



Macro

Informe Anual

Desempeño financiero, económico, social
y ambiental 2016 | VERSIÓN SIMPLIFICADA



Índice

NUESTRO INFORME

04

EL BANCO

10

CAPITAL FINANCIERO

14

CAPITAL INDUSTRIAL

16

CAPITAL INTELECTUAL

24

CAPITAL HUMANO

28

CAPITAL SOCIAL Y REPUTACIONAL

34

CAPITAL NATURAL

42

Nuestro modelo de negocios

PILARES DE SUSTENTABILIDAD DE BANCO MACRO

TRANSPARENCIA EN TODAS NUESTRAS ACCIONES

RESPONSABILIDAD POR EL BIENESTAR Y LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS

INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA

DESARROLLO DE PYMES Y EMPRENDIMIENTOS

IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO E INDIRECTO

Recursos de Banco Macro para cada capital del IIRC

CAPITALES DEL MARCO DE REPORTES INTEGRADOS (IIRC)

CAPITAL FINANCIERO



- Resultados de ejercicios anteriores
- Fondos disponibles y potenciales
- Inversiones
- Capital social

CAPITAL INDUSTRIAL



- Productos y servicios adaptados a cada perfil
- Sucursales, anexos, terminales de autoservicio y cajeros automáticos
- Nuevo edificio corporativo sustentable
- Portales web y aplicaciones *mobile*
- Centro de atención telefónica
- Seguridad física y del manejo de la información

CAPITAL INTELECTUAL



- Diseño y medición de la experiencia del cliente
- Investigación y desarrollo de plataformas tecnológicas para soporte de procesos
- Tecnología en el almacenamiento de datos
- Sistemas electrónicos y desarrollo de procesos digitales de atención
- Proyecto de simplificación de contratos

CAPITAL HUMANO



- Remuneración a colaboradores
- Capacitación y desarrollo
- Beneficios a colaboradores y familias
- Inversión en salud y seguridad laboral

CAPITAL SOCIAL Y REPUTACIONAL



- Inversión social
- Participación en medios de comunicación a nivel federal
- Programa de voluntariado corporativo
- Educación e inclusión financiera
- Productos y servicios financieros con valor social

CAPITAL NATURAL



- Inversión en gestión ambiental
- Desarrollo de campañas de concientización



En un contexto en el que los grupos de interés demandan cada vez más información y se involucran de manera más activa en la agenda de desarrollo sostenible, este Informe resume las políticas, acciones y programas de Banco Macro, presentados en el Reporte Integrado 2016, que responden directamente a los cinco pilares de nuestra Estrategia de Sustentabilidad y contribuyen con el desarrollo integral de nuestro país.

Se estructura bajo los seis capitales del Marco de referencia del Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC), los cuales se vinculan a su vez con nuestros Pilares de Sustentabilidad. Así, comunicamos la generación de impacto económico, social y ambiental a los públicos con los cuales nos relacionamos desde la perspectiva de nuestra estrategia y gestión.

Para su elaboración utilizamos la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) con los Suplementos Sectoriales para la industria financiera. Además, presentamos nuestra Comunicación para el Progreso 2016, mostrando el compromiso del Banco con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Nuestra meta es ser el Banco más sustentable a nivel federal. Para ello, desarrollamos una estrategia que encuadra nuestras acciones en la creación de oportunidades en cada región del país a partir de una amplia oferta de productos y servicios financieros inclusivos y de calidad, y una gestión basada en la ética y la transparencia para beneficio de las generaciones presentes y futuras.

VERSIÓN COMPLETA EN WWW.MACRO.COM.AR

«Buscamos siempre nuevos desafíos sustentables dentro del negocio que optimicen nuestro impacto, y nos permitan ser motores de cambio y transformación de las comunidades locales.» **Jorge H. Brito, Presidente**



Rendimos cuentas para hacer visible nuestra cultura orientada a “hacer la vida más fácil” a nuestros grupos de interés. El balance del año es muy satisfactorio: crecimos 31% interanual y nuestro patrimonio aumentó 39%, posicionándonos en primer lugar entre los bancos privados de mayor patrimonio. Contamos con el 11% de las sucursales del sistema financiero argentino y en 183 localidades somos la única entidad financiera privada presente. Este año dejamos de “pensar en el cliente” para “pensar como el cliente lo hace”, evolucionado de la preocupación por la “calidad” a la dinámica de la “experiencia”. Además, continuamos trabajando en una organización cada vez más eficiente, empoderando a nuestros colaboradores, y transmitiendo a la cadena de valor y la sociedad nuestro interés por la construcción de un país creciente y sustentable.

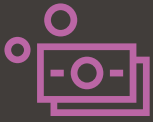
«La sustentabilidad es parte de nuestra cultura. El foco está puesto en la creación de oportunidades desde la inclusión y la educación financiera.»

Milagro Medrano, Gerente de Relaciones Institucionales y Atención al Cliente



Como entidad financiera tenemos grandes oportunidades para colaborar con el país llevando a cabo nuestro negocio de manera sustentable y con una mirada de largo plazo. Entre los hitos del año en esta materia, destaco Cuentas Sanas que se materializa a través del primer portal de economía personal y familiar del país, y de sus talleres federales, gratuitos y presenciales. Además, acompañamos a las Pymes con el programa NAVES, junto al IAE Business School, la competencia de proyectos que posibilita a los emprendedores convertir sus ideas en negocios; y con el Programa de inclusión financiera ALUMBRA Microcréditos para microempresarios no bancarizados. Durante 2017 seguiremos reforzando nuestra Estrategia de sustentabilidad, afianzando ésta y otras acciones para beneficio de todos.

RECURSOS



CAPITAL FINANCIERO



CAPITAL INDUSTRIAL



CAPITAL INTELECTUAL



CAPITAL HUMANO



CAPITAL SOCIAL Y REPUTACIONAL



CAPITAL NATURAL

FACTORES QUE INFLUYEN NUESTRA GESTIÓN DEL NEGOCIO

1 FACTORES INTERNOS: LAS BASES DE NUESTRA GESTIÓN

- Nuestro ADN corporativo.
- Una estrategia de negocios alineada a una estrategia de sustentabilidad.
- Reuniones de Directorio para el seguimiento de la gestión y planeamiento estratégico del negocio.
- Capacitación a nuestros colaboradores.
- Objetivos anuales para un negocio sustentable

2 FACTORES EXTERNOS QUE GUÍAN NUESTRO NEGOCIO

- Estándares, lineamientos y certificaciones nacionales e internacionales.
- Regulación y normativa del sector financiero local e internacional.
- Leyes nacionales e internacionales.
- Política monetaria y principales variables económicas nacionales.
- Alianzas con organizaciones nacionales e internacionales.

3 NUESTROS SEGMENTOS DEL NEGOCIO

- Clientes individuos: segmentos masivos (clientes jubilados, nucleadores e individuos de mercado abierto), segmento Selecta, Profesionales, Comercios y Microemprendimientos.
- Clientes empresas: Corporativa, Medianas y Grandes (MEGRA), Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) y Agro.
- Mercado de Capitales.

4 PRINCIPALES PRODUCTOS

- Créditos, préstamos, depósitos, tarjetas de crédito y débito, inversiones y fondeo, cuentas y paquetes, seguros, productos de comercio exterior.

RENDIMIENTO

- Entidad financiera privada de **mayor presencia en el país.**
- **Planificación descentralizada y federal** de la estrategia de comunicación.
- Inauguración y remodelación de sucursales en localidades donde nuestro Banco es **la única entidad Bancaria presente.**
- Desarrollo de una adecuada oferta de productos para segmentos masivos, delineando **la oferta de valor para clientes actuales y potenciales.**
- **Apoyo a PyMEs y emprendimientos** con el otorgamiento de créditos y productos a su medida.
- **Acompañamiento a los segmentos tradicionalmente no bancarizados** con productos y servicios financieros a su medida.
- Creación del **Área de Protección al Usuario Servicios Financieros** en resguardo de la satisfacción del cliente.
- Otorgamiento de **préstamos por canales automáticos.**
- **Proyecto de omnicanalidad** con foco en el diseño de herramientas de comunicación para cada perfil de cliente.
- Desarrollo de la banca digital con **aplicaciones móviles y tecnología de vanguardia para mejorar la atención al cliente.**
- Escalamiento a nivel nacional del **programa de educación financiera “Cuentas Sanas”.**
- Financiación de la **competencia NAVES** del IAE Business School para la promoción de emprendimientos productivos.
- Programa de inclusión financiera **ALUMBRA Microcréditos** que otorga créditos con fines productivos a microempresarios no bancarizados.
- Selección de **proveedores locales** para potenciar el desarrollo macroeconómico regional.

RESULTADOS

34,1%	ROE-Retorno sobre el capital promedio
\$6.541 MM	de resultado positivo del ejercicio
183	localidades donde el Banco tiene presencia única (incluye sucursales y cajeros automáticos)
444	sucursales
11%	participación dentro del sector financiero
21%	clientes PyMEs / total de clientes empresas
1.503	microcréditos otorgados con ALUMBRA
\$86.914 MM	de préstamos al sector privado no financiero
520.840	jubilados atendidos
91,3%	proveedores locales
45%	de los cajeros automáticos son para no videntes
8.563	colaboradores
75%	de los colaboradores ubicados en el interior del país
\$59.852.707	inversión social
60	jornadas presenciales de voluntariado corporativo
706.423	clientes adheridos al servicio e-resumen

Alianzas estratégicas para nuestra gestión



Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas



Grupo de Fundaciones y Empresas



Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria



Norte Sustentable



Comisión Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil

Pilares de la estrategia de sustentabilidad de Banco Macro

INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Promovemos un sistema financiero saludable. Por eso, generamos productos y herramientas para formar ciudadanos bancarizados críticos, reflexivos, económicamente responsables y que contribuyan al crecimiento económico del país.

IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO E INDIRECTO

Impulsamos el cuidado de nuestro entorno social y del medio ambiente, tanto internamente como en nuestra cadena de valor.

RESPONSABILIDAD POR EL BIENESTAR Y LA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS

Somos generadores de empleo a nivel federal, acompañamos el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, favorecemos la diversidad y la inclusión en el ambiente de trabajo.

