

**Informe
de Responsabilidad
Social Empresaria
2009**



$1+1=2$



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

Esta forma de ser no se opone sino que se complementa con la búsqueda de la rentabilidad, que es la esencia de nuestro crecimiento. Nuestra dirección puede demostrar que, con la reinversión de sus utilidades, ha logrado ampliar la red comercial, generando así nuevas fuentes de empleo.

Nuestros Valores

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

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

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

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

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



**Informe
de Responsabilidad
Social Empresaria
2009**

Contenidos del Informe

<p>1. Presentación del Informe de Responsabilidad Social Empresaria 2009</p> <p>Pág 4</p>	<p>2. Banco Macro</p> <p>Pág 8</p>	<p>3. Gobierno Corporativo</p> <p>Pág 14</p>	<p>4. Gestión de Responsabilidad</p> <p>Pág 22</p>	<p>5. Nuestros Grupos de Interés</p> <p>Pág 30</p>
				
<p>1.1. "Sustentabilidad es confianza", por Jorge Brito, Presidente</p> <p>1.2. "Apostando a la mejora continua de nuestra rendición de cuentas", por Milagro Medrano, Gerente de RRII</p>	<p>2.1. Alcance geográfico de nuestras operaciones</p> <p>2.2. Estructura de Banco Macro</p> <p>2.3. Banco Macro en números</p> <p>2.4. Reconocimientos 2009</p>	<p>3.1. Órganos de Gobierno</p> <p>3.2. Control Interno</p> <p>3.3. Gestión de riesgos</p>	<p>4.1. El Informe de RSE: alcance y lineamientos utilizados para su elaboración</p> <p>4.2. Definición de materialidad de los contenidos</p> <p>4.3. Una estrategia de la Responsabilidad Social Empresaria</p>	<p>5.1. Mapeo de los grupos de interés y mecanismos de diálogo</p> <p>5.2. Compromiso de Banco Macro con sus grupos de interés</p>

<p>6. Nuestra Cadena de Valor</p> <p>Pág 36</p>	<p>7. Inversión Social</p> <p>Pág 60</p>	<p>8. Prevención del Impacto Ambiental</p> <p>Pág 78</p>	<p>9. Tabla de indicadores GRI y Comunicación sobre el Progreso (COP) 2009</p> <p>Pág 86</p>
			
<p>6.1. Nuestra gente</p> <p>6.2. Proveedores</p> <p>6.3. Clientes</p>	<p>7.1. Inversión social en números</p> <p>7.2. Fundación Banco Macro</p> <p>7.3. Ejes de nuestro trabajo</p> <p>7.4. Nuestros Programas</p> <p>7.5. Comunicación transparente</p> <p>7.6. Acompañamiento en eventos regionales</p>	<p>8.1. Medioambiente en números</p> <p>8.2. Nuestro compromiso con el medio ambiente</p> <p>8.3. Impacto ambiental directo: Uso responsable de los recursos</p> <p>8.4. Impacto ambiental indirecto: Uso de nuevas tecnologías</p> <p>8.5. Gestión de residuos tecnológicos</p>	

1.1. "Sustentabilidad es confianza"

Estar cada vez más cerca. Ese es el desafío que nos propusimos en Banco Macro desde nuestro comienzo, y el que guía nuestra estrategia y forma de hacer negocios. Hoy tengo el orgullo de presentar nuestro tercer Informe de Responsabilidad Social Empresaria, a través del cual damos cuenta de nuestro desempeño económico, social y ambiental durante el año 2009.

Estamos particularmente satisfechos con los resultados obtenidos por el Banco en un año de grandes desafíos debido a la crisis internacional. Hemos crecido en el nivel de actividad por encima del incremento del nivel general de la economía, nuestros depósitos privados en promedio crecieron un 13%, reflejando un aumento de 10% en nuevos clientes y una mayor atomización de la cartera pasiva.

Durante el mes de agosto concretamos con éxito la fusión por absorción del Nuevo Banco Bisel S.A., en la cual el Grupo ratificó su experiencia en este tipo de operaciones logrando excelentes resultados en el proceso de incorporación, redistribución, y unificación de tareas y recursos. El Banco mostró que supo crecer y madurar en sus procesos de fusión, mejorando año tras año para alcanzar la excelencia.

Además, festejamos los 31 años de Banco Macro junto a todos nuestros empleados, clientes, la comunidad y todos aquellos que se quisieron sumarse al evento que organizamos en Rosario.

En estos acontecimientos se vio reflejado el sentido de pertenencia y la alegría de todos nuestros colaboradores por integrar este equipo. Son ellos los que con su esfuerzo y dedicación diaria nos ayudan a ser un Banco que este cerca en toda la Argentina. Por ello, a lo largo de 2009 continuamos apostando por el crecimiento profesional de nuestros colaboradores. Lanzamos un plan de capacitación regional, para adaptar las necesidades de formación a las demandas del negocio local. Asimismo, comenzamos a participar del Programa de Entrenamiento para el Trabajo de Jóvenes Tucumanos, con el objetivo de brindar una oportunidad laboral a personas que carecen de empleo al momento del reclutamiento.

Fomentamos las economías regionales al privilegiar a empresas locales en la selección de proveedores y trabajar en general con empresas PyMEs en los lugares donde operamos, brindando oportunidades laborales y de crecimiento a sus habitantes. Además, realizamos acuerdos corporativos con los principales proveedores de artículos librería para la utilización exclusiva de papel nacional, tanto para proveedores como para el Banco.



Gestionamos nuestro impacto ambiental a través de los conceptos de Reducir, Reutilizar y Reciclar. A lo largo del año nos enfocamos en el uso sustentable de los recursos, comenzamos a implementar un programa de reciclado de papel a nivel regional e invitamos a nuestros clientes a sumarse a la Campaña E-Compromiso a través de la adhesión al e-resumen.

Nuestro gran desafío a futuro es seguir creciendo de manera sostenida y responsable. Son muchos los retos que enfrentaremos las entidades financieras, por lo que la clave del éxito radicará en convertirlos en nuevas oportunidades de negocio. La mejora continua es un proceso que no tiene límite superior. Siempre es posible mejorar, y esto se logra convirtiéndonos en una organización que se destaque por su calidad y trabajo conjunto con sus grupos de interés.

Aprovecho la ocasión para hacer un llamado a que los argentinos tomemos la celebración del Bicentenario como una oportunidad para replantearnos el proyecto de país que queremos. Uno que promueva un crecimiento sostenido y sustentable, sin exclusión y con igualdad de oportunidades para todos sus miembros.

Una vez más, miro 31 años atrás, y me siento realmente orgulloso de todo lo que supimos hacer, agradecido con todos aquellos que siempre nos acompañaron y fortalecieron para seguir creyendo en una Argentina mejor.



Jorge Brito
Presidente

1.2. "Apostando a la mejora continua de nuestro desempeño"

Desde Banco Macro buscamos que nuestro trabajo contribuya a lo que creemos debe ser una gestión sustentable basada en la Responsabilidad Social Empresaria (RSE). Es así que esperamos generar un valor agregado para todos nuestros grupos de interés.

En este sentido hemos dado un gran paso, desde la creación del Departamento de RSE en el año 2006. Avanzamos en la detección de oportunidades de mejora, y en la medida de lo posible, en la sistematización de nuestro desempeño sustentable que se refleja en este tercer Informe de RSE.

Concientes del impacto directo e indirecto que como entidad bancaria y financiera tenemos en las comunidades donde operamos, nos ocupamos no solo del valor económico que generamos, sino también del valor social y ambiental con el que podemos contribuir, incorporando de manera transversal principios de Responsabilidad Social Empresaria en toda la gestión del negocio.

Creemos que es en épocas de crisis donde se refleja el verdadero compromiso de las empresas con la sustentabilidad, y es por eso que durante 2009 crecimos en nuestra gestión de la RSE, a través de acciones y compromisos concretos con todos nuestros públicos clave.

Buscando mejorar año tras año el proceso de elaboración del Informe, en 2009 creamos un Grupo de Referentes de RSE con representantes de trece áreas clave dentro del Banco, quienes fueron los responsables de identificar y reportar la información relevante a incluir en el Informe. Además, propusieron oportunidades de mejora sobre la gestión de la RSE en cada una de sus áreas, que serán incluidas en nuestros próximos planes anuales respectivamente.

Este informe fue elaborado por primera vez con los principios e indicadores de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (*GRI – Global Reporting Initiative*), que nos permitirá adoptar un enfoque progresivo en nuestra rendición de cuentas sustentable. Estos lineamientos adoptados a nivel internacional por muchas compañías para la realización de memorias de sostenibilidad nos ayudarán a mejorar gradualmente la cobertura, transparencia y contenido del Informe a través del tiempo.

Además, este año concretamos nuestra adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas, comprometiéndonos con los 10 principios sobre Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Anti-corrupción. Con este



Informe presentamos nuestra Comunicación sobre el Progreso 2009, utilizando los lineamientos del documento “Estableciendo la Conexión” que relaciona los 10 principios con los indicadores del GRI.

Somos conscientes de que tenemos muchos desafíos por delante en materia de sustentabilidad, y estamos seguros que, afianzando los principios y valores ya trabajados estos años, avanzaremos en una nueva forma de hacer negocios cada vez más responsable y transparente.

Esperamos que en estas páginas puedan encontrar contenidos que consideren de calidad e interés. Los invitamos a que a través del formulario incluido al final del informe, nos hagan llegar sus expectativas de información, opiniones y sugerencias para mejorar este proceso de rendición de cuentas a futuro.



Milagro Medrano

Gerente de Relaciones Institucionales



Macta

Etage 24

2. Banco Macro

Con 2,4 millones de clientes, somos hoy la institución financiera privada con mayor presencia en todo el país, llegando a nuestros clientes con 444 puntos de contacto, 836 cajeros automáticos y 713 Terminales de AutoServicio, y centrandolo el 95% de nuestras operaciones en el interior del país.

En 1988 iniciamos nuestras actividades como entidad financiera argentina. A partir de 1995 decidimos focalizarnos en el trabajo con banca minorista de bajo nivel de bancarización. Desde entonces, hemos alcanzado una posición de liderazgo como banco privado de capitales nacionales y somos el tercer banco en préstamos brindados al sector privado no financiero ¹.

Estamos presentes en todo el país y cerca de nuestros clientes, tanto individuos como empresas, ofreciéndoles diferentes productos y servicios.

Favorecer el acceso a productos financieros para los sectores de menores ingresos ha sido siempre uno de nuestros principales objetivos. Trabajamos por la bancarización de estos segmentos, para acercar productos con políticas especiales de acceso al crédito, por la oferta de seguros especiales para educación y desempleo, entre otros.

2.1. Alcance geográfico de nuestras operaciones

La amplia distribución geográfica de nuestras sucursales adquiere, en algunas localidades, un importante valor social al encontrarse en lugares en donde no hay presentes otras organizaciones similares. La presencia de Banco Macro es, en algunos casos, la única alternativa para las operaciones y cobertura de necesidades financieras fuera de los grandes centros urbanos.

2.2. Estructura de Banco Macro

Luego de la fusión con el Banco Bisel S.A. en 2009, la estructura de Banco Macro quedó constituida de la siguiente forma:

Sociedad	% sobre Capital Social
Banco Macro S.A.	100%
Banco del Tucumán S.A.	89,93%
Macro Bank & Limited (Bahamas)	100%

Se contemplan anexos y sucursales de Banco del Tucumán S.A.



¹ Fuente: Banco Central de la República Argentina - Diciembre 2009.

Banco Macro S.A. es una entidad financiera organizada bajo la legislación argentina como sociedad de capital abierto. Actualmente, cotiza el 56% de sus acciones en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires y en el New York Stock and Exchange. En este último caso, bajo la forma de American Deposit Receipts. Sus principales tenedores son la Administración Nacional de la Seguridad Social, fondos de inversiones nacionales y extranjeros, inversores institucionales, e inversores minoristas.

El paquete accionario de control del Banco es detentado por tres de sus accionistas, quienes cumplen funciones en el Directorio de la Sociedad.

Senior Management

Nombre	Cargo
Jorge Pablo Brito	Coordinador del Comité Ejecutivo
Guillermo Goldberg	Sub - Gerente General
Ernesto Medina	Sub - Gerente General
Jorge Scarinci	Gerente de Finanzas y Responsable de Relaciones con los Inversores
Gerardo Álvarez	Gerente de Administración
Cármén Estévez	Gerente de Auditoría Interna
Ana María Marcet	Gerente de Riesgo Crediticio
Horacio Sistac	Gerente de Banca Empresas
Brian Anthony	Gerente de Distribución y Ventas
Alberto Figueroa	Gerente de Control de Gestión
Francisco Muro	Gerente de Banca Individuos
Ernesto López	Gerente de Legales
Daniel Violatti	Gerente de Contabilidad e Impuestos
Constanza Brito	Director Responsable de Recursos Humanos y Organización y Procesos
Eduardo Covello	Gerente de Operaciones
Miguel León Gurfinkiel	Gerente de Banca Gobierno
Milagro Medrano	Gerente de Relaciones Institucionales
Marcelo de la Llave	Gerente de Seguridad y Control de Fraudes
Guillermo Powell	Gerente de Tecnología y Producción
Byron Arias	Gerente de Seguridad Informática

Marco Regulatorio

- **Banco Central de la República Argentina (BCRA):** Banco Macro se encuentra sujeto a las regulaciones y normas del BCRA desde 1988, año en el cual recibió su autorización para funcionar como banco comercial.
- **Comisión Nacional de Valores:** Banco Macro se rige bajo sus disposiciones y normas al cotizar sus acciones en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires. Su función es otorgar la oferta pública velando por la transparencia de los mercados de valores, la correcta formación de precios en los mismos y la protección de los inversores.
- **Comisión Nacional de Valores de los Estados Unidos (SEC):** Banco Macro cotiza sus acciones en la Bolsa de Comercio de Nueva York ("NYSE") y por lo tanto cumple con las disposiciones de la SEC, agencia encargada de proteger a los inversores, y mantener un mercado justo y eficiente, facilitando la formación de capital.
- **Ley Sarbanes Oxley – SOX:** Banco Macro cumple con las disposiciones de la 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. Durante 2009 Banco Macro realizó una vez más la Certificación SOX.
- **Basilea II:** Banco Macro adhiere de manera voluntaria a este marco regulatorio que incentiva la gestión de riesgos, y contiene recomendaciones sobre la legislación y regulación bancaria.

La evolución de los resultados del Grupo Macro vuelve a demostrar su potencial financiero y solvencia, reflejado en el resultado neto de \$ 752 millones, 14% superior al de 2008.

2.3. Banco Macro en números

El año 2009 fue un año de ordenamiento interno, confirmación de una estrategia y afirmación de una posición de liderazgo dentro del sistema financiero argentino. A lo largo del año, Banco Macro S.A y sus entidades controladas continuaron trabajando sobre la consolidación del Grupo, el mantenimiento y la mejora de los principales indicadores de eficacia, con un enfoque prudente sobre el cuidado de la cartera.

Los negocios se desarrollaron en un entorno macroeconómico complejo donde el Grupo supo mantener altos estándares de solvencia y holgados indicadores de capital. El ratio de Patrimonio Neto sobre Activo lo ubica en el primer lugar entre las principales entidades financieras alcanzando un 12,9%.

La evolución de los resultados del Grupo Macro vuelve a demostrar su potencial financiero y de solvencia, reflejado en el resultado neto de \$ 752 millones, 14% superior al de 2008. Dicha rentabilidad representó un ROE -rendimiento sobre el patrimonio neto promedio- de 24,6%, y un ROA -retorno sobre los activos promedios- de 3,0%, ubicándose como uno de los más rentables del sistema financiero argentino. Estos resultados muestran las mejoras en eficiencia y productividad alcanzadas durante 2009.

El principal desafío del Grupo para 2010 es lograr incrementar el volumen de negocios con la estructura actual, aumentando la productividad de cada uno de los recursos.

2.4. Reconocimientos 2009

- “Mejor Banco en Argentina”, otorgado por la revista “Latin Finance”.
- “Mejor Banco en Argentina”, otorgado por la revista norteamericana “Global Finance” por quinto año consecutivo.
- Premio a los referentes de la Sociedad Argentina, entre los que se encuentra Banco Macro, por la Revista Veintitrés.
- “Mejor Banco” en los Premios Fortuna, de editorial Perfil.
- “Mejor Banco de la Región Noroeste Argentina”, por sexta vez consecutiva, otorgado por el Premio Sol Andino.
- “Socios Regionales” en la Provincia de Misiones, de Fundación Impulsar.
- “Premio Maternidad Fundamind 2009”, otorgado por la Fundación Fundamind.
- Reconocimiento por el compromiso con la educación y los niños y jóvenes del País de Fundación Cimientos.



Constanza Brito, Directora de Banco Macro, recibiendo el premio “Trabajar y saber reconocer” otorgado por la Revista Veintitrés.



Milagro Medrano, Gerente de Relaciones Institucionales y Soledad García, Coordinadora de Comunicaciones Institucionales región NOA, recibiendo la mención de Sol Andino.

Banco Macro en números	2009	2008
Representación geográfica		
Cantidad total de sucursales (participación en el sector financiero)	408 (12%) ⁽¹⁾	416 (11%)
Cantidad total de cajeros automáticos	836	803 ⁽¹⁾
Cantidad total de Terminales de autoservicio	713	648 ⁽¹⁾
Indicadores Financieros (en millones de pesos)⁽²⁾		
Patrimonio neto al cierre del ejercicio	3.359	2.817
Activos	26.859	22.430
Préstamos al sector privado	11.499	11.254
Pasivos	23.500	19.608
Depósitos	18.593	15.828
Ingresos financieros ⁽³⁾	3.860	3.030
Intereses por préstamos ⁽³⁾	2.129	1.870
Egresos financieros ⁽³⁾	(1.512)	(1.342)
Ingresos netos por servicios ⁽³⁾	824	719
Gastos de administración ⁽³⁾	(1.522)	(1.211)
Resultado neto ⁽³⁾	1.452	898
Utilidades y pérdidas diversas y participación de terceros ⁽³⁾	(41,4)	23
Resultado del ejercicio ⁽³⁾	752	660
Dividendos otorgados ⁽⁴⁾	150	171
Impuestos pagados en Argentina (en millones de pesos)		
Total Impuestos	773.422	337.263
Impuesto a las Ganancias ⁽³⁾	614.000	227.604 ⁽⁶⁾
Ingresos Brutos	119.317	81.254 ⁽⁶⁾
Impuestos a las Transacciones Financieras ⁽⁵⁾	40.105	28.405

⁽¹⁾El número de sucursales, cajeros automáticos y terminales de autoservicios disminuyó en 2009 debido a cuestiones operativas a partir de la fusión con Banco BiseL.

⁽²⁾Datos de acuerdo a lo publicado en la Memoria y Balance 2008 de Banco Macro.

⁽³⁾Los resultados fueron considerados positivos, para las ganancias, y negativos, para las pérdidas.

⁽⁴⁾Corresponde a los dividendos pagados en esos períodos.

⁽⁵⁾Corresponde a Ley 25.413 - Impuesto a los débitos y créditos bancarios.

⁽⁶⁾Valor modificado según la Memoria y Balance 2009.





3. Gobierno Corporativo



3. Gobierno Corporativo

Nuestro Gobierno Corporativo está organizado y sustentado en sus estatutos, en el Código de Gobierno Societario; y por la normativa interna de la organización como ser el Código de Ética, el Código de Conducta, el Código de Prácticas Bancarias, el Código de Protección al Inversor, y el cumplimiento de las prácticas de Protección de Datos Personales.

