

# Un banco que siempre está.

Macro

**Memoria Anual.**
Reporte Integrado 2025



Banco Macro tiene un propósito claro: **que la Argentina piense en grande, que piense en Macro.**

Este propósito se expresa en una actitud orientada a impulsar el progreso de personas, familias, empresas y emprendedores.

Con una mirada puesta en el futuro, el Banco mantiene estándares de gestión y servicio basados en la excelencia y la innovación, para favorecer el desarrollo económico y social, y promover una Argentina con más inclusión financiera y más oportunidades sostenibles.

# Índice


| | |
|---|---|
| Carta del Presidente | 5 |
| Política de distribución de dividendos y constitución de reservas | 121 |
| Agradecimientos | 122 |
| **Anexo I** Reporte de Gobierno Societario 2025 | 124 |
| **Anexo II** Reporte Complementario | 141 |
| **Anexo III** Estados Financieros | 214 |
| **Anexo IV** Lineamientos internacionales | 215 |





**El Banco**
07





**Gobierno Corporativo**
27





**Capital Financiero**
46





**Capital Industrial e Intelectual**
52





**Capital Humano**
75





**Capital Social**
93





**Capital Natural**
108

# Sobre esta Memoria

Banco Macro S.A. (en adelante, "Banco Macro", la "Entidad" o el "Banco") presenta su Memoria Anual – Reporte Integrado 2025 (en adelante, la "Memoria" o el "Reporte integrado"), mediante la cual comunica a sus grupos de interés –accionistas, inversores, clientes, proveedores, colegas, organizaciones aliadas, sector público, medios de comunicación y comunidades locales– los principales objetivos, acciones y resultados del año, así como las perspectivas de negocio para 2026, con foco en la creación de valor económico, social y ambiental para la Argentina.

Para su elaboración, la Entidad utilizó como referencia los estándares, lineamientos y normativa internacional más significativos para este tipo de publicación: Marco Internacional <IR> de *IFRS Foundation,* Estándares de *Global Reporting Initiative* (GRI), los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) relevantes para la gestión de la Entidad y Normas Internacionales de Información Financiera del IASB (Normas de Contabilidad NIIF) para la confección de la información financiera. Como novedad este año, el Banco sumó en esta Memoria la rendición de cuentas de los estándares *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB), siguiendo la demanda de los mercados de capitales e inversores internacionales.

Adicionalmente fueron considerados los estándares de las Normas Internacionales de Sustentabilidad y Clima (NIIF S1 "Requerimientos generales para la información financiera a revelar relacionada con la sostenibilidad" y NIIF S2 "Información a revelar relacionada con el clima"), con el objetivo de alinearse a futuros requerimientos en la materia y estar a la vanguardia en relación a los lineamientos de rendición de cuentas utilizados.

El documento presenta una estructura principal con los contenidos más relevantes e información complementaria para que los lectores interesados puedan profundizar en los detalles de la gestión desarrollada por la Entidad. El fin es brindar al lector un conocimiento profundo sobre el desempeño del Banco, destacando los aspectos que generan un mayor impacto en el negocio, y a su vez en el desarrollo sostenible. Además, se tomó como referencia principal para su estructura el marco de referencia del IFRS Foundation bajo la lógica de los seis capitales: Financiero, Industrial, Intelectual, Humano, Social y Natural, presentando de forma agregada el Intelectual e Industrial.

A través de esta Memoria, el Banco comunica el cumplimiento de su propósito "Que la Argentina piense en grande, piense en Macro", y su compromiso con el crecimiento del país y la sustentabilidad corporativa.

Por último, esta publicación se complementa con otros informes, como el formulario 20-F que se presenta a la Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos (SEC, por su nombre en inglés *"U.S. Securities and Exchange Commission")* y los Estados Financieros Anuales.

Para ampliar los temas presentados y conocer las políticas y documentos del Banco que se mencionan en este documento, seguir los links y visitar el sitio web corporativo de Banco Macro.

# Carta del Presidente

Señores accionistas:

Les presentamos, con mucho orgullo, la Memoria Anual y el Reporte Integrado 2025 de Banco Macro S.A. Este documento refleja cómo transformamos nuestro propósito —que la Argentina piense en grande, que piense en Macro— en valor concreto para nuestros clientes, colegas, accionistas y las comunidades donde estamos presentes.

El año 2025 estuvo marcado por la continuidad del proceso de recomposición macroeconómica iniciado en 2024. A nivel internacional, la economía mundial mostró un crecimiento moderado y una inflación en descenso, aunque con episodios de volatilidad financiera y tensiones geopolíticas. En la Argentina, el programa de estabilización avanzó con un esquema orientado al equilibrio fiscal, la reducción gradual de la inflación y la normalización del frente externo. El acuerdo con los organismos internacionales, los cambios regulatorios y la paulatina recomposición de reservas ayudaron a morigerar la volatilidad cambiaria, mientras la actividad económica comenzó a mostrar señales de recuperación en la segunda parte del año.

El sistema financiero operó con adecuados niveles de liquidez y solvencia, pero enfrentó desafíos propios de un proceso de desinflación y de un nivel aún bajo de intermediación. La mayor competencia de actores digitales, el crecimiento de los medios de pago electrónicos y la demanda de soluciones simples y seguras siguieron transformando el negocio bancario.

En este contexto, consolidamos nuestra posición como el banco privado de capitales argentinos con mayor presencia territorial, con más de 400 sucursales en todo el país y una cartera superior a los 6 millones de clientes entre personas, empresas y organizaciones. El año 2025 fue el primero de operación plenamente integrada luego de la fusión con BMA, lo que nos permitió capitalizar sinergias comerciales y operativas, integrar plataformas y procesos y reforzar nuestra escala en segmentos clave de individuos, negocios, PyMEs y empresas.

En línea con este crecimiento, durante 2025 continuamos fortaleciendo nuestro desempeño comercial y nuestra participación en el sistema financiero argentino. Otorgamos más de un millón y medio de préstamos personales, alcanzando un market share de 8,4 % del mercado de préstamos del sector privado, mientras que en depósitos logramos una participación de alrededor del 6,8 %, reflejo de la confianza sostenida de nuestros clientes. Administramos más de 1,6 millones de cuentas activas de tarjeta de crédito y casi 2,8 millones de cuentas activas de tarjeta de débito, con una presencia destacada en el sistema financiero. Además, cerramos el año con cerca de 900 mil cuentas corrientes y más de 8,8 millones de cajas de ahorro, consolidando nuestra escala operativa y transaccional. En términos de fondeo, los depósitos totales promedio superaron los $ 13.000 millones, y los saldos de cierre se ubicaron por encima de ese nivel, evidenciando la solidez de nuestra base de recursos.

Desde el punto de vista económico-financiero, con una gestión prudente del riesgo de crédito, una estructura de fondeo diversificada y niveles de capital regulatorio adecuados, el ejercicio cerró con un resultado neto de $ 303.043 millones (incluyendo Otros Resultados Integrales), equivalente a un retorno sobre el capital promedio (ROE) de 5,1 % y un retorno sobre los activos promedio (ROA) de 1,4 %, con un coeficiente de eficiencia de 39 %. Estos indicadores muestran nuestra capacidad para generar resultados sostenibles, preservar la solvencia y acompañar la recuperación de la demanda de crédito, aun en un entorno desafiante.

Durante 2025 definimos también nuestra Estrategia de negocios 2030. Partimos de la convicción de que estamos en una posición privilegiada para capturar oportunidades de crecimiento rentable y sostenible en un entorno de mayor competencia y exigencia de eficiencia. Sobre esa base trazamos una hoja de ruta clara y accionable hacia 2030, que combina una visión de liderazgo en experiencia del cliente con un modelo operativo más simple, eficiente y escalable. Esta estrategia se apoya en pilares que integran lo mejor de la tecnología con la atención humana y personalizada, y se articula con nuestra Estrategia de Sustentabilidad Corporativa y el modelo de creación de valor de la Entidad.

En materia de negocio, profundizamos nuestro modelo centrado en el cliente, combinando lo digital con lo humano y apoyándonos en los pilares de simplicidad, principalidad y desarrollo. Seguimos transformando nuestra propuesta de valor para que las personas y las empresas puedan operar de manera simple, intuitiva y segura; ser reconocidas por su trayectoria y lealtad; y acceder a soluciones financieras que acompañen el crecimiento de su patrimonio, sus proyectos y sus negocios.

La transformación digital se consolidó como un cambio cultural en la forma de gestionar el negocio, más que como un objetivo tecnológico en sí mismo. A lo largo de 2025 ampliamos la digitalización de procesos y servicios,

incorporamos nuevas capacidades en datos e inteligencia artificial y fortalecimos nuestro ecosistema de canales remotos, manteniendo al mismo tiempo una red física cercana a las comunidades. Este enfoque "digital + humano" busca integrar lo mejor de ambos mundos: experiencias ágiles y disponibles las 24 horas, respaldadas por equipos especializados presentes en todo el país.