DESARROLLO DE PYMES Y EMPRENDIMIENTOS

Acompañamos a las PyMEs y a los nuevos emprendimientos en el desarrollo de sus negocios con productos y servicios a medida, formación y herramientas para su crecimiento.

TRANSPARENCIA EN TODAS NUESTRAS ACCIONES

Operamos con la máxima transparencia, a fin de crear un marco de confianza y credibilidad para todos nuestros Grupos de Interés. Practicamos la escucha activa y la rendición de cuentas continua.

La generación de valor en cada uno de nuestros grupos de interés

ACCIONISTAS

Generamos rentabilidad. Proveemos información transparente y clara para la toma de decisiones, respetando siempre los derechos e intereses de los accionistas minoritarios.

CLIENTES INDIVIDUOS

Trabajamos para ofrecer productos y servicios financieros a la medida de cada perfil y necesidad, con foco en la inclusión, para que las personas de todo el país mejoren su calidad de vida y puedan actuar en el mercado bancario.

CLIENTES EMPRESAS

Acompañamos a las organizaciones en su crecimiento y en el desarrollo de sus negocios, enfocados en las pequeñas y medianas empresas y una fuerte presencia en las áreas productivas del interior del país.

COLABORADORES

Potenciamos el desarrollo profesional y personal de las personas que trabajan en el Banco, con el fin de que desempeñen sus actividades en un ambiente seguro y saludable.

PROVEEDORES

Gestionamos responsablemente el proceso de compras a partir de reglas claras y transparentes, un diálogo fluido y con un interés particular en las compras locales a pequeñas empresas, para así potenciar el desarrollo regional.

COMUNIDAD

Contribuimos con el desarrollo social de las comunidades en las cuales estamos presentes, para lo cual invertimos en programas y acciones estratégicas que generan un alto impacto positivo.

SECTOR PÚBLICO Y ENTES REGULADORES

Construimos alianzas para generar valor social y ambiental a partir de acciones propias, en colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Proveemos información para el mercado y la sociedad con datos claros y transparentes, del mismo modo que apoyamos a medios de comunicación en todas las localidades en las cuales estamos presentes.



El Banco

En Banco Macro queremos ser reconocidos como el Banco líder en satisfacción al cliente. Para ello, tenemos un fuerte compromiso por el diálogo y trabajamos para construir vínculos cercanos, éticos, transparentes y de largo plazo con foco en el desarrollo sustentable de todos los actores sociales con los cuales nos relacionamos.

Valores del Banco

CERCANÍA

Nos diferenciamos por nuestro trato personal y humano. El conocimiento de nuestros clientes nos permite apoyarlos en sus proyectos.

AGILIDAD

Somos resolutivos: buscamos soluciones rápidas y eficaces. Somos flexibles: nos adaptamos a las necesidades de cada cliente y mercado.

AUTOEXIGENCIA

Nos enfocamos en la mejora constante de nuestra calidad profesional. Buscamos la excelencia en la gestión (independencia, autonomía y participación).

COMPROMISO CON EL DESARROLLO

Apoyamos el progreso de empresas, emprendedores y comunidades de las regiones en las que operamos. Reinvertimos gran parte de nuestras utilidades en las comunidades donde estamos presentes.

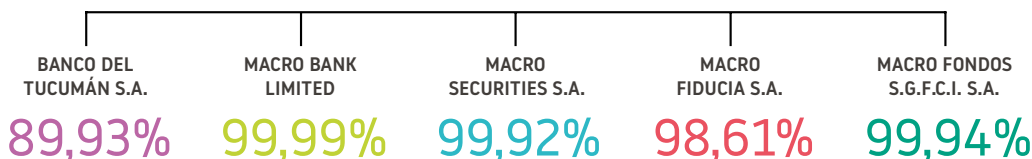
Gobierno Corporativo

Los Directivos del Banco, además de adherir a través de su firma a los valores y principios corporativos de sustentabilidad, se comprometen con la divulgación de la Estrategia hacia el resto de la organización y la sociedad en general, a fines de promover una gestión sostenible y ser además una empresa de referencia para todo el país.

MIEMBROS DEL DIRECTORIO

NOMBRE	CARGO
JORGE HORACIO BRITO	PRESIDENTE
DELFIN JORGE EZEQUIEL CARBALLO	VICEPRESIDENTE
JORGE PABLO BRITO	DIRECTOR TITULAR
CARLOS ALBERTO GIOVANELLI	DIRECTOR TITULAR
NELSON DAMIÁN POZZOLI	DIRECTOR TITULAR
JOSÉ ALFREDO SANCHEZ	DIRECTOR TITULAR
MARTÍN ESTANISLAO GOROSITO	DIRECTOR TITULAR
ROBERTO JULIO EILBAUM	DIRECTOR TITULAR
MARIO LUIS VICENS	DIRECTOR TITULAR
LUIS MARÍA BLAQUIER	DIRECTOR TITULAR
MARCOS BRITO	DIRECTOR TITULAR
ALEJANDRO EDUARDO FARGOSI	DIRECTOR TITULAR
DELFIN FEDERICO EZEQUIEL CARBALLO	DIRECTOR TITULAR
CONSTANZA BRITO	DIRECTOR SUPLENTE
ELISEO FELIX SANTI	DIRECTOR SUPLENTE

BANCO MACRO S.A.



NOTA: % SOBRE CAPITAL SOCIAL - PARTICIPACIÓN DIRECTA E INDIRECTA

Compromiso con la transparencia

Contamos con el Código de Gobierno Corporativo y un Manual de Mejores Prácticas aprobado por el Comité de Gobierno Corporativo y el Directorio, en línea con las normas incluidas en la *Sarbanes Oxley Act* (SOX), las Normas de la Comisión Nacional de Valores (CNV) y las regulaciones del BCRA.

Además, en el marco de nuestra Política de Transparencia de la Información, nos aseguramos una apropiada transparencia de la gestión y de la medición de riesgos.

CÓDIGO DE ÉTICA Y CÓDIGO DE CONDUCTA

Banco Macro cuenta con un Código de Ética aplicable a todos los directores y a los miembros de la Alta Gerencia. Este documento busca garantizar los más altos niveles de integridad personal y profesional en todos los aspectos de sus actividades.

Además, esperamos que todos nuestros colaboradores actúen de la misma forma y de acuerdo con nuestro Código de Conducta, velando por la responsabilidad, la ejecutividad, el compromiso, los resultados, la lealtad, la honestidad, la buena comunicación y el trabajo en equipo. Para ello, promovemos el respeto, la confianza y el trato cordial y sencillo, entre colaboradores, con proveedores y clientes.

Durante 2016, lanzamos “Línea Ética”, un canal anónimo y confidencial para denunciar actividades irregulares; la misma es administrada por un tercero independiente (www.eticagrupomacro.kpmg.com.ar).

GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

Analizamos riesgos financiero, de crédito, de mercado, operacional, reputacional, legal, regulatorio, de contraparte y de tecnología informática. A su vez, ponemos foco en el riesgo social y ambiental, en pos de la sustentabilidad del Banco y las comunidades en general.

En el marco de nuestra Política de Créditos en Banca Empresas, incorporamos la evaluación y el conocimiento del impacto socio-ambiental de los proyectos de las empresas que demandan asistencia crediticia, en aspectos tales como: el impacto ambiental en el manejo de insumos, la rendición de cuentas, la inversión social privada, la existencia de un código de conducta y certificaciones en materia de sustentabilidad, ente otros.

Basados en una matriz de riesgos, la metodología aplicada nos ha permitido revisar los procesos más relevantes del negocio y hacer foco en los controles críticos. En 2016 testeamos 2.782 procesos.

PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO

Para contribuir activamente en la lucha contra el Lavado de Dinero y la Financiación del Terrorismo (PLDyFT), establecimos pautas de “Conozca al Empleado” que aseguren sistemas adecuados de preselección y contratación de personal. Además, capacitamos a 865 colaboradores en la *e-learning* de PLDyFT, mientras que 6.019 validaron sus conocimientos mediante una certificación a distancia, y organizamos una formación presencial para 73 empleados, dentro de

Nuestro compromiso con la transparencia y la integridad en los negocios se focaliza en altos estándares de diálogo, en el cumplimiento irrestricto de las normas nacionales e internacionales y códigos de la industria financiera, en los valores corporativos y en la idoneidad del sistema de control interno y de quienes trabajamos en el Banco.

los cuales se encuentran 41 instructores, que luego transmitieron los conocimientos a su equipo de trabajo, alcanzando a 2.374 colaboradores.

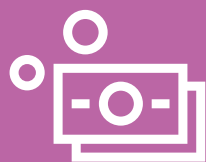
Por su parte, actualizamos y comunicamos periódicamente el Código de Conducta, que contiene aspectos específicos sobre PLDyFT y el Código de Ética, que complementa al anterior.

En la relación y gestión con nuestros clientes establecimos pautas de “Conozca a su Cliente”, y buscamos siempre comprobar su identidad y determinar el legítimo origen de los fondos aplicados. Verificamos la razonabilidad de la actividad económica declarada por los clientes desde una matriz de riesgo y un sistema de administración y control de desvíos detectados, que genera Alertas y Segmentaciones de Riesgo que son analizadas para validar su licitud y origen.

Durante 2016 analizamos en sucursales y Bancas un promedio de 4.500 alertas mensuales, 1.800 casos que resultaron analizados centralizadamente y hubo 13.252 clientes cuyos responsables comerciales analizaron y redefinieron su perfil de riesgo. Por otra parte, de la

aplicación de controles relacionados con la Financiación del Terrorismo analizamos clientes homónimos que figuraban en listas de terroristas provistas por los entes de contralor.





Capital Financiero

En este capítulo describimos los recursos económicos y financieros con los que cuenta Banco Macro para el desempeño de sus acciones y presentamos los principales resultados del año. Incluimos las variables y ratios relevantes que hacen nuestro negocio solvente, rentable, eficiente y sustentable.