3.1. Órganos de Gobierno

Directorio

El Directorio es el máximo órgano administrativo, y su función principal es determinar las políticas de gestión y desarrollo del Banco. Sus 11 miembros titulares son elegidos por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas y cumplen mandatos por períodos de tres ejercicios. El 8% de su composición corresponde a Directores Mujeres. Se reúne al menos una vez al mes y las veces que sea necesario. (Ver Política de no Discriminación en la Integración del Directorio en el Código de Gobierno Societario).

Según las normas del Banco Central de la República Argentina, el 80% del Directorio debe estar conformado por personas con experiencia vinculada a la actividad financiera. A su vez, los antecedentes de los Directores son evaluados también por el Banco Central y no pueden asumir sus cargos sin la conformidad previa del Directorio de esa Institución. La Asamblea de Accionistas evalúa anualmente la gestión y desempeño del Directorio en la asamblea ordinaria según las consideraciones de la Ley de Sociedades Comerciales.

Asimismo, en Banco Macro S.A. contamos con un Comité de Auditoría conformado por tres Directores independientes.

Las inquietudes y consultas de los accionistas son atendidas a través del área de relación con inversores, cuyo objetivo es crear y mantener vínculos con inversores institucionales, analistas y otros agentes del sistema financiero local e internacional. Se organizan periódicamente conferencias telefónicas, en las cuales se presentan los informes trimestrales de resultados. Asimismo, el Banco adhiere a un criterio de transparencia que promueve la amplia e inmediata difusión de la información financiera a los inversores y accionistas mediante un apartado especial en su sitio Web.

Remuneraciones del Directorio

El sistema de compensaciones del Directorio está previsto en el Código de Gobierno Corporativo donde se establece que la Asamblea de



Directorio

Presidente

Jorge Horacio Brito

Vice Presidente

Delfin Jorge Ezequiel Carballo

Directores

Jorge Pablo Brito

Juan Pablo Brito Devoto

Marcos Brito

Roberto Julio Eilbaum

Luis Carlos Cerolini

Carlos Enrique Videla ⁽¹⁾

Alejandro Macfarlane ⁽¹⁾

Guillermo Eduardo Stanley ⁽¹⁾

Constanza Brito

Directores Suplentes

Mario Eduardo Bartolomé

Ernesto Eduardo Medina

Delfin Federico Ezequiel Carballo

Fernando Raúl García Pullés ⁽²⁾

⁽¹⁾Directores Independientes / Miembros Comité de Auditoría.

⁽²⁾Director Suplente Independiente / Miembro Suplente de Comité de Auditoría.

Accionistas determina un monto como retribución anual a los directores de acuerdo a criterios de razonabilidad, en función de los resultados obtenidos durante su gestión².

3.2. Control Interno

Ambiente de Control

El control interno es un aspecto estratégico de la Dirección y forma parte de la toma de decisiones. Dentro de Banco Macro definimos al sistema de control interno como el conjunto coordinado de métodos y medidas adoptadas para salvaguardar los activos, verificar la exactitud y confiabilidad de la información, promover la eficiencia operativa y alentar la adhesión a las políticas emanadas de la Dirección. Este sistema es responsabilidad de todos y de cada uno de los que integramos el Banco.

Comités

Los integrantes del Directorio participan activamente en la gestión diaria, aportando su experiencia y conocimiento, conformando los diversos Comités establecidos: 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 y Comités de Recupero.

Control de Gestión

Contamos con un eficiente sistema de control de gestión que permite una ordenada y completa asistencia a los niveles directivos y gerenciales en la toma de decisiones.

Durante el ejercicio 2009 hemos incorporado una nueva herramienta de presupuesto que permite disponer de una batería de controles e informes predeterminados.

Auditoría Interna

Desde Auditoría Interna evaluamos y monitoreamos que los controles diseñados e implementados en cada uno de los ciclos relevantes, servicios informáticos y sistemas utilizados sean adecuados y efectivos, lo que nos posibilita colaborar con las distintas áreas del Banco en la mejora de las operaciones y brindar nuestra opinión sobre el ambiente de control interno.

Nuestro Código de Gobierno Societario se encuentra disponible en nuestra página Web www.macro.com.ar en la sección Inversores – Código de Gobierno Societario.

El Código de Protección al Inversor que establece lineamientos y recomendaciones en relación al cumplimiento de normas de protección al inversor en el ámbito de la oferta pública, se encuentra disponible en nuestra página Web www.macro.com.ar en la sección Compromiso Ético – Código de Protección al Inversor.

El Código de Prácticas Bancarias, al cual nos adherimos para promover y afianzar los derechos del usuario de servicios y productos financieros, emitido por el Consejo de Autorregulación del Código de Prácticas Bancarias de la República Argentina, se encuentra disponible en www.cacpb.org y en www.macro.com.ar

El Código de Ética para Funcionarios y Directores de primera línea, se encuentra disponible en nuestra página Web www.macro.com.ar en la sección Compromiso Ético – Código de Ética

El Código de Conducta de la empresa está disponible en la Intranet para todos nuestros colaboradores, además de la adhesión y firma.

² Según Ley de Sociedades Comerciales N° 19.550.

En el 2009 llevamos a cabo el “Plan de Convergencia” con la idea de centralizar los aspectos relacionados con los sistemas de Control Interno de la entidad y facilitar la interacción de los distintos involucrados: Auditoría Interna, Proceso de Gestión de Riesgos y Auditoría Externa, entre otros.

3.3. Gestión de riesgos

Contamos con una política marco de gestión de riesgos con el objetivo de identificar potenciales acciones que puedan afectar al Banco y sus grupos de interés, y gestionar el impacto de los riesgos para poder cumplir con nuestras actividades y operaciones financieras.

- **Riesgo crediticio.** Desarrollamos 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) para poder gestionar el riesgo en función de cada tipo de cliente, brindando soporte técnico para las decisiones de crédito.
- **Riesgo operacional.** Desarrollamos el modelo evolutivo integral de gestión de riesgos operativos con el fin de identificar, medir, administrar y monitorear los riesgos operativos, y capacitamos a nuestros empleados para que estén actualizados sobre el uso de esta herramienta y su implementación. En cuanto a la Gestión de Riesgos vinculados a tecnología informática y sistemas de información, contamos con planes de contingencia y continuidad de negocios de manera de minimizar acciones que puedan 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 de trabajo en cuanto a la salud y seguridad. Incluimos dentro de plan de seguridad anual exigido por el BCRA, las políticas y pautas de acción del servicio de Seguridad e Higiene: reducción de siniestros, respuesta ante emergencias, prevención de accidentes y enfermedades laborales.

Línea de Transparencia

Ponemos a disposición del personal, proveedores, inversores y terceros un canal confidencial de comunicación llamado Línea de Transparencia. Dicho canal permite reportar posibles irregularidades (de manera confidencial y anónima) relativas a temas contables, de auditoría y control interno, que luego son analizados por el Comité de Auditoría. Al mismo se puede acceder en la página Web www.macro.com.ar en la sección Compromiso Ético – Línea de Transparencia.

- **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.

Con este fin, en el año 2009 reforzamos la gestión de la División de Prevención mediante la implementación de un “Aplicativo de Alertas Tempranas”, el cual nos permite monitorear transacciones monetarias sospechosas, pudiendo detectar y analizar potenciales riesgos que deriven de estas. En cuanto a la “Usurpación de Identidad” confeccionamos una base de datos que incluye a las personas que han resultado damnificadas por este delito, con el propósito de realizar una verificación positiva de la identidad del cliente/potencial cliente, y, al mismo tiempo, protegerlo.

Elaboramos una guía para la prevención de fraudes y establecimos un protocolo para la unificación de una metodología de trabajo de todos los integrantes. Asimismo, optimizamos y actualizamos la herramienta de administración de eventos fraudulentos para la obtención de estadísticas cuali-cuantitativas, implementando un nuevo modelo conceptual de Base de Datos, el cual permite la clasificación de la información ingresada.

En este marco, la capacitación surge como herramienta fundamental con la que deben contar los integrantes de nuestra organización. Durante 2009 realizamos talleres de prevención de fraudes, focalizados principalmente en las siguientes modalidades:

- Fraudes a través de Cajeros Automáticos
- Adulteración de Cheques
- Falsificación de documentos
- Falsificación de Billetes

Prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo.

Contribuimos a la preservación del sistema financiero de los usos fraudulentos de las organizaciones delictivas a través del combate del lavado de dinero proveniente de actividades ilícitas y/o del financiamiento del terrorismo. Para ello, implementamos prácticas de prevención, con el objetivo de reducir o eliminar los riesgos de que nuestros servicios sean aprovechados para encubrir operaciones ilegales, dirigidas a:



- **Nuestra organización:** definimos una estructura de control; realizamos revisiones y auditorías periódicas e independientes para asegurar el cumplimiento de leyes, regulaciones y reglamentaciones vigentes; reconocemos y denunciaremos actividades sospechosas.
- **Nuestros empleados:** pautas de “conozca al empleado” que aseguran sistemas adecuados de preselección y contratación del personal; programa formal y permanente de capacitación a empleados. En 2009 capacitamos en forma presencial a 59 Gerentes de sucursales y 173 ingresantes.
- **Nuestros clientes:** conocimiento del perfil del cliente; monitoreo de transacciones a través de nuevos controles debido a cambios en la normativa; mejoras de calidad en la herramienta SOS (sistema de detección de operaciones sospechosas); colaboración con los entes de control, para el monitoreo y denuncia de personas que figuran en listado de terroristas.



Protección del cliente

Verificación de identidad

Confeccionamos una base de datos que incluye a las personas damnificadas por el delito de usurpación de identidad, realizando una verificación positiva de la identidad del cliente/potencial cliente, con la finalidad de protegerlo.

Prevención

Realizamos revisiones y auditorías periódicas e independientes para asegurar el cumplimiento de leyes, regulaciones y reglamentaciones vigentes; reconocemos y denunciamos de actividades sospechosas.

173

ingresantes y 59 Gerentes de sucursal capacitados en prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo durante 2009.



4. Gestión de Responsabilidad



4. Gestión de Responsabilidad

4.1. El Informe de RSE: alcance y lineamientos utilizados para su elaboración

Este es el tercer Informe de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) que publicamos con la intención de promover una rendición exhaustiva y transparente del desempeño económico, social y ambiental de nuestra empresa.

Con cada nuevo Informe, buscamos mejorar tanto su proceso de elaboración como sus contenidos, para brindar información concreta y relevante para nuestros grupos de interés. Como lanzamiento de este proceso realizamos una inducción a los directivos de la empresa sobre temas clave de RSE y sustentabilidad, y conformamos el Grupo de Referentes de RSE con responsables en cada área del Banco quienes participaron en el relevamiento e identificación de información material para este Informe, y detectamos las oportunidades de mejora que serán incluidas en el Plan de RSE del próximo año.

Las áreas involucradas en el proceso son:

- Relaciones Institucionales
- Seguridad y Control de Fraudes
- Control de Gestión
- Impuestos
- Relación con organismos de control
- Legales
- Banca Empresas
- Banca Individuos
- Distribución y Ventas
- Recursos Humanos
- Administración
- Sistemas y Desarrollo
- Tecnología
- Riesgo Crediticio

Por primera vez, elaboramos este Informe basándonos en los principios e indicadores de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (*GRI – Global Reporting Initiative*), adaptando estos lineamientos a la realidad local de nuestra empresa. Asimismo, utilizamos la Guía de Suplementos Sectoriales para el Sector Financiero de GRI, con la intención de que nuestro reporte contenga información focalizada en la industria bancaria.

La información incluida en esta publicación, corresponde a las acciones, actividades y resultados del año 2009, con un alcance geográfico de todas nuestras

El informe anual de RSE permite no sólo comunicar a los grupos de interés la gestión económica, social y ambiental de Banco Macro, sino que además es una herramienta de diagnóstico y evaluación interna en temas de RSE de cada área involucrada.

operaciones en el país. Siendo que es la primera vez que utilizamos la Guía G3 de GRI, presentamos en lo posible, datos comparados de los años 2008 y 2009.

Asimismo, presentamos en este Informe nuestra nueva Comunicación sobre el Progreso 2009, herramienta de rendición de cuentas del Pacto Global de Naciones Unidas. Utilizando los lineamientos del documento “Estableciendo la Conexión”³ que relaciona los 10 principios con los indicadores del GRI, informamos y reafirmamos nuestro compromiso con esta iniciativa internacional.

4.2. Definición de materialidad de los contenidos

El Principio de Materialidad implica que la información contenida en este Informe de RSE deberá cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos - sociales, ambientales y económicos - de la organización, o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés (ver Guía G3 para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI).

El ejercicio de materialidad realizado tuvo como objetivo incluir en este informe contenidos relevantes tanto para los grupos de interés como para nuestro negocio. Este primer ejercicio que realizamos es una aproximación a un Análisis de Materialidad, basado solo en aquellas influencias internas y externas que recibe Banco Macro para identificar los aspectos relevantes de su desempeño económico, social y ambiental.

4.3. Una estrategia de la Responsabilidad Social Empresaria

Como entidad financiera dependemos de la construcción de rentabilidad, nos propusimos trabajar por ese objetivo incorporando de manera transversal principios de Responsabilidad Social Empresaria en toda la gestión del negocio.

Tenemos un fuerte compromiso tanto con la comunidad interna como con la externa a nuestra institución. En este sentido, estamos trabajando por una gestión sostenible de RSE, en donde se fortalezcan los vínculos de las diferentes áreas con cada uno de nuestros grupos de interés, escuchemos sus expectativas y generemos instancias de diálogo y trabajo conjunto.



³ 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>

Uno de los ejes principales de nuestro negocio es la inclusión al sistema financiero de los sectores menos favorecidos, tema que es abordado dentro de la estrategia de RSE.

En este camino, hemos comenzado a detectar y entender nuestras oportunidades de mejora, y así iniciamos un trabajo de sistematización y medición de nuestro desempeño, dando a conocer esta información con el objetivo de generar valor tanto para el Banco como para la sociedad en su conjunto. Pensamos en nuestro negocio y lo hacemos teniendo la certeza de que debemos dar oportunidades a todos los sectores de la sociedad, atendiendo las demandas de los sectores más aislados y trabajando por un país justo, solidario y equitativo. Por eso, uno de los ejes principales de nuestro negocio es la inclusión al sistema financiero de los sectores más desfavorecidos.

Para abordar estos objetivos, definimos una estrategia basada en las diferentes funciones del área de RSE. Estas se irán trabajando conforme el avance del tiempo y el afianzamiento del sector dentro del Banco.

Algunos puntos definidos son:

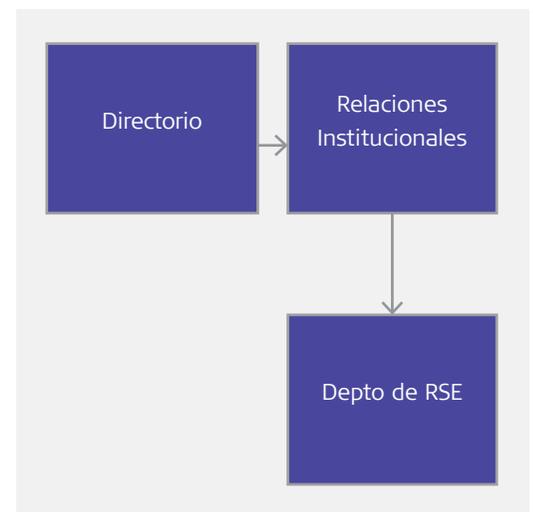
- Difundir una misma visión de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para todas las áreas del Banco.
- Monitorear el desempeño socio ambiental del Banco en relación a su impacto social.
- Capacitar gradualmente a todas las áreas del Banco sobre prácticas de RSE.
- Comprender las expectativas de los grupos de interés.
- Diseñar planes de acción que respondan a las expectativas de cada grupo de interés.
- Difundir en los medios de comunicación las acciones de RSE y hacer que se conozcan las medidas tomadas en relación al tema, con el objetivo de generar en el resto de las empresas una actitud similar, fomentando la cultura de responsabilidad.
- Trabajar de forma mancomunada con Fundación Banco Macro dando respuesta a los pedidos que presentan las diferentes organizaciones de la sociedad civil (fundaciones, cooperadoras, asociaciones, etc.) en materia de donaciones y colaboraciones.
- Organizar y poner en marcha diversos programas sociales, trabajando en alianza con instituciones de la sociedad civil.

El Departamento de RSE nació en el año 2006 como parte del Área de Relaciones Institucionales, y depende de forma directa del Directorio. Contar con el aval del Directorio y tener un contacto directo con los principales ejecutivos del Banco es un gran apoyo que permite impulsar y gestionar la RSE de forma transversal.



Los desafíos del Departamento de RSE son:

- **Trabajar en la sistematización de los indicadores ambientales:** es necesario trabajar en sistematizar las mediciones existentes para obtener datos comparables en el tiempo, y desarrollar nuevos procesos de medición para sistematizar y reportar otros indicadores ambientales relevantes para las actividades desarrolladas.
- **Incorporar aspectos sociales y ambientales en los Sistemas de Gestión de Riesgos:** integrar la RSE en la gestión del negocio implica incorporar los aspectos sociales y ambientales en los ámbitos tradicionalmente dedicados a la gestión económica-financiera. En este sentido, trabajaremos para evaluar la posibilidad de desarrollar Sistemas de Gestión de Riesgos que incorporen un análisis de los riesgos sociales y ambientales para la compañía.
- **Profundizar los espacios de diálogo con los grupos de interés:** desarrollar encuentros de diálogo con públicos clave tanto para los procesos de gestión de la RSE como de elaboración de Informe de RSE, para escuchar y comprender sus expectativas, desarrollando acciones y reportes acordes con sus intereses y necesidades, así como los del Banco.
- **Seguir incorporando productos bancarios y financieros con valor social y ambiental:** profundizar el alcance de los productos ya lanzados al mercado, e idear otros nuevos teniendo en cuenta aspectos sociales y ambientales.



4.4. Alianzas que impulsan el progreso

Adhesión al Pacto Global de las Naciones Unidas

Nuestros principales esfuerzos se centran en mantener vínculos duraderos con todos los grupos de interés. La adhesión voluntaria del Grupo a los 10 Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas en marzo de 2009 es una muestra de tal interés.

Red de empresas contra la discriminación

En abril de 2009 nos sumamos a la propuesta del INADI (Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo) para firmar un convenio marco y formar parte de la Red de Empresas contra la discriminación. Es una iniciativa dirigida a instituciones y organizaciones que puedan incidir en la erradicación de la discriminación mediante políticas de diversidad y promoción de políticas de igualdad de oportunidades.

Grupo de Fundaciones y Empresas

Desde el mes de diciembre formamos parte del Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE), que tiene como misión promover y movilizar recursos privados en la Argentina de forma estratégica y eficiente en pos del bien público. La institución congrega a fundaciones donantes y empresas que llevan adelante, con recursos propios, una actividad continua y sistemática de inversión social en la Argentina.



Progreso

30

referentes clave del Banco capacitados en temas de RSE y 15 colaboradores designados para conformar.

86

cantidad de indicadores GRI reportados y 7 del Suplemento Sectorial para el Sector Financiero.

3

nuevas alianzas: Pacto Global, el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI), y el Grupo de Fundaciones y Empresas (GDPE).