En este marco, el modelo organizacional "Agilidad en Grande" se afianzó como un eje central de nuestra cultura interna. Profundizamos en la adopción de prácticas ágiles en equipos multidisciplinarios, enfocados en generar valor de punta a punta para el cliente, con ciclos cortos de entrega, transparencia en la información y capacidad de adaptación. A través de la Academia de Agilidad y de programas de formación específicos seguimos desarrollando habilidades en liderazgo, gestión del cambio y trabajo colaborativo, apoyándonos en habilitadores clave: tecnología, datos e inteligencia artificial, talento emprendedor, eficiencia operativa y una gestión del riesgo sólida.

El año 2025 fue también especialmente relevante en materia de sustentabilidad. Actualizamos nuestra Política de Sustentabilidad y definimos la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa ASG, alineada con nuestro propósito y con una visión integral de creación de valor económico, social y ambiental. Este proceso incluyó la revisión de los temas materiales bajo el enfoque de doble materialidad, el análisis sistemático de impactos, riesgos y oportunidades y la participación de más de 85 líderes de áreas clave en la definición de objetivos e indicadores. Sobre esta base avanzamos en el diseño del Plan de Acción ASG 2026-2030, integrado a nuestro modelo de creación de valor y alineado con estándares internacionales de reporte, los principios del Pacto Global de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
En cuanto a capital humano, continuamos promoviendo una cultura basada en el ADN Macro —Agilidad, Protagonismo, Cercanía y Orgullo— y en la construcción de un entorno de trabajo en evolución constante. Al cierre del ejercicio contamos con más de 8.000 personas que, en todo el país, dan sentido a este ADN. Desarrollamos iniciativas de formación, movilidad interna, liderazgo y feedback continuo; fortalecimos nuestra propuesta de valor como empleador; y consolidamos programas destinados al bienestar integral, la salud y la seguridad de nuestros colaboradores, con alcance federal. La diversidad, la equidad y la inclusión se mantuvieron como ejes transversales de la gestión de personas, junto con acciones de voluntariado corporativo y una fuerte presencia de Fundación Macro en educación financiera, apoyo a emprendedores, inclusión social y desarrollo comunitario.

En relación al impacto en las comunidades, además, reforzamos nuestro compromiso con la inversión social privada como herramienta para crear oportunidades y reducir brechas. En 2025 destinamos más de $ 2.100 millones a programas sociales, culturales y educativos, alcanzando de manera directa e indirecta a cerca de 750.000 personas.

En materia ambiental, profundizamos en la gestión de nuestra huella de carbono, la eficiencia en el uso de recursos y la gestión responsable de residuos. Sostenemos contratos de provisión de energía renovable para Torre Macro, donde el 76 % de la energía eléctrica proviene de fuentes alternativas, y continuamos incrementando la participación de energías renovables en edificios centrales. Avanzamos, además, en el uso de insumos más sustentables, como la incorporación de más de 1,7 millones de tarjetas de débito fabricadas con PVC reciclado y la implementación de programas de gestión eficiente de recursos y residuos en sucursales y oficinas.

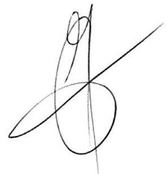
Además, otro hito destacado para el Banco que muestra nuestro compromiso con el cambio climático fue el lanzamiento del Manual SARAS, que formaliza y guía el análisis de riesgos sociales y ambientales que realizamos a proyectos de inversión en los procesos de otorgamiento de créditos.

La gobernanza siguió siendo un pilar distintivo para nosotros. El Directorio y la Alta Gerencia trabajaron con foco en la ética, la transparencia, la gestión integral de riesgos y el cumplimiento normativo, incorporando con mayor profundidad las consideraciones ASG en la toma de decisiones estratégicas. El nombramiento del nuevo Gerente General marcó el inicio de una nueva etapa de conducción estratégica.

Nada de lo logrado en 2025 hubiera sido posible sin el esfuerzo, el profesionalismo y el compromiso de las personas que integran Banco Macro en todo el país, quienes día a día sostienen la relación de confianza con nuestros clientes y comunidades. A ellas, al Directorio, a la Alta Gerencia, a los accionistas, a los organismos de supervisión y regulación y a las organizaciones aliadas, expresamos nuestro reconocimiento y agradecimiento.

Finalmente, queremos agradecer especialmente a los millones de clientes que nos eligen para administrar sus ahorros, financiar sus proyectos y concretar sus sueños. Renovamos nuestro compromiso de seguir acompañando el progreso de las personas, las empresas y las comunidades de la Argentina, con una gestión prudente, innovadora y responsable, fiel a nuestro propósito de ser el banco líder de una Argentina que piensa en grande.

Atentamente,



**Jorge Brito**
Presidente
Banco Macro S.A.

# El Banco

ODS 16, 17

**Temas materiales relacionados:**

- Ética y transparencia.
- Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo.
- Desempeño económico positivo.
- Gobernanza en gestión de sustentabilidad.

Banco Macro está en permanente evolución y desde hace 47 años acompaña a los argentinos para que piensen en grande. Con 8.246 colegas y la mayor presencia territorial del país, llega a localidades donde ningún otro banco está presente, fortalece vínculos con clientes y comunidades, impulsa el crecimiento productivo y promueve la inclusión financiera para todos.

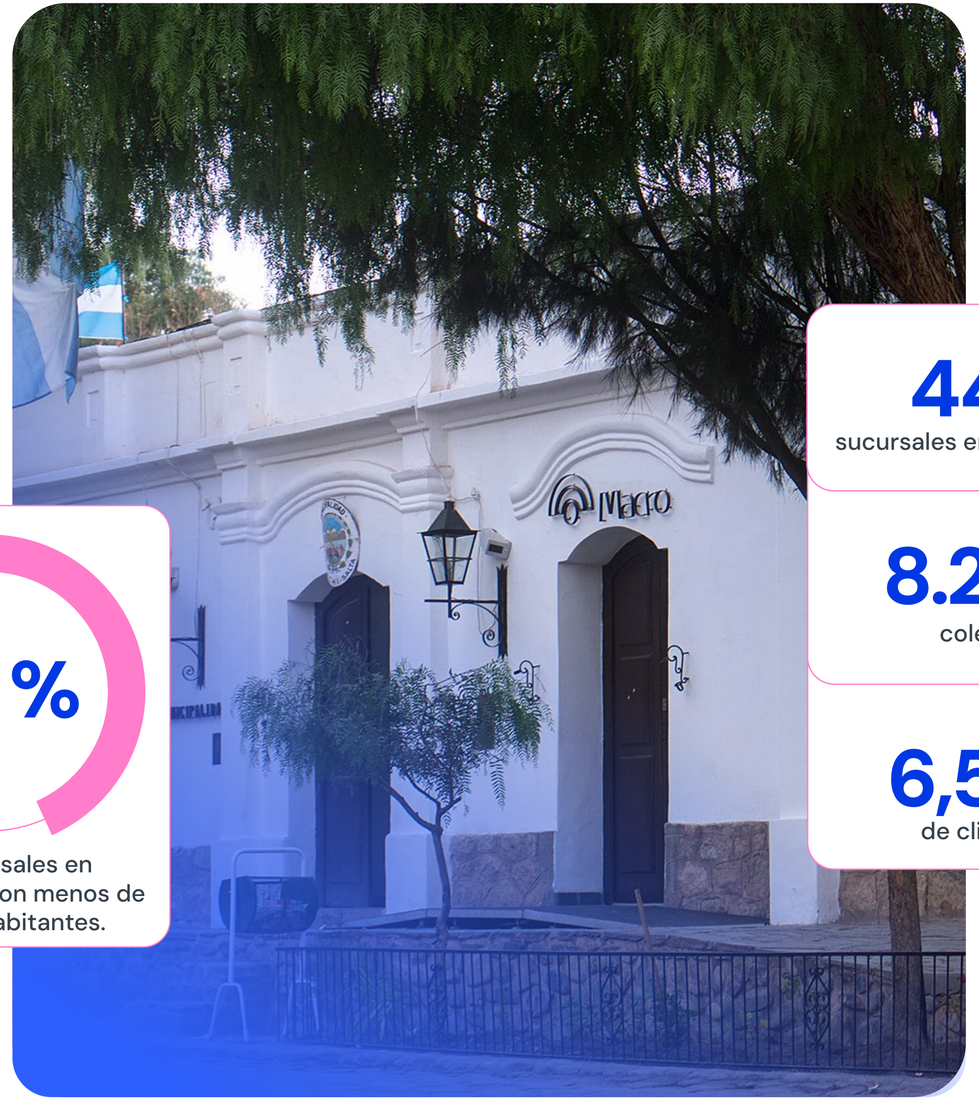


# Introducción a Banco Macro

Banco Macro es la entidad privada con mayor presencia territorial de la Argentina y cuenta con la red de sucursales más amplia del país. Dispone de 487* puntos de atención bancaria en 23 jurisdicciones, un equipo de más de 8.000 colegas y brinda servicios financieros a más de 6 millones de clientes. Cerca del 40 % de sus sucursales se encuentra en localidades de menos de 30.000 habitantes, lo que le permite llegar donde otros bancos no están presentes, fortalecer vínculos con las comunidades y acompañar el desarrollo productivo en todo el país.