RESULTADOS

El año 2016 finalizó con un resultado positivo de \$6.541 millones, 31% superior a los \$5.010 millones del ejercicio anterior. Los ingresos financieros totalizaron \$28.935 millones, creciendo 44% con respecto a los \$20.109 millones de 2015. El 75% de dicho monto fue aportado por los intereses generados por préstamos, los cuales crecieron un 43% en el ejercicio 2016. Por otra parte, la posición tomada en títulos y, principalmente las Letras emitidas por el BCRA, generó un ingreso adicional del orden de los \$6.223 millones. La combinación de ambos instrumentos permitió al Banco una mejora en el margen financiero del orden del 39%.

Dicha rentabilidad representó un retorno sobre el capital promedio de 34,1% y un retorno sobre los activos promedios de 5,2%, lo que permitió ubicarse en los primeros lugares del sistema financiero argentino. Estos resultados muestran estabilidad y continuidad en la generación de ingresos, productividad y eficiencia en el uso de los recursos a través de los años.

DEPÓSITOS

Los depósitos totales fueron \$111.940 millones en 2016. A través de la Comunicación "A" 5853 del BCRA se eliminaron los límites máximos y mínimos a las tasas de interés activas máximas y pasivas mínimas, permitiendo a las entidades competir abiertamente en la captación de depósitos. En este contexto nos mantuvimos entre las tres entidades privadas con mayor volumen de depósitos y una participación de mercado cercana al 6% del sistema financiero en su conjunto o del 6,9% si consideramos solamente los depósitos del Sector Privado en pesos.

PRÉSTAMOS

Los préstamos al Sector Privado alcanzaron los \$86.914 millones. Las principales líneas fueron préstamos personales, documentos y adelantos. Seguimos siendo líderes entre los bancos privados con 1,2 millones de préstamos y una cartera de \$29.785 millones. La participación de mercado de este producto se mantuvo cercana al 14% del sistema financiero. Por otro lado, el producto "Tarjetas de Crédito" obtuvo niveles de crecimiento superiores al 27%, totalizando 1.6 millones de Tarjetas habientes. Los niveles de morosidad se han mantenido en valores históricamente bajos, alcanzando un ratio de Cartera Irregular sobre Cartera Total del 1.1%.

PRINCIPALES INDICADORES (VARIACIÓN INTERANUAL 2016)

ACTIVO

48%

FINANCIACIONES AL SECTOR PRIVADO

37%

PASIVO

49%

DEPÓSITOS

46%

PATRIMONIO NETO

39%

RENTABILIDAD - RESULTADO

31%

ROA - RETORNO SOBRE EL ACTIVO PROMEDIO

34,1%

ROE - RETORNO SOBRE EL CAPITAL PROMEDIO

5,2%



Capital Industrial

En Banco Macro tenemos una fuerte presencia federal. En este capítulo presentamos nuestra oferta de productos y servicios financieros, nuestros activos tangibles y nuestra infraestructura que son clave para la puesta en marcha del negocio, y nos permiten estar cerca de nuestros clientes y grupos de interés.

Banca individuos

Desde Banco Macro trabajamos para que nuestros clientes individuos mejoren su calidad de vida a través de nuestra oferta de productos y servicios, con foco en la inclusión y la educación financiera, la accesibilidad, la buena comprensión de la información y la generación de valor agregado en los diferentes sectores sociales y grupos etarios de nuestro país, en pos del crecimiento económico a nivel nacional.

SEGMENTO PROFESIONALES Y NEGOCIOS

En 2016, redefinimos la propuesta de valor para este perfil de clientes.

En esta línea, ofrecimos a Profesionales universitarios el préstamo amortizable hasta \$750.000 bajo el mismo concepto de crédito al instante y el “Todo Pago M-POS”, un lector que permite a los comercios adheridos a “Todo Pago” operar desde un celular con tarjetas de crédito y débito habilitadas. Este último potenció la aceptación en profesionales y pequeños comercios (y vendedores ambulantes). Además, generamos una alianza con la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), que brinda una oferta diferencial de paquete bonificado por 12 meses, crédito al instante y “Todo Pago M-POS” de manera gratuito.

PARTICIPACIÓN POR BANCA EN LA CARTERA	2015	2016
INDIVIDUOS	58%	53%
EMPRESAS	35%	32%
CORPORATIVA	6%	13%
GOBIERNO	1%	2%

JUBILADOS

Contamos con 14 Centros de Pago especializados y 13 locaciones distribuidas en todo el país para brindarles las comodidades y herramientas necesarias para que tengan una buena accesibilidad y tránsito, una buena experiencia dentro del Banco y que puedan efectuar sus operaciones con facilidad.

Participamos activamente en el desarrollo del Proyecto “Mi Huella”, un sistema biométrico que permite reconocer la identidad de las personas a través de su huella digital y facilita los trámites. En 2016 alcanzamos un 88,6% de enrolados, instalamos 540 tótems de lectura biométrica y cumplimos con el 100% de lo planificado.

A través del Programa de Educación Financiera “Animate a Aprender”, enseñamos a los jubilados mediante *tablets* las operaciones más habituales de los cajeros automáticos.

169.099

jubilados recibieron préstamos

\$5.007

millones en préstamos para jubilados

CLIENTES INDIVIDUOS POR SEGMENTO	2015	2016
JUBILADOS	501.026	518.545
MERCADO ABIERTO	794.915	809.129
PLAN SUELDO	1.303.073	1.432.373
PROFESIONALES Y NEGOCIOS	219.156	233.360
CLIENTES INDIVIDUOS TOTAL	3.027.264	3.212.127

PRODUCTOS Y SERVICIOS CON ALTO VALOR SOCIAL

Préstamos

PRÉSTAMOS OTORGADOS EN 2016

PRÉSTAMOS PERSONALES (CANTIDAD)	1.176.916
PRÉSTAMOS PERSONALES (MONTO EN PESOS)(*)	30.257
PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS (CANTIDAD)	2.507
PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS (MONTO EN PESOS)	316

Durante 2016 continuamos trabajando en la promoción de un sistema financiero inclusivo, con especial interés en la accesibilidad de personas con bajo nivel de bancarización. Destacamos los siguientes productos y servicios:

- Préstamos Personales a partir de convenios con municipios.
- Préstamos para instalaciones de Gas Natural en hogares.
- Línea préstamos a través de Cajeros Automáticos.
- Línea préstamos a través de MacrOnline.
- Línea préstamos telefónicos.
- Seguros de Accidentes Personales y Sepelio para jubilados.
- Seguro Macro Educación para los más pequeños.
- Seguro de Pagos Protegidos para cubrir desempleo e incapacidad.
- Plan Progresar, el programa nacional de respaldo a estudiantes de entre 18 y 24 años.
- Programas Plan Alimentario Provincial y Nutrivida.
- Cuentas activas en la Red Social UOCRA.

Lanzamos una nueva Línea de Préstamos Hipotecarios en UVAs, que nos permitió formar parte del Programa PROCREAR “Solución Casa Propia”, destinada a beneficiarios seleccionados por ANSES.

Cuentas y paquetes

Implementamos la apertura de cajas de ahorro especiales que tienen como objetivo principal bancarizar a aquellas personas que aún no poseen ninguna cuenta en el sistema financiero, mediante la sola presentación del Documento Nacional de Identidad (DNI) del titular para su apertura.

Además, lanzamos una nueva funcionalidad en HomeBanking y habilitamos el Centro de Atención Telefónica para que nuestros clientes puedan dar de alta cuentas, o bien, puedan solicitar la baja productos por dichos canales.

2.502.179

tarjetas de crédito emitidas

\$51.898

millones en consumo de tarjetas de crédito

+43%

interanual en el monto de transacciones por tarjetas de débito

\$148.483

millones en transacciones por tarjetas de débito

2.477.109

de tarjetas de débito emitidas

+13%

de crecimiento en cantidad de tarjetas de débito

BENEFICIOS PARA CLIENTES INDIVIDUOS

A través del Programa Macro Premia, nuestros clientes acumulan puntos con sus consumos con tarjetas de crédito que pueden canjear por diferentes premios. Es un programa de alcance nacional, del que todos los clientes del Banco pueden formar parte. La propuesta de premios incluye productos de diferentes categorías como artículos para el hogar, blanquería, tiempo libre, electrodomésticos, entradas para ir al cine y *giftcards*.

Este 2016, renovamos Macro Premia con un sitio exclusivo www.macropremia.com.ar, e incorporamos la alternativa de canje con modalidad “puntos + pesos” para que nuestros clientes puedan canjear productos con sus puntos y adicionarles un pago en cuotas. Asimismo, mantuvimos la alianza con Despegar.com, ofreciendo también la opción de canjear sus “puntos + pesos”.

En línea con estos beneficios, acompañamos a nuestros clientes con una gran oferta de promociones, especialmente en *e-commerce*, a través del concepto “quesealunes.com”, promociones en supermercados con “Tentados” y en turismo con “Seamos Viajeros”. Además, lanzamos el primer plan de telefonía móvil de un Banco en conjunto con Personal.

Además, destacamos el lanzamiento de la acumulación de millas Aerolíneas Plus para tarjetas de débito Macro Selecta que se suman a las tarjetas de crédito, alcanzando más de 90.000 clientes adheridos al programa.

+33%
de canjes

+28%
de clientes adheridos

110.814
usuarios de Macro Premia

\$66.403.550
inversión en premios



Banca empresas

CONFORMACIÓN DE LA CARTERA DE BANCA EMPRESAS 2016

CORPORATIVAS	29%
MEDIANAS EMPRESAS	24%
PYMES	21%
MICROEMPRESARIOS	5%
AGRO	21%

CLIENTES EMPRESA POR REGIÓN 2016

JUJUY	2.319
NEA	3.870
SALTA	4.117
TUCUMÁN	7.574
OESTE	3.441
PATAGONIA	2.650
BUENOS AIRES	15.259
CÓRDOBA	18.136
SANTA FE	27.485
TOTAL CLIENTES	84.851

BANCA PYME

Nuestro foco está puesto en las empresas PyMEs y los negocios regionales. Para ello, trabajamos para ofrecerles productos y servicios acordes a cada perfil de compañía, considerando principalmente su tamaño y la localidad donde opera.