5. Nuestros Grupos de Interés

5.1. Mapeo de los grupos de interés y mecanismos de diálogo

En Banco Macro entendemos que para lograr un equilibrio entre el desempeño económico, social y ambiental de la compañía es fundamental establecer relaciones éticas y transparentes con cada individuo u organización que influye o es influido por nuestro negocio.

En este sentido, entendemos que nuestros públicos clave son nuestros colaboradores y los sindicatos, clientes, accionistas, proveedores, comunidad cercana y tercer sector, instituciones académicas, organismos gubernamentales y de regulación nacional, organismos internacionales financieros y de RSE, así como el resto de la industria financiera y los medios de comunicación.



A través de diversos canales de comunicación, reforzamos nuestro compromiso con mantener una relación transparente con cada uno de ellos. Buscamos generar instancias de diálogo permanente y trabajo conjunto entre todos los públicos, con el fin de colaborar con la creación de valor social.

Este Informe de RSE nos ha permitido analizar y dar cuenta de las actividades más relevantes realizadas que influyeron en la relación con cada uno de estos grupos durante el año 2009.



Canales de diálogo y comunicación con nuestros principales grupos de interés

Accionistas	Memoria y Balance, Asamblea de Accionistas, Código de Protección al Inversor, Línea de Transparencia.
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, Línea de Transparencia, Línea de Defensoria, Servicio Integral de Atención al Cliente (SIAC), Encuesta de satisfacción, Newsletter institucional, Sitio Web, Estudios comparativos de satisfacción de clientes y estudios de campo.
Proveedores	Sitio Web, Centros de Atención Telefónica, Encuentros personalizados, Programa "Conozca a su proveedor" (visitas a proveedores), Línea de Transparencia.
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 a universidades, exposiciones en Universidades.
Industria financiera	Estudios de campo, reuniones del sector, intercambio de información.
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 de prensa, rondas de prensa, notas periodísticas y entrevistas.



5.2. Nuestro compromiso con los grupos de interés

	Objetivo 2009	Logros 2009	Desafíos 2010
Accionistas	Elaborar una guía conceptual actualizada para la prevención de fraudes.	Elaboración de una guía conceptual actualizada para la prevención de fraudes y establecimiento de un protocolo para la unificación de una metodología de trabajo de todos sus integrantes del área.	Generar el plan anual de Auditoría interna basado en riesgos, incluyendo la revisión de temas relacionados con la Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, Transparencia, Gestión de Reclamos y Protección de datos personales, entre otros.
	Optimizar la herramienta actual de administración de eventos fraudulentos para la obtención de estadísticas cuali-cuantitativas.	Optimización y actualización de la herramienta de administración de eventos fraudulentos para la obtención de estadísticas cuali-cuantitativas, implementando un nuevo modelo conceptual de Base de Datos, el cual permite la clasificación de la información ingresada.	Liderar el proyecto de Convergencia con la implementación de una herramienta que unifica la administración de riesgos y controles.
Colaboradores	Desarrollar un programa con el objetivo de brindar oportunidades laborales a personas que carecen de empleo.	Implementación del Programa de Entrenamiento para el Trabajo de Jóvenes tucumanos.	Continuar con el Programa de Entrenamiento para el Trabajo de Jóvenes tucumanos, para efectivizar dentro del Banco a sus participantes.
	Monitoreo de actores relevantes y posibles alianzas para comenzar a trabajar el tema de Búsquedas Laborales Inclusivas.	Firma del convenio marco para formar parte de la Red de Empresas contra la discriminación del INADI (Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo).	Realizar la primera capacitación formal para encargados de selección de personal del área de RRHH en temas de inclusión laboral.
Proveedores	Fortalecer el programa «Conozca a su proveedor».	Avance en el programa “Conozca a su proveedor”, visitando a los principales proveedores fabricantes de papelería.	-
	-	Difusión del Informe de RSE 2008 a los proveedores, enviándolo en formato digital e impreso acompañando de una carta de la Gerencia de RRH.	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.
	-	-	Comenzar a analizar un programa de compras inclusivas para micro-emprendedores.
Cientes	Trabajar operativamente en la fusión de Nuevo Banco Bisel.	Éxito en la fusión con Banco Bisel, manteniendo el nivel de calidad del servicio a clientes e integrando a los nuevos clientes.	-
	Instalar 100 cajeros automáticos para personas no videntes.	Instalación de 76 cajeros con el Kit para disminuidos visuales o no videntes.	Finalizar la instalación de 24 cajeros automáticos para personas no videntes.
	Instalar 55 Terminales de Autoservicio.	Instalación de 64 nuevas Terminales de Autoservicio.	Aumentar la disponibilidad de Terminales de Autoservicio (TAS) los 7 días de la semana las 24 hs.
	-	Lanzamiento de nuevos seguros para jubilados.	Lanzar una línea de créditos con beneficios para “futuras mamás” y niños en primera infancia.
	-	Flexibilización para el pago de tarjeta de crédito con el objetivo de ampliar el crédito de los clientes con menores recursos.	-
	-	Programa de Estímulo al Crecimiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Sepyme): en 2009 Grupo Macro resultó adjudicatario en la licitación de cupos de crédito para la asistencia con bonificación de tasas de interés.	Continuar y ampliar la utilización de las líneas subsidiarias Sepyme, acompañando el desarrollo de las pequeñas empresas.

	Objetivo 2009	Logros 2009	Desafíos 2010
Cientes	Desarrollar Indicadores que permitan medir procesos que tienen impacto en el servicio brindado al Cliente.	Elaboración de diferentes indicadores que permiten establecer puntos de control y mejoras en procesos que impactan en el cliente.	Se continuará trabajado 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.
Comunidad	Firmar la adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas.	Adhesión concretada. Además comenzamos a analizar acciones para incorporar los principios entre nuestros proveedores estratégicos.	Realizar la difusión de la publicación "Después de la Firma" a proveedores, junto al Pacto Global de Naciones Unidas.
	Vincular a las organizaciones sociales que trabajan junto a Fundación Banco Macro para que comiencen a interconectarse y a trabajar en red.	Realización de la capacitación de Fundación Leer y su programa Libro Abierto en dos comedores comunitarios de autogestión administrados por el Banco y dos centros de salud de las provincias de Salta y Jujuy.	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.
	Buscar un proyecto educativo que esté al servicio de los docentes rurales de la Quebrada de Humahuaca.	Realización con éxito de las dos primeras etapas del Programa Humahuaca Escuelas en Red, (capacitación, equipamiento y conexión satelital a Internet).	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.
	Monitorear alianzas y grupos de referencia.	Adhesión al Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE), que tiene como misión promover y movilizar recursos privados en la Argentina de forma estratégica y eficiente en pos del bien público.	Articular con los diferentes miembros del Grupo para dar valor agregado a las inversiones.
	Concretar la segunda convocatoria abierta de voluntariado corporativo.	Realización del concurso anual incrementando la cantidad de proyectos sociales ganadores. Los mismos fueron ideados por colaboradores de Banco Macro junto con organizaciones sociales y escuelas públicas locales.	Realizar la tercera edición del concurso de voluntariado, centrándonos en una temática que sea seleccionada y propuesta por los propios empleados del Grupo.
	Seguir acompañando a la Red Cimientos y a diferentes organizaciones sociales que trabajan por la igualdad de oportunidades educativas en el país.	Incremento del compromiso con 60 ahijados de Salta, Jujuy, Misiones, Santa Fé, Río Negro y Tucumán, asistiendo además a las jornadas de integración, donde vinculamos a nuestros colaboradores con los becados e invitándolos a los eventos organizados por el Banco.	Seguir acompañando a los ahijados e incrementar el número de becas en un 50%.
Medio Ambiente	-	-	Comenzar el análisis de la implementación de los Principios de Ecuador.
	-	Reemplazo de 803 monitores CRT por LCD, acumulando desde 2008 un 14% de monitores reemplazados.	Continuar con 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.
	-	Implementación de un programa de reciclado de papel y plástico a nivel regional.	Extender el alcance del Programa de reciclado de papel a más provincias.



RESUMEN DE COSTO DE SU MONEDA
RESUMEN DE COSTO DE SU MONEDA

NOMBRE CÍVIL	
Nombre completo	
Apellido	
Nombre de pila	
Nombre de soltera	
Nombre de casada	
Nombre de viuda	
Nombre de divorciada	
Nombre de soltera	
Nombre de casada	
Nombre de viuda	
Nombre de divorciada	

IMPUESTOS

TOTAL DE IMPUESTOS

DATOS PARA EL ANALISIS DE SU CONSUMO

DATOS PARA EL ANALISIS DE SU CONSUMO	
Salario mensual	
Salario anual	
Salario promedio	
Salario mínimo	
Salario máximo	
Salario promedio	
Salario mínimo	
Salario máximo	



6. Nuestra Cadena de Valor



6. Nuestra Cadena de Valor

6.1. Nuestra gente

6.1.1 Capital humano en números

Capital humano en números	2009	2008
Cantidad de colaboradores	7.810 ⁽¹⁾	7.921
Colaboradores Mujeres	34%	34%
Colaboradores Hombre	66%	66%
Edad promedio	42,83	42,37
Antigüedad promedio	15,64	14,92

⁽¹⁾La cantidad de empleados disminuyó debido al no reemplazo de egresos.

6.1.2. Un equipo de trabajo comprometido

Alentamos el crecimiento profesional de nuestros colaboradores, dentro de un ámbito de trabajo que estimule la responsabilidad, la igualdad de oportunidades, el trabajo en equipo y el desarrollo humano. Sabemos que para “estar cerca” de nuestros clientes, debemos formar un equipo sólido y comprometido de personas que trabajen por este objetivo en común.

Durante 2009 nos enfrentamos al gran desafío que significó la fusión con Banco Bisel: consolidar nuestra cultura sobre la base integrando a todo el equipo a una misma forma y filosofía de trabajo. A partir de esta nueva oportunidad, fortalecimos nuestro modelo de gestión, integrando mejores prácticas y desarrollando una nueva estructura que diera soporte a este crecimiento, para convertirnos en una organización eficiente orientada a resultados, con un ambiente óptimo de control interno y una fuerte sinergia que garantice la satisfacción de los clientes.

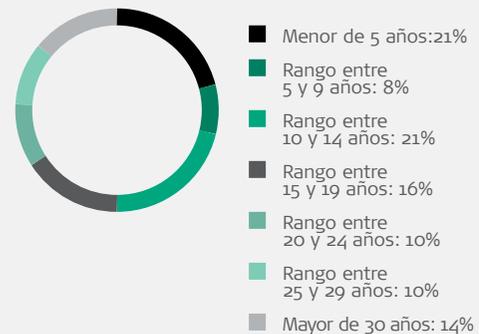
6.1.3. Oportunidades laborales en Banco Macro

Ofrecemos oportunidades de desarrollo laboral para todos aquellos que quieran sumarse a nuestro equipo de trabajo. **Durante 2009, realizamos 243 búsquedas internas**, y adicionalmente 112 externas de las cuales el 30% fueron cubiertas por pasantías y jóvenes profesionales.

Además, a lo largo de 2009 continuamos fomentando la inserción laboral de jóvenes en Banco Macro a través de distintos programas y visitas a universidades e instituciones terciarias de todo el país:

- **Programa Nacional de Pasantías.** El objetivo es brindar las oportunidades que nuestros jóvenes merecen, para que puedan aplicar y afianzar

Distribución de la plantilla por antigüedad laboral



Distribución de la plantilla por categoría profesional



Edad promedio



los conocimientos adquiridos en una sólida carrera laboral. Para ello, seleccionamos jóvenes de las carreras de Administración de Empresas, Contador Público, Economía, Comercialización, Comunicación y Relaciones Públicas para que integren nuestros equipos de trabajo. Durante 2009 se efectivizaron **113 pasantes**.

- **Programa de Entrenamiento para el Trabajo de Jóvenes tucumanos.** Durante 2009 comenzamos a participar de este nuevo programa de la provincia de Tucumán, para la incorporación de personas que carecen de empleo al momento del reclutamiento. Posee una duración de seis meses, con la posibilidad de ser efectivizados luego de finalizar el programa. En 2009 incorporamos 8 personas.

6.1.4. Calidad de la gestión interna

Durante 2009 reforzamos el programa de calidad y el plan de acción orientado a mejorar la organización interna del Banco. Fijamos objetivos concretos de mejora para agilizar la interacción entre las diferentes gerencias y llegar con mejor nivel de respuesta hacia nuestros clientes. Este trabajo fue acompañado desde la Gerencia de Recursos Humanos centrado en:

- La gestión por objetivos en los distintos niveles.
- Un plan de comunicaciones para dar integridad y consistencia a todas las acciones, actividades de formación específica en manejo de proyectos, comunicación de avances de los proyectos principales del Banco hasta la segunda encuesta de cliente interno donde participaron con su opinión el 81% de los colaboradores.
- El “banco de ideas”, donde recibimos y están en análisis más de 200 propuestas de nuestra gente para mejorar los procesos de trabajo y/o ideas de innovación en algún aspecto de los productos y servicios.

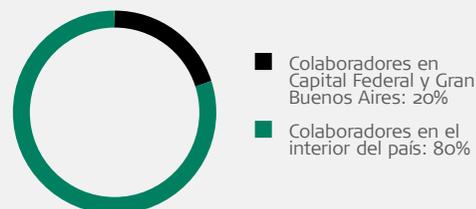
Encuesta de cliente interno

En 2009 realizamos la segunda encuesta de cliente interno. Esto nos permite conocer aspectos de la calidad del trabajo y los vínculos entre nuestros colaboradores. La misma se realizó online y participaron 6.337 colaboradores, registrando un 45% de participación superior que en 2008.

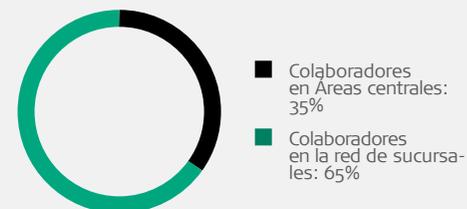
Entre el 50% y el 75% de los colaboradores resaltan como aspectos positivos la claridad con que se comunican los objetivos del área y la comunicación por parte del jefe directo en cuanto a novedades del Banco así como la capacidad de estos para escucharlos cuando tienen un problema.

La importante presencia de nuestro Banco en todo el país, permite que el 80% de nuestros colaboradores se encuentren radicados en las provincias del interior, aportando fuentes de trabajo genuinas y desarrollo local

Distribución de la plantilla



Distribución de la plantilla



Elaboramos carpetas de información detallada para cada Región y Gerencia de Áreas Centrales con los resultados segmentado, y comparados con el total del Grupo, que permitirán a cada Gerencia focalizarse en los aspectos más importantes para generar los planes de acción correspondientes.

6.1.5. Desarrollo profesional

Ofrecemos a nuestra gente distintos programas orientados al éxito de su desempeño en su puesto de trabajo. A través de la herramienta de e-learning EduMacro, tienen la oportunidad de capacitarse a distancia, facilitando la formación en temas relacionados con la función —u otra posición del Banco para la que quieran prepararse— y la lectura de contenidos de interés que contribuyen al desarrollo de habilidades de gestión. Además, organizamos talleres y conferencias presenciales y vía video conferencia para actualizarlos en diferentes temáticas.

Capacitación de colaboradores	2009
Total Horas Hombre	52.243
Total de participaciones	26.396
Participantes en cursos presenciales	4.525
Participantes en cursos a distancia	21.871
Personas participantes	5.815
Personas en cursos presenciales	2.446
Personas en cursos a distancia	3.369
% de Participación sobre Dotación Total	74%

Plan de capacitación regional. En 2009 lanzamos nuevos programas de formación, con actividades de capacitación y actualización, de aplicación y alcance variable según las necesidades, realidades y demandas del negocio local o de las áreas centrales. Como acción común a lo largo del año, hemos implementado para la Red de Sucursales el modelo de capacitación por puesto de manera tal de asegurar un único modelo atención, y gestión comercial (de venta y crediticio) y operativo.

Programa para gerentes. Durante 2009 ampliamos el plan de actividades de liderazgo y desarrollo gerencial. Su resultado se vio reflejado en más de 160 promociones internas.

Plan de convenios con universidades. Seguimos incrementando el plan de convenios de estudio de grado con universidades de distintos lugares del

Premio Macro Destaca

A través de este premio, destacamos la actuación de aquellos colaboradores que sobresalen y superan las expectativas de nuestros clientes en el trato y la calidad que se les brinda.

Se entrega mensualmente y destaca actitudes positivas como la innovación, la actitud de servicio, organización y la contribución al buen ambiente de trabajo. En el año 2009 entregamos 38 premios Macro Destaca.

Entre los premiados se encuentra la labor de Alba Angélica Olivera, galardonando su especial atención y dedicación a las personas hipoacúsicas, que necesitan comunicarse a través del lenguaje de señas: "Trabajo de forma voluntaria en la Asociación de Sordos de Misiones hace 10 años, y gracias a esta ventaja estoy capacitada para establecer una comunicación sin barreras con personas con disminución auditiva. A través del lenguaje de señas, informo y oriento a estas personas sobre a qué sector de la sucursal deben dirigirse, ayudando al ejecutivo de clientes a atenderlos y resolver sus consultas. El hecho de que el Banco me haya destacado ha sido grandioso para mí, porque he visto el resultado de una labor de muchos años de esfuerzo y dedicación hacia estos clientes. Me sentí muy orgullosa de poder compartir mi alegría con 125 adolescentes en una cena; oportunidad en la que celebramos el Día internacional del Sordo y día en el cual recibí muestras de afecto y felicitaciones por el reconocimiento. Una persona sorda tiene las mismas oportunidades que cualquiera de nosotros, solo que está en nosotros darles las mismas oportunidades y abrirles el camino."

Alba Angélica Olivera, Asistente de Atención al Cliente de la Sucursal de Belgrano, Misiones

país. En 2009 realizamos convenios con las Universidades de Morón, de Lanus, de Buenos Aires, de Lomas de Zamora, la Universidad Nacional de La Matanza, Universidad Católica de Salta y la Universidad Nacional de Salta.

6.1.6. Canales de Comunicación interna

Contamos con un sistema integrado de comunicaciones internas, que transmite la estrategia del Banco y refuerza su cultura, y aumenta el sentido de pertenencia de cada colaborador. Gracias a esto, nos aseguramos que toda la información que queremos transmitir llegue a toda la organización, de manera clara y directa.

Intranet “Comunic@r”. Contiene actualizaciones periódicas de información sobre la organización y es el principal medio para transmitir la información que los puestos necesitan para trabajar y la operación diaria. En 2009 desarrollamos una nueva intranet para Banco Tucumán.

Revista Interna Visión. Refleja quiénes somos como Grupo, y contiene información acerca de nuestros colaboradores, productos, servicios y emprendimientos a través de distintas secciones.

Dossiers y Campañas específicas. Permiten comunicar noticias y eventos especiales, como la fusión con Banco Bisel, las acciones de integración realizadas, los festejos Macro, como el cumpleaños del Banco, entre otros.

Mail de presidencia. Permite a los colaboradores comunicarse con el Presidente del Banco, sin intermediarios y de manera directa.

Reuniones con el Presidente del Banco. Da la posibilidad a colaboradores de distintas áreas de reunirse con el Presidente del Banco para el intercambio de opiniones y la generación de un mayor sentido de pertenencia.

