores
Perfil del Informe		LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo. 46
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en el Informe.	90	LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos. Nota 12
3.2 Fecha del Informe anterior más reciente.	Nota 2		Salud y seguridad en el trabajo
3.3 Ciclo de presentación de informes.	Nota 2	LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad. n/d
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas al informe o su contenido.	100	LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región. Nota 13
Alcance y cobertura del Informe		LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves. 46
3.5 Proceso de definición del contenido del Informe.	91	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. n/d
3.6 Cobertura del Informe.	90		Formación y educación
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Informe.	Nota 3	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado. 44
3.8 Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	Nota 4	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua. 42-44
3.9 Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	Nota 5	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. 41
3.10 Efecto de la re expresión de información de informes anteriores.	Nota 5		Diversidad e igualdad de oportunidad
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Informe.	Nota 5	LA13	Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías. 24-25, 40
Índice del contenido GRI		LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. Nota 14
3.12 Tabla de contenidos GRI.	92-95		<b>Indicadores de desempeño social: derechos humanos</b>
Verificación			Prácticas de inversión y abastecimiento
3.13 Política y práctica sobre verificación externa.	Nota 6	HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos. n/d
<b>4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés</b>		HR2	Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas. n/d
Gobierno		HR3	Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos. n/d
4.1 Estructura de gobierno de la organización.	24-25		No discriminación
4.2 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	Nota 7	HR4	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. Nota 15
4.3 Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	25		Libertad de asociación y convenios colectivos
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	24, 37, 44-45, Nota 8	HR5	Actividades en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas. 46
4.5 Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.	24	HR6	Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas. Nota 15
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	24, 28, 2		Trabajos forzados
4.7 Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.	4	HR7	Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas. Nota 15
4.8 Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.	14, 24		Prácticas de seguridad
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social.	n/d	HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos. n/d
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	n/d		Derechos de los indígenas
Compromisos con iniciativas externas		HR9	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. Nota 15
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	34-35, 82		<b>Indicadores de desempeño social: sociedad</b>
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	48, 70-79, 85, 87		Comunidad
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	17	SO1	Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades. 70-71
Participación de los grupos de interés			Corrupción
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	90	SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. 29
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	36-37, 90	SO3	Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción. 31
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	36-37, 44-45, 47-48, 61-66, 71	SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. Nota 15
4.17 Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	45, 61, 63-64		Política pública
<b>Indicadores de desempeño económico</b>		SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying. Nota 16
Desempeño económico			
EC1 Valor económico directo generado y distribuido	17, 49, 70		

	Página
So6 Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	Nota 17
Comportamiento de competencia desleal	
So7 N° total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Nota 15
Comportamiento normativo	
So8 Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones.	Nota 15
<b>Indicadores de desempeño social: responsabilidad de producto</b>	
Salud y seguridad del Cliente	
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluados en la salud y seguridad de los Clientes.	n/a
PR2 N° total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de Clientes.	n/a
Etiquetado de productos y servicios	
PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa.	16
PR4 N° total de incumplimientos de la regulación relativa a la información y al etiquetado de los productos y servicios.	Nota 15
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del Cliente.	63-66
Comunicaciones de marketing	
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.	78
PR7 N° total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing.	Nota 15
Privacidad del Cliente	
PR8 N° total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de Clientes.	Nota 15
Cumplimiento normativo	
PR9 Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Nota 15
<b>Indicadores de desempeño medioambiental</b>	
Materiales	
EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	n/d
EN2 Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	86
Energía	
EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	n/d
EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	n/d
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	82-83
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, y las reducciones logradas.	82-84
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	82-83
Agua	
EN8 Captación total de agua por fuentes.	n/d
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	n/a
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	n/a
Biodiversidad	
EN11 Terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	n/a
EN12 Impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas.	n/a
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	n/a
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	n/a
EN15 N° de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	n/a
Emisión, vertidos y residuos	
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	n/d
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	n/d
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	82-84
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	n/d
EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	n/a
EN21 Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	n/a
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	85-87
EN23 N° total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	n/a
EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos.	n/a
EN25 Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización.	n/a
Productos y servicios	
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción.	84
EN27 Porcentaje de productos vendidos y materiales de embalaje recuperados al final de su vida útil.	n/a
Cumplimiento normativo	
EN28 Coste de multas significativas y n° de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Nota 15