Desde 2015 desarrollamos el Programa NAVES junto al IAE Business School, con una inversión de más de \$3.500.000, que tiene como objetivo fortalecer los modelos de negocios de las empresas participantes.

NAVES 2016 tuvo lugar en Salta, Misiones, Córdoba, Rosario-Santa Fe, Neuquén, Jujuy y Tucumán. Los proyectos que participaron fueron industriales, de servicios, salud, educación, agro-business y con fines sociales. Participaron más de 300 empresas en el proceso de formación y se evaluaron más de 185 planes de negocios.

Este año seis participantes (el primer puesto de cada provincia) viajaron con la Misión Comercial organizada por UNAJE (Unión Nacional de Jóvenes Empresarios) a Silicon Valley, Estados Unidos, para potenciar el intercambio cultural y compartir experiencias con pares.

BANCA AGRONEGOCIOS

Seguimos apoyando las economías regionales con productos a medida para sectores como el tabacalero, el azucarero y el de la yerba mate, mediante el financiamiento de todas las cadenas de valor desde el productor primario hasta el industrial que exporta o comercializa sus productos en el mercado interno.

Este año participamos nuevamente en ferias y encuentros de empresarios y emprendedores, como “Agroactiva” en Rosario, Santa Fe; la “72º Exposición Ganadera, Agrícola, Industrial y Comercial”, en el predio de la Sociedad Rural Salteña; y “La Nación Ganadera Balcarce 2016”, en el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) de Balcarce, Buenos Aires.

En estos espacios ofrecemos atención de nuestros oficiales de negocios especializados en el segmento Agro, Profesionales y Negocios y PyMEs, quienes brindaron asesoramiento acerca de nuestros servicios y productos para estos segmentos.

FINANCIAMIENTO PARA EL SECTOR PRODUCTIVO

Contamos con la “Línea de Crédito al Instante” destinada a microemprendedores y PyMEs de todo el país. Su objetivo es financiar capital de trabajo por un monto máximo de hasta \$1.500.000, y con descuento de cheques de pago diferido, acuerdo de cuenta corriente, préstamo a sola firma, Tarjeta de Crédito Macro Agro y financiación de Comercio Exterior.

Ofrecemos el producto Prenda Ágil para la financiación de rodados y maquinarias agrícolas para PyMEs.

Además, generamos alianzas estratégicas con grandes empresas proveedoras que les permiten a nuestros clientes poder acceder a compras de insumos con costo financiero reducido. A diciembre de 2016, se firmaron más de 30 convenios con fabricantes o concesionarios para las líneas de crédito en dólares destinadas a financiar la compra de maquinaria agrícola.

444

sucursales

79%

de las sucursales están en el interior del país.

Sector público

Acompañamos a las provincias, desde nuestro rol social de agentes financieros, en la organización y colocación de deuda local e internacional a corto y mediano plazo con destino a mejoras de infraestructura y servicios públicos para beneficio de las comunidades locales. Así, mantenemos alianzas con el Sector Público en pos del desarrollo sostenible de nuestro país.

Infraestructura y canales de atención

NUESTRA PRESENCIA EN TODO EL PAÍS

En Banco Macro buscamos estar en donde otros bancos privados no llegan. Es por eso que año a año inauguramos sucursales en localidades donde nuestro Banco es la única entidad presente. El objetivo final es mejorar la calidad de vida de las personas y contribuir con el desarrollo de comunidades locales en todo el país a partir de la inclusión financiera.

183

localidades en donde somos la única entidad bancaria presente

8

nuevas sucursales en 2016

1.400

cajeros instalados

15.464.909

transacciones a través de nuestra red de cajeros

\$14.104

millones en operaciones a través de nuestra red de cajeros

920

terminales de autoservicio instaladas

83

terminales con funcionalidad inteligente (TASI) instaladas

633

cajeros para no videntes habilitados

125

nuevos cajeros para no videntes instalados en 2016

167

sucursales con rampas y baños especiales

25%

más de sucursales con rampas y baños especiales

REGIONES	SUCURSALES GRUPO MACRO
NOA	91
CENTRO	178
NEA	48
PATAGÓNICA	20
CUYO	17
PROV. DE BUENOS AIRES	59
CIUDAD DE BUENOS AIRES	31
TOTAL	444

LOCALIDADES CON PRESENCIA ÚNICA DE BANCO MACRO 2016	
SALTA Y JUJUY	71
TUCUMÁN	25
CÓRDOBA	5
MISIONES	59
SANTA FE	18
MENDOZA	5
TOTAL	183

Además de las sucursales, brindamos accesibilidad a servicios financieros desde los canales automáticos: red de cajeros, terminales de autoservicio (TAS) y terminales con funcionalidad inteligente (TASI). En época de pago de haberes, realizamos guardias técnicas diarias para garantizar el perfecto funcionamiento de las unidades y las recargas necesarias de efectivo para mantener los niveles de disponibilidad de dinero en cajeros automáticos.

ACCESIBILIDAD A PRODUCTOS Y SERVICIOS

Contamos con cajeros automáticos para no videntes con la funcionalidad habilitada de Guía de Voz, ofrecemos el servicio de resúmenes impresos en sistema braille e instalamos rampas y baños especiales en sucursales. Además, colocamos pisos antideslizantes y asientos especiales en los centros de atención a jubilados.

Proyecto nuevo edificio corporativo

Estamos construyendo la nueva Torre Banco Macro en la Ciudad de Buenos Aires, cuya inauguración está prevista para 2017.

Este nuevo proyecto está en concordancia con la Política de Sustentabilidad Corporativa del Banco y su construcción fue proyectada para cumplir con la certificación de normas LEED, Líder en Eficiencia Energética y Diseño Sostenible.

La Torre fue construida por el arquitecto César Pelli con materiales que no provienen de la tala de los bosques nativos y su diseño apunta a mejorar las condiciones del espacio de trabajo. Cada planta del edificio logra aprovechar al máximo la luz natural.

El edificio contará con tecnología inteligente y automatizada que, además de lograr una alta eficiencia energética, permitirá ahorrar agua potable a partir del reciclado de aguas provenientes del recambio y la limpieza de la torre de enfriamiento de la instalación de aire acondicionado, sumado a un sistema de recolección y utilización de agua de lluvia para riego.

Nuestro desafío es contar con el edificio corporativo de mayor capacidad y acondicionamiento tecnológico del país, donde clientes y empleados puedan disfrutar de espacios funcionales, agradables y sustentables.

Seguridad física y del manejo de la información

Este año trabajamos en conjunto con el área de logística para realizar la compra de nuevos cajeros que poseen medidas de seguridad electrónicas y físicas, para evitar fraudes con tarjetas de crédito, trampa dispensadora y reforzar los elementos, a los efectos de evitar el robo por medio de explosivos y otros artefactos similares.

Generamos nuevos protocolos de actuación para concientizar a la red de sucursales ante hechos que atenten contra la seguridad de los clientes, funcionarios y bienes del Banco, tales como el Protocolo de actuación anti ilícitos, Manifestaciones, Colocación de Artefactos explosivos, Actuación ante fallecimientos y atención médica.

Además, todos nuestros colaboradores con acceso a datos personales de clientes (almacenados en bases de datos lógicas o físicas) mantienen una estricta confidencialidad y se encuentran sujetos al deber de guarda y mantenimiento.

Estas obligaciones persisten después de cancelados o anulados los datos de las bases y aun después de que finaliza su relación contractual con el Banco.



Capital Intelectual

En este capítulo presentamos nuestro desempeño en relación a los activos intangibles relacionados con nuestra reputación, el desarrollo y *know-how* de la organización que materializamos en nuestro modelo de atención; en el cual priman la calidad, la seguridad y el diálogo abierto y constructivo con los grupos de Interés.

De “Calidad” a “Experiencia del Cliente”

Para nosotros la experiencia del cliente es un puente para acercarnos a nuestra visión: hacerle la vida más fácil y realizar negocios sustentables.

Este año dejamos de “pensar en el cliente” desde afuera, para “pensar como el cliente lo hace” desde adentro de sus concepciones y aspiraciones. Así, decidimos reconvertir el área de Calidad a Experiencia del Cliente y, de este modo, situar a éste como “Cliente Céntrico”.

Para ello, redefinimos estrategias, valores y creamos una cultura organizacional focalizada en pensar cómo el cliente en vez de pensar en él.

Como objetivo nos propusimos medir, entender y organizar los momentos de interacción que existen entre el Banco y el cliente durante su círculo de vida, para luego diseñar estrategias que nos permitan lograr y conseguir su completa fidelización.

Este año realizamos 48 entrevistas en profundidad a los gerentes de segmentos y diseñamos 45 mapas de acciones y canales preliminares en base a las entrevistas a actores relevantes.

Además, realizamos investigaciones de mercado internas y externas.

MEDICIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Para poder conocer la voz del cliente respecto de las acciones surgidas de las entrevistas en profundidad, realizamos mediciones a través de diferentes tipos de metodologías:

- Comunidad Macro “El Juego de las Experiencias” para encontrar información innovadora e inspiradora para los negocios.
- Encuentros PyME en Rosario, Salta y Córdoba con 36 clientes en cada localidad.
- Índice Experiencia para conocer los indicadores que reflejan la experiencia del cliente a través de 4.206 encuestas *online* a clientes de la Banca Individuos midiendo Experiencia, Esfuerzo, Recomendación, Índice de Recomendación Neta (Net Promoter Score - NPS) y Principialidad.
- Validación de Propuestas de Valor para medir nuestro posicionamiento en la mirada del cliente con 1.500 encuestas *online* y 1.500 encuestas presenciales en Rosario, Salta, Provincia de Buenos Aires, Mar del Plata, Mendoza, Jujuy, Tucumán, Córdoba, Misiones y AMBA.

BANCA DIGITAL

En 2016 creamos la Gerencia de Banca Digital con el fin de gestionar un proceso de transformación bajo los siguientes pilares: oferta digital de alto impacto en clientes, investigación y desarrollo de tecnologías disruptivas e implementación de la estrategia digital del Banco. El objetivo es posicionar al Banco con la mejor oferta en servicios digitales e impulsar una estrategia de migración de canales, con foco en la mejor experiencia de nuestros clientes.