Contacto Directo. Fomenta un espacio de diálogo entre los equipos de trabajo y los funcionarios, a través de visitas permanentes del Presidente del Banco y otros gerentes a sucursales y diferentes sectores del Banco.

Plan de visitas a sucursales. Tiene el objetivo principal de escuchar individualmente a cada colaborador, relevar sus inquietudes y necesidades, y dar respuesta, incentivando un clima de trabajo óptimo y estimular su compromiso con el Banco.

ProMacro. Busca desarrollar reuniones sistematizadas donde se transmita, de manera uniforme y a todas las sucursales del Grupo, la orientación y acciones institucionales de cada región donde está presente el Banco.



Todo el equipo de colaboradores de la Sucursal 100, Salta.



Durante 2009, realizamos 243 búsquedas internas, y adicionalmente 112 externas de las cuales 30% fueron cubiertas por pasantías y jóvenes profesionales.

Buzón de sugerencias. Permite tener un canal de mediación para todos los colaboradores del Grupo.

6.1.7. Beneficios

Apoyo a colaboradores	Continuamos apoyando a colaboradores con casos críticos, asistencia social o enfermedades prolongadas, mediante programas de ayuda alternativos y eficientes.
Plan de convenios de estudio de grado	Ofrecemos a las familias de nuestros colaboradores convenios con universidades de distintos lugares del país para que puedan estudiar carreras de grado. Ofrecemos entre 5% y 30% en descuentos, dependiendo la institución.
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).
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.
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.
Campaña de vacunación antigripal	Desarrollamos una campaña de vacunación gratuita y voluntaria, para todos los colaboradores.
Seguros de vida	Ofrecemos un servicio de vida colectivo obligatorio, y un seguro de vida optativo a todos nuestros colaboradores.
Beneficio por hijo discapacitado	Brindamos un reintegro de dinero por cada hijo discapacitado, sin límite de edad.
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 periodo de adaptación mayor.



Parte del equipo de colaboradores celebrando la Fusión con el Banco Bisel en el mes de Septiembre de 2009.



Colaboradores de la sucursal Quintana recibiendo el premio Macro Destaca.

6.1.8. Representatividad sindical

Mantenemos un diálogo constante y fluido con nuestros gremios. Aseguramos la representatividad sindical de los trabajadores y entendemos que su existencia es fundamental para que el correcto funcionamiento de nuestro negocio.

El 100% de nuestros colaboradores se encuentra cubiertos por un convenio colectivo. Además, el 30% de la plantilla se encuentran sindicalizados, bajo la Asociación Sindical de Bancarios.

6.1.9. Salud y Seguridad Laboral

Durante 2009, realizamos las siguientes acciones para mejorar la seguridad de nuestros colaboradores:

- Inclusión dentro del Plan de Seguridad Anual exigido por el Banco Central de la República Argentina (BCRA) de 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.
- Intensificación de visitas de control de 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.

Capacitación en temas de seguridad

Durante 2009 desarrollamos un e-learning de capacitación, con acceso para todo el personal del Banco, en materia de seguridad contra incendios, evacuación ante contingencias y prevención de riesgos del trabajo.

Esta nueva modalidad se adapta a la dinámica horaria y operativa de nuestro personal.



Además, los manuales de seguridad del Banco se distribuyen a través de la Intranet y abarcan principalmente los siguientes temas:

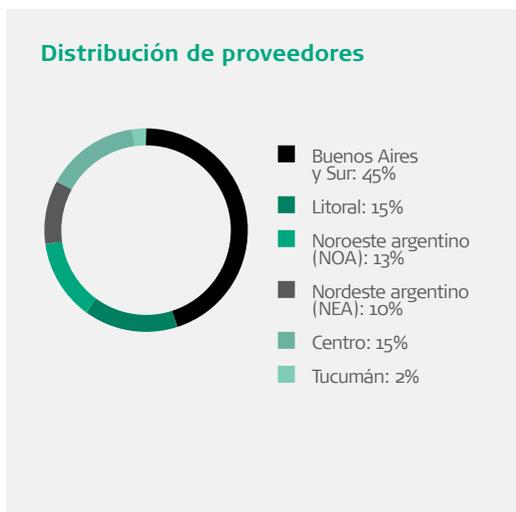
- Recomendaciones para la prevención de incendios.
- Plan de evacuación y simulacro.
- Seguridad de ascensores.
- Riesgos eléctricos.
- Ergonomía.
- Prácticas seguras en el lugar de trabajo.
- Recomendaciones para la prevención de hechos delictivos.
- Procedimiento a seguir en caso de asalto.
- Recomendaciones en caso de ser tomados como rehenes.
- Declaraciones en sede policial o judicial.
- Como proceder frente a una amenaza de bomba.
- Hallazgo de supuesto artefacto explosivo.
- Consejos ante manifestaciones o disturbios próximos a la entidad.



6.2. Proveedores

6.2.1. Proveedores en números

Proveedores en números	2009	2008
Número de Proveedores	10.130	8.373
Proveedores por región:		
Buenos Aires y Sur	4.476	4.200
Litoral	1.537	19
NOA	1.557	1.623
NEA	1.025	1.013
Centro	1.535	1.518



6.2.2. Perfil de los proveedores

Contamos con una amplia red de proveedores locales, distribuidos a lo largo de todo el territorio argentino, que nos ayudan a brindar un servicio de calidad a todos nuestros clientes. Consideramos a cada proveedor como un socio estratégico, promoviendo relaciones sólidas y duraderas con cada uno.

6.2.3. Nuestra apuesta por lo local

Privilegiamos a empresas locales en la selección de proveedores, procurando comprar de manera regionalizada con el fin de fortalecer las economías regionales y reducir costos debido al abaratamiento de fletes. Además, tomamos en cuenta otros factores como las propuestas económicas, la calidad y características del producto, los plazos de entrega, entre otros. Trabajamos en general con empresas PyMEs en los lugares donde operamos, con el fin de brindar oportunidades laborales y crecimiento a los habitantes del lugar.

A lo largo de 2009 realizamos acuerdos corporativos con los principales proveedores de artículos librería, en los cuales se acordó la utilización exclusiva de papel nacional tanto para proveedores como para el Banco. El acuerdo buscó fomentar la industria nacional, beneficiando a pequeños productores. Además, realizamos un acuerdo corporativo anual por la fabricación de elementos de imprenta con papel nacional (sobres, formularios, papelería institucional, etc.).

Continuamos desarrollando el “Programa Conozca a su proveedor”, a través del cual visitamos a nuestros proveedores para relevar capacidades y necesidades en nuestra cadena de valor. Durante 2009, llevamos



a cabo un plan de visita a los principales proveedores fabricantes de todos los formularios del Banco, sobres con impresión, rollos impresos y folletería, con el fin de asegurar el cumplimiento de los principales estándares de calidad y seguridad industrial.

Contamos con un proceso de evaluación periódica a proveedores activos cuya compra efectuada a través de órdenes de compra sea superior a 500.000 pesos (no incluye el Impuesto al Valor Agregado - IVA). Asimismo, realizamos una evaluación anual, al inicio de cada año, a proveedores activos cuya facturación supere 1.000.000 pesos (no incluye el Impuesto al Valor Agregado - IVA).

Los proveedores pueden comunicarse con nosotros y seguir sus gestiones a través de la Web, Centros de atención telefónica y encuentros personalizados.

6.2.4. Alianzas estratégicas con proveedores

A lo largo de 2009, comenzamos a integrar 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.

Nos acompañaron en diversos programas las empresas Dell, Guardian S.A., Microsoft y OCASA, entre otras.



Alianzas con nuestros proveedores: OCASA

“La clave de nuestro éxito y permanente crecimiento ha sido el desarrollo de relaciones mutuamente beneficiosas con los clientes, bajo el concepto de “TAILOR MADE”, generando servicios a la medida de las necesidades específicas de cada uno. Bajo este concepto, es que generamos la alianza estratégica con Banco Macro, para hacer posible un programa de reciclado de papel a nivel nacional. Además, el trabajo conjunto con Banco Macro nos ha dado la posibilidad de atender sus necesidades a nivel nacional, permitiendo afrontar el desafío diario de cobertura, llegando a todos los códigos postales del país, reforzando en su constante crecimiento el nuestro propio, y pudiendo planificar la conformación de una compañía profesional en su dinámica y RRHH. Sin ninguna duda el continuo crecimiento de una compañía como la nuestra, abre puertas de oportunidades a muchos sectores de nuestra sociedad, y es importante unir nuestras fuerzas con aliados que tengan la capacidad de análisis para participar. Es fundamental formar a nuestro personal para su propio crecimiento y el de la empresa, y alentar el desarrollo de métodos operativos que repercutan no sólo en beneficio de la empresa y sus empleados, sino de toda la sociedad.”

Mario Dobal, Presidente de OCASA Soluciones Logísticas – Argentina.

6.3. Clientes

6.3.1. Clientes en números

Durante 2009 consolidamos nuestra posición en el mercado financiero, ofreciendo productos y servicios financieros de alta calidad adaptados a las necesidades de cada tipo de cliente.

Clientes en números	2009	2008
Número de Clientes individuos ⁽¹⁾	2.543.944	2.069.233
Número de Clientes empresas	71.124	65.998
Total depósitos – Banca individuos (millones de pesos)	7.867	6.329
Total depósitos – Banca empresas (millones de pesos)	4.827	3.556
Total préstamos – Banca individuos (millones de pesos)	5.235	5.003
Total préstamos – Banca empresas (millones de pesos)	6.143	6.102
Total de financiaciones (millones de pesos)	11.499	11.254
Total activos líquidos (millones de pesos)	11.272	8.136
Cantidad de tarjetas de crédito otorgadas	138.284	136.600

⁽¹⁾ Incluye personas físicas de Banca individuos titulares, adicionales y jubilados que cobran sus haberes en el Banco.

6.3.2. Banca individuos

Brindamos una amplia oferta de productos y servicios para cubrir las necesidades financieras y transaccionales de una gran variedad de clientes: estudiantes, profesionales, empleados, emprendedores y jubilados.

Jubilados

Para el segmento Jubilados, trabajamos con especial énfasis en mantener las mejores condiciones de atención y servicio, junto con el desarrollo de una oferta de productos específica.

Durante el año 2009, 96.579 personas pertenecientes a este segmento recibieron **préstamos** por un total de \$354,3 millones, representando un préstamo promedio de \$3.670.

Participación por banca en la cartera total de préstamos



Nuestros 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.

Préstamos Personales para Plan Sueldo: somos líderes en el mercado en este segmento, teniendo vigentes 713 mil préstamos personales a diciembre 2009, lo que significó un aumento de 38 mil operaciones.

Tarjetas de Crédito: financiamiento otorgado a nuestros clientes a través de tarjetas de crédito. A través de estas nuestros clientes acceden a importantes beneficios. En 2009, se simplificaron los requisitos para el alta de tarjetas adicionales utilizando además como nuevos canales el Centro de Atención Telefónica y el Home Banking.

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

Además, 4.127 recibieron su **jubilación en forma anticipada** por un total de \$8 millones representando una jubilación promedio de \$1.940. Asimismo, en 2009 abrimos un **nuevo Minicentro de Pagos (MCP)** que atiende a 7.547 jubilados abonando mensualmente la suma de \$7,1 millones. Así totalizamos en el Grupo un volumen de 16 centros que atienden mensualmente a 193.500 jubilados.

Como conclusión, podemos sostener que durante el año 2009 atendimos un total de 605.637 jubilados.

Inclusión bancaria de sectores de menores recursos

Tarjeta social

Ofrecemos la tarjeta social en el marco del Plan Alimentario Provincial de Salta. Su objetivo es reemplazar la entrega de bolsones alimentarios entregados por los diferentes municipios, por una tarjeta social con la que todos los beneficiarios de este programa puedan realizar las compras de sus alimentos en los comercios habilitados por el gobierno. De esta forma, buscamos darle mayor transparencia y efectividad a la ayuda social. Una de las ventajas de este programa es que logra bancarizar a los segmentos más postergados de estas poblaciones. Desde el comienzo del programa, entregamos la tarjeta social a más de 85.000 beneficiarios.

Tarjeta recargable Si.Pro.Sa

Entregamos 18.753 tarjetas recargables en el marco del Plan Nacional de Seguridad Alimentaria, implementado por el Ministerio de Salud Pública de la Provincia de Tucumán.

Resultados 2009	Tarjeta social	Tarjeta recargable Si.Pro.Sa
Altas Nuevas	15.487	3.717
Monto acreditado	\$ 40.929.250	\$ 6.320.750
Monto consumos	\$ 38.468.987	\$ 5.718.785
Total beneficiarios acumulados	85.406	18.753

La gestión en números

2.543.944

Clientes

4.024

beneficiados a través de préstamos personales a través del código de descuento a municipios

110.600

premios entregados a través del programa de beneficios Macro Premia

96.579

jubilados recibieron préstamos

2.237

hogares con PC's

500

nuevos comercios adheridos al programa de descuentos y promociones

713.000

préstamos personales otorgados

3.855

hogares conectados a la red de gas natural

Beneficios para nuestros clientes

- **MACRO Premia.** Es un programa de acumulación de puntos que a través de los consumos efectuados con las tarjetas de crédito Visa, American Express y MasterCard del Grupo Macro permite el canje de estos puntos por distintos premios. Durante 2009 fueron canjeados 110.600 premios.
- **Descuentos y promociones.** En 2009 incluimos 500 nuevos comercios en el programa de descuentos y promociones, alcanzando un volumen de 124 millones de operaciones realizadas.
- **Venta por catálogo.** Realizamos diferentes acciones de ventas por catálogos, acercándoles a nuestros clientes productos novedosos y con precios especiales.
- **Ampliación de líneas de crédito.** Ampliamos líneas de crédito a través de aumento de límite de compra en tarjeta de crédito impactando en 171.588 cuentas, incrementando su volumen en \$297.355.225.

Código de descuentos municipios: realizamos 4 nuevos convenios para el otorgamiento de préstamos personales a través del código de descuentos en las Municipalidades de Hernando, Choele Choele, Lamarque, Bolívar. Durante 2009, 4.024 clientes recibieron préstamos por un total de \$43.8 millones, representando un préstamo promedio de \$10.800.

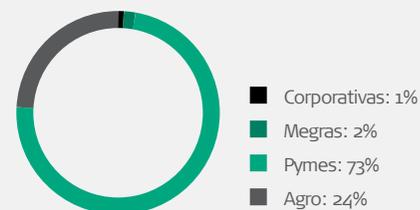
Ventas MI PC: desde 2008 acompañamos la iniciativa del Gobierno de Salta que facilita el acceso a equipamiento informático de última generación a los empleados públicos de dicha provincia. Facilitamos la financiación para que la mayor cantidad de empleados que acreditan su sueldo en el Banco puedan acceder a estos productos. A través de esta iniciativa informatizamos 2.237 hogares por un valor de \$7.5 millones.

Seguros para la educación: el desarrollo de seguros para resguardar la continuidad escolar de los más pequeños de la familia alcanzó un volumen total de 5.600 pólizas a diciembre de 2009.

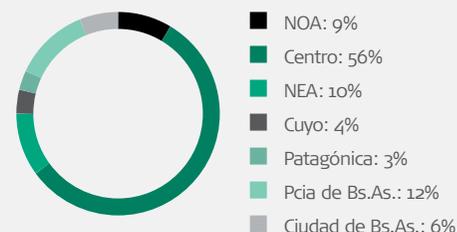
Seguros de pagos protegidos: 52.700 clientes ya poseen un seguro de desempleo para resguardar la continuidad de sus consumos en tarjeta de crédito en caso de un imprevisto.



Conformación de la cartera de Banca Empresas



Clientes Empresa por región



Instalación de gas en Tucumán y Salta: durante 2009, 3.855 nuevos hogares han sido conectados a la red de gas natural a través de otorgamiento de asistencia financiera por \$7 millones.

Fondo de cese laboral: realizamos la apertura de 7.552 cuentas de fondo de cese laboral durante el transcurso del año.

6.3.3. Banca empresas

Segmentamos a nuestros clientes empresas de acuerdo a su actividad y volumen de facturación, para poder brindarles soluciones especialmente diseñadas para su tipo de negocio. Nuestra cartera está segmentada 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. 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.

Agro.

- **Financiación:** incluye préstamos para proyectos de inversión agropecuaria, inversiones en máquinas y herramientas, inmuebles agropecuarios. Además, ofrecemos financiación de capital de trabajo, financiación de insumos para la siembra, leasing y una tarjeta de crédito agropecuaria.
- **CAMPO XXI:** durante 2009 lanzamos **CAMPO XXI** que contempla la posibilidad de ofrecer una variedad de servicios transaccionales

Nuestros productos y servicios

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, Flota Automotores, 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.

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.

y financieros que adaptados a la actividad que realice cada cliente, con una rápida y ágil calificación crediticia.

Programas de financiamiento del sector productivo

Programa de Crédito para el Desarrollo de la Producción y el Empleo en la Provincia de San Juan (Préstamo BID N° 1798/OC-AR)

A través de este Programa buscamos apoyar, a través del crédito, al incremento de la capacidad productiva de las micro, pequeñas y medianas empresas que lleven a cabo Proyectos en la Provincia de San Juan. El Programa incluye una cláusula especial sobre medioambiente, por medio de la cual se debe tener especial cuidado en observar que las operaciones financieras no impliquen un deterioro ambiental significativo. Tanto en 2008 como en 2009 se colocamos \$750.000 en créditos.

Programa de Estímulo al Crecimiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Sepyme)

En 2009 fuimos adjudicatarios en la licitación de cupos de crédito para el otorgamiento de asistencias con bonificación de tasas de interés, por un monto de \$6.158.358. De esta manera, nuestros clientes Pyme, Megra y Agro pudieron acceder al financiamiento de Capital de Trabajo y para la adquisición de bienes de capital nuevos de origen nacional. Realizamos 48 operaciones con esta línea.

Línea de crédito exclusiva para Pymes – Fondo de Garantía de Sustentabilidad del Sistema Integrado Previsional Argentino – Ley 26.425

Esta línea de crédito, destinada únicamente a nuestros clientes Pymes, brinda financiación de capital de trabajo y de adquisición de bienes y servicios, a 12 meses y con una tasa de 14%, con el objetivo de promover la actividad productiva y la generación de empleo de la economía en su conjunto. El total de operaciones colocadas es de 982 y el capital colocado \$65.369.181

Línea de Créditos para la Reactivación Productiva del Consejo Federal de Inversiones

Los destinatarios de estas operaciones pueden ser micro, pequeñas y medianas empresas, pudiendo ser sujetos de créditos nuevos emprendimientos. El destino preestablecido para estas financiaciones es: Capital de trabajo, activo fijo y preinversión. Durante 2009, el total de préstamos otorgados fue de 156 por un monto de \$8.932.196.

Nuestros productos y servicios (continuación)

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.

Tarjetas de crédito MacroAgro (Distribution y Purchasing):

Tarjetas agropecuarias, destinada a financiar la adquisición de insumos y contratación de servicios relacionados con las explotaciones del mercado agropecuario.

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.

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.

Tenemos una red de sucursales con un alcance geográfico en todo el país, siendo motor de desarrollo en las localidades donde estamos presentes.

Línea ADEBA

Esta línea se encuentra 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 ó Pre-financiación de Exportaciones y continuar colaborando en el desarrollo de las MIPYMES. Se colocaron 1.297 operaciones por un monto de \$54.056.774.