Con una trayectoria sostenida de crecimiento y expansión, Banco Macro se consolida como un banco líder del sistema financiero argentino. Sustentado en el propósito "Que la Argentina piense en grande, piense en Macro" y guiado por los principios de Agilidad, Protagonismo, Cercanía y Orgullo, el Banco fortalece su ADN Macro para impulsar el progreso de personas, familias, empresas y emprendedores.

* Incluye 444 sucursales y anexos que suman 43 dependencias para servicios en empresas clientes y puestos de promoción permanente con personal y/o automatizadas.




**444**
sucursales en todo el país.

**8.246**
colegas.

**6,5 M**
de clientes.

**40 %**
de sucursales en localidades con menos de 30.000 habitantes.

**Los principales proyectos e iniciativas de 2025 fueron:**

Consolidación de la fusión con BMA, avanzando en la integración operativa, comercial y cultural del Banco.

**Revisión integral de la estrategia de negocio, alineando la propuesta de valor a las necesidades de los distintos segmentos y a un crecimiento sostenible.**

Profundización del programa Agilidad en Grande, extendiendo prácticas ágiles a más equipos y proyectos estratégicos.

Adecuación de la estructura de gobernanza, con cambios en el rol de CEO y en el Alta Gerencia, fortaleciendo la conducción estratégica de la Entidad.

Actualización de la Estrategia de Sustentabilidad, integrando criterios ASG a la gestión del riesgo, al negocio y a la relación con los grupos de interés.

Avances en Transformación Digital, con una hoja de ruta unificada para canales, procesos y sistemas críticos del Banco.

Impulso a la Cultura de Datos e IA, desarrollando capacidades analíticas y modelos de inteligencia artificial para soportar la toma de decisiones.

Fortalecimiento de la Experiencia del Cliente, con mejoras en el modelo de atención en sucursales y la implementación de herramientas como Salesforce.

Lanzamiento y evolución de nuevas aplicaciones: App Macro, App Macro Securities y nuevas funcionalidades de BancoChat, ampliando la propuesta digital para personas y empresas.

Desarrollo de Macro Soluciones *(Cash Management)*, optimizando la gestión de cobros, pagos y liquidez para clientes corporativos y PyMEs.

**Lanzamiento del Manual SARAS de gestión de riesgos ambientales y sociales en líneas de financiamiento.**



Celebración de los 10 años del Programa Cuentas Sanas, ampliando el alcance de la educación financiera en todo el país.

Trabajo en la elaboración del Manifiesto DEI y nuevos programas de inclusión, junto con el patrocinio de iniciativas de deporte inclusivo.

Certificación del SGA bajo la norma ISO 14001:2015 en Salta, reforzando el compromiso con la gestión ambiental.

**Gestión de la huella de carbono del Banco, uso de energías renovables y mejoras de infraestructura.**

## Valores de Macro



**Agilidad:** Construimos dinámica de equipo eficiente.



**Protagonismo:** Somos protagonistas en búsqueda de la excelencia.



**Cercanía:** Hacemos equipo con el cliente y nuestras comunidades.



**Orgullo:** Vivimos el momento de ser parte de algo que nos trasciende.

## Premios y reconocimientos 2025

Durante 2025 la gestión de sustentabilidad de Banco Macro fue evaluada por *Sustainable 1* de S&P Global. En particular, se destaca la participación de la Entidad en el *Corporate Sustainability Assessment* (CSA).

DEI Awards 2025 – en reconocimiento a las iniciativas y avances en materia de Diversidad, Equidad e Inclusión.

# Estrategia de negocio

El Banco se encuentra en una posición privilegiada para capturar las oportunidades que surgen del nuevo escenario macroeconómico y financiero de la Argentina, caracterizado por la consolidación macroeconómica con crecimiento, la apertura del mercado, la desregulación y la transformación estructural del sistema financiero, en un entorno de mayor competencia y exigencia de eficiencia.

En este contexto, definió una hoja de ruta clara, creíble y accionable, a través de su Estrategia 2030, cuyo objetivo es consolidarse como el banco líder para una Argentina grande, reconocido por su excelencia en servicio, cercanía con los clientes y propuesta de valor diferencial orientada a maximizar la creación de valor sostenible para accionistas, inversores y todos sus grupos de interés, combinando lo mejor de la tecnología con la atención humana y personalizada.

La Estrategia 2030 se articula sobre cuatro pilares fundamentales, gestionados por habilitadores críticos, que permitirán seguir creciendo en market share mediante la mejora del NPS, la principalidad y el share of wallet. A su vez, el avance en eficiencia acompañará la captura del crecimiento del sistema financiero local y la generación de valor en forma sostenida.

El Banco cuenta con fortalezas financieras y de posicionamiento fundamentadas en una sólida posición financiera con uno de los niveles de solvencia más elevados del sistema, con una integración de capital que excede ampliamente la exigencia regulatoria y económica y riesgo controlado.



Con la red de sucursales y cajeros más extensa entre los bancos privados de la Argentina, y una fuerte presencia federal, el Banco es referente en experiencia, capilaridad geográfica y vínculo cercano con los clientes.

## Transformación Operativa y Generación de Valor

El Banco se encuentra ejecutando una profunda transformación de su modelo operativo y comercial, que incluye:

- modernización de su arquitectura tecnológica y sus plataformas digitales,
- rediseño integral del *onboarding* de clientes individuos y empresas,
- desarrollo de una nueva propuesta de valor para PyMEs y empresas a través de plataformas digitales integrales,
- fortalecimiento de sus capacidades de *advisory* y *wealth management*,
- despliegue de una nueva "máquina de principalidad" basada en programas de lealtad, *pricing* segmentado y gestión comercial avanzada.

Esta transformación permite mejorar significativamente la productividad comercial, la eficiencia operativa, la retención de clientes y la rentabilidad estructural del negocio.

## ¿Cómo lo vamos a llevar a cabo?

La ejecución de la Estrategia 2030 se apoya en una cultura organizacional sólida, basada en valores, meritocracia, *accountability*, orientación al cliente y espíritu emprendedor. El Banco ha consolidado un modelo de liderazgo que promueve la innovación, la colaboración y la excelencia en la ejecución, constituyendo una ventaja competitiva difícilmente replicable en el sistema financiero argentino.

Para llevar la estrategia a resultados, el Banco combina fortaleza financiera, liderazgo comercial, escala federal, capacidad de transformación y una ejecución disciplinada, con foco en convertir mejoras en experiencia y relación con el cliente en crecimiento rentable.

Esto se complementa con una mayor eficiencia operativa y una gestión prudente del riesgo, de modo de capturar de manera rentable la expansión del sistema financiero argentino y sostener la creación de valor en el largo plazo.

# Banco Macro y sus subsidiarias

Banco Macro S.A. es la sociedad controlante de las siguientes sociedades subsidiarias.

- **Macro Securities S.A.U** – 100 %
- **Macro Fiducia S.A.U** – 100 %
- **Macro Fondos S.G.F.C.I.S.A** – 100 %
- **Macro Bank Limited** – 100 %
- **Argenpay S.A.U** – 100 %
- **Fintech S.G.R** – 24,99 %
- **Alianza S.G.R** – 24,99 %
- **Macro Agro S.A.U** – 100 %

Los porcentajes representan la proporción de su participación en el total del Capital Social, participación directa e indirecta.

Estructura accionaria

## Porcentaje sobre capital social

| Apellido y nombre / Razón social | Unidad | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|
| ANSES F.G.S. Ley Nº 26.425 | Porcentaje sobre capital social | 28,80 % | 29,76 % |
| Accionistas agrupados (Bolsas del país) | Porcentaje sobre capital social | 11,81 % | 11,21 % |
| Accionistas agrupados (Bolsas del exterior) | Porcentaje sobre capital social | 22,84 % | 22,48 % |
| Delfín Jorge Ezequiel Carballo | Porcentaje sobre capital social | 19,27 % | 19,27 % |
| Banco de Servicios y Transacciones S.A. en su carácter de fiduciario del Fideicomiso de Garantía JHB BMA | Porcentaje sobre capital social | 17,28 % | 17,28 % |

## Porcentaje sobre los votos

| Apellido y nombre / Razón social | Unidad | 2024 | 2025 |
|---|---|---|---|
| ANSES F.G.S. Ley Nº 26.425 | Porcentaje sobre los votos | 26,91 % | 27,81 % |
| Accionistas agrupados (Bolsas del país) | Porcentaje sobre los votos | 11,23 % | 10,67 % |
| Accionistas agrupados (Bolsas del exterior) | Porcentaje sobre los votos | 21,34 % | 21,00 % |
| Delfín Jorge Ezequiel Carballo | Porcentaje sobre los votos | 20,87 % | 20,87 % |
| Banco de Servicios y Transacciones S.A. en su carácter de fiduciario del Fideicomiso de Garantía JHB BMA | Porcentaje sobre los votos | 19,65 % | 19,65 % |

# Enfoque ASG en la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa

En 2025 el Banco actualizó su Política de Sustentabilidad y Estrategia de Sustentabilidad Corporativa.