En este marco, durante 2016 trabajamos fuertemente en el Proyecto Omnicanalidad, donde destacamos los siguientes canales y herramientas:

- Banca Móvil para realizar operaciones desde el celular.
- MacrOnline, nuestra plataforma de Home Banking
- Todo Pago, una plataforma que permite a los usuarios realizar pagos, disponiendo de todos sus medios de pago asociados a una billetera digital.
- SoftToken Empresas, una nueva herramienta de seguridad para autenticar transferencias para Empresas, a través de una aplicación para celulares.
- Turnos por Mobile, una aplicación que permite a clientes y no clientes poder solicitar turnos desde su celular y manejar su espera.

ATENCIÓN AL CLIENTE

En el Centro Atención Telefónico (CAT) trabajamos durante 2016 en mejorar los tiempos de gestión y respuesta al cliente. En tal sentido, implementamos el Proyecto Workforce Management. Este consta de una herramienta de gestión que predice los recursos necesarios en tiempo real, para satisfacer los requerimientos del negocio. Asimismo, mejora el tiempo de contacto con el cliente, proyecta con precisión la demanda futura de llamados y evalúa el plan a lo largo del día, para cumplir eficazmente en la gestión de la atención y mantener el nivel de servicio.

En el marco de la creación del área de Protección al Usuario de Servicios Financieros para verificar el cumplimiento normativo que dispone el BCRA en resguardo del cliente, se observan los reclamos de los clientes para la acción preventiva de mejoras necesarias. Todo ello con el fin de desarrollar los mecanismos de comunicación más adecuados para brindarle seguridad y tranquilidad al cliente en su operatoria.

En la gestión de reclamos, mejoramos el servicio y ganamos tiempo y una mayor velocidad de respuesta, por medio de una reestructuración del área, con diferentes equipos de trabajo, especializados en análisis y gestiones. Además, implementamos el Régimen informativo de BCRA con la publicación mensual la información de reclamos que BCRA exige a las Entidades Financieras.

CONTRATOS SIMPLIFICADOS

Con la intención de hacer la vida más fácil a nuestros clientes y agilizar la labor en nuestra red de sucursales, continuamos con la iniciativa “Simplificación de Contratos”.

Este proyecto tiene su foco en sintetizar y eficientizar procesos del Banco para mejorar la comunicación entre nosotros y nuestros clientes, ya que les permite conocer sus derechos y obligaciones de forma más fácil, clara y transparente.

De esta manera, a partir de la simplificación de contratos logramos:

- Eliminar la “letra chica”: la estructura del contrato destaca con claridad los diferentes apartados y los contenidos de mayor interés.
- Sustituir los términos técnicos por expresiones de uso cotidiano.
- Redactar los textos de forma sencilla para facilitar la lectura y hacerla más ágil.
- Disminuir el tiempo de atención: habrá campos que se completan automáticamente, tales como los datos de la cuenta o la aclaración de la firma, entre otros.





Capital Humano

Nuestro compromiso con los colaboradores se fundamenta en la búsqueda de su bienestar y crecimiento profesional. Ellos son el factor de crecimiento del Banco. Trabajamos para lograr un buen ambiente laboral, un diálogo fluido y cercano y brindar herramientas de desarrollo para mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

Nuestra gestión

En Banco Macro promovemos entre nuestros colaboradores la puesta en acción de los valores organizacionales que nos guían: Cercanía, Agilidad, Autoexigencia y Compromiso con el Desarrollo.

Continuamos siendo generadores de empleo a nivel federal. Realizamos 51 búsquedas y 234 promociones, impulsando el crecimiento y las posibilidades de desarrollo de quienes trabajan en la institución.

Gestión estratégica del desempeño

De manera centralizada y eficiente impulsamos la comunicación interna y la formación de nuestra gente, con el foco en el fortalecimiento de sus capacidades técnicas y en asegurar la correcta transmisión de nuestra cultura en cada contacto. A partir de la implementación de un modelo de competencias y un ciclo anual de gestión estratégica del desempeño, promovemos una comunicación constante entre jefes y colaboradores. En este sentido, estamos profundizando el proceso para lograr la máxima transparencia y crear un alto grado de confianza.

Continuamos trabajando en la adecuación de la estructura organizativa para hacerla cada vez más eficiente, junto a un esquema de compensaciones y beneficios competitivos. Avanzamos en la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas como Success Factor de SAP y Star me up que nos ayudarán a alcanzar la excelencia que buscamos.

También buscamos destacar las mejores prácticas y promover el logro de mejores resultados, haciendo visible nuestros valores institucionales. Por ello, este año lanzamos "ACTITUD Macro", un programa de incentivos que promueve el trabajo colaborativo, destaca las mejores prácticas y reconocer el desempeño excepcional.

8.563

colaboradores

433

nuevos ingresos

38,4%

mujeres

43,71

años de edad promedio

16

años de antigüedad promedio

75%

de los colaboradores están en el interior del país

Generamos empleo a nivel federal, promoviendo el crecimiento y las posibilidades de desarrollo de nuestros colaboradores.

92.887

horas hombre

61.462

participaciones

**Acompañamos
e incluimos a
los jóvenes en
el inicio de su
carrera laboral
a través de
programas
regionales de
primer empleo
dentro del Banco.**

Formación y desarrollo

Como estrategia de retención y para un mejor desarrollo profesional interno, seguimos adelante con la planificación del área a través de alinear procesos, hacer visible nuestra cultura y gestionar el talento que aporta cada uno de nuestros colaboradores.

Promovemos una actitud de liderazgo en cada uno de quienes forman parte de Banco Macro. En este sentido, en 2016, llevamos a cabo tres nuevas ediciones, todas en el interior del país, del programa “Liderate”, de donde surgirán los futuros líderes de nuestros equipos de trabajo.

De manera similar, llevamos a cabo la segunda edición del programa de desarrollo “Líderes en Red” que tiene como objetivo preparar a quienes serán los próximos gerentes de nuestra red comercial.

Con el propósito de aportar a la sustentabilidad del negocio a través de la formación continua para los puestos de nuestras sucursales, completamos la cuarta edición del programa “Enfocados” para la Banca Individuos y la Banca Empresas.

En materia de cumplimiento normativo, certificamos a nuestros colaboradores en prevención de lavado de dinero y seguridad e higiene, primeros auxilios y seguridad en canales automáticos, con el objetivo de prevenir situaciones que puedan impactar negativamente en nuestro negocio.

Asimismo, formamos colaboradores idóneos en Mercado de Capitales y Fondos Comunes de Inversión, a fin de certificar los conocimientos que les permiten asesorar a nuestros clientes en la toma de decisiones para la inversión.

Fomento al empleo a través de programas de inserción laboral

En 2016 continuamos realizando el programa “Jóvenes Valores”, orientado a jóvenes que se encuentran próximos a finalizar sus estudios de nivel medio en localidades de la provincia de Córdoba, con deseos de acelerar su crecimiento personal y profesional. Durante esta práctica, cada pasante puede capacitarse y desarrollar su talento en una experiencia de trabajo real, con la orientación de profesionales de Banco Macro. Al final del programa, que consiste en una práctica laboral de veinte días hábiles, cada participante recibe un certificado que acredita la pasantía y capacitación realizada.

Beneficios y bienestar para nuestros colaboradores

La salud y el bienestar de nuestros colaboradores es muy importante para nosotros y por este motivo impulsamos un conjunto de acciones tendientes a su cuidado:

- Servicios de salud dentro del ambiente laboral a través de consultorios en áreas centrales.
- Actividades deportivas, recreativas y de competición que promueven la actividad física y la integración.
- Campaña de vacunación antigripal.
- Campaña con consejos para prevenir el dengue, el zika y la fiebre chikungunya.
- Entrenamiento de prevención en incendios, derrumbes, inundaciones, accidentes, etc.
- Conferencias a cargo de expertos sobre temas de interés como salud y medioambiente.

También mantenemos los beneficios que nos permiten diferenciarnos: 4.305 regalos del Día del Niño, 207 de nacimiento y 6.089 kits escolares a hijos de colaboradores; 4.500 vacunas y 90 regalos para jubilados. Además, reconocemos la trayectoria en el Banco y realizamos sorteos de entradas a espectáculos que sponsoreamos.

ÍNDICES DE SEGURIDAD LABORAL 2016

TASA DE AUSENTISMO¹

5,02%

DÍAS PERDIDOS POR AUSENTISMO

107.202

TASA DE AUSENTISMO POR ACCIDENTES

0,13%

TASA DE AUSENTISMO POR ENFERMEDAD

2,83%

1. Tasa de ausentismo: jornadas perdidas en el año / jornadas laborables en el año (dotación por días hábiles)



PROYECTOS SOLIDARIOS 2016

Buscando fomentar la labor solidaria de nuestros colaboradores y su involucramiento en la comunidad. Desde 2007 organizamos un concurso anual que premia con financiación a los mejores proyectos presentados por las sucursales y las Áreas Centrales del Banco, junto con una organización social. En 2016 premiamos 60 iniciativas con fondos para su concreción.

Charlas punto de encuentro

Durante 2016, realizamos encuentros mensuales con nuestros colaboradores sobre temas de interés personal y profesional. El contenido de los encuentros surgió de una encuesta interna en la cual los mismos colaboradores votaron y sugirieron temas de interés común. Para el desarrollo de las charlas invitamos a diferentes organizaciones referentes de la sociedad civil que nos aportaron su conocimiento y experiencia para abordar las temáticas de cada encuentro. Durante 2016 se realizaron 10 encuentros nacionales y participaron más de 750 colaboradores, ya sea de forma presencial o a distancia vía teleconferencia.

Temas abordados durante 2016:

- Alimentación Saludable,
- Cuentas Sanas: cómo manejar tu dinero sin esfuerzo,
- La Economía un asunto de familia,
- La cultura de la diversión juvenil y prevención de conductas no deseadas,
- Claves para el desarrollo de una autoestima positiva,
- El equilibrio entre la vida personal y laboral,
- Nosotros e Internet, el uso consciente,
- Trastornos del Espectro Autista.