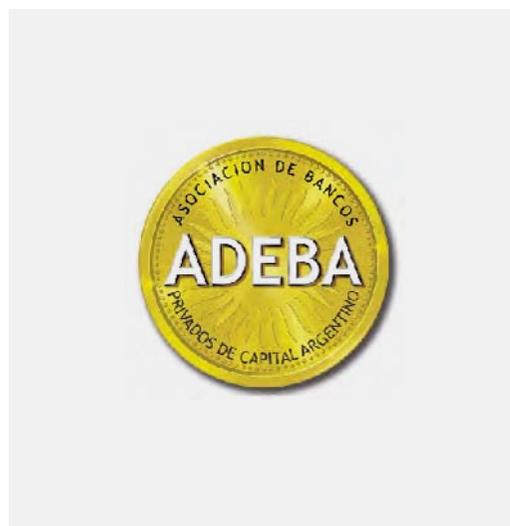
6.3.4. Accesibilidad – Red de sucursales Alcance geográfico amplio

Tenemos una red de sucursales con un alcance geográfico en todo el país, siendo el motor de desarrollo en las regiones en las que estamos presentes. En este sentido, hemos realizado una importante inversión en tecnología para renovar cajeros automáticos y dotar a las sucursales de más cantidad de Terminales de Autoservicios. Además, con el objetivo de brindar una atención especializada, continuamos con el desarrollo de lugares de atención específicos para cada cliente, como los Centros de Pago a Jubilados o los Centros para Empresas.

Regiones	Sucursales Banco Macro	Sucursales Sistema Financiero	Participación
NOA	72	219	33%
Centro	180	842	22%
NEA	46	304	15%
Cuyo	19	199	10%
Patagónica	15	215	7%
Prov. de Buenos Aires	52	1.118	5%
Ciudad de Buenos Aires	24	644	4%
TOTAL ⁽¹⁾	408	3.541	12%

⁽¹⁾ Además contamos con 36 centros de atención especializados.

Cajeros Automáticos. En 2009 alcanzamos una participación de cajeros automáticos de 18% en la Red Banelco, y en transacciones participamos en un 22% de las transacciones totales del sistema.



Terminales de Autoservicio (TAS). Distribuidas en toda la red de sucursales, representan un punto de contacto directo con el cliente basando su objetivo en acelerar y optimizar la operatoria bancaria ahora habilitados en los lobbies de los cajeros automáticos para funcionar 7x24.

Las sucursales de Banco Macro en GPS. Creamos una nueva aplicación con la cual se puede encontrar fácilmente la sucursal más próxima de acuerdo a una posición determinada con el GPS. El servicio es totalmente gratuito tanto para clientes como para no clientes.

Macro Móvil. 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.

Cajeros automáticos para no videntes. 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. Durante 2009 instalamos 76 cajeros automáticos con el kit para disminuidos visuales.

Accesibilidad para discapacitados. Con el objetivo de mejorar la accesibilidad a nuestras sucursales, durante el año 2009 construimos / instalamos rampas para discapacitados en 29 de nuestras sucursales y baños especiales en 7 sucursales.

Localidades con presencia única de Banco Macro

Regiones	Localidades con sucursales o cajeros automáticos
Salta y Jujuy	31
Tucumán	3
Córdoba	3
Misiones	17
Santa Fe	26
La Rioja	1
TOTAL	81

Apostando al desarrollo de las localidades pequeñas

En 81 localidades de la República Argentina somos la única entidad bancaria presente, a través de la existencia de una sucursal o un cajero automático. Somos conscientes del impacto económico y social que generamos en estas regiones, y por ello actuamos bajo un marco de respeto y responsabilidad, asumiendo un importante rol social. De esta manera, buscamos la inclusión bancaria de clientes de diversas realidades y regiones.

Las localidades de Alba Posse y Bernardo de Irigoyen, Provincia de Misiones, que se encuentran en el límite de la frontera con Brasil, cuentan con la presencia única de Grupo Macro como entidad financiera. En estas sucursales de frontera cumplimos un rol social al adaptarnos a distintos idiomas, ya que algunos de nuestros clientes no saben castellano o no están alfabetizados.

Además, somos el único Banco en las localidades de Embarcación, Salvador Mazza "Pocitos", Cachi, Colonia de Santa Rosa, Las Lajitas, General Moscón, El Carril, Palpala, Abra Pampa, El Carmen, Tilcara, Humahuaca, Monterrico y Susques, de las provincias de Salta y Jujuy. Cada una de estas sucursales instaladas contribuye enormemente al desarrollo económico de la localidad, impulsando la inversión local.

6.3.5. Canales de comunicación y atención al cliente

Macro Direct. Servicio de Home Banking de Macro, desarrollado con la mejor tecnología en materia de seguridad informática, permite a los clientes operar con el Banco las 24 horas los 365 días del año, desde cualquier lugar del mundo. Este año ampliamos las funcionalidades como el pago de servicios, consulta de seguros contratados y transferencias vía CBU.

Macronovedades. Publicación bimestral enviada a nuestros clientes, los informamos sobre diferentes iniciativas sociales en las cuales colabora el Banco y a las cuales se pueden sumar. Durante 2009 difundimos las acciones de Fundación Baccigalupo, Cimientos, Escolares, entre otros.

Centro de atención telefónica. Servicio de atención y contacto directo con los clientes para que puedan efectuar consultas y transacciones de manera rápida y sencilla, con el respaldo de la más alta tecnología.

Campaña ClienteSI Servicio Integral. Tuvo como objetivo concientizar a nuestros clientes internos y externos para que comiencen a utilizar los canales automáticos. Buscamos incentivar las operaciones monetarias y otras solicitudes promocionando las ventajas de este tipo de canales en rapidez, seguridad y comodidad.

Usuarios de canales automáticos ⁽¹⁾	2009	2008
Banca individuos	184.545	138.020
Banca empresas	30.460	21.581
Total	215.005	159.601

⁽¹⁾El número de usuarios incluye a todos aquellos que operan por algún canal automático que requiera clave Cliente Servicio Integral (estos son: Home Banking, Terminales de Autoservicio, IVR, y Centro de Atención Telefónica).



El apoyo de nuestros clientes

En Octubre de 2009, luego de la mención en el Macronovedades y el envío de un insert de recaudación de fondos enviados por Aldeas Infantiles a toda la cartera de clientes de Macro, se sumaron a esta causa más de 130 nuevos socios. Esta importante colaboración se tradujo en el almuerzo anual de 1.649 chicos.

Volumen de transacciones por canales automáticos

	Transacciones		Consultas	
	2009	2008	2009	2008
Internet ⁽¹⁾ (Macro Direct)	2.154.257	1.231.648	47.326.507	33.121.343
TAS (Term. Autoserv)	3.792.738	2.124.588	2.853.253	1.839.449
IVR (atención automática)	9.376	10.848	1.809.509	1.906.427
CAT (atención personal)	16.075	19.252	625.419	430.287
Total ClienteSI	5.972.446	3.386.336	52.298.446	37.095.632

⁽¹⁾No se encuentra contemplada información del Banco de Tucumán S.A.

E-Resumen. Los clientes tienen la posibilidad de obtener y guardar de forma ágil y segura, los resúmenes de cuentas y tarjetas de crédito por correo electrónico. De esta manera, contribuimos a preservar el medio ambiente en base a la reducción de utilización de papel. Durante 2009 implementamos la posibilidad de adherirse a través del Centro de Atención Telefónica. *Para más información ver el capítulo de Medio Ambiente.*

6.3.6. Claves para asegurar la calidad de nuestras operaciones

Desde hace varios años venimos trabajando en un modelo de gestión de calidad y con un plan de acciones concretas para consolidarlo e integrar a todo el Grupo en un proceso de mejora continua. Para lograr este objetivo, y en el marco de un Plan de Calidad, utilizamos tres herramientas que permiten medir el desempeño de Banco Macro frente a nuestros clientes: encuesta de satisfacción a clientes, sondeo de opinión y mystery shopper.

Encuesta de satisfacción a clientes

Este estudio se realiza con el objetivo de conocer cuáles son los atributos relacionados a atención personal y telefónica, servicios básicos, comunicación, procesos administrativos e imagen que son más valorados por los clientes así como las calificaciones que los mismo nos otorgan de acuerdo a sus percepciones. El estudio se realiza a través de una encuesta telefónica realizada a una muestra aleatoria segmentada según zona geográfica y tipo



Nuevo edificio del Call Center

En 2009 se concretó el proyecto de inauguración del nuevo Call Center, asumiendo el gran desafío de adecuar la estructura de este canal, equipado con tecnología de avanzada y cumpliendo con los más altos estándares de calidad. Cuenta con una superficie de 1300 m² desarrollados en planta baja y tres pisos y ha generado 130 puestos de trabajo, proyectando 68 más para el 2010. Asimismo, 11 de los puestos disponibles están destinados a personas con capacidades diferentes, quienes contarán con seguridad, servicios de acceso y baños adaptados a sus necesidades.

de cliente. Este análisis nos permite focalizar nuestros planes de acción en las verdaderas necesidades del cliente. Presentamos los resultados de la encuesta en reuniones en las diferentes regiones, y trabajamos en la realización de propuestas de acción para mejorar los indicadores.

Encuesta de Satisfacción a clientes	2009	2008
Cantidad de encuestados		
Cientes Individuos	4.872	3.668
Cientes Empresas	2.055	1.302
Puntuación general obtenida		
Cientes Individuos	8,13	6,84
Cientes Empresas	7,64	7,81

Sondeo de Opinión 2009

Durante 2009 realizamos el primer 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 32.825 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

Resultados 2009 de la encuesta de satisfacción a clientes

¿Qué valoran nuestros clientes del segmento Individuos?

Amabilidad en la atención personal: 8,90
 Amabilidad en la atención telefónica: 8,75
 Costos de operatoria de cajas: 8,86
 Conocimiento de las operaciones de los oficiales: 8,72
 Capacidad de resolución de los oficiales: 8,69
 Servicio de las cajas de ahorro: 8,70
 Estética de las sucursales: 8,61
 Imagen de honestidad que brinda el Banco: 8,58

¿Qué valoran nuestros clientes del segmento Empresas?

Amabilidad en la atención personal: 8,75
 Amabilidad en la atención telefónica: 8,57
 Capacidad de resolución de los oficiales (personal): 8,30
 Capacidad de resolución de los oficiales (telefónica): 8,24
 Conocimiento de las operaciones de los oficiales (personal): 8,39
 Conocimiento de las operaciones de los oficiales (telefónica): 8,23
 Localización de las sucursales: 8,28
 El servicio de cuenta corriente: 8,21

Mystery Shopper

El objetivo de este estudio es detectar la imagen que proyecta el Banco a través de las sucursales. Buscamos 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 2009 del Mystery Shopper ⁽¹⁾	2009	2008
Macro		
Sucursales visitadas	113	88
Grado de cumplimiento	8.2	7
Tucumán		
Sucursales visitadas	14	10
Calificación	6.9	6.1
Total de sucursales visitadas	127	98

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

6.3.7. Gestión de reclamos

La herramienta de administración y gestión de reclamos es el Sistema Integral de Atención al Cliente (SIAC). El objetivo de esta herramienta es la centralización del tratamiento de los reclamos a fin de asegurar un tratamiento uniforme y ordenado de los mismos. Los reclamos son ingresados en esta herramienta por los diferentes canales de atención de clientes, y a partir de allí son analizados y resueltos centralizadamente por el Departamento de Gestión y Calidad de Reclamos donde analistas especializados abordan las diferentes problemáticas. Esta herramienta posibilita al cliente ingresar su reclamo, obtener su número de trámite y fecha estimada de resolución y consultar a través de cualquier canal de atención el estado de su reclamo. A su vez, guarda toda la información histórica de reclamos de un cliente.

Los tipos de reclamos más recurrentes son: en cuanto a tarjetas, auditoría de resumen, reverso de pago, baja de cuenta o tarjeta no procesada; en cuanto a Cuentas, reverso de debito automático, cuestionamiento de comisiones; y en cuanto a los cajeros automáticos, extracciones de efectivo de cajero, rastreo de tarjetas.

Además, el sistema cuenta con un mecanismo de “alertas”, que reporta los reclamos cuyo plazo de vencimiento para la resolución se encuentra



Resultados 2009 del Sondeo de Opinión

Indicador de Gestión Estratégica
Resultado 2009

Satisfacción General: 8,58
Lealtad: 8,52
Imagen: 8,52
IGE: 8,54

Indicador de Gestión Sucursal
Resultado 2009

Ejecutivos: 8,78
Cajas: 7,90
ATM's: 7,95
Reclamos: 8,37
TAS: 8,34
IGS: 8,36

A través de la Gestión de Reclamos logramos detectar las causas principales de los problemas y encontrarles una solución definitiva.

próximo, lo que posibilita al analista visualizar rápidamente los casos prioritarios y ordenar así la agenda diaria. Además, este dispositivo reporta a los niveles superiores “avisos” de casos a vencer, a fin de que se administren los recursos disponibles para cumplir con los tiempos de resolución de los reclamos.

Cantidad de reclamos ingresados por canal	2009	2008	Variación
Sucursal	64.174	66.813	-4%
Centro de atención telefónica	25.028	22.369	+11,9%
Internet	6.388	6.199	+3%
Departamento de Gestión y Calidad de reclamos	579	562	+3%
Cartas	675	771	-12,5%
Responsables ante el BCRA	44	100	-56%
Total	96.888	96.814	+0,08%



6.3.8. Más seguridad para nuestros clientes

En materia de seguridad, nuestro objetivo en Grupo Macro es trabajar en la prevención y en la aplicación de políticas tendientes a mitigar el impacto proveniente de las acciones fraudulentas.

Durante el año 2009 llevamos a cabo estas acciones relativas a seguridad y prevención:

- **Página Web:** Publicamos información y consejos de seguridad para el uso correcto de los canales para realizar operaciones.
- **Campaña de comunicación:** La enfocamos en el resguardo de claves personales para evitar posibles casos de fraude.
- **Acciones de concientización en sucursales:** Capacitamos a los ejecutivos de cuentas de las sucursales para que puedan asesorar a los clientes sobre las medidas de seguridad que toma el Banco y sobre las precauciones que deben tomar a la hora de operar.
- **Protección de Datos Personales:** Cumplimos con 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.

- **Usurpación de identidad:** Creamos una base de datos que incluye a las personas que han resultado damnificadas por este delito, con el propósito de realizar una verificación positiva de la identidad del cliente, y al mismo tiempo, protegerlo.
- **Capacitación interna:** Llevamos a cabo talleres de prevención de fraudes destinados a los integrantes de nuestra organización, focalizados principalmente en: Fraudes a través de Cajeros Automáticos, Adulteración de Cheques, Falsificación de Documentos y Billetes. Durante 2010 se continuamos con el dictado de talleres.

Monitoreo de sucursales por circuito cerrado

El seguimiento de sucursales por circuito cerrado de televisión a distancia se implementó en el año 2008 en las sucursales situadas en Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, convirtiéndose en una herramienta fundamental para el cumplimiento veloz y eficiente de los protocolos de seguridad en la organización. Durante 2009 nuestros esfuerzos se orientaron a extender el servicio a las diferentes regiones del país, con lo cual las sucursales pertenecientes a las regiones de Córdoba, Santa Fe, y parte de Buenos Aires Norte y Sur ya cuentan con la prestación.

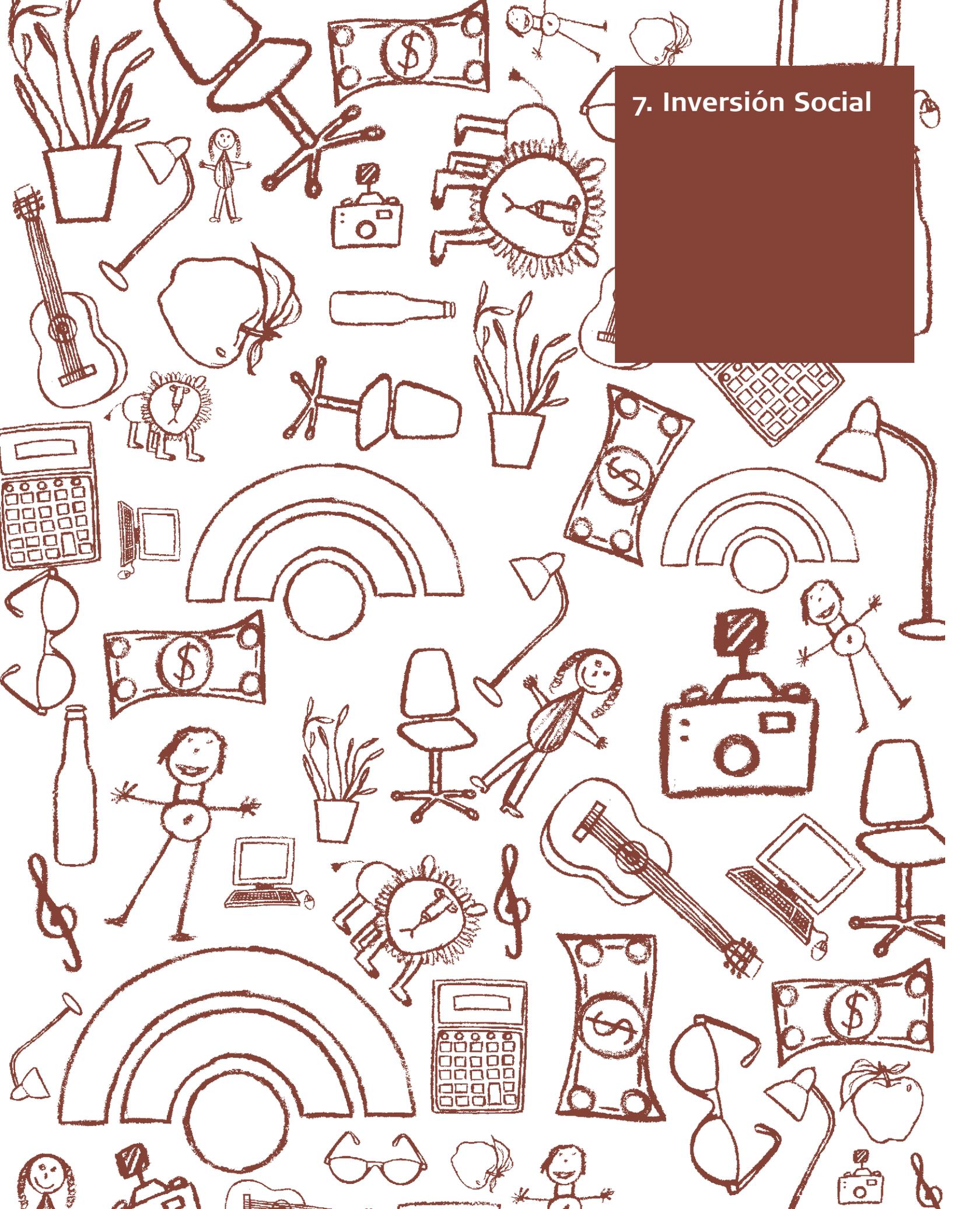
Autotesteo de sucursales

Con el objetivo de garantizar el correcto funcionamiento de los procesos internos de las sucursales contamos con una metodología de control de procesos internos y operaciones ejecutada directamente por los funcionarios de la sucursal. De esta manera, haciendo de la prevención nuestra herramienta fundamental, buscamos que nuestros procesos sean lo más eficientes posibles para brindarle a nuestros clientes el mejor servicio.





7. Inversión Social



Durante 2009 profundizamos acciones iniciadas en la gestión 2007 y 2008 sumando además 21 nuevos proyectos.