**+85**

líderes participaron del proceso de definición de la Estrategia Sustentabilidad Corporativa y su Plan de Acción ASG 2026-2030.

En 2025, Banco Macro avanzó en la revisión y actualización de su enfoque de sustentabilidad, vigente desde 2017, con el objetivo de reforzar su compromiso ambiental, social y de gobernanza (ASG) y reflejarlo de manera más clara y consistente en la Memoria Anual – Reporte Integrado, como canal de rendición de cuentas ante todos sus grupos de interés.

Este proceso tuvo como objetivo orientar la gestión de la Entidad hacia una visión integral que articule la eficiencia y los resultados del negocio con el impacto social, la inclusión financiera, el cuidado del ambiente y la responsabilidad de operar con altos estándares de ética, transparencia y seguridad. Al mismo tiempo, el Banco buscó reforzar el cumplimiento de normativas y marcos internacionales, responder a las demandas crecientes del mercado en materia de información no financiera, y mantenerse a la vanguardia entre los bancos argentinos en gestión de la sustentabilidad.

Sobre la base de su propósito "Pensar en grande es pensar en Macro" y de una visión integral del negocio alineada al desarrollo sostenible, el Banco actualizó su Política de Sustentabilidad y definió la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa ASG. Para ello, llevó adelante un proceso por etapas, acompañado por expertos externos y por un equipo interdisciplinario de más de 85 líderes de distintas áreas, quienes trabajaron en la definición de los lineamientos y en su incorporación efectiva a la gestión cotidiana y a sus responsabilidades específicas.

Como resultado, la Entidad estableció un Plan de Acción ASG 2026-2030 y un conjunto de indicadores clave de desempeño, que permiten medir el cumplimiento de los compromisos asumidos en materia de desarrollo sostenible, inclusión, integridad y buen gobierno, fortaleciendo así su rol como actor relevante del sistema financiero argentino.

# Proceso de elaboración de la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa



### *Gap Analysis*

2024
Análisis de cumplimiento de la normativa internacional y estándares internacionales.

### Ejercicio de doble materialidad

2024
Revisión de los temas materiales desde la perspectiva de impactos financieros y no financieros.

Priorización interna de los temas materiales.

2025
Priorización de temas materiales por parte de grupos de interés y armado de Matriz de materialidad.

### Análisis de Impactos, Riesgos y Oportunidades (IROs)

2024
Identificación de impactos del negocio hacia la comunidad y el ambiente, y riesgos y oportunidades.

2025
Análisis de IROs según gravedad, magnitud, probabilidad de ocurrencia según la normativa y lineamientos internacionales.

Armado de matriz de IROs del Banco.

### Lanzamiento de la Estrategia Sustentabilidad Corporativa

- Redacción de la nueva Política de Sustentabilidad del Banco.
- 85 líderes convocados a 6 talleres de definición de la Estrategia.
- Lanzamiento de la Estrategia con 4 pilares, según áreas de impacto y temas materiales.
- Selección de indicadores clave de sustentabilidad 2026-2030.
- Armado de Plan de Acción 2026-2030.

# Nueva Política de Sustentabilidad

En Banco Macro, reafirmamos nuestro compromiso con el desarrollo sustentable de la Argentina. Como entidad financiera de capitales nacionales, comprendemos que nuestro rol trasciende la intermediación financiera; somos un actor estratégico e indispensable para canalizar de forma directa nuestras acciones y recursos para la transición hacia una economía más equitativa, inclusiva y resiliente.

En un contexto global y nacional en constante evolución, donde los desafíos ambientales y sociales demandan acciones urgentes y coordinadas, nos posicionamos como líderes del sector, trabajando con solidez y responsabilidad para generar valor económico, social y ambiental a gran escala y a largo plazo para todos nuestros grupos de interés.

Nuestra visión es ser el Banco más sustentable a nivel federal, un referente de excelencia y ética en el mercado financiero argentino. Guiados por nuestros valores corporativos, integramos la sustentabilidad como eje transversal a nuestra cultura y a todas nuestras operaciones de negocio. Esto implica una gestión basada en la ética y la transparencia, que no solo busca la rentabilidad, sino también la creación de oportunidades genuinas en cada rincón del país, a través de la oferta de productos y servicios financieros de calidad, innovadores, digitales, accesibles e integrales, y la gestión proactiva de los impactos y riesgos socioambientales.

El Directorio y la Alta Gerencia de Banco Macro están plenamente comprometidos con la divulgación e implementación de esta Política de Sustentabilidad Corporativa, asegurando su permeabilidad en toda la Entidad y su comunicación transparente a la sociedad.

Aspiramos a ser un motor de cambio, impulsando un futuro próspero y sostenible para la Argentina, atendiendo con especial atención a los sectores más vulnerables y fomentando la innovación para el bien común.

## Estrategia de Sustentabilidad Corporativa

### Acción para un Futuro Sostenible

La Estrategia de Sustentabilidad de Banco Macro se articula sobre cuatro pilares fundamentales, diseñados para traducir su Política en acciones concretas y medibles, que respondan a las expectativas y necesidades de sus grupos de interés y contribuyan activamente a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Estos pilares reflejan una comprensión profunda de los temas materiales más relevantes para el sector y el contexto actual de sustentabilidad.

## Plan de Acción ASG 2026-2030 integrado al modelo de creación de valor

En línea con la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa definida en 2025, Banco Macro elaboró su Plan de Acción ASG (ambiental, social y de gobernanza) 2026-2030, a implementar desde el año próximo, integrando así sus compromisos bajo el modelo de creación de valor de la Entidad bajo la perspectiva de los seis capitales.

De esta forma, en cumplimiento del Marco Internacional de Reporte Integrado <IR> de la Fundación IFRS, el Plan de Acción ASG se articula con el modelo de creación, conservación o erosión de valor del Banco, considerando su contribución a los ODS, la Agenda 2030 de Naciones Unidas y el Acuerdo de París. Este enfoque permite integrar en una misma visión la gestión económica, social y ambiental de la Entidad, y sintetiza su impacto en las comunidades, el ambiente y el desarrollo sostenible del país.

A partir de seis talleres de trabajo, más de 85 líderes de áreas clave definieron acciones concretas e indicadores de medición para dar cumplimiento a la Estrategia, con el objetivo de potenciar el aporte del Banco al desarrollo sostenible, generar beneficios para el negocio y crear valor para sus grupos de interés. Muchas de estas iniciativas ya se encuentran en marcha y continuarán profundizándose en los próximos años.

### Gobernanza y ética para la resiliencia y la confianza

**Compromiso**: Fortalecer continuamente nuestra estructura de gobernanza corporativa, la ética y la transparencia, así como la gestión integral de riesgos, para asegurar la sustentabilidad del Banco, la confianza de nuestros grupos de interés y un desempeño económico sostenible que genere valor accionario para el Banco e impulse el desarrollo del país.

### Desarrollo humano y sostenible

**Compromiso:** Fomentar un entorno de trabajo que promueva el bienestar, el desarrollo y la diversidad de nuestro capital humano, al mismo tiempo que contribuimos al desarrollo social y sostenible de las comunidades donde estamos presentes, priorizando los derechos humanos y la generación de oportunidades en toda nuestra operación.