Programa de Voluntariado Corporativo “Generando el cambio”

Como lo hacemos hace diez años, durante 2016 colaboradores de Banco Macro ofrecieron su tiempo en pos de causas solidarias vinculadas a los niños, los abuelos y el medioambiente.

Gracias a su compromiso, pudimos concretar refacciones edilicias, juegos, meriendas, festejos especiales por el Día del Niño y la campaña de Navidad Solidaria. También acondicionamos plazas barriales y participamos en plantaciones masivas de árboles.



Jornadas de voluntariado

60

JORNADAS
PRESENCIALES
EN TODO EL PAÍS

987

VOLUNTARIOS
ASISTENTES

220

HORAS
DONADAS

+8.000

BENEFICIARIOS
DIRECTOS



Colectas

5

COLECTAS
NACIONALES

+550

CAJAS
ENTREGADAS A
ORGANIZACIONES
ALIADAS

+4.000

BENEFICIARIOS



Resultados de proyectos solidarios 2016

146

PROPUESTAS
RECIBIDAS

2.500

COLABORADORES
QUE PARTICIPARON
DE LA FASE INTERNA
DE VOTACIÓN

60

PROYECTOS
GANADORES

\$30.000

ENTREGADOS A CADA
PROYECTO GANADOR



Capital Social y Reputacional

Trabajamos para estar cerca de nuestros grupos de interés y actores relevantes, mediante el apoyo y acompañamiento a iniciativas sustentables y de alto valor social. En este capítulo presentamos las acciones y programas de impacto social que desarrollamos en 2016, que dan cuenta de nuestro compromiso con el desarrollo local.

Comunicación transparente

Nuestra comunicación tiene como prioridad el apoyo local a cada región del país. Planificamos de forma descentralizada y federal, con el objetivo de poder llegar a todas las provincias a través de medios de comunicación locales, pequeñas radios y programas provinciales.

Fiel a este carácter federal, la inversión publicitaria 2016 fue \$107.920.299, 40% (\$41.000.000) fue asignado de forma directa a las provincias.

Eventos, auspicios y patrocinios

Durante 2016 participamos activamente en eventos y espectáculos, con el objeto de fomentar la cultura y el deporte, y ofrecer así opciones de entretenimiento para nuestros clientes, no sólo en los grandes centros urbanos del país, sino también en los lugares más recónditos de la Argentina.

Acompañamos el deporte para promover la vida saludable y transmitir valores positivos para todas las comunidades. Por este motivo, apoyamos diferentes equipos y ligas deportivas de alcance nacional y local en hockey, fútbol, rugby, boxeo, polo, paddle y atletismo.

En 2016 invitamos a más de 17.000 clientes a más de 400 funciones de diversos artistas y eventos con el fin de acercar opciones de entretenimiento a nuestros clientes, no sólo en los grandes centros urbanos del país, sino en toda la Argentina.

Además, estuvimos presentes en más de 40 exposiciones y eventos en todo el país. Aprovechamos estas instancias para difundir beneficios y productos para todos nuestros actuales y potenciales clientes, en particular para los pertenecientes a los segmentos PyME, Comex y Agro.



PREMIOS Y GALARDONES

“Mejor Banco Argentino del año 2016”, entregado por la revista norteamericana LatinFinance. También hemos sido distinguidos en 2009, 2013 y 2015.

Distinción en la 13ª edición de “Distinciones RSC”, por el programa “Cuentas Sanas”, donde se reconoce los logros en Responsabilidad Social Comunicativa de empresas, ONGs y medios de comunicación de todo el país.

Premio a la “Trayectoria Empresaria” entregado por la Revista Fortuna al señor Jorge Horacio Brito por el Programa “Cuentas Sanas”.

APOYO A ENCUENTROS CON IMPACTO SOCIAL

Este año pusimos el foco en estar presentes en eventos y ferias con nuestro programa “Cuentas Sanas” para generar valor social en cada encuentro. Estuvimos en la 31° Edición de la Feria del Libro de Córdoba, el Día del Ahorro en Córdoba, la Feria Warmichela en Tigre, Provincia de Buenos Aires, el Día del niño en el Centro Comercial Abasto de la Ciudad de Buenos Aires y en la 16° edición de “Puro Diseño”.

En la feria “Puro Diseño” organizamos además dos talleres para orientar a los emprendedores y se establecieron los pasos necesarios para definir el precio óptimo para un producto o servicio. También presentamos la temática de “El competidor oculto” para identificar a la competencia, analizar puntos fuertes y aspectos de mejora frente a los competidores y detectar aspectos diferenciadores y propuesta de valor para cada producto.

Participamos en diferentes eventos solidarios y en más de 40 cenas a beneficio de Organizaciones Sociales, como Fundación Ineco, Fundación Zaldivar, Fundalam, Fundación Conciencia y Fundación Educando, entre otras.

NUESTRA INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA

Acompañamos el crecimiento social, cultural y económico de las comunidades en las que operamos, e impulsamos proyectos sustentables que fomentan la cultura del trabajo y que despiertan el espíritu de responsabilidad solidaria compartida. Enfocamos nuestro trabajo en tres grandes ejes: Inclusión y Educación Financiera, Apoyo a Emprendedores y Voluntariado Corporativo.

Anualmente medimos nuestro impacto a través de una herramienta basada en los lineamientos del modelo LBG (*London Benchmarking Group*). A través de sus resultados analizamos las acciones implementadas, nuestra gestión, el aporte concreto y la capacidad instalada de cada propuesta. A la hora de analizar proyectos, priorizamos los que involucran a las localidades en las que estamos presentes.

En 2016, para hacer más efectivo el relevamiento de la información, implementamos una encuesta digital que respondieron 57 organizaciones de todo el país con las cuales realizamos acciones con alto valor social.

INVERSIÓN SOCIAL EN NÚMEROS	2015	2016
INVERSIÓN EN SUSTENTABILIDAD (EN PESOS)	39.899.884	59.852.707
POR EJE DE TRABAJO SOCIAL		
PROGRAMA DE TRABAJO SUSTENTABLE	4.228.278	7.485.275
PROGRAMA DE INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA	2.694.587	5.211.007
NUTRICIÓN	1.372.160	1.313.272
EDUCACIÓN	5.609.154	5.998.763
INTEGRACIÓN	285.800	1.000.350
MEDICINA SOCIAL	240.683	799.395
VOLUNTARIADO	981.969	2.657.767
PROGRAMA ALUMBRA	13.114.535	29.943.457
MEDIO AMBIENTE	5.658.434	750.759
ASISTENCIA SOCIAL	5.714.284	4.172.495
ADMINISTRACIÓN FUNDACIÓN BANCO MACRO	N/D	520.167

BENEFICIARIOS 2016	BENEFICIARIOS DIRECTOS	BENEFICIARIOS INDIRECTOS
EDUCACIÓN FINANCIERA	25.683	103.225
TRABAJO SUSTENTABLE	5.921	8.003
INTEGRACIÓN	3.155	4.534
EDUCACIÓN	12.318	117.734
MEDICINA SOCIAL	15.334	29.024
NUTRICIÓN	1.020	575
APOYO INSTITUCIONAL	1.473	3.976
VOLUNTARIADO CORPORATIVO	12.445	49.780
TOTALES	77.349	316.851

Programa “ALUMBRA tus ganas de emprender”

A través de la Fundación Banco Macro gestionamos el programa de inclusión financiera ALUMBRA Microcréditos que otorga créditos con fines productivos a microempresarios no bancarizados.

Durante 2016, ALUMBRA Microcréditos extendió su alcance desde la Ciudad de Salta hacia nuevas localidades como San Salvador de Jujuy, Perico y Palpalá, previendo en el corto plazo llegar con los servicios y acompañamientos del Programa a nuevas plazas con las mismas necesidades.

Desde el inicio del Programa y luego para su seguimiento, fue necesaria una fuerte inversión en investigación y capacitación de personal especializado, y además la contratación de profesionales específicos adaptados a la realidad del sector, como complemento al Programa, que ofrecen asesoramiento de forma gratuita

para los microempresarios beneficiados. Este año acercamos el dispositivo M-POS (posnet móvil) al microempresario local que hasta ahora estaban reservados sólo para los sectores de la economía formal.

En el marco del programa, organizamos el Primer Simposio Internacional de Microfinanzas e Inclusión Financiera, que tuvo más de 150 asistentes. Además, realizamos el encuentro “ALUMBRA tus ganas de emprender – de Salta al mundo” con 48 horas de capacitación y 12 horas de mentorías personalizadas, donde se inscribieron más de 1.300 emprendedores. Los mejores 60 proyectos que superaron y destacaron en las etapas formativas, compitieron por apoyo financiero para iniciar o potenciar sus proyectos. De esta forma, otorgamos 3,1 millones de pesos en préstamos blandos para desarrollar 38 iniciativas seleccionadas.

1.500
préstamos otorgados

+750
clientes activos

\$49
millones invertidos

2.800
horas de capacitación
al personal

\$24
millones otorgados
en microcréditos

31
colaboradores
capacitados para la tarea

181

talleres dictados

187

docentes capacitados
en el taller de "Formación
para formadores"

6.904

beneficiarios directos

37.872

beneficiarios indirectos

48

ciudades

13

provincias

Educamos a los
más chicos y a los
adultos mayores
en productos,
servicios y
operaciones
financieras para
que adopten
buenos hábitos,
y puedan
desenvolverse
con comodidad
y seguridad.

Educación financiera

PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA - CUENTAS SANAS

El Programa de Economía Personal y Familiar "Cuentas Sanas" nació como un portal web (www.cuentassanas.com.ar), destinado a brindar herramientas y recursos de economía personal a todos los ciudadanos, con el objetivo de lograr mayores niveles de bienestar e inclusión financiera. Lanzado en 2015, fue el primer portal de educación financiera del país y al cierre del 2016 ya contaba con 8.000 usuarios registrados.

Con independencia de su edad, nivel formativo, estilo de vida, situación financiera o lugar de residencia, cualquier persona puede encontrar en este portal los recursos necesarios y las herramientas prácticas para superar los desafíos económicos cotidianos.