7. Inversión Social

7.1. Inversión social en números

Inversión social en números	2009	2008
Gestión de RSE		
Inversión en RSE	\$ 4.310.443	\$ 2.765.973
Empleados voluntarios (cantidad de equipos)	200	120
Cantidad de programas	7	6
Alcance de la acción social:		
Cantidad de provincias	16	13
Cantidad de beneficiarios	37.765	26.180
Cantidad de alianzas con organizaciones	84	63



7.2. Fundación Banco Macro

Concientes de la responsabilidad que tenemos con la comunidad trabajamos desde nuestros inicios en diferentes proyectos solidarios, que hoy se concretan y expanden a través de la Fundación Banco Macro. Su misión es la de acompañar el crecimiento social, cultural y económico de las comunidades donde se desempeña el Banco. De esta forma, canalizamos la inversión social de la compañía y reafirmamos permanentemente nuestra apuesta por el desarrollo social.

Durante 2009 nos involucramos en diversas iniciativas, centradas en construir una sociedad con igualdad de oportunidades para todos. Fue un año de trabajo intenso y de múltiples desafíos. Nuevas alianzas, directrices firmes y acciones concretas con más de 80 organizaciones sociales nos permiten hoy hablar resultados positivos.

En este período, nuestro objetivo estuvo centrado en seguir impulsando el desarrollo de las regiones, el trabajo genuino, continuar comprometidos con una adecuada atención sanitaria y una correcta alimentación para los chicos que pertenecen a los grupos más vulnerables; y colaborar con el fortalecimiento de una educación de calidad para los niños, niñas y adolescentes del país. Diferentes puntos, que se resumen en un sólo anhelo: *“lograr una sociedad cada vez más inclusiva, justa y equitativa”*.



7.3. Ejes de nuestro trabajo

Para sistematizar los objetivos y ordenar el trabajo con todas las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), llevamos adelante seis programas de inversión social enfocados en los siguientes ejes de trabajo:

- Educación
- Medicina Social
- Nutrición
- Integración Social
- Voluntariado Corporativo
- Trabajo Sustentable

Monitoreamos todos los proyectos realizados a través de informes de seguimiento que solicitamos a las instituciones beneficiadas. Esta información se complementa con reuniones presenciales y asistencia a los espacios de encuentro que nos proponen las organizaciones (jornadas, foros, capacitaciones, etc.). Reunirnos, conversar y plantear las necesidades de ambas partes genera un resultado muy enriquecedor, ya que nos permite idear conjuntamente ajustes, y mejoras de los proyectos en marcha y asimismo planificar otros nuevos. Todas las organizaciones con las que trabajamos tienen esta positiva particularidad.

Todos los gerentes de sucursal de Banco Macro están estrechamente relacionados con la comunidad donde están presentes. Es por eso, que en compañía de un responsable de comunicaciones institucionales de la región, evalúan y dan respuesta a cada uno de los pedidos de colaboración y participación que le son presentados.

7.4. Nuestros Programas

7.4.1 Educación

Saber para ser

Mediante este programa, trabajamos por la educación inicial y media, beneficiando a alumnos cuya situación socioeconómica los expone a riesgo de deserción escolar. Enfocamos nuestro apoyo en iniciativas de padrinazgos a través de becas escolares, la mejora de la infraestructura escolar y programas complementarios a la escuela como capacitaciones extracurriculares, apoyo escolar y recreación artística.



Trabajamos haciendo foco en niñez y juventud

¿Cuales son los principales aspectos que evaluamos de los Proyectos?

- La sustentabilidad.
- Su replicabilidad.
- La cantidad de beneficiarios que impacta.
- Las alianzas que involucra y el trabajo en red.
- La capacidad instalada que deja en pie.

Padrinazgo. En 2009 acompañamos a más de 60 ahijados a través del padrinazgo de becas para que pudieran finalizar su año escolar. Facilitamos a cada alumno libros, útiles escolares, viáticos, indumentaria y calzado. Los becados también contaron con el seguimiento y apoyo de un acompañante pedagógico, encargado de guiarlo en el proceso de aprendizaje y valoración personal. Además, a través de las jornadas de intercambio organizadas anualmente, los chicos fortalecieron el valor de la escolaridad mediante actividades recreativas y de reflexión.

Padrinazgo 2009

Zonas	2009	2008
Bariloche	7	5
Cipoletti	7	5
Rosario	7	5
Tucumán	5	-
Jujuy	5	-
Misiones	20	-
Salta	10	5
Córdoba	2	2
Total alumnos	63	22

Promoviendo la Lectura. De la mano de Fundación Leer y el programa “Libro Abierto”, inauguramos este año cinco nuevos rincones de lectura, creando lugares de contención y diálogo en: las bibliotecas de Matorrales en Córdoba; los Hospitales de Salta y Jujuy; la Escuela Miguel Lillo en Tucumán, el Centro comunitario de Fundación La comunidad en Chaco y el comedor comunitario Pan de Belén en Jujuy.

Entregamos un total de 1.750 libros de literatura infantil, y brindamos capacitación presencial en temas vinculados a la alfabetización a 50 referentes de escuelas y Centros Comunitarios.

Alfabetización digital. Estar en red significa poder acceder a numerosos recursos y aprendizajes, que dan lugar para que se exprese la cultura local. Por esta razón, junto a la Fundación Aprendiendo Bajo la Cruz del Sur, llevamos a cabo el Programa Humahuaca Escuelas en Red, el cual busca disminuir la brecha digital y fomentar el uso de la tecnología informática en la educación. A diciembre de 2009, ya suman 12 las escuelas de la

Alianza con Fundación Leer

“El apoyo de Banco Macro nos ha permitido el trabajo en espacios de educación no formal de manera sistemática.

Los programas implementados tanto en los centros comunitarios como en los hospitales permitieron que niños que asisten a estos centros y que en la mayoría de los casos no tienen otras posibilidades de acceder a situaciones de lectura, a libros nuevos, a nuevas oportunidades de aprendizaje, logren disfrutar de propuestas lúdicas de promoción de lectura en sus comunidades.

Se realizan actividades de promoción de lectura diariamente y varios niños han recibido libros en propiedad para compartir lecturas en sus casas. Al mismo tiempo se han capacitado a 56 referentes de todos los centros involucrados.

Los niños se encuentran más estimulados para leer y se ha logrado comenzar a concientizar a las familias sobre su rol como primeros educadores.

En el programa Rincones de Lectura en Hospitales, los 550 beneficiarios directos son los niños que asisten diariamente al Rincón de Lectura de cada institución.

Al mismo tiempo 156 niños tuvieron la posibilidad de recibir un libro nuevo de regalo en dos oportunidades en el marco de la consulta pediátrica.

Marcela Inés Sisto – Coordinadora Pedagógica Fundación Leer.

Quebrada equipadas y conectadas a Internet Satelital, y 80 los docentes capacitados en el uso de nuevas tecnologías. Cada institución recibe capacitación presencial y virtual equipamiento informático; antena, conexión a Internet satelital, mantenimiento técnico, y pago del servicio mensual.

Esta iniciativa cuenta con el reconocimiento formal de la UNESCO y el aval de las autoridades educativas de la Provincia de Jujuy. Las empresas Dell y Guardian S.A. también colaboraron con la iniciativa durante 2009 con el equipamiento de PC's en las escuelas y Microsoft con las licencias originales para cada una de ellas.

Alianza con Fundación Escolares.

a) Concurso en escuelas rurales. Por segundo año consecutivo, apoyamos a la Fundación Escolares para ayudar a las instituciones educativas aisladas del interior del país. Así financiamos proyectos destinados a dar respuestas a sus necesidades, y también incentivamos el trabajo conjunto entre padres y docentes para la búsqueda de soluciones a los problemas de sus escuelas. A través del concurso "Todos por Mi escuela", mejoramos la infraestructura de 13 escuelas Rurales de Salta, Misiones, Santa Fe y Formosa. En total se involucraron 1.366 alumnos y 103 docentes.

b) Educación intercultural Bilingüe. También contribuimos con la Fundación Escolares por medio del financiamiento del Programa de educación intercultural Bilingüe de la Provincia de Salta, que tiene por objetivo mantener la identidad local de nuestros pueblos originarios, reconociendo y valorando la diversidad cultural.

Alianza con Fundación Escolares.

"En las zonas donde existen comunidades indígenas, los niños que ingresan a la escuela se comunican solamente en su lengua materna. El sistema educativo, está diseñado para abordar el proceso de alfabetización y enseñanza en castellano, hecho que dificulta el aprendizaje de los niños quienes comienzan a comprender el castellano a partir del segundo o tercer año de escolarización. Es imprescindible que el abordaje de la enseñanza rescate y ponga en valor la identidad cultural de todos los alumnos. Por ello, en Marzo de 2009, comenzamos junto a Macro la prueba piloto del programa de Educación Intercultural Bilingüe, centrándonos en los departamentos General San Martín y Rivadavia Banda Norte de la provincia de Salta, donde se concentran numerosas comunidades indígenas y escuelas rurales. El programa, tiene tres componentes: el primero, centrado en la capacitación de los docentes y auxiliares bilingües de las escuelas, el segundo basado en talleres integradores que tienen por finalidad integrar saberes propios de las comunidades a la currícula escolar, y por último la elaboración de material didáctico que permite sostener en el tiempo la modalidad de enseñanza intercultural y bilingüe, funcionando así como "soporte" en el proceso de aprendizaje.

El reconocimiento y la valoración de las diversidades, así como la preservación de la Identidad local de nuestros pueblos originarios son los objetivos que compartimos con Macro."

María Fernanda Malnis, Directora Ejecutiva de la Fundación Escolares.

Otras iniciativas:

- Refaccionamos más de 13 jardines maternos junto a Caritas San Isidro.
- Junto a Junior Achievement realizamos un total de seis programas, impactando en más de 1.200 chicos de escuelas secundarias.
- Apoyamos el programa “Sueños de radio”, una iniciativa impulsada por el Ministerio de Educación y dirigido por el director Juan José Campanella. El proyecto consistió en un concurso donde participaron tres pequeños pueblos para crear su primera emisora radial.

Educación	
ANPUY - 15 ahijados beca anual	Salta
Brazos abiertos	Misiones
Fundación Leer	Nacional
Fundación Cimientos Escolares	
Instituto técnico Zona Norte	Córdoba
Asoc. de Amigos del Museo Nac. de Alta Gracia	
Caritas San Isidro	Cáp. y GBA
Inversión total	\$1.591.851

**7.4.2. Medicina Social****Salud x sonrisas**

A través de Fundación Banco Macro solventamos 13 proyectos relacionados con la atención médica comunitaria. El Programa “Salud por Sonrisas” cumple con la valiosa función de lograr mejoras en la Medicina Social, enfocándose en diferentes cuestiones:

- Atención pediátrica en zonas rurales
- Educación sanitaria
- Apoyo a residencias transitorias para madres de niños internados
- Prevención del HIV sida
- Salud sexual y reproductiva

Tren Hospital. Uno de los proyectos en que nos involucramos gira en torno a los viajes solidarios del Tren-Hospital de la Fundación Alma, realizados en el norte argentino. Durante 2009 acompañamos cinco de

sus viajes a las localidades rurales de Santiago del Estero, Chaco, Tucumán, Jujuy y Salta, donde prestamos gratuitamente atención médica y odontológica completa, y brindamos pautas de educación sanitaria a chicos y adolescentes. Cada año el tren atiende a más de 3.500 chicos.

Giras médicas. Otra iniciativa que apoyamos desde hace años, son las giras médicas del programa TU.JU.ME (Tucumán-Jujuy-Médicos). Esta organización realiza giras médicas por zonas rurales del noroeste del país. Los recorridos son llevados adelante por alumnos que cursan la residencia de la carrera de Medicina en la Universidad Nacional de Tucumán, bajo la supervisión de un coordinador general. Aparte de la atención médica, las visitas incluyen programas de atención para la salud, tocando temas como enfermedades de transmisión sexual, planificación familiar y lactancia materna.

Medicina Social	
Fundación Alegría Cooperadora Hospital de Niños	Salta
Fundación Hospital de Niños Asoc Civ. "La casa del Niño" TU.JU.ME	Jujuy
A.C. Saberes A.C Creación	Misiones
Fundacion Proniño	Tucumán
Fundación Corazoncitos	Córdoba
FUNDALEU FUNDAMIND DESIDA	CABA y GBA
Tren Fundación ALMA	Nacional
Inversión total	\$267.750

Alianza con Fundación Alma

"El Tren-Hospital ALMA recorre los trayectos ferroviarios del norte argentino, acercándonos a los pueblos con mayores necesidades de atención primaria de la salud. Estas localidades carecen de centros de salud y recursos humanos, insuficientes o inexistentes, para resolver el diagnóstico y tratamiento de las enfermedades de su población infantil y juvenil. Esta situación se revierte con la llegada del Tren y su Equipo de trabajadores de la Salud, quienes en forma voluntaria, se acercan aportando conocimientos, tiempo, dedicación y solidaridad."

Dr. Antonio Infantino - Pediatra voluntario - Coordinador médico del Tren-Hospital ALMA - Integrante de Fundación ALMA.

"Empecé a viajar por curiosidad. Y ya llevo diez años acompañando a Fundación ALMA como voluntaria. Por necesidad, ya no puedo dejarlos... ni al Tren ni a los chicos que reciben esta visita tan especial. Cuando partimos desde Retiro, vamos cargados de sueños y proyectos. Vamos a cumplir con un objetivo: atención primaria y educación para la salud en forma gratuita. Y volvemos llenos de cariño, abrazos y besos."

Alicia Coronel - Enfermera voluntaria - Coordinadora de Enfermería del Tren-Hospital ALMA.

7.4.3. Nutrición

Alimentando el futuro

Colaboramos con comedores comunitarios para trabajar en su autogestión y supervisión nutricional. Este programa se basa en la labor conjunta con la comunidad asistente. Así es como unimos esfuerzos con las personas que concurren a los comedores.

Es importante destacar que son las mismas madres las responsable de administrar las compras y organizar las comidas. Por otra parte, el sistema de entrega de alimentos semanal, incluye un menú mensual para el que se contemplan víveres secos, carne, pan, verduras y frutas. Este plan de alimentación se hace bajo el conocimiento técnico de un profesional especializado, brindado a los niños un aporte nutricional que cubre el 70% de las necesidades calóricas y el 100% de las necesidades proteicas, de hierro y calcio.

Con esta iniciativa alcanzamos a 5.000 personas, pero los beneficios no se acotan sólo a la seguridad alimentaria, sino que también realizamos aportes de obras de infraestructura que permiten el desarrollo de actividades sociales de la comunidad.



Alimentando el futuro	
Comedores comunitarios- barrio Democracia	Salta
Comedores comunitarios- barrio San Benito	
Comedor "Pan de Belén"	Jujuy
Isabel Alvarenga -	Misiones
Red CONIN -El OMBU -Centromiatí / Virasoro	
Cáritas (Arzobispado de Tucumán)	Tucumán
Fundación San Juan Bosco	
Inversión total	\$874.940

7.4.4. Integración



Nuestro programa de integración hace foco en propuestas que logren mejorar la calidad de vida de personas con capacidades diferentes. En este sentido impulsamos numerosas acciones. Entre ellas destacamos:

a) Fundación Cecilia Baccigalupo. Colaboramos estrechamente con los distintos emprendimientos que se llevan a cabo desde esta Fundación que promueve el desarrollo psico-motriz, intelectual y social de niños y jóvenes con discapacidad, incentivando en ellos el afán de superación como actitud de vida. Los beneficiarios son chicos con discapacidad intelectual leve o moderada que quieren practicar deportes o actividades de recreación. A 2009, más de 200 alumnos participan en las distintas escuelas de la Fundación.

Uno de los acontecimientos más importantes del año fue el apadrinamiento de las escuelas deportivas de Fundación Baccigalupo en la Provincia de Salta, donde ya asisten 55 chicos que practican las disciplinas de tenis y hockey.

Otras iniciativas realizadas en forma conjunta fueron:

- “Educar para dar”: actividades de capacitación en deporte especial en distintas ciudades del país.
- “Jugar es un derecho”: participación de los pequeños atletas en distintos eventos deportivos como maratones, carreras, festivales, torneos de integración.

b) Atleta saludable. Brindamos apoyo a este proyecto impulsado por Nuevas Olimpiadas Especiales Argentina (NOEA) cuya misión está centrada en proporcionar información, enseñanza, perfeccionamiento, entrenamiento y competición deportiva en una gama de deportes de tipo Olímpicos para las personas con discapacidad mental, brindándoles la oportunidad de desarrollar sus habilidades y aptitudes físicas, demostrar valor, y compartir sus logros con familiares, amigos, otros atletas especiales y la comunidad en general.

c) Fútbol para todos. Colaboramos con el Equipo de Fútbol Sala para Ciegos, representante de la Dirección de Deportes y Recreación de la Municipalidad de Córdoba. A lo largo de 2009 realizamos las siguientes actividades:



Alianza con Fundación Baccigalupo

“La alianza con Banco Macro nos permite poder sostener las Escuelas Deportivas, especialmente la Escuela de Salta. A partir de los fondos recibidos podemos: solventar el acceso de más de 50 personas con discapacidad intelectual a una clase semanal de tenis y básquet en la ciudad de Salta; capacitar al grupo de profesores y voluntarios en Salta y en Buenos Aires; y supervisar quincenalmente las actividades a partir del viaje de un referente deportivo de Buenos Aires a la ciudad de Salta. Los beneficiados son 50 participantes de la ciudad de Salta y más de 400 entre Buenos Aires, Mar del Plata, Bahía Blanca y Río Gallegos. En cuanto a Profesores y voluntarios, son 10 en la ciudad de Salta y más de 80 en su totalidad.”

Cecilia Baccigalupo – Presidente de la Fundación Baccigalupo.

- Inicio de los entrenamientos en dependencias de la Dirección de Deportes y Recreación
- Participación en encuentros con otros equipos de la Ciudad y de la Provincia.
- Organización de encuentros y torneos a nivel local, regional y nacional.
- Competición en el Torneo Nacional organizado por F.A.DE.C. (Federación Argentina de Deportes para Ciegos).

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

Además de los talleres de artesanías, FIODIM cuenta con un taller de reparación de calzados y marroquinería. Este emprendimiento le permite a los chicos una doble función, ya que, aparte de los arreglos a particulares, recolectan zapatos que reparan y donan a otras instituciones que los redistribuyen a personas necesitadas. FIODIM también tiene una escuela de básquet, y realiza actividades recreativas, como viajes, salidas al cine y festejos de cumpleaños.

d) Tratamientos terapéuticos. A través de la Fundación Minka y en conjunto con Banco Tucumán Grupo Macro, sostuvimos nuevamente proyectos vinculados a la Terapia Equina. Además, en 2009 finalmente llevamos a cabo la iniciativa “Huerta Orgánica”, que permitió a jóvenes con discapacidad trabajar en un ambiente terapéutico y productivo.

Integración	
F.I.O.D.I.M	Tucumán
Fundación Minka	
Baccigalupo	Nacional
Nuevas Olimpiadas Especiales	
Inversión total	\$267.750

Alianza con FIODIM

“La importancia del aporte proporcionado por Fundación Banco Macro radica en la posibilidad de planificar las actividades con tranquilidad, en la medida que la continuidad da mayor posibilidad de crecimiento. En un contexto de crisis y gran volatilidad económica, el mayor logro obtenido fue lograr la continuidad en las tareas planificadas. Gracias a la alianza con Banco Macro, se beneficiaron directa e indirectamente 80 personas.”