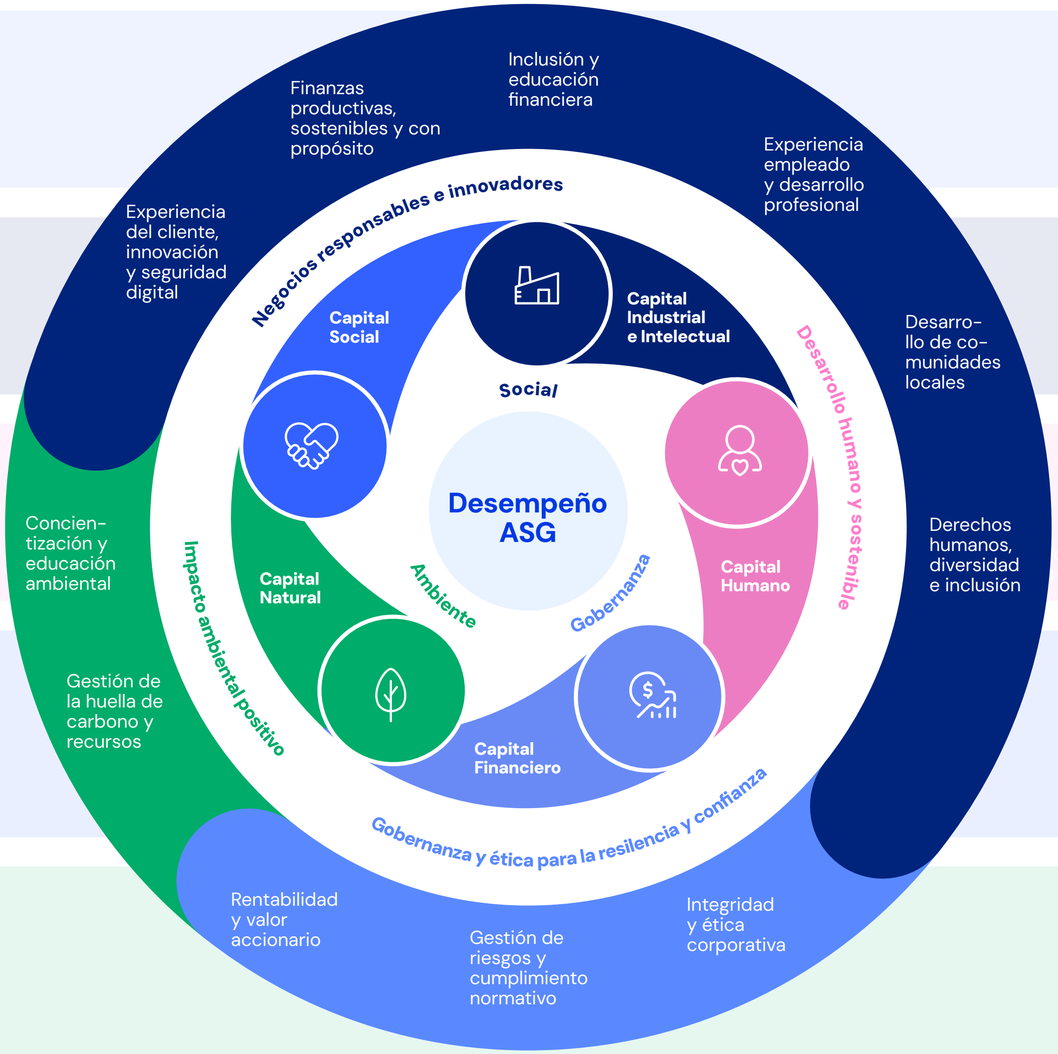
### Impacto ambiental positivo

**Compromiso**: Gestionar activamente nuestro impacto directo a través de la reducción de huella de carbono, promoviendo la eficiencia energética, la reducción de emisiones y la concientización ambiental; y desde el financiamiento sustentable, contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático y la protección de los recursos naturales.

### Negocios responsables e innovadores

**Compromiso:** Desarrollar un negocio bancario que no solo satisfaga las necesidades financieras de nuestros clientes, sino que también promueva la inclusión, la seguridad de la información, una experiencia de cliente excepcional, la transformación digital y la creación de productos financieros con impacto positivo para el desarrollo sostenible de la Argentina.

| Capitales | Recursos | Líneas de rendimiento | KPI |
|---|---|---|---|
| **Capital Financiero** | Inversiones<br>Patrimonio<br>Depósitos<br>Solvencia | Rentabilidad<br>Valor de acción<br>*Market Share* en préstamos<br>*Market Share* en depósitos | Índice de eficiencia gastos/ingresos<br>Estructura de gobernanza que incluya ASG<br>% de políticas revisadas y publicadas<br>% directores y miembros de la Alta Gerencia capacitados en sustentabilidad y riesgos ASG<br>% de colegas capacitados en ética y anticorrupción<br>% de cartera Empresas con clasificación de riesgo ASG<br>% de proyectos de inversión con debida diligencia |
| **Capital Industrial e Intelectual** | Red de sucursales<br>Sistemas y procesos digitales | NPS<br>Ecosistema de soluciones tecnológicas<br>Pagos digitales / total de pago | NPS<br>$ invertidos en inclusión financiera<br>$ crédito para impulsar prácticas ASG<br>% de la cartera Empresas con clasificación de riesgo crediticio ASG<br>Q casos de fraude evitados / $ monto evitado<br>Q participantes en talleres de educación financiera<br>$ total de ON |
| **Capital Humano** | Equipo multidisciplinario con foco en el talento | Satisfacción en encuestas de clima y mapa de empatía<br>Horas de programas de capacitación y desarrollo<br>Marca empleadora | eNPS<br>Tasa desarrollo interno |
| **Capital Social** | Inversión social privada<br>Gastos en proveedores | Beneficiarios de programas de impacto social<br>Contribución al desarrollo local desde las compras | Q beneficiarios de programas sociales<br>Q de puestos de DEI generados<br>% proveedores locales (Q y $)<br>% de proveedores evaluados en impacto ASG |
| **Capital Natural** | Inversión y gestión en proyectos de impacto ambiental positivo<br>Inversión en energía renovable | Reducción de consumos de recursos: papel, energía, agua<br>Emisiones y huella de carbono | Q de tn de CO2 generadas (medición y reducción)<br>Q de tn de CO2 eq compensadas<br>% de residuos reciclados / total<br>% de energía de fuentes renovables<br>Q km rodados en Macro Bicis |



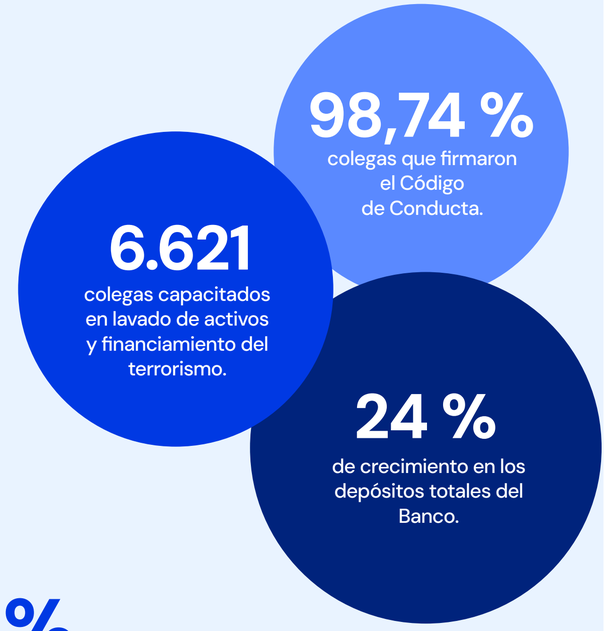
## Resultados del negocio 2025 desde la mirada ASG

A partir de la nueva Estrategia de Banco y del Plan de Acción ASG, el Banco definió indicadores clave.

### Gobernanza y ética para la resiliencia y la confianza

**5,1 %**
ROE.

**39 %**
Índice de eficiencia: Gastos / Ingresos.




**1,4 %**
ROA.

### Negocios responsables e innovadores

**6,3 M**
clientes individuos.

**224.969**
clientes empresas.

**8,3 %**
*market share* de préstamos (SPNF).

**6,5 %**
*market share* de depósitos (SPNF).

**32,1**
puntos de NPS en Banca de Individuos.

**41**
puntos de NPS en Banca Empresas.

**39 %**
aumento interanual de préstamos al sector privado.

**2,8 M**
usuarios de canales digitales.

**6.589**
participantes en talleres de educación financiera.

## Desarrollo humano y sostenible



**8.246**
colegas.

**42,86 %**
mujeres.

**57,14 %**
hombres.

**45 %**
de puestos cubiertos de forma interna.

**+ 160.000**
beneficiarios directos de programas sociales.

**99,37 %**
de colegas evaluados por su desempeño.

**98,74 %**
de proveedores locales.

**$ 612.127 MM**
monto gastado en proveedores locales.

**2.645**
participaciones voluntarias.

## Impacto ambiental positivo

**28 %**
de reducción de la huella de carbono respecto de 2024.

**11.777 kg**
de materiales reciclables recolectados y destinados a reciclaje y acciones solidarias.

**46,5 %**
de la energía eléctrica consumida en edificios divisionales y 21 sucursales, es de origen renovable (17,8 % en 2024).

**1,7 M**
tarjetas de débito sustentables recibidas, fabricadas con PVC reciclado.

**76 %**
de la energía utilizada en Torre Macro es de origen alternativo.



**12.109.971 km**
rodados en Macro Bicis.

## Análisis de doble materialidad

En el marco de la elaboración de la Memoria Anual – Reporte Integrado 2025 y a partir de los avances en la agenda de sustentabilidad global y local, Banco Macro profundizó el ejercicio de doble materialidad (materialidad financiera y no financiera) iniciado en 2024. Durante este año, la Entidad revisó sus temas materiales y trabajó especialmente en la definición de los impactos, riesgos y oportunidades (IROs) asociados a cada uno de ellos, en coordinación con el Área de Riesgos y con todas las áreas clave del Banco, entendiendo por "impactos" aquellos que la Entidad genera hacia los grupos de interés (materialidad de impacto) y por "riesgos y oportunidades" las consecuencias que tiene el entorno y contexto económico, social y ambiental hacia el negocio del Banco (materialidad financiera).

Este proceso permitió actualizar los temas prioritarios de gestión ASG (ambiental, social y de gobernanza) y, al mismo tiempo, robustecer la información que el Banco pone a disposición del público en su Memoria Anual. La revisión se orientó a integrar la perspectiva de desarrollo sostenible en la estrategia de negocio, vinculando la eficiencia y los resultados financieros con la inclusión, el impacto social y el cuidado del ambiente, bajo una gestión ética, responsable y segura de las operaciones.