	Página
Transporte	
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	n/d
General	
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	n/d
<b>Suplementos sectoriales: industria financiera</b>	
FS1 Políticas con componentes ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.	n/d
FS2 Procesos para evaluar y controlar los riesgos ambientales y sociales en las líneas de negocio básicas.	29
FS3 Procesos de monitoreo de la implementación y cumplimiento por parte de los Clientes de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos o transacciones.	n/d
FS4 Procesos para mejorar las competencias de los empleados para implementar las políticas y procedimientos ambientales y sociales aplicados en las líneas de negocio básicas.	31
FS5 Interacciones con Clientes / sociedades participadas / socios empresariales con respecto a los riesgos y oportunidades sociales y ambientales.	n/d
FS6 Porcentaje del total de unidades de negocio por región específica, tamaño y sector.	49
FS7 Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios sociales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	50-51, 55-56
FS8 Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios ambientales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	n/d
FS9 Alcance y frecuencia de las auditorías que evalúan políticas y procedimientos de gestión de riesgos ambientales y sociales.	n/d
FS10 Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la empresa con las cuales se hayan interactuado en temas ambientales y sociales.	n/d
FS11 Porcentaje de activos sujetos a un control ambiental y social positivo y negativo.	n/d
FS12 Políticas de voto en materias medioambientales y sociales aplicables a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	n/d
FS13 Puntos de acceso en áreas poco pobladas o económicamente desfavorecidas por tipo.	60
FS14 Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros.	50-51
FS15 Políticas para el diseño justo y venta de productos y servicios financieros.	28-31
FS16 Iniciativas para realizar la educación financiera por tipo de beneficiario.	n/d

**Aclaraciones:**

N/D: Información no disponible.

N/A: El indicador GRI no aplica a las actividades de la empresa.

■ Indicadores que responden a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

**Notas:**

Nota 1: Buenos Aires, Argentina

Nota 2: Banco Macro presenta su Informe de RSE de forma anual, siendo el último el publicado en 2010.

Nota 3: En caso de que existan limitaciones de alcance y cobertura del Informe se aclara con una nota al pie cuando corresponde.

Nota 4: No hubo cambios en la base para incluir información en el Informe que pudieran afectar la comparabilidad entre períodos.

Nota 5: Las técnicas de medición de datos, las bases para realizar los cálculos y los cambios significativos con respecto a períodos anteriores son aclarados a lo largo del Informe cuando corresponde.

Nota 6: Este Informe no cuenta con una verificación externa.

Nota 7: El Presidente del Directorio es el Presidente del Banco.

Nota 8: No existe ninguna limitación para la participación de accionistas minoritarios.

Nota 9: No se recibió ningún tipo de ayuda financiera de gobiernos.

Nota 10: El salario inicial estándar se encuentra 158% por sobre el Salario Mínimo Vital y Móvil.

Nota 11: En Banco Macro priorizamos la contratación de altos directores locales e incluso muchos gerentes pertenecientes a distintas regiones respetando el conocimiento y la diversidad.

Nota 12: A pesar de que Banco Macro no cuenta con una política formal sobre período mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, cuando ocurre una situación de esta índole se implementa una estrategia de comunicación y capacitación al personal respectivo.

Nota 13: La tasa de ausentismo en 2010 fue de 3,56% y la cantidad de días perdidos por enfermedad fueron 35.746.

Nota 14: Se aplica el mismo salario base por categoría profesional a hombres y mujeres.