A su vez, durante 2016 lanzamos a nivel federal los talleres presenciales del programa Cuentas Sanas en alianza con sector público e instituciones académicas. Su objetivo es complementar el alcance de los medios virtuales con la proximidad de los espacios presenciales, segmentar al público objetivo, adaptar los contenidos y metodología a las necesidades de cada grupo y multiplicar el alcance y facilitar la federalización del programa.

Además realizamos talleres virtuales. Se capacitaron docentes en los talleres de "Formación de formadores", con un efecto multiplicador que amplía aún más el impacto.

Durante 2016 el Programa fue declarado de Interés Educativo por el Ministerio de Educación en las Provincias de Córdoba y Mendoza.

MINI SUCURSAL BANCARIA EDUCATIVA

Para los más chicos contamos con “Mini Sucursales Bancarias” distribuidas en todo el país. Con esta propuesta participamos en importantes eventos en lugares emblemáticos de cada provincia. Así, con iniciativas lúdicas e interactivas, chicos y grandes aprendieron jugando y mejoraron su comprensión de los productos financieros, reforzaron conceptos básicos de economía y finanzas, y fortalecieron hábitos y valores ligados al consumo responsable y sustentable.

PROGRAMA ANIMATE A APRENDER

Un equipo de educadores acompaña a los clientes que se acercan a las sucursales del Banco y esperan para ser atendidos en las cajas, con el objetivo de enseñar las operaciones más frecuentes que se realizan en el cajero automático y los beneficios de la utilización de Tarjeta de Débito, logrando mayor comodidad y seguridad en los destinatarios.

La capacitación se realiza mediante *tablets* que simulan la pantalla de los cajeros automáticos, además de entregar material educativo impreso para afianzar los conceptos aprendidos.

Los resultados fueron satisfactorios ya que, por el impacto de la acción aumentó notablemente el número de beneficiarios que utilizan los canales automáticos.

El Programa funcionó en las provincias de Tucumán, Mendoza y Catamarca y tuvo un alcance de 28 sucursales, en donde se capacitaron a más de 16.000 adultos mayores y clientes Plan Sueldo.

NOVEDADES EN OTROS PROGRAMAS

Además de los ejes de trabajo específico definidos por la Fundación Banco Macro, apoyamos a diferentes organizaciones locales que dan respuesta a temas relevantes para las comunidades. Entre ellos destacamos las acciones de nutrición con el acompañamiento de comedores y merenderos; medicina social apoyando a proyectos en hospitales públicos; integración a través de los deportes y talleres; la participación en el Programa “Humahuaca Escuelas en Red”, brindando el servicio de Internet satelital a 57 escuelas de la Quebrada de Humahuaca; y el trabajo en educación donde apadrinamos a jóvenes de nivel primario y secundario, otorgamos becas universitarias y capacitamos a adultos mayores con el “Aula Móvil” promoviendo la incorporación de nuevas tecnologías.

Banco Macro trabaja por el desarrollo integral y económico de las comunidades donde opera y apuesta a la incorporación de proveedores locales en su cadena de suministro.

\$4.158

millones a pago a proveedores

4.587

proveedores

91,3%

de proveedores locales

100%

de proveedores activos adheridos al Código de Conducta

13

visitas a proveedores estratégicos visitados con el Programa "Conozca a su proveedor".

Gestión con proveedores

FOMENTO DEL DESARROLLO LOCAL

Priorizamos a los proveedores locales en compras para reformas de sucursales o edificios o para realizar instalaciones nuevas. Además, cuando compramos artículos promocionales o para contratar trabajos de imprenta, nos inclinamos por PyMEs o por empresas unipersonales con trayectoria o con capacidad de cumplimiento probadas.

En 2016 bajo el proyecto Oficina Sustentable, logramos que el 100% de la documentación soporte del área de proveedores sea digital.

Además, este año compramos más de 3.600 botellas de Bodega Colomé de Salta que posee un tratamiento sustentable de sus viñedos, 15.000 bolsas biodegradables, y más de 10.000 de tela ecológica provenientes de fuentes renovables.

PROCESOS DE SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

Los procesos de selección y evaluación de proveedores tienen en cuenta los aspectos comerciales y tributarios, la localización geográfica, la calidad, los estándares de salud y seguridad y el precio. Este año avanzamos en la adhesión al Código de Conducta, logrando que la totalidad de los proveedores activos lo firmen. Esto nos permite dar a conocer a los proveedores los principios de actuación e incorporar al contrato de trabajo requisitos de derechos humanos, sociales, éticos y ambientales.

COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO CON PROVEEDORES

Trabajamos por mantener un diálogo cercano y fluido con nuestros proveedores, sobre todo para recibir sus consultas, opiniones y sugerencias. Para ello, utilizamos diversos canales de comunicación, como el correo electrónico, nuestra página web y el contacto telefónico o personal.





Capital Natural

Gestionamos nuestro negocio considerando su impacto ambiental directo e indirecto. Utilizamos de forma eficiente nuestro capital natural, protegemos los recursos naturales y apostamos por nuevas tecnologías amigables con el entorno natural que nos rodea.

Impacto ambiental directo: mejoramos la gestión de recursos

En Banco Macro somos conscientes del impacto directo que como entidad bancaria y financiera tenemos en las comunidades donde operamos. Por ello, nos ocupamos no solo del valor económico que generamos, sino también del valor social y ambiental.

Con el objetivo de ser el Banco más sustentable a nivel federal, durante 2016 continuamos eligiendo tecnología más eficiente en términos de consumo, lo que nos permitió reducir el gasto energético:

- Reemplazamos monitores LCD por LED, contribuyendo a la racionalización del uso de energía eléctrica.
- Compramos artículos ecológicos, como bolsas de plástico reciclado, biodegradables, ecológicas, entre otros.
- Utilizamos tarjetería de salutación y de invitación digital.

EL PRIMER SISTEMA DE ENERGÍA SOLAR DEL PAÍS

En 2016 instalamos el primer sistema de generación de energía solar fotovoltaica del país en nuestro Centro de Atención al Cliente del Fisherton Plaza Chic Mall, Rosario. Esto posibilitó el autoabastecimiento de energía durante los 365 días del año.

Este innovador sistema permite obtener electricidad a partir de la radiación solar, posee 1 KWp de potencia y disminuye las emisiones equivalentes a 0,75 toneladas de CO2 anuales. Además logra una larga vida útil y una considerable disminución del ruido.

Así renovamos nuestro compromiso con la Provincia de Santa Fe, con el objetivo de otorgar una mejor calidad de atención a sus clientes y contribuir al cuidado ambiental.

433.981

kWh de energía eléctrica
ahorrados en 2016

32%

de crecimiento anual
de las adhesiones al servicio
del e-resumen²

193,61

emisiones directas de CO2
(en tCO2e)³



2. Una adhesión puede corresponder a más de un producto.
3. Toneladas de CO2 emitidas.

1.780

equipos en desuso donados por el Banco (monitores, impresoras, periféricos, PC's, etc.)

150

computadoras recicladas adquiridas de Fundación Equidad

131

instituciones beneficiadas totales



PROGRAMA MACROBICI

Con el objetivo de fomentar el turismo sustentable y estimular la adopción de conductas saludables, fomentamos el uso de la bicicleta como medio de transporte entre los habitantes de la ciudad. Implementamos esta iniciativa junto con diferentes municipalidades, a través de la donación de bicicletas de diversos rodados y modelos, cascos, candados, cestas, estacionadores de bicicletas y guarderías.

Gestión de residuos

Gestionamos responsablemente PCs, monitores, impresoras, servidores, placas, discos, teclados, ATM, TAS y equipos telefónicos, los destinamos a circuitos de descarte ecológico. Además, donamos a diferentes instituciones el mobiliario que no utilizamos, el papel y el plástico para reciclado.

DESARROLLO DE INICIATIVAS SUSTENTABLES EN LA PROVINCIA DE SALTA

Durante 2016 firmamos un acuerdo con el Gobierno de la Provincia de Salta entregando insumos tecnológicos en desuso para su puesta en funcionamiento. En este marco, computadoras, monitores, impresoras y otros insumos serán acondicionados por la Escuela de la Administración Pública de la Provincia de Salta.

Llevamos adelante esta iniciativa entendiendo que el desarrollo tecnológico sirve para acortar la brecha digital, convertir la desigualdad en oportunidades y crear espacios eficientes de comunicación en las localidades donde está presente el Banco.

Reacondicionamiento de espacios públicos

Durante 2016 continuamos el proyecto de mejora en las condiciones y alternativas del espacio público para quienes se acercan a entornos naturales para esparcimiento. Para ello, reacondicionamos la Plaza 9 de Julio en Salta. Así colaboramos en embellecer los sitios en los que asentamos nuestras sucursales y fortalecemos la relación directa con la comunidad inmediata. Además, mejoramos un espacio muy utilizado por los salteños para aprovechar el aire libre y disfrutar de su ciudad.



Lineamientos utilizados

Con el fin de poder consolidar la información financiera y no financiera para generar un documento que se convierta en el informe de referencia de analistas e inversionistas, como así también de utilidad para la toma de decisiones de todos los grupos de interés del Banco, decidimos a partir de 2014 elaborar un Informe Anual que integre toda la información del Banco en una sola publicación.

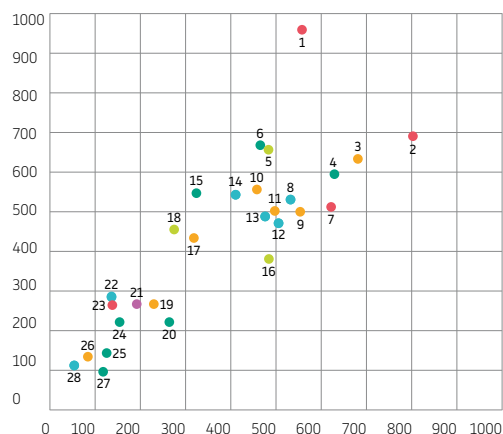
De esta forma, la Memoria sigue las directrices planteadas por Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC) en su documento "*The International <IR> Framework*". Además, fue elaborada en base a los lineamientos de la Guía G4 de GRI, incluyendo todos los aspectos de la Guía que son materiales al Banco. En la Memoria incluimos información adicional que no responde directamente a ningún indicador GRI pero que es relevante para los grupos de interés y para explicar el desempeño anual de la entidad.