Alejandro Jerez - FIODIM.

Alianza con Fundación Minka

“Gracias al aporte brindado por el Banco, sostenemos en parte aspectos muy importantes como la movilidad, el mantenimiento y la compra de algunos insumos en la provincia de Tucumán. La ayuda nos permite continuar con nuestra labor, mejorando la cantidad y calidad de nuestros servicios, y beneficiando a más de 60 niños y jóvenes con distintas discapacidades participando en nuestros proyectos.”

Manuel Sancho Miñano - Fundación Minka.

7.4.5. Voluntariado corporativo

Generando el cambio

Organizamos entre nuestros empleados un concurso anual de proyectos solidarios titulado “Generando el cambio”, a través del cual los ganadores reciben el financiamiento necesario para implementarlos. En 2009, recibimos más de 200 proyectos sociales presentados por equipos de todo el país, que abordaron desde diferentes estrategias un mismo objetivo: fortalecer los pilares educativos. 48 grupos de colaboradores internos lograron concretar sus propuestas de ayuda social, convirtiéndose verdaderos agentes de cambio dentro del Banco. Es importante destacar que 30% de los proyectos estuvieron relacionados con escuelas y organizaciones que trabajan para la enseñanza de chicos con capacidades especiales.

Con la intención de aumentar la cantidad de proyectos premiados, sellamos una alianza con Fundación Equidad, quien otorgará más de 60 equipos de computación reciclados para el uso escolar de aquellas propuestas solidarias vinculadas a las nuevas tecnologías.



Alianza con Fundación Equidad

“La experiencia de acompañar la creación de aulas digitales con voluntarios de Banco Macro significó para Fundación Equidad una oportunidad exitosa de brindar acceso a las nuevas tecnologías a las personas que más lo necesitan. El fuerte y genuino compromiso que nos reunió en este proyecto nos ha permitido trabajar en alianza.

Generamos este proyecto con congruencia: reacondicionamos las computadoras en desuso que el Banco nos donó, cuidando el medioambiente, y transformamos todo ese equipamiento en 60 PCs completas con software legal y garantía. Toda esta tecnología ya está funcionando en 20 proyectos colaborativos y de innovación que impulsan escuelas y organizaciones sociales y las vinculan en redes de acceso a la información y al conocimiento”.

Carolina Añino - Directora Ejecutiva de la Fundación Equidad.

Voluntariado Corporativo

Nombre del Proyecto	Voluntario	División
Escuela para Madres	Marina Sordelli	Bs. As. y Sur
Programa de inclusión digital	Lucas Raimundez	
Mejoramos nuestra calidad de vida	Adriana Derudi	
Ayudar a chicos de Stgo. del Estero.	Wanda Wurman	
Agendar	Guillermo Manzo	
Hogar de la Misericordia	María Sol González	
Equipando el ZOOM	Laura De Sancho	
Mi huerta	Agustín Von Grolman	
No queremos estar aislados!	Daniel Erroitzarena	
Ajedrez, Incentivando nuestro potencial creativo	Omar Márquez	
Biblioteca parlante para no videntes	Alejandra Bellia	
Hospital de clínicas, Hospital escuela	Cristian Beilin	
Salvemos al mundo	Victoria Giordano	
Un invernáculo para la escuela	Natalia Galdalme	
Hoy hacia el futuro	Nicolas Chiavazza	Córdoba
Terminación de la Escuela en la Comunicad aborigen de tierra colorada	Guillermo Rios	
Locura periodística	Federico Iperico	
Educación en Coop. es pensar en futuro solidario	Gortari Marcelo	
Refacción del Edificio	Gustavo Balangione	
APADRO - Taller El Vivero	Carolina Manzi	
Un nuevo espacio para los niños de la escuela Tte. Matienzo	Claudia González	Mendoza
Lo digital al servicio de la inclusión	Eduardo López	
Dignificando la infancia	Alberto Colasso	NEA
La escuela en Red	Almir Copetti	
Sumando Enter	Eduardo Tessi	
Por una vida sana, lejos de la droga y el alcohol	Laura Lafuente	
Formación laboral	Marcela Duarte	
Del lápiz a la tecnología	Lidia Martínez	
Miremos al futuro con el corazón	Estela Kaleñuk	
Refacción sanitarios	César Bouix - Jessica Renn	
Multimedios 2009	Horacio Cardinale	
Leemos por placer	Guillermo Di Lorenzo	
Huerta Orgánica	Lidia Zupanovich	
Proyección Solidaria	Ramón Héctor Mollo	

Nombre del Proyecto	Voluntario	División
Curso instalador de gasista de 3ª categoría	Noelia Baldoncini	NOA
Estudiar Vale la pena	Graciela Zuloaga	
Climatizando el ambiente	Mariana Fernández	
Queremos aprender Informática	Félix Alderete	
Biblioteca de Centro Aunpuy	Guillermo Arquati	
Juego para Aprender	Silvana Campos	
Mejorando mi escuela luego de cien años de espera	María Ángeles Valori	
Biblioteca Colibri	Nancy Gallo	
Los 1ros. pasos hacia la Educación Informática	Raúl Pastrana	Tucumán
La Alfabetización Digital: Una realidad en la Florida	Luis Miorini Calduch	
Más que leer un cuento es mi manera de abrazarte	Anabella Herrera	
Sembrando lectores	Mario Helguero	
Inclusión digital para los chicos de Los Valenzuela	Carlos Soria	
Inversión total	\$ 300.000	

7.4.6. Trabajo Sustentable

Alcanzando el Futuro

Este programa se basa en la creación de alianzas que promueven la cultura del trabajo, los emprendimientos productivos y el empleo formal. Somos conscientes de que el trabajo no sólo dignifica al hombre sino que también constituye una de las principales actividades humanas y sociales. Por eso nos unimos a otras instituciones y generamos sinergia, comprometiéndonos en diferentes acciones dirigidas a reducir el nivel de pobreza de la población.

Socios regionales. En 2009 realizamos un acuerdo con Fundación Impulsar para ser socios regionales en Misiones, lugar donde hasta ese entonces no estaba presente para difundir su labor. Esta organización tiene la misión de contribuir a la formación de jóvenes empresarios mediante la educación, capacitación, orientación y apoyo económico para la concreción de determinados proyectos. El gerente divisional de Banco Macro en la región NEA del País, Gabriel Díaz y la Srta Paola Ibañez, coordinadora de Comunicaciones institucionales, preceden de forma honoraria junto a otros empresarios y organizaciones sociales de la región el comité ejecutivo de dicha institución, coordinados por el Sr Javier Alvarenga, responsable de Impulsar en la región.

A lo largo del año fueron capacitados en el armado de plan de negocios 63 jóvenes de Posadas, Garupá y Candelaria, concretando 30 proyectos financiados. Los beneficiarios fueron desempleados o subempleados carentes de recursos económicos propios o familiares. De esta forma se logró entrenarlos en el aprendizaje continuo e innovador, para el mejor desarrollo de sus habilidades empresarias en actividades comerciales e industriales.

Ciclo de charlas. En Córdoba, colaboramos en la realización del ciclo “Argentina necesita nuevos empresarios, ¿quieres ser uno de ellos?” liderado por Fundación E+E (Empresarios + Emprendedores), y al cual acudieron 350 jóvenes emprendedores y empresarios que pudieron escuchar las experiencias y consejos de consagrados hombres del mundo de los negocios. Se trató de un evento que buscó generar un espacio de reflexión, de aliento y de “arenga” hacia las nuevas camadas empresariales.

Trabajo Sustentable	
Fundación Jujuy 3000	Jujuy
UNAM (Universidad de Misiones) La Misión IMPULSAR	Misiones
Fundación León - Programa Matías, la comunidad trabaja	Tucumán
Fundación E+E (Empresarios para Emprendedores)	Córdoba
Identidades Productivas (Secretaría de cultura de Nación)	Nacional
Caritas San Isidro	Cáp. y GBA
Inversión total	\$ 450.000

Alianza con Fundación Impulsar

“La Fundación Banco Macro ha aportado durante el año 2009, el 100% de los recursos necesarios, tanto para el sostenimiento operativo de la sede Regional Misiones de la Fundación Impulsar, como también los necesarios para otorgar el 100% de los créditos prestados a jóvenes emprendedores de toda la Provincia de Misiones. Los objetivos propuestos se han cumplido y sobre cumplido para el primer año de trabajo conjunto a partir de esta alianza. Esperamos continuar en la misma senda durante los próximos años y seguir contando con el valioso patrocinio de la Fundación Banco Macro, para poder ampliar nuestra cobertura geográfica, brindando capacitación y préstamos a jóvenes de otras localidades del resto de la Provincia.”

Javier Alvarenga - Fundación Impulsar Regional Misiones.

Alianza con Caritas San Isidro

“En estos años, se apuntó a formalizar los espacios, adecuando sus infraestructuras, proveyendo los fondos para formalizar las relaciones laborales y permitiendo afrontar cargas sociales de personal docente, no docente y administrativo así como también en la asistencia directa a diversas necesidades económicas extraordinarias de los centros. Esto configuró un piso básico de funcionamiento sin el cual hoy sería imposible continuar brindando los servicios. Es por ello que el aporte realizado por Fundación Banco Macro resulta de gran importancia para la sustentabilidad de las obras diocesanas que, desde Caritas San Isidro, se articulan y asisten.”

Pablo Muttini - Caritas San Isidro.

7.5. Comunicación transparente

Diseñamos una estrategia de comunicación regional, apoyando y promoviendo a los medios locales de cada zona. Desarrollamos estas acciones bajo un marco de responsabilidad, concientes del impacto social que poseen nuestras comunicaciones en la sociedad. La alta gerencia del Banco se involucra constantemente en las decisiones de la estrategia publicitaria, controlando que cada pieza esté alineada a la misión y valores del Banco. Además, realizamos un proceso de evaluación constante que permite medir la coherencia entre los anuncios y lo que constituye la esencia de la organización, y la conexión entre el mensaje publicitario y el servicio que realmente se ofrece.

En 2009 ampliamos nuestra presencia en medios masivos y en medios no tradicionales como sitios Web, y piezas de marketing directo.



Nuestra comunicación en números	2009	2008
Segundos en publicidad en televisión	818.000	1.500.000
Cantidad de canales de televisión	37	72
Cantidad de medios gráficos	40	58
Cantidad de segundos en radio	4.950.000	14.000.000
Cantidad de radios	151	184
Cantidad de piezas de marketing	2.602.650	2.720.262

7.6 Acompañamiento en eventos regionales

Nuestro principal interés es estar cerca en todos los ámbitos en los que se encuentren nuestros clientes. En lo referente al deporte, apoyamos a seis equipos de fútbol, el equipo de Voley de Tigre, Campeonato Argentino de Básquet mayores, en la provincia de Salta, y Copa argentina de tenis en el Lawn Tennis. También estuvimos presentes en 144 funciones de diferentes espectáculos, brindando descuentos en recitales y obras musicales como las de Mahler y Cibrian “Las mil y una noches” y “Oteló”. Además participamos en 13 ferias de Agro como AgroActiva, Feria Forestal y Expo Jujuy; y en más de 25 destinos de Macro Móvil y 45 eventos con presencia de marca.

El 4 de septiembre de 2009 festejamos nuestros 31 años con un evento abierto a la comunidad, en la ciudad de Rosario, que reunió a más de 60.000 personas, para escuchar los grandes éxitos de Los Nocheros y el concierto de la Orquesta de Ángel Mahler.

Además, continuamos apoyando en las distintas provincias, jornadas y eventos de organizaciones pequeñas, como fiestas regionales y celebraciones propias de cada pueblo que cuentan con el apoyo del Banco. Algunos ejemplos de esto son:

- Participación en EDIBA Expoeducativa – Córdoba, 2.000 docentes.
- Sponsor 27º Congreso Argentino De Clubes De Abuelos – Salta, 400 participantes.
- I jornadas Regionales De Actualización En Comunicación – Salta, 200 participantes.
- V Jornada Latinoamericanas Sobre Medio Ambiente – Salta, 200 participantes.
- Sponsor Cena día del Periodista – Jujuy, 200 invitados.



Bicicleteada solidaria a beneficio del hogar de niños Antonio Sepp en la Provincia de Misiones.

Inversión Social

80

docentes de la Quebrada de Humahuaca capacitados en Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC'S) a través del programa Humahuaca Escuelas en Red, creado en alianza con la Fundación

5.000

personas integradas al programa de calidad alimentaria incluyendo 3 comedores de gestión propia y 4 alianzas estratégicas.

\$450.000

invertidos en programas de trabajo sustentable con el objetivo de promover la cultura del trabajo, los emprendimientos productivos y el empleo formal.



8.1. Medioambiente en números

Medioambiente en números	2009	2008
Papel reciclado (Kg.)	26.700	5.785 ⁽¹⁾
Plástico reciclado (Kg.)	720	⁽²⁾
Clientes adheridos al e-resumen	45.934	25.219
Instituciones beneficiadas por la donación de mobiliario y equipos informáticos	256	-

⁽¹⁾ En 2008, se realizó el programa de reciclado de papel únicamente en Córdoba.

⁽²⁾ El programa de reciclado de plástico comenzó a implementarse a partir de 2009.

8.2. Nuestro compromiso con el medio ambiente

En Banco Macro desarrollamos / queremos desarrollar nuestro negocio bancario buscando preservar en todo lo posible el impacto ambiental, involucrando a toda nuestra cadena de valor para que apuesten por iniciativas que lo protejan, conserven y recuperen.

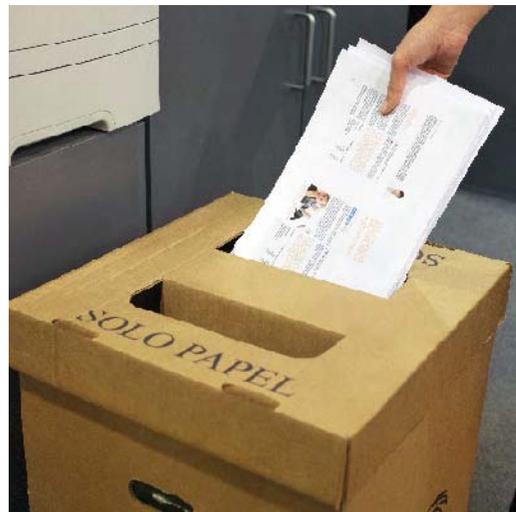
Enmarcamos nuestras acciones ambientales a través del concepto de las 3 R's: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Nos enfocamos en el uso sustentable de los recursos, buscando optimizar el consumo de energía, de agua y papel proveniente de fuentes renovables y no renovables, promoviendo el uso de tecnologías digitales que contribuyen a minimizar nuestro impacto ambiental.

8.3. Impacto ambiental directo: Uso responsable de los recursos

Consumo de energía

A lo largo de 2009 continuamos con las iniciativas para reducir el consumo de energía en todas nuestras operaciones. Entre las acciones que realizamos se encuentran:

- 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 de 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.
- Reemplazo gradual de UPS (Sistema de alimentación ininterrumpida) por equipos de última generación y alta eficiencia energética, que permiten ahorrar hasta 40% de electricidad.

Consumo de agua

Nuestras acciones se enfocan en tratar de reducir el consumo excesivo directo e indirecto de agua. En 2009 avanzamos en:

- Eliminación de torres de enfriamiento de equipos de aire acondicionado a medida que se reemplazan equipos obsoletos.
- Instalación de canillas automáticas con cierre temporizado en los baños a medida que se remodelan las instalaciones

Consumo de papel

Proyecto Micro-impresión

Durante 2009 continuamos con este proyecto, el cual busca estandarizar el tamaño de papel utilizado por todos los edificios corporativos y sucursales del Banco y por el cual utilizamos fotocopias e impresoras de última generación, que ahorran papel imprimiendo doble faz. Además, nos permite disminuir los costos operativos, optimizar el consumo de resmas de papel, controlar los costos de manera online y contar con un control más detallado del volumen y forma de impresión. El programa permitió un ahorro de 30% del consumo de papel en el primer año.

Nuevas tecnologías para el consumo eficiente de energía

Durante 2009 continuamos con el programa de reemplazo de monitores CRT por pantallas LCD, con el objetivo de evitar la compra de tecnología obsoleta y aumentar la eficiencia energética de nuestros equipos.

Las pantallas LCD duran de 2 a 5 veces más que los monitores CRT, utilizando un tercio de la energía con el mismo tamaño de pantalla. Además, la tecnología LCD permite un ahorro de energía entre 30% y 60%, y el calor que genera es muy inferior al del monitor CRT, reduciendo los costos por electricidad y aire acondicionado.

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. Asimismo es más respetuosa con el medio ambiente, por contar con menos plástico y peso que facilitan su reciclaje, y utiliza menores cantidades de materiales contaminantes, incluidos el plomo y el cadmio.

En 2009 reemplazamos 803 monitores CRT por LCD, acumulando desde 2008 un 14% de monitores reemplazados. Además, definimos como política no adquirir más tecnología CRT y en 2010 reemplazaremos 1.000 antiguos monitores de CRT por LCD.

El proyecto de reciclado se realiza en Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe junto a organizaciones e instituciones beneficiarias de cada lugar. Mendoza, Tucumán y Salta son las próximas a incorporarse al programa.

Programa de reciclado de papel y plástico

En Banco Macro somos concientes de que manejamos información confidencial de clientes y documentación sensible. Por ello, diseñamos un programa de reciclado de papel y pet regional, dedicando un tiempo prudencial en el análisis de cada logística, en la evaluación y control de la disposición final del papel y en la elección de las organizaciones aliadas.

A partir de 2009, nos sumamos al Programa de Reciclado de Papel y Pet a beneficio de la Fundación Hospital de Pediatría “**Profesor Dr. Juan Garrahan**”, buscando concientizar a nuestros colaboradores sobre el cuidado ambiental. El programa fue implementado en 36 sucursales y 37 oficinas de áreas centrales de Buenos Aires y GBA. Durante 2009 recolectamos 26.700 Kg. de papel, evitando la tala de 460 árboles, y reciclamos más de 720 Kg. de plástico.

Además, en la Casa Central de Córdoba continuamos con el proyecto de reciclado de papel, incorporando el programa ocho sucursales más. Durante el año, recolectamos 5.852 Kg. de papel para beneficio de: Cáritas, Cottolengo Don Orione, Hospital Infantil, Granja Mi Hogar y Querubines. El objetivo 2010 de la región, es diseñar la logística que permitirá involucrar al programa de reciclado a las 45 sucursales restantes de Córdoba, permitiendo así que un total de 1.040 personas reciclen su papel.

En Tucumán diseñamos un programa de reciclado de papel junto a la **Fundación León**, para beneficio del Hospital Centro de Salud, institución que presenta salas de quemados, traumatología, ginecología, urología y clínica médica. En 2010 desarrollaremos la prueba piloto en cinco edificios, replicando luego al resto de las sucursales de la Provincia.

Asimismo, en Santa Fe reciclamos y donamos a **Fundación HECA** (Hospital de Emergencias Clemente Álvarez) un total de 2.920 kilos de papel en 2009, acotando la prueba piloto del proyecto a Casa Central, accediendo al reciclado de papel 104 empleados. Para el 2010 tenemos como objetivo expandir el programa en 10 puntos más, incorporando al programa un total de 574 colaboradores.