Nota 15: No hubo sanciones, multas ni incidentes en 2010.

Nota 16: A través de la Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA).

Nota 17: No se realizó ningún tipo de aporte financiero a partidos políticos.

# RESUMEN DE 2010 Y NUESTRA MIRADA PARA 2011



## DESTACADOS 2010

### Estrategia y gestión

- 36 trimestres consecutivos de ganancias.
- Matriz de Riesgos que contempla riesgos de tipo operativo, informáticos y SOX.
- Implementación de la herramienta ACM.rsk destinada a la administración integral de riesgos.
- 324 participantes convocados en 13 eventos sobre Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.

### Colaboradores

- 8.154 empleados.
- 90% de los empleados recibieron alguna capacitación.
- 314 mensajes recibidos en el Buzón de Sugerencias.
- 23 jóvenes del Programa Nacional de Pasantías efectivizados.
- 34 empleados premiados por su actitud positiva en el trabajo con el Premio Macro Destaca.

### Proveedores

- 11.361 proveedores en todo el país.
- Realizamos visitas a nuestros proveedores bajo el Programa "Conoce a tu Proveedor".
- 56% de nuestros proveedores se encuentran en el interior del país.

### Clientes

- Banco privado con mayor red de sucursales a lo largo del país.
- Nuevos Centros de Pagos a Jubilados.
- 738 Terminales de Autoconsulta (TAS) de última generación.
- 4 Macro Móvil en servicio.
- Instalación de Macro Direct y Macro Phone en 242 sucursales.
- Lanzamiento de una línea especial de Préstamos Personales para beneficiarios de Asignaciones Universales por Hijo.

### Comunidad

- 16 Rincones de Lectura en Chubut, Córdoba, Jujuy, Mendoza, Misiones, Salta, Santa Fe y Tucumán.
- 80 ahijados a través del programa de becas escolares en todo el país.
- 23 las escuelas de la Quebrada de Humahuaca equipadas y conectadas a Internet Satelital.
- 120 los docentes capacitados en el uso de nuevas tecnologías.
- 2.500 alumnos beneficiados.

### Medio ambiente

- 10 toneladas de equipamiento informático desahfectados y reciclados.
- 1.622 pantallas LCD reemplazadas e incorporadas, superando las 1.000 unidades que nos habíamos propuesto para este año.
- 84.704 Clientes adheridos al servicio de e-resumen.
- Impresión por *default* en ambas caras del papel.