Para la selección de los contenidos realizamos un Análisis de Materialidad, siguiendo la Guía G4 de GRI, el estándar AA1000SES de la organización inglesa *AccountAbility* y el Marco de Reportes Integrados. Para ello, identificamos 28 temas relevantes para la gestión de sustentabilidad del Banco y realizamos una encuesta online a 1.211 grupos de interés, incluyendo colaboradores de Banco Macro y Banco de Tucumán que participaron del Ciclo de Charlas Sustentables, Fundaciones aliadas y usuarios registrados en el portal de Educación Financiera Cuentas Sanas. Asimismo, realizamos una consulta interna a 1.067 colaboradores de todas las áreas del Banco.

Estos ejercicios dieron como resultado la Matriz de Materialidad que incluye los temas identificados por pilar de sustentabilidad, según la importancia para la gestión del Banco y en relación a la visión del Equipo de sustentabilidad y de los grupos de interés.

De esta forma, se identificaron, priorizaron y validaron los temas clave de sustentabilidad y aquellos que generan valor para el negocio, las inversiones y todos nuestros grupos de interés. En base a este ejercicio, definimos los contenidos presentados en este Informe.

MATRIZ DE MATERIALIDAD



- CAPITAL FINANCIERO
- CAPITAL INTELLECTUAL
- CAPITAL NATURAL
- CAPITAL INDUSTRIAL
- CAPITAL HUMANO
- CAPITAL SOCIAL Y REPUTACIONAL

Listado de temas materiales seleccionados y priorizados

1. Generación de empleo local.
2. Formación y desarrollo profesional de colaboradores.
3. Productos y Servicios adaptados a cada perfil de clientes.
4. Canales de atención y reclamos eficientes.
5. Microcréditos con fines productivos para emprendimientos no bancarizados.
6. Programa de educación financiera para familias, jóvenes y niños.
7. Programa integral de beneficios para empleados y familias.
8. Uso racional del papel y proceso de reciclado.
9. Productos y servicios a la medida de las PyMEs.
10. Contratos claros y simplificados.
11. Acceso al sistema bancario en zonas poco pobladas o con bajo porcentaje de bancarización.
12. Concientización ambiental a colaboradores y clientes.
13. Uso responsable de la energía.
14. Gestión de residuos tecnológicos, plásticos y papeles.
15. Seguridad y privacidad de los clientes en el manejo de datos.
16. Acompañamiento a proveedores locales y PyMEs.
17. Planes de formación y asesoramiento para PyMEs.
18. Financiamiento de emprendimientos con fines ambientales y sociales.
19. Productos y Servicios para jóvenes.
20. Medición del nivel de satisfacción de clientes.
21. Prevención de delitos financieros y lucha contra la corrupción y el terrorismo.
22. Consumo responsable del agua.
23. Programa de Voluntariado corporativo para colaboradores y familia.
24. Programa de educación financiera para adultos mayores.
25. Línea de transparencia y mecanismos de reclamos ante temas éticos y de conflicto de intereses.
26. Productos y Servicios para adultos mayores.
27. Gestión de riesgos y cumplimiento de leyes, regulaciones y políticas internas aplicables al Banco.
28. Medición de la Huella de carbono y reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.

Banco Macro en números

	2015	2016
DESEMPEÑO ECONÓMICO		
INDICADORES FINANCIEROS (MILLONES DE PESOS)		
PATRIMONIO NETO AL CIERRE DEL EJERCICIO	15.878	22.106
ROA-RETORNO SOBRE EL ACTIVO PROMEDIO	5,8%	5,2%
ROE-RETORNO SOBRE EL CAPITAL PROMEDIO	37,2%	34,1%
APALANCAMIENTO - PASIVO / PATRIMONIO NETO (VECES)	5,6	6,0
RESULTADO NETO ANTES DE IMPUESTO A LAS GANANCIAS	7.496	10.018
IMPUESTO A LAS GANANCIAS	2.486	3.477
RESULTADO DEL EJERCICIO	5.010	6.541
CARTERA		
TOTAL DEPÓSITOS	76.522	111.940
TOTAL PRÉSTAMOS DEL SECTOR PRIVADO	62.853	86.540
TOTAL DE FINANCIACIONES AL SECTOR PRIVADO	63.292	86.914
REPRESENTACIÓN GEOGRÁFICA		
CANTIDAD DE JURISDICCIONES	22	22
CANTIDAD TOTAL DE SUCURSALES	439	444
PARTICIPACIÓN DENTRO DEL SECTOR FINANCIERO	10%	11%
CANTIDAD DE LOCALIDADES DONDE EL BANCO TIENE PRESENCIA ÚNICA (INCLUYE SUC. Y CAJEROS AUTOM.)	183	183
CANTIDAD TOTAL DE CAJEROS AUTOMÁTICOS	1.340	1.400
CANTIDAD TOTAL DE TERMINALES DE AUTOSERVICIO	893	920
DESEMPEÑO SOCIAL		
CLIENTES INDIVIDUOS		
NÚMERO DE CLIENTES INDIVIDUOS	3.027.264	3.212.127
CANTIDAD DE JUBILADOS ATENDIDOS	501.026	520.840
CANTIDAD DE TARJETAS DE CRÉDITO	2.368.419	2.562.179
MONTO TOTAL DE PRÉSTAMOS PERSONALES (MILLONES DE PESOS)	23.661	30.257
MONTO TOTAL DE PRÉSTAMOS HIPOTECARIOS (MILLONES DE PESOS)	263	316
CANTIDAD DE USUARIOS DE CANALES AUTOMÁTICOS	453.660	551.064
CANTIDAD DE LLAMADAS AL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA	2.548.447	2.227.906
MONTO DE USUARIOS POR CANALES AUTOMÁTICOS	515.898	620.450
CANTIDAD DE CAJEROS AUTOMÁTICOS PARA NO VIDENTES SOBRE EL TOTAL DE CAJEROS DEL BANCO	508	633
CANTIDAD DE SUCURSALES CON RAMPAS Y BAÑOS ESPECIALES SOBRE TOTAL DE SUCURSALES	133	167
CLIENTES EMPRESAS		
NÚMERO DE CLIENTES EMPRESAS	72.373	84.851
CANTIDAD DE PAQUETES PARA PYMES	55.357	61.467
% DE CLIENTES PYMES RESPECTO DEL TOTAL DE CLIENTES EMPRESAS	24%	21%
% DE CLIENTES MICROEMPRESARIOS RESPECTO DEL TOTAL DE CLIENTES EMPRESAS	7%	5%

	2015	2016
MONTO DE MICROCRÉDITOS OTORGADOS (ALUMBRA)	415	1.503
MONTO DE LAS OPERACIONES BAJO E-COMEX DIGITAL	33.492	87.508
PROVEEDORES		
CANTIDAD DE PROVEEDORES	4.695	4.587
% DE PROVEEDORES DE ORIGEN LOCAL	91,3%	91,3%
CANTIDAD DE VISITAS A PROVEEDORES ESTRATÉGICOS	20	13
% DE PROVEEDORES ACTIVOS SE ENCUENTRAN ADHERIDOS AL CÓDIGO DE CONDUCTA	55%	100%
EMPLEADOS		
CANTIDAD DE COLABORADORES	8.673	8.563
COLABORADORES MUJERES	3.276	3.294
EDAD PROMEDIO	43,63	43,71
ANTIGÜEDAD PROMEDIO	16,05	16,01
TASA DE ROTACIÓN	8%	11%
% DE POSICIONES CUBIERTAS POR COLABORADORES	16%	11%
% DE COLABORADORES CAPACITADOS	98%	99%
TASA DE AUSENTISMO	5,23%	5,02%
ÍNDICES DE REINCORPORACIÓN AL TRABAJO Y DE RETENCIÓN DE LOS COLABORADORES QUE EJERCIERON LA BAJA POR MATERNIDAD O PATERNIDAD	99,73%	100%
COMUNIDAD		
INVERSIÓN SOCIAL (EN PESOS)	39.899.884	59.852.707
INVERSIÓN SOCIAL - CANTIDAD DE BENEFICIARIOS DIRECTOS	74.522	77.349
INVERSIÓN SOCIAL - CANTIDAD DE ORGANIZACIONES ALIADAS	80	230
CANTIDAD DE PARTICIPACIONES EN PROGRAMA DE VOLUNTARIADO	5.983	6.098
CANTIDAD DE HORAS DESTINADAS A JORNADAS DE VOLUNTARIADO	229	220
INVERSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE TODO EL PAÍS	\$ 68.520.460	\$ 107.920.299
DESEMPEÑO AMBIENTAL		
CLIENTES ADHERIDOS AL SERVICIO E-RESUMEN	535.925	706.423
CONSUMO DE RESMAS	176.632	168.208
CANTIDAD DE IMPRESIONES	112.420.000	106.782.000
PAPEL RECICLADO (KG)	50.037	76.427
PLÁSTICO RECICLADO (KG)	2,958	3,081
CANTIDAD DE MOBILIARIO DONADO (UNIDADES)	824	44.188
EQUIPAMIENTO PARA DONACIÓN O SCRAP (MONITORES, PC'S, IMPRESORAS, PERIFÉRICOS, ETC.)	3.000	1.780
EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO DONADO	157	150
CONSUMO DE ENERGÍA (KWH)	12.692.451	12.258.470
EMISIONES DE CO2 (TCO2E)	8.250	7.968

EN CONTACTO

Esperamos que esta publicación sea de su interés.
Por cualquier consulta o sugerencia,
puede comunicarse con nuestra área
de Sustentabilidad Corporativa.

COORDINACIÓN GENERAL

Milagro Medrano

Gerencia de Relaciones Institucionales
y Atención al Cliente Banco Macro

Sarmiento 731

C1041AA0 Ciudad Autónoma de Buenos Aires

sustentabilidad@macro.com.ar

T (011) 5222-6500



WWW.MACRO.COM.AR