La Entidad avanzó así en la adecuación a los estándares y marcos internacionales de rendición de cuentas, entre ellos las Normas NIIF S1 "Requerimientos generales para la información financiera a revelar relacionada con la sostenibilidad" y NIIF S2 "Información a revelar relacionada con el clima", los Estándares *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB) y los Estándares GRI (Global Reporting Initiative). Al mismo tiempo, este trabajo constituyó una base central para la actualización de la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa, el Plan de Acción ASG 2026-2030, y la consolidación del modelo de creación de valor del Banco.

De esta forma, durante 2024 y 2025 la Entidad llevó adelante un proceso estructurado que incluyó, entre otros hitos:

- análisis del contexto y de los principales estándares internacionales (GRI, SASB, NIIF);
- capacitación de referentes clave de todas las áreas;
- identificación de fortalezas y oportunidades de mejora frente a dichos marcos;
- revisión y actualización de los temas materiales;
- definición de impactos financieros y no financieros, riesgos y oportunidades (IROs);
- priorización de temas por parte de la Alta Gerencia y de 4.692 referentes de los grupos de interés; la construcción de la matriz de doble materialidad; y
- consolidación de indicadores ASG para responder a los temas priorizados, la Estrategia de Sustentabilidad y la definición de metas.

## Temas materiales identificados

Como primer paso para la actualización de su Estrategia de Sustentabilidad, el Banco realizó la revisión de sus temas materiales en 2024, definiendo los siguientes:

## Listado de temas materiales

1. Gestión del capital humano
2. Ética y transparencia
3. Eficiencia energética
4. Inclusión financiera
5. Experiencia empleado
6. Gestión de la Huella de Carbono
7. Concientización ambiental y educación
8. Desarrollo de las comunidades donde estamos presentes
9. Productos financieros con impacto productivo, social y ambiental
10. Experiencia del cliente
11. Gobernanza en gestión de sustentabilidad
12. Seguridad y privacidad de la información
13. Gestión de recursos materiales
14. Desempeño económico positivo
15. Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo
16. Transformación digital e innovación
17. Derechos humanos
18. Gestión responsable de proveedores

## Matriz de materialidad



## Cuadro de resultados del análisis de impacto, riesgos y oportunidades (IROs)

| Tema material | Materialidad no financiera | Materialidad financiera | |
|---|---|---|---|
| | Impactos positivos y negativos | Riesgos | Oportunidades |
| **Eje Gobernanza y ética para la resiliencia y la confianza** | | | |
| Ética y transparencia | • Daños a socios.<br>• Relaciones éticas sólidas.<br>• Canales de denuncia. | • Sanciones y multas.<br>• Pérdida de mercados.<br>• Deterioro reputacional. | • Confianza en los mercados.<br>• Reputación de marca.<br>• Gestión ética y anticorrupción. |
| Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo | • Impactos ambientales negativos.<br>• Afectación a la calidad de vida.<br>• Gestión de riesgos responsable. | • Eventos críticos sin contingencia.<br>• Interrupción de operaciones.<br>• Riesgos ASG no gestionados. | • Continuidad del negocio.<br>• Espacios de trabajo seguros.<br>• Planes de contingencia. |
| Desempeño económico positivo | • Creación de valor sostenible.<br>• Rendimientos transparentes.<br>• Desarrollo económico local.<br>• Bienestar socioeconómico.<br>• Crecimiento regional.<br>• Entorno financiero estable. | • Menores resultados económicos.<br>• Impacto de desastres y clima.<br>• Contexto macro adverso.<br>• Pérdida de valor e inversores.<br>• Riesgos de solvencia y liquidez. | • Resultados sólidos.<br>• Atracción de capital y empleo.<br>• Mayor valor de la compañía. |
| Gobernanza en gestión de sustentabilidad | • Liderazgo con criterios ASG.<br>• Gestión transparente y responsable.<br>• Comités y directorio robustos. | • Pérdida de competitividad ASG.<br>• Decisiones poco diversas.<br>• Falta de sucesión directiva. | • Inversores sostenibles.<br>• Confianza de grupos de interés.<br>• Acceso a nuevos mercados verdes. |

| Tema material | Materialidad no financiera | Materialidad financiera | |
|---|---|---|---|
| | Impactos positivos y negativos | Riesgos | Oportunidades |
| **Eje Negocios responsables e innovadores** | | | |
| Inclusión financiera | • Inclusión de colectivos vulnerables.<br>• Reducción de brechas sociales.<br>• Posible exclusión digital. | • Pérdida reputacional y de negocio.<br>• No abordaje de nuevos segmentos.<br>• Riesgo operativo sin educación financiera. | • Innovación en productos inclusivos.<br>• Crecimiento de base de clientes.<br>• Fortalecimiento de confianza y fidelización. |
| Seguridad y privacidad de la información | • Filtración de datos personales.<br>• Uso responsable de la información.<br>• Mayor percepción de seguridad. | • Litigios por protección de datos.<br>• Pérdidas económicas y reputacionales.<br>• Ataques y vulnerabilidades cibernéticas. | • Reconocimiento por seguridad.<br>• Gestión proactiva de ciberseguridad.<br>• Menos incidentes y ataques. |
| Experiencia del cliente | • Mejora de calidad de vida.<br>• Desarrollo de empresas y gobiernos.<br>• Rol referente en financiamiento con impacto | • Pérdida de clientes e ingresos.<br>• Baja satisfacción y confianza. | • Más operaciones y clientes nuevos.<br>• Recomendaciones positivas.<br>• Posicionamiento ágil y de calidad. |
| Transformación digital e innovación | • Mejora de servicios y productos.<br>• Mayor acceso financiero digital.<br>• Brechas educativas y tecnológicas.<br>• Pérdida de empleos por automatización. | • Pérdida de negocio por falta de innovación.<br>• Competencia de nuevos jugadores digitales.<br>• Exclusión por falta de conectividad.<br>• Baja adaptación de segmentos vulnerables. | • Modelo de negocio innovador.<br>• Liderazgo en transformación digital.<br>• Mayor rentabilidad y eficiencia.<br>• Uso responsable de IA y nuevas tecnologías.<br>• Mejor conocimiento de clientes. |
| Productos financieros con impacto productivo, social y ambiental | • Financiamiento sostenible a PyMEs.<br>• Desarrollo social y mejora ambiental.<br>• Mejor contribución a ODS y Acuerdo de París.<br>• Restricciones de acceso al crédito para emprendedores. | • Morosidad en proyectos no evaluados.<br>• Cambios normativos socioambientales.<br>• Pérdida de clientes por no tener productos verdes.<br>• Pérdida de fondos internacionales.<br>• Riesgo reputacional por no financiar o financiar sectores contaminantes.<br>• Desconocimiento del desempeño socioambiental de clientes. | • Mayor demanda de productos sostenibles.<br>• Emisión de bonos ASG.<br>• Nuevos mercados de finanzas sostenibles.<br>• Rol referente en financiamiento con impacto. |

| Tema material | Materialidad no financiera | Materialidad financiera | |
|---|---|---|---|
| | Impactos positivos y negativos | Riesgos | Oportunidades |
| **Eje Desarrollo humano y sostenible** | | | |
| Experiencia empleado | • Inestabilidad laboral y pérdida de talento.<br>• Deterioro del clima laboral.<br>• Mejora de calidad de vida y desarrollo. | • Alta rotación de personal.<br>• Dificultad para atraer talento.<br>• Afectación a la salud mental.<br>• Denuncias por discriminación o acoso. | • Atracción y retención de talento.<br>• Mayor compromiso organizacional. |
| Gestión del capital humano | • Menor desarrollo profesional por falta de capacitación.<br>• Mejora del bienestar social y económico.<br>• Generación de empleo digno en comunidades. | • Menor productividad y adaptación al cambio.<br>• Dificultad para retener talento competitivo.<br>• Litigios por condiciones laborales injustas.<br>• Pérdida de licencia para operar localmente. | • Mayor productividad y eficiencia.<br>• Colegas capacitados en nuevas herramientas.<br>• Mejor gestión del negocio. |
| Derechos humanos | • Vulneración de derechos en la cadena de valor.<br>• Trabajo digno e igualdad de oportunidades.<br>• Inclusión de grupos en desventaja.<br>• Posible discriminación o exclusión. | • Sanciones legales y litigios.<br>• Interrupción de actividades por huelgas.<br>• Impacto reputacional negativo. | • Mejora de reputación en DDHH.<br>• Ventajas competitivas sociales.<br>• Alianzas con ONGs, gobiernos y empresas. |
| Gestión responsable de proveedores | • Impactos socioambientales de proveedores.<br>• Afectación a comunidades locales.<br>• Pérdida de estabilidad de PyMEs proveedoras.<br>• Desarrollo económico y social regional. | • Pérdida de reputación por desempeño de proveedores.<br>• Pérdidas económicas por incumplimientos.<br>• Conflictos de interés y desconfianza. | • Mejor imagen en comunidades locales.<br>• Fidelización de proveedores.<br>• Alianzas para una gestión sostenible conjunta. |
| Desarrollo de las comunidades donde estamos presentes | • Desarrollo comunitario mediante programas.<br>• Insatisfacción por expectativas no cubiertas. | • Pérdida de licencia social para operar.<br>• Afectación de operaciones e inversiones.<br>• Uso ineficiente de recursos sociales.<br>• Falta de beneficios tangibles. | • Mejor reputación e imagen de marca.<br>• .Atracción de talento, clientes y proveedores.<br>• Nuevos negocios vinculados al territorio. |