En 2010 continuaremos extendiendo el programa a nuevas provincias: en Mendoza, junto a CONIN, y en la Región NOA, NEA y Sur, con la búsqueda de alianzas regionales para llevar a cabo el programa.

Programa de reciclado de papel y tapitas de la Fundación Garrahan

“En la Fundación Garrahan, llevamos a cabo desde hace casi 11 años programas de reciclado de papel y tapitas, que tiene carácter tanto solidario como ecológico. Por un lado, es solidario ya que obtenemos recursos económicos que nos permite acompañar el desarrollo integral del Hospital Garrahan y la Casa Garrahan, y a su vez también es ecológico porque contribuye a la protección del medio ambiente, alentando hábitos adecuados para su defensa permanente.

Durante 2009, Banco Macro aportó 720 kilos de plástico, lo que equivale aproximadamente a 37 tapitas donadas por cada empleado. Este material fue vendido a diferentes empresas para la fabricación de elementos de uso cotidiano como baldes, perchas, paragolpes, espejos retrovisores, entre otros. Así la organización colabora para reducir el uso del petróleo, un recurso escaso y no renovable. Además durante este año la compañía evitó la tala de 460 árboles medianos a través de la donación de 26.700 kilos de papel, los cuales fueron reutilizados para la fabricación de papel tissue. En definitiva, a través de la alianza con Fundación Garrahan, Banco Macro se compromete realmente con la Responsabilidad Social, convirtiéndose en un valioso instrumento para que sus empleados sean responsables del destino de los residuos que cada uno de ellos genera.”

Patricia Gavilán – Coordinadora de la Fundación Garrahan.

8.4. Impacto ambiental indirecto: Uso de nuevas tecnologías

Reducimos nuestro impacto ambiental directo a través de la utilización de nuevas tecnologías digitales.

8.4.1. Campaña E-compromiso

El e-resumen le permite a nuestros clientes obtener de forma rápida y segura sus extractos de cuentas bancarias, de tarjetas de crédito, y de sus paquetes de productos, por correo electrónico y sin necesidad de consumir papel. En 2009 implementamos la posibilidad de adherirse a través del Centro de Atención Telefónica.

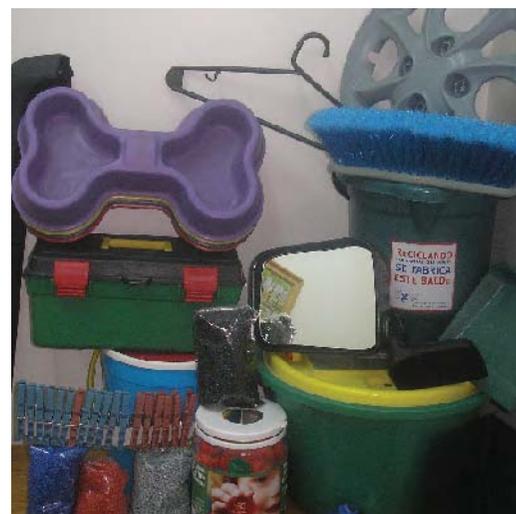
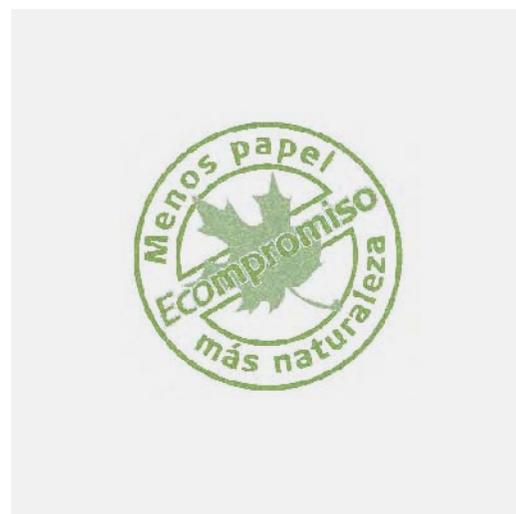
Adhesiones e-resumen	2009	2008
Adhesiones		
Cientes adheridos al servicio ⁽ⁱ⁾	45.934	25.219
Cientes adheridos a cuentas	33.833	21.127
Cientes adheridos a tarjetas	14.758	6.149
Cuentas		
Cuenta corriente	8.328	6.486
Caja de ahorro	19.196	9.359
Paquetes	8.041	3.745
Tarjetas		
Visa	10.583	2.789
Master	5.154	1.276
American Express	327	107

⁽ⁱ⁾ Una adhesión puede corresponder a más de un producto.

Además, a través de la implementación de un nuevo circuito de aprobación de facturas en forma electrónica, logramos reducir en gran medida el traslado e impresión de documentación de control.

8.4.2 Videoconferencias

Contamos con un auditorio para realizar videoconferencias que nos permite estar cerca de los colaboradores de todas las sucursales del país. Gracias a la oportunidad de realizar reuniones bajo modalidades virtuales, redujimos el impacto ambiental de la realización de reuniones, optimizando tiempos, y disminuyendo costos de viajes y emisiones de CO2.



Productos obtenidos a través del programa de reciclado de plástico gestionado por Fundación Garrahan.

En 2009, comenzamos a medir de manera sistematizada la cantidad de videoconferencias realizadas, para poder comenzar a reportar su cantidad a partir de 2010.

8.5. Gestión de residuos tecnológicos

En Banco Macro contamos con un procedimiento para desafectar el equipamiento informático, realizado a través de circuitos de donaciones y de descarte ecológico de chatarra electrónica (conjunto de residuos considerados peligrosos, provenientes de computadoras, teléfonos celulares, televisores y electrodomésticos en general, que han sido consumidos o descartados). El procedimiento se extiende a la totalidad de los equipos, materiales y componentes electrónicos de Banco Macro, incluyendo PCs, monitores, impresoras, servidores, discos, teclados, telefonía, entre otros.

Una vez que se da de baja un equipo informático en desuso, se envía el material a desechar a través de un proveedor, quien revisa y separa el material reusable de la chatarra electrónica. Donamos el material reusable por medio de la Fundación Banco Macro, de manera trimestral, desde donde compramos monitores y demás elementos que se necesiten, y entregamos equipos completos a las instituciones que lo solicitan.

La chatarra electrónica es destruida por un proveedor en forma anual, quien certifica que el desecho se realizó en forma ecológica y confidencial sobre la información perteneciente a Banco Macro. La empresa que elegimos como proveedor para realizar esta tarea cuenta con la Homologación del Ministerio de Salud y Ambiente para realizar la eliminación de chatarra electrónica.

Asimismo, todo aquel mobiliario que por razones de homogenización de la identidad institucional no se puede reutilizar, lo inventariamos y destinamos a instituciones locales que lo necesitan.

Plaza Macro

Durante el 2009 y por invitación del GCBA a través del Ministerio de Ambiente y Espacio Público del GCBA, apadrinamos en el tradicional Barrio de Mataderos, la Plaza Salaberry. Durante este año nos abocamos en el mobiliario de la plaza, en la puesta a punto de los cestos de residuos, de los bancos de descanso y de las mesas de ajedrez. Estamos muy orgullosos de poder colaborar con esta iniciativa, por lo que también adherimos al proyecto "Construcción Ciudadana", llevado adelante por la Secretaria de Inclusión y Derechos Humanos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Donación de equipos informáticos y mobiliario en Tucumán

Durante 2009 reforzamos nuestro compromiso con la Provincia de Tucumán, donando equipos informáticos y mobiliario a escuelas necesitadas. Equipamos la sala de computación de la Escuela José Martí, a la que asisten 500 alumnos, donando los equipos, los tableros de soporte y las sillas. Donamos mobiliario a la Fundación SOL "Solidaridad, Organización, y Libertad", que tiene por misión generar nuevas oportunidades a personas en situación de vulnerabilidad, brindando apoyo a niños y jóvenes, en nivel primario, nivel secundario, y en inglés. El mobiliario donado por el Banco fue ubicado en el interior del consultorio en el cual son asistidos los niños. Asimismo, equipamos la salas de computación de la Fundación Juan XXIII, que asiste a más de 100 niños de diferentes zonas marginales, y a la Escuela N°42 de la Ciudad de Trancas, donando 10 computadoras y 10 juegos de escritorios y sillas.

Gestión

26.700

Kg de papel recolectado durante el 2009 a través del Programa de Reciclado de Papel de la Fundación Garrahan, lo que se traduce en la conservación de más de 450 árboles.

186

Equipos completos de Pc donados a instituciones y comunidades educativas que presentaron propuestas de trabajo vinculadas con TIC' s en el 2009.

256

Instituciones beneficiadas a través del programa de donaciones de mobiliario en el 2009.

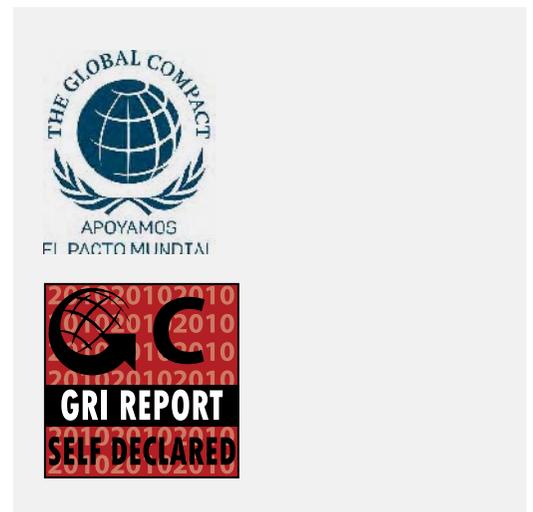
9. Tabla de indicadores GRI y Comunicación sobre el Progreso (COP) 2009



Este Informe fue elaborado aplicando el Nivel “C” de los lineamientos de la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global (*Global Reporting Initiative - GRI*).

En Octubre 2006 GRI lanzó su tercera generación de lineamientos para la elaboración de memorias de sostenibilidad, llamada la Guía “G3”. Esta Guía fue elaborada con una participación “multi-stakeholder”, ampliando su credibilidad y dándole mayor rigurosidad como herramienta de rendición de cuentas. Para más información sobre GRI entrar en www.globalreporting.org

En la siguiente tabla se informan las secciones del Informe en las cuales se responden los indicadores. A través de esta tabla también se presenta el cumplimiento de Banco Macro de los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y el compromiso con realizar cada año la Comunicación sobre el Progreso (COP).



Aclaraciones:

N/D: Significa no disponible durante el período de elaboración de este Informe de Sustentabilidad. Se pondrán en marcha los mecanismos necesarios para que esta información aparezca reflejada en próximos informes.

N/A: Significa que no aplica a las actividades de la empresa.

SC: Solapa de contratapa

ST: Solapa de Tapa

Notas: Al pie final de la tabla

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

Indicadores GRI

	Sección		Sección
1. Visión y Estrategia	4-5	Indicadores de Desempeño Económico	
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.		Desempeño económico	
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	10, 12, 18-20, 26-27, 34-35, 59	EC1 Valor económico directo generado y distribuido.	13, 47, 62
		EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático.	n/d
		EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	n/d
		EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Nota 9
2. Perfil		Presencia en el mercado	
2.1 Perfil de la organización		EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local.	Nota 10
2.2 Nombre de la organización.	10	EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales.	45
2.3 Principales marcas, productos y/o servicios.	10	EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local.	Nota 11
2.4 Estructura operativa de la organización.	10, 47-52	Impactos económicos indirectos	
2.5 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.	62-74
2.6 Número de países en los que opera la organización y en los que desarrolla actividades significativas.	10	EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	39, 45, 50-51
2.7 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	10		
2.8 Mercados servidos.	10	Indicadores de desempeño social:	
2.9 Dimensiones de la organización informante.	12-13	prácticas laborales y trabajo decente	
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	4, 10	Empleo	
2.10 Premios y distinciones recibidos.	12	LA1 Desglose de empleados por tipo de empleo, por contrato y por región.	38, 39
		LA2 N° total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	n/d
3. Parámetros Del Informe		LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por actividad principal.	42
Perfil del Informe		Relaciones empresa/trabajadores	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en el Informe.	24	LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	43
3.2 Fecha del Informe anterior más reciente.	Nota 2	LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	Nota 12
3.3 Ciclo de presentación de informes.	Nota 2	Salud y seguridad en el trabajo	
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas al informe o su contenido.	5C	LA6 Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad.	n/d
Alcance y cobertura del Informe		LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Nota 13
3.5 Proceso de definición del contenido del Informe.	25	LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos en relación con enfermedades graves.	43-44
3.6 Cobertura del Informe.	24-25	LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	n/d
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del Informe.	Nota 3	Formación y educación	
3.8 Aspectos que puedan afectar la comparación informativa.	13, 38, 47, 54, 55, 57, 80, 83	LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	40
3.9 Técnicas de medición para elaborar los indicadores.	Nota 4	LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continúa.	40-41
3.10 Efecto de la reexpresión de información de informes anteriores.	Nota 4	LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	38
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en el Informe.	Nota 4	Diversidad e igualdad de oportunidad	
Índice del contenido GRI		LA13 Órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad y pertenencia a minorías.	16, 38
3.12 Tabla de contenidos GRI.	86-89	LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Nota 14
Verificación			
3.13 Política y práctica sobre verificación externa.	Nota 5	Indicadores de desempeño social:	
		derechos humanos	
4. Gobierno, compromisos y participación con los grupos de interés		Prácticas de inversión y abastecimiento	
Gobierno		HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos.	n/d
4.1 Estructura de gobierno la organización.	16-17	HR2 Porcentaje de los distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas.	n/d
4.2 Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	Nota 6	HR3 Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos.	n/d
4.3 Indicar el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	16	No discriminación	
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	16, 33, 41, Nota 7	HR4 N° total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	Nota 15
4.5 Vínculo entre la retribución del máximo órgano de gobierno, y el desempeño de la organización, incluido el desempeño social y ambiental.	16-17	Libertad de asociación y convenios colectivos	
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	17-18	HR5 Actividades en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas.	43
4.7 Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano en temas de sostenibilidad.	16	Explotación infantil	
4.8 Declaraciones de misión y valores y códigos de conducta.	51, 17	HR6 Actividades que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas.	Nota 15
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	Trabajos forzados	
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Nota 8	HR7 Operaciones con riesgo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas.	Nota 15
Compromisos con iniciativas externas		Prácticas de seguridad	
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	17-20, 25-27	HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	n/d
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente.	46, 62-74, 82, 84	Derechos de los indígenas	
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	25, 28	HR9 N° total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Nota 15
Participación de los grupos de interés			
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	32	Indicadores de desempeño social: sociedad	
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	32	Comunidad	
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés.	33	SO1 Programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades.	33, 62-63
4.17 Aspectos de interés surgidos a través de la participación de los grupos de interés y respuesta de la organización.	39-40, 45-46, 55-58		

	Sección
Corrupción	
SO2 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	n/d
SO3 Porcentaje de empleados formados en anti-corrupción.	19-20
SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Nota 15
Política pública	
SO5 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	Nota 16
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
Indicadores de desempeño social: responsabilidad de producto	
Salud y seguridad del cliente	
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas 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.	11
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.	55-56
Comunicaciones de marketing	
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes y códigos voluntarios en comunicaciones de marketing.	n/d
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
Indicadores de desempeño medioambiental	
Materiales	
EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	n/d
EN2 Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	80
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.	80-81
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía, y las reducciones logradas.	80-81
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas.	83-84
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/d
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.	80-81, 83-84
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.	84
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

	Sección
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.	80-84
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
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados.	83-84
General	
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	n/d
Suplementos Sectoriales	
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.	n/d
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.	19, 20
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.	47, 49
FS7 Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios sociales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	47-48
FS8 Valor monetario total de los productos y servicios diseñados para crear beneficios ambientales en las líneas de negocio básicas, por objetivo.	51
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.	53
FS14 Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros.	48
FS15 Políticas para el diseño justo y venta de productos y servicios financieros.	17-21
FS16 Iniciativas para realizar la educación financiera por tipo de beneficiario.	n/d

Nota 1: Buenos Aires, Argentina.

Nota 2: Banco Macro presenta su Informe de RSE de forma anual, siendo el último el publicado en 2008.

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: 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 5: Este Informe no cuenta con una verificación externa.

Nota 6: El Presidente del Directorio es el Presidente del Banco.

Nota 7: No existe ninguna limitación para la participación de accionistas minoritarios.

Nota 8: El Directorio no es evaluado en aspectos relacionados al desempeño social y ambiental. Ver página 16 del Informe para mayor información.

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

Nota 10: El salario inicial estándar se encuentra 150% por sobre el Salario Mínimo Vital y Móvil.

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

Nota 12: A pesar de que Banco Macro no cuenta con una política formal sobre periodo 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 2009 fue de 3,75% y la cantidad de días perdidos por enfermedad fueron 31.666.

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

Nota 15: No hubo incidentes, sanciones ni multas en 2009.

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

Nota 17: No se recibió ningún tipo de aportes financieros a partidos políticos.

Este formulario nos permite conocer sus comentarios y sugerencias para mejorar nuestros próximos Informes de RSE.

Puede enviarlo por Fax al teléfono 5222-6500 (6768), por correo electrónico a relacionesinstitucionales@macro.com.ar o por correo postal a: BANCO MACRO - Gerencia de Comunicaciones Institucionales - Sarmiento 731- C1041AAO - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - República Argentina

Formulario de Opinión

1) ¿Cuánto leyó de este Informe?

Todo Bastante Poco Casi nada

2) ¿Cuál es su opinión general del Informe?

Excelente Muy Buena Regular Mala

3) Clasificación del Informe

Utilidad de la información: Muy bueno Bueno Regular Malo

Redacción y lenguaje: Muy bueno Bueno Regular Malo

Diseño: Muy bueno Bueno Regular Malo

4) Opinión sobre los contenidos de cada capítulo

Carta del Presidente: Muy bueno Bueno Regular Malo

Carta del Gerente de RRHH: Muy bueno Bueno Regular Malo

Perfil de Banco Macro: Muy bueno Bueno Regular Malo

Gobierno Corporativo: Muy bueno Bueno Regular Malo

Gestión de Responsabilidad: Muy bueno Bueno Regular Malo

Empleados: Muy bueno Bueno Regular Malo

Proveedores: Muy bueno Bueno Regular Malo

Clientes: Muy bueno Bueno Regular Malo

Inversión Social: Muy bueno Bueno Regular Malo

Gestión del impacto ambiental: Muy bueno Bueno Regular Malo

Tabla GRI y Pacto Global

de Naciones Unidas: Muy bueno Bueno Regular Malo

5) ¿Qué otra información le gustaría encontrar en los próximos informes?

6) ¿Tiene algún otro comentario o sugerencia sobre nuestro Informe de RSE 2009?

Nombre y Apellido:

Grupo de Interés al que pertenece:

Empleado
Cliente
Proveedor
Comunidad
Otro: indicar

Dirección:

Provincia/País:

Teléfono:

Correo Electrónico:

Muchas gracias!





Contacto

Proceso de Elaboración del Informe
de Responsabilidad Social Empresaria

Coordinación General:

Milagro Medrano
Gerencia de Responsabilidad Social Empresaria
Dirección de Relaciones Institucionales
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

Diseño:

Tholön Kunst



Este informe está impreso en papel proveniente
de explotaciones forestales sostenibles, con certifi-
cación FSC y madera o fibra reciclada.
Certificado SGC-COC-04967

www.fsc.org

FSC Trademark © 1996
Forest Stewardship Council A.C.