	Objetivos 2010	Logros 2010	Desafíos 2011
<b>Estrategia y gestión</b>	Generar el plan anual de Auditoría interna basado en riesgos, incluyendo la revisión de temas relacionados con la Prevención del Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, transparencia, Gestión de Reclamos y protección de datos personales, entre otros.	Desarrollamos una Matriz de Riesgos que contempla riesgos de tipo operativo, informáticos y SOX. Realizamos revisiones de temas relacionados con la Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, Gestión de Reclamos y Protección de datos personales, entre otros; con el fin de constatar la efectividad y eficiencia de las operaciones.	Realizar una mejora en la metodología de seguimiento de observaciones, que, entre otros puntos, redundará en ahorros en el consumo de papelería y gestión de archivo dado que durante el ejercicio se sistematizará el circuito.
	Liderar el proyecto de Convergencia con la implementación de una herramienta que unifica la administración de riesgos y controles.	Implementamos la herramienta ACM.rsk destinada a la administración integral de riesgos, que permite la automatización de los circuitos relacionados con el proceso de certificación SOX y la administración de Riesgo Operacional.	Incorporar lineamientos relacionados con la evaluación del impacto medioambiental de los Clientes dentro de las políticas y procedimientos de Riesgo Crediticio correspondientes a Banca Empresas.
	-	-	Profundizar la explotación de nuestras herramientas informáticas de control y monitoreo, complementado con la actualización de normas y procedimientos internos, para la Prevención del Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo.
<b>Colaboradores</b>	Continuar con el Programa de Entrenamiento para el Trabajo de Jóvenes tucumanos (PET), para efectivizar dentro del Banco a sus participantes.	Incorporamos 19 jóvenes a través de la modalidad de contratación del PET en las sucursales de San Miguel de Tucumán, La Cocha, Concepción, Aguilares, Tañi Viejo, y Banda del Río Salí. De estos 19 jóvenes, en 2010 se efectivizó a 6 a través del Programa de Inserción Laboral.	Incorporar al menos 5 operadores con capacidades diferentes para que se desempeñen como operadores del Call Center.
	Realizar la primera capacitación formal para encargados de selección de personal del área de RR.HH. en temas de inclusión laboral.	Si bien no se realizó este objetivo, se planificó una capacitación para el personal del Call Center de Salta para 2011.	Capacitar a la región en temas de inclusión e integración laboral.
	-	-	Ampliar los proyectos de capacitación en el puesto, desarrollo gerencial y de competencias.
<b>Proveedores</b>	Enviar el informe de RSE 2009 a nuestros proveedores, incluyendo también una breve encuesta para que puedan contestar y ayudarnos a relevar sus principales expectativas.	Enviamos el informe de RSE a nuestros proveedores.	Comenzar con la implementación del proyecto de solicitudes de órdenes de compra electrónicas, para eliminar la impresión de los formularios, lograr un importante ahorro en el consumo de papel y tóner, y agilizar todos los procesos internos.
	Comenzar a analizar un programa de compras inclusivas para micro-emprendedores.	Realizamos las primeras compras inclusivas para todo el país, beneficiando a los proveedores, y por consiguiente, a las economías regionales.	Fomentar el desarrollo económico regional de proveedores locales de pequeña envergadura, a través de la implementación del Proyecto de Recinto Sistematizado de Cajas (RSC), por el cual se deben realizar compras y contrataciones a nivel nacional.
	-	-	Implementar el proyecto de uso de bolsitas biodegradables, de bajo impacto en contaminación (presentado y aprobado ante el B.C.R.A.), para el ingreso de los Clientes con celulares a las sucursales, tendiente a reducir el delito por salideras bancarias.
<b>Clientes</b>	Finalizar la instalación de 24 cajeros automáticos para personas no videntes.	Instalamos 40 equipos con facilidades para personas con capacidades visuales reducidas.	Lanzar un Paquete de Productos y Servicios exclusivo para Jubilados.
	Aumentar la disponibilidad de Terminales de Autoservicio (TAS) los 7 días de la semana, las 24 hs.	Ampliación de la disponibilidad de TAS en 17 durante 2010.	Abrir 31 sucursales en Capital Federal y Gran Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, Mendoza, Salta, Jujuy y Neuquén.