| Tema material | Materialidad no financiera | Materialidad financiera | |
|---|---|---|---|
| | Impactos positivos y negativos | Riesgos | Oportunidades |
| **Eje Impacto ambiental positivo** | | | |
| Gestión de la Huella de Carbono | • Reducción y compensación de emisiones.<br>• Emisiones de GEI por operaciones. | • Sanciones por normas climáticas.<br>• Menor acceso a mercados exigentes.<br>• Riesgo reputacional por no descarbonizar. | • Ahorro económico por carbono eficiencia.<br>• Mayor productividad y competitividad. |
| Eficiencia energética | • Mejora del clima y ecosistemas.<br>• Uso responsable de energía.<br>• Daño ambiental por consumo ineficiente. | • Pérdida de ingresos y valor de activos.<br>• Aumento de costos energéticos. | • Ahorro de costos energéticos.<br>• Atracción de clientes interesados en soluciones sostenibles. |
| Gestión de recursos materiales y residuos | • Menor consumo de agua, energía y papel.<br>• Impulso a la economía circular.<br>• Empleo en organizaciones recicladoras. | • Sanciones regulatorias por mala gestión.<br>• Aumento de costos y pérdida de competitividad. | • Mejor reputación por gestión responsable.<br>• Ingresos por venta de materiales reutilizables. |
| Concientización y educación ambiental | • Mayor conocimiento ambiental social.<br>• Impulso a acciones sostenibles.<br>• La falta de educación genera prácticas dañinas. | • Acciones perjudiciales de grupos de interés.<br>• Percepción de *greenwashing*.<br>• Pérdida de confianza y reputación. | • Posicionamiento como banco referente ambiental.<br>• Ventajas competitivas sostenibles.<br>• Atracción de clientes de finanzas verdes. |

## Alianzas estratégicas de sustentabilidad

A través de su participación en espacios empresariales y alianzas con organizaciones, el Banco refuerza su compromiso con el desarrollo sostenible y su rol activo en la sociedad.

- ADEBA (Asociación de Bancos Argentinos): grupos de equidad de género y de finanzas sostenibles.
- Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- Norte Sustentable.
- IAE *Business School* (escuela de negocios de la Universidad Austral).
- IAE CONFyE (Centro Conciliación Familia y Empresa de la escuela de negocios de la Universidad Austral).
- BYMA (Bolsas y Mercados Argentinos).
- RED de empresas por la diversidad UTDT (Universidad Torcuato Di Tella).
- MODO: grupos de educación financiera y sustentabilidad.
- CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento).
- Grupo de Finanzas Sostenibles.

# Gobierno Corporativo

ODS 16, 17

**Temas materiales relacionados:**

- Ética y transparencia.
- Gestión integral de riesgos.
- Gobernanza en gestión de sustentabilidad.
- Seguridad y privacidad de la información.

Banco Macro cuenta con un modelo de gobierno corporativo sólido, orientado a la ética, la responsabilidad y los valores institucionales. A través de una visión de negocio que piensa en grande, promueve una gestión que busca generar valor sostenible para la Entidad, sus grupos de interés y la sociedad en su conjunto.

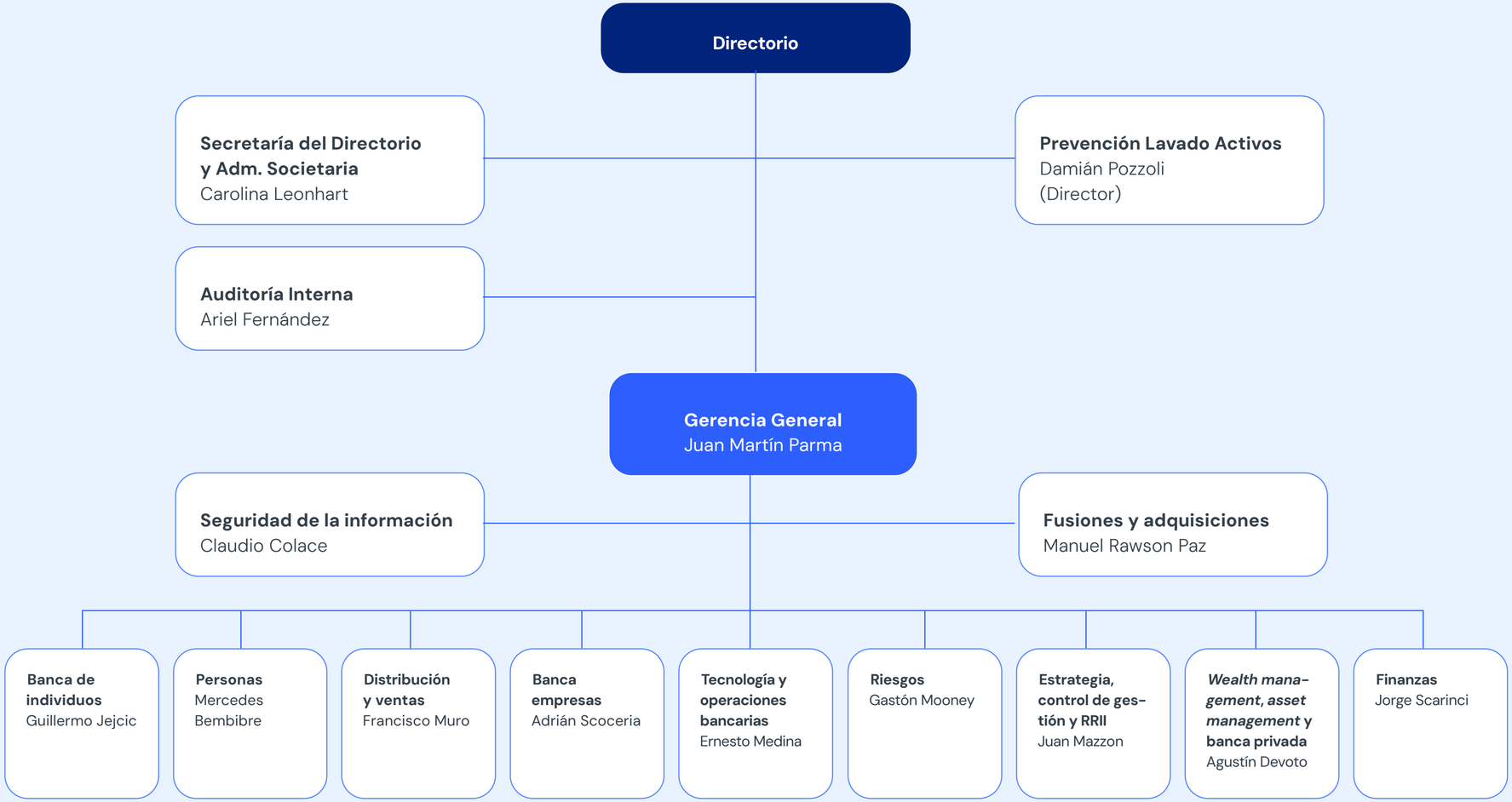


# El gobierno corporativo en Banco Macro

El gobierno corporativo de Banco Macro comprende el conjunto de normas, principios y procedimientos que regulan la estructura y el funcionamiento de sus órganos de gobierno, y constituye un pilar central para una gestión responsable, transparente y sostenible.

La estructura de gobierno está integrada por el Directorio, la Gerencia General, la Alta Gerencia y sus reportes gerenciales. Su responsabilidad es velar por el cumplimiento de la Política de Gobierno Societario y de las normas, políticas, códigos, procedimientos y reglamentos que derivan de ella. Se comprometen con el cumplimiento de los objetivos de negocio, impulsando el crecimiento del Banco, y generando un impacto positivo en las personas y comunidades, siempre guiados por la ética, la transparencia, la integridad y el aporte al desarrollo del país.

## Estructura organizativa



## Directorio

Como órgano rector, el Directorio define los lineamientos estratégicos y establece las políticas de gestión comercial y de riesgos, con una visión de largo plazo orientada al desarrollo sostenible del Banco.