	Objetivos 2010	Logros 2010	Desafíos 2011
<b>Clientes</b>	Lanzar una línea de créditos con beneficios para "futuras mamás" y niños en primera infancia.	Lanzamos la tarjeta de Crédito Visa "Mirada Mamá", que ofrece a las madres y futuras madres una línea de crédito con beneficios en comercios exclusivos.	Continuar con las reuniones con Clientes para conocer expectativas y para informarlos de la coyuntura de la economía nacional.
	Continuar y ampliar la utilización de las líneas subsidiarias Sepyme, acompañando el desarrollo de las pequeñas empresas.	Colocamos \$ 52,6 millones en Líneas del Programa de Financiación para el Sector Productivo Sepyme.	Desarrollar un Plan de segmentación de Clientes para especializar a las sucursales en los distintos segmentos.
	Continuar trabajando sobre los ejes de Estudios de Mercado, Indicadores de Calidad y Planes de Comunicación. Se realizará a través de un organismo certificador el diagnóstico al Call Center del Grupo, con el objetivo de certificar la norma ISO 9001:2008 en las llamadas entrantes del Call Center para el segmento Individuos en el año 2011.	Cumplimiento 100%. Se realizó una Auditoría de Diagnóstico sobre la implementación de un sistema de gestión según la norma ISO 9001:2008. Se llevaron a cabo distintos Estudios de Mercado y se elaboraron nuevos Indicadores de Calidad.	Desarrollar un manual de Sistema de Gestión de Calidad del proceso a certificar llamadas Entrantes Individuos al Centro de Atención a Clientes. Continuar trabajando en los Estudios de Mercado e Indicadores de Calidad que nos brindan información para conocer y mejorar la satisfacción de nuestros Clientes.
	-	-	Optimizar los recursos mediante la digitalización de las operaciones de Activas (cheques).
	-	-	Invertir en tecnología, en sistemas, ATM's, TAS, Banca Virtual y en remodelación de sucursales.
<b>Comunidad</b>	Realizar la difusión de la publicación "Después de la Firma" a proveedores, junto al Pacto Global de Naciones Unidas.	Por un cambio en la estrategia del área este desafío no se cumplió. A futuro se evaluará la realización del mismo.	Realizar el nuevo proyecto de "Tercera Edad y TICs" para el norte del país en el cual tenemos como objetivo romper la brecha digital y acercarlos a nuestros jubilados los beneficios del uso de la tecnología, logrando así una mejora en la calidad de vida.
	Asumir en el Macro del Bicentenario un proyecto de promoción de lectura integral, centrándonos durante 2010 en bibliotecas barriales. El desafío será articular el trabajo con al menos 3 organizaciones sociales que estén involucradas en el programa Saber para Ser, de Fundación Banco Macro.	Abrimos 16 rincones de lectura junto a Fundación Leer y en asociación con bibliotecas barriales en Chubut, Córdoba, Jujuy, Mendoza, Misiones, Salta, Santa Fe y Tucumán. Trabajamos en sinergia con otras organizaciones civiles en la donación de libros y mobiliario.	Realizar la segunda etapa, del proyecto junto a Fundación Leer, del programa Desafío de Leer, donde 8 bibliotecas inauguradas en el 2010 saldrán a la comunidad a visitar 9 escuelas cada una. Además, nos proponemos abrir 15 Rincones de Lectura en Tucumán junto a la Fundación Escolares.
	Realizar la tercera etapa del programa, publicando además el libro de cuentos digitales realizados por los propios alumnos de la Quebrada en homenaje a la Patria en el año del Bicentenario.	Incorporamos 23 escuelas de la Quebrada al Programa Humahuaca Escuelas en Red.	Incorporar 5 escuelas más en el Programa Humahuaca Escuelas en Red. Desarrollar un modelo de equipamiento informático, conectividad y capacitación en una escuela en Cafayate.
	Articular con los diferentes miembros del Grupo para dar valor agregado a las inversiones.	Invitamos a colaboradores del Banco, quienes participaron en actividades llevadas a cabo por la Fundación: Apertura de Rincones de Lectura, jornada con los ahijados, etc.	Ampliar el programa de voluntariado corporativo incluyendo más posibilidades de participación para nuestros colaboradores como colectas, jornadas, e inserción en las distintas organizaciones sociales con las que trabaja la Fundación.
	Realizar la tercera edición del concurso de voluntariado, centrándonos en una temática que sea seleccionada y propuesta por los propios empleados del Grupo.	Realizamos el programa "El club de barrio te necesita", en el cual los ganadores fueron 34 equipos de todo el país, que colaboraron con 34 clubes de barrio.	Realizar la cuarta edición del concurso de voluntariado.
	Seguir acompañando a los ahijados e incrementar el número de becas en un 50%.	A pesar de no haber alcanzado un aumento de 50%, hubo un crecimiento de 60 a 80 ahijados, aproximadamente.	Ampliar el número de ahijados a 140 en todo el país.
	-	-	Trabajar en el plan de comunicación interna de la Fundación, creando un microsítio de la misma dentro de la Intranet y desarrollando un <i>newsletter</i> trimestral sobre la Fundación.
	-	-	-

	Objetivos 2010	Logros 2010	Desafíos 2011
<b>Medio ambiente</b>	Comenzar el análisis de la implementación de los Principios de Ecuador.	Durante 2010 no llevamos adelante el análisis sobre la implementación de los Principios de Ecuador.	Realizar prueba piloto en sucursal de iluminación LED, lo que permitirá un ahorro del 50% respecto de la iluminación de bajo consumo.
	Continuar el reemplazo de 1.000 monitores CRT por tecnología LCD.	Reemplazamos e incorporamos 1.622 monitores LCD.	Continuar el reemplazo de 1.000 monitores CRT por tecnología LCD.
	Realizar la primera recolección masiva de rezagos electrónicos en el marco del programa "Medio ambiente para la educación, educación para el medio ambiente", conjuntamente con Compañía Social Equidad.	Realizamos una campaña interna de recolección de rezagos electrónicos con la donación de 3.500 kg. a Fundación Equidad.	-
	Extender el alcance del Programa de reciclado de papel a más provincias.	Extendimos el Programa a Tucumán y en Córdoba ampliamos la cantidad de sucursales involucradas.	Extender el alcance del Programa a Salta, y evaluar su desarrollo en las provincias del sur de Argentina.



**COORDINACIÓN GENERAL**

Milagro Medrano  
Gerencia de Relaciones Institucionales  
Área de Responsabilidad Social Empresaria  
Banco Macro

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

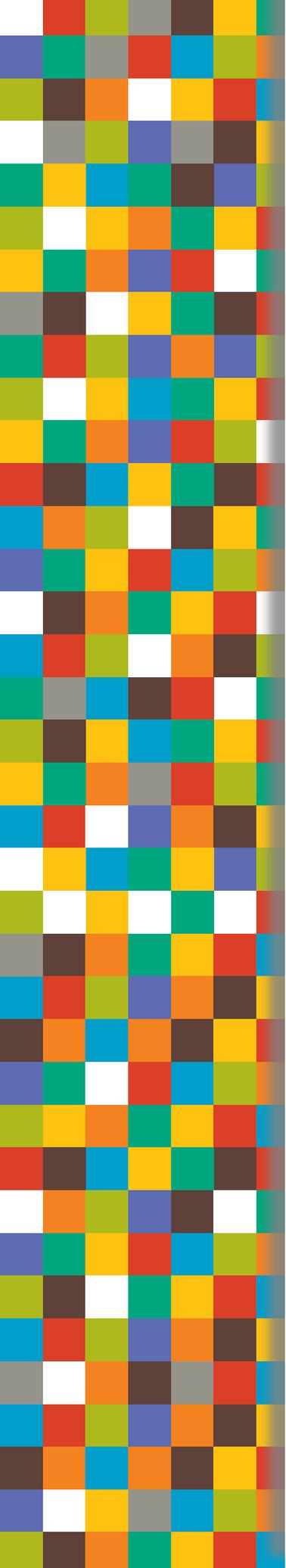
**FACILITADORES EXTERNOS**

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

**DISEÑO GRÁFICO**

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





ESPERAMOS QUE ESTA PUBLICACIÓN  
SEA DE SU INTERÉS. POR CUALQUIER  
CONSULTA O SUGERENCIA PUEDE  
COMUNICARSE CON NUESTRA GERENCIA  
DE RSE. ESTAREMOS ENCANTADOS  
DE RECIBIR SU MENSAJE.



Este Informe está impreso en papel proveniente  
de explotaciones forestales sostenibles  
con certificación FSC y madera o fibra reciclada.

Certificado SGC-COC-04967

FSC Trademark® 1996

Forest Stewardship Council A.C.



WWW.MACRO.COM.AR