Al 31 de diciembre de 2025 el Directorio estaba compuesto de la siguiente manera:

| Nombre | Cargo |
|---|---|
| Jorge Pablo Brito | Presidente |
| Carlos Alberto Giovanelli | Vicepresidente |
| Nelson Damián Pozzoli | Director Titular |
| Fabián Alejandro De Paul (*) | Director Titular |
| Agustín Mariano Alvarez (*) | Director Titular |
| Constanza Brito | Director Titular |
| Mario Luis Vicens (*) | Director Titular |
| Sebastián Palla (*) | Director Titular |
| José Alfredo Sánchez | Director Titular |
| Daniela Anahí Rivarola Meilán (*) | Director Titular |
| Delfín Federico Ezequiel Carballo | Director Titular |
| Marcos Brito | Director Titular |
| Lucas Matías Gregorio (*) | Director Titular |
| Santiago Horacio Seeber | Director Suplente |
| Juan Ignacio Catalano | Director Suplente |

(*) Director independiente, conforme a la Sección III, Capítulo III, Título II de las Normas de la CNV.

### Características del Directorio

#### Nombramiento

Los accionistas proponen y designan a los miembros del Directorio en asamblea de accionistas, por períodos de tres ejercicios, de conformidad con la Ley General de Sociedades N.° 19.550, el Estatuto Social y los criterios establecidos por el Banco Central de la República Argentina (BCRA).

El BCRA evalúa las condiciones de habilidad legal, idoneidad, competencia, probidad, experiencia en la actividad financiera y dedicación funcional de los directores designados, requisitos que deben mantenerse durante todo el período de desempeño en el cargo.

#### Capacidad

Los miembros del Directorio cumplen con los requisitos técnicos y legales que garantizan su idoneidad, competencia y experiencia en la gestión de negocios. El Banco cuenta con un plan anual de capacitación del Directorio, que brinda herramientas de actualización financiera, regulatoria y de buenas prácticas de gobierno corporativo, incluyendo contenidos vinculados a la sustentabilidad.

#### Experiencia

Los integrantes del Directorio poseen una amplia trayectoria en ámbitos de dirección corporativa y en la industria financiera, tanto en el sector público como privado, a nivel nacional e internacional. Miembros del Directorio participan activamente en los comités corporativos, contribuyendo a la toma de decisiones estratégicas.

#### Evaluación de la gestión

La asamblea de accionistas evalúa anualmente la gestión de los miembros del Directorio y determina sus honorarios, de acuerdo a la Ley General de Sociedades.

#### Evaluación de desempeño

Los directores realizan una autoevaluación anual de su desempeño, que es remitida al Comité de Nombramientos y Gobierno Societario, destacándose el seguimiento y conocimiento de la Política de Gobierno Societario.

### Inclusión y género

La Política de Gobierno Societario establece principios de no discriminación en la composición del Directorio. En línea con el Código de Gobierno Societario del Banco y las normas del BCRA, el Directorio promueve buenas prácticas que fomentan la diversidad de género, lugar de origen, edad, perfil étnico y experiencia profesional, con el objetivo de enriquecer la toma de decisiones estratégicas y fortalecer la gestión de riesgos.

La diversidad en la composición del Directorio se refleja no sólo en términos de género, sino también en la pluralidad de edades, trayectorias y experiencias profesionales. Actualmente, el 14 % del Directorio está integrado por mujeres.

Asimismo, el Directorio impulsa políticas y acciones orientadas a fortalecer la inclusión y la equidad de género en todos los niveles de la organización. Durante 2025, Banco Macro consolidó avances significativos en materia de diversidad e inclusión con la elaboración de su Política de Diversidad, Equidad e Inclusión, cuyo lanzamiento está previsto para 2026.

Esta política refuerza el compromiso institucional con la construcción de una cultura organizacional más equitativa e inclusiva.

# Compromiso con el desarrollo sostenible: supervisión de la gestión ASG

(ambiental, social y de gobernanza)

El Directorio de Banco Macro impulsa y supervisa la estrategia corporativa de sustentabilidad y los compromisos asumidos en materia ambiental, social y de gobernanza (ASG), reafirmando su rol activo en la integración de estos factores en la gestión del negocio. Durante el período, el Banco actualizó su Política de Sustentabilidad, fortaleciendo su aplicación transversal en toda la Entidad.

Como máximo órgano de gobierno, el Directorio monitorea la incorporación de los criterios ASG en la estrategia y en la toma de decisiones, considerando las expectativas de los principales grupos de interés y promoviendo una gestión responsable, ética y transparente.

En línea con su propósito y visión de largo plazo, Banco Macro definió la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa y el Plan de Acción ASG 2026–2030, acompañado por indicadores clave que permiten medir y dar seguimiento al cumplimiento de los compromisos asumidos.

La implementación y articulación de esta estrategia se encuentra a cargo de la Gerencia de Sustentabilidad Corporativa, que mantiene un vínculo directo con el Directorio y cuenta con el acompañamiento del Comité de Ética y Cumplimiento y del Comité de Nombramientos y Gobierno Societario.

## Alta Gerencia

La Alta Gerencia de Banco Macro lidera los programas y procesos que impulsan los objetivos estratégicos de la Entidad, con un enfoque basado en la integridad, la transparencia y la ejecución eficiente de la estrategia.

Sus integrantes cuentan con sólida experiencia técnica y profesional[1], y algunos de sus miembros participan en los comités corporativos.

El 31 de marzo de 2025, el Directorio designó al Sr. Juan Martín Parma como Gerente General (CEO), tras un proceso de selección que incluyó candidatos externos. Con más de 28 años de trayectoria en la industria financiera y experiencia como CEO en la Argentina y en la región, su nombramiento marcó el inicio de una nueva etapa de liderazgo.

Durante 2025, Banco Macro llevó adelante una serie de modificaciones en la estructura de la Alta Gerencia, orientadas a fortalecer la gobernanza, el enfoque estratégico y la gestión integral de riesgos y personas. Entre los principales cambios se destacan:

- Nombramiento del nuevo Gerente General: incorporación del Sr. Juan Martín Parma como CEO, marcando el inicio de una nueva etapa de conducción estratégica.
- Jerarquización de la agenda de Personas: designación de la Sra. Mercedes Bembibre como Gerente de Personas, integrando esta función a la Alta Gerencia y consolidando al capital humano como un pilar estratégico del negocio.
- Fortalecimiento de la función de Riesgos: reestructuración de la Gerencia de Riesgos en la Alta Gerencia y conformación de una estructura integrada que articula las funciones de Legales y Cumplimiento, Prevención e Investigación de Fraudes, Seguridad Física y Gestión Integral de Riesgos, consolidando un abordaje transversal y estratégico de la gestión de riesgos.
- Evolución del modelo tecnológico y operativo: redefinición de la Gerencia de Sistemas y Tecnología como Gerencia de Tecnología y Operaciones Bancarias, con el objetivo de fortalecer la eficiencia operativa, la transformación digital y el soporte tecnológico al negocio.

## Comisión Fiscalizadora

La Comisión Fiscalizadora de Banco Macro tiene como función principal fiscalizar la administración de la sociedad y velar por el cumplimiento, por parte de los órganos sociales, de la legislación vigente, el Estatuto Social, los reglamentos internos y las decisiones adoptadas por la asamblea de accionistas, conforme a los deberes y atribuciones establecidos por la normativa argentina.

La Comisión Fiscalizadora está integrada por tres síndicos titulares y tres síndicos suplentes, designados por un período de un ejercicio. Al 31 de diciembre de 2025, sus integrantes son: Alejandro Almarza, Carlos Javier Piazza, Viviana Haydeé Stenghele, Horacio Roberto Della Rocca, Francisco Javier Piazza y Claudia Inés Siciliano.

## Comités

Banco Macro cuenta con un esquema robusto de comités especializados que asisten al Directorio en la supervisión de la gestión, el control de riesgos, el cumplimiento normativo y la toma de decisiones estratégicas.

Miembros del Directorio y de la Alta Gerencia participan activamente en 14 comités, que cumplen un rol clave en la conducción y el seguimiento de la gestión cotidiana del negocio.
Los comités son:

- Auditoría CNV/SEC
- Activos y Pasivos
- Créditos Senior
- Créditos Junior
- Gobierno de Tecnología
- Seguridad de la Información
- Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo
- Auditoría Interna
- Recupero Senior
- Gestión de Riesgos
- Ética y Cumplimiento
- Nombramientos y Gobierno Societario
- Incentivos al Personal
- Protección al Usuario de Servicios Financieros

La información detallada sobre la composición de cada comité se encuentra disponible en el sitio web institucional del Banco: https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/directivos-y-alta-gerencia

[1] Para conocer la experiencia, biografía y cargo de los principales ejecutivos de Banco Macro ingresar a: https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/ directivos-y-alta-gerencia

# Ética y transparencia

La transparencia, la integridad y el cumplimiento normativo constituyen pilares centrales de la gestión ética de Banco Macro. La Entidad promueve un modelo de actuación basado en el cumplimiento de las normas nacionales e internacionales, el diálogo con los grupos de interés y la adopción de políticas y lineamientos claros que orientan el comportamiento de sus colegas y socios de negocio.

Las políticas en materia de ética, integridad y cumplimiento son aprobadas por los comités correspondientes con participación de directores y puestas en conocimiento del Directorio, quien interviene directamente cuando la normativa así lo requiere. Estas políticas son difundidas a través de los canales internos y externos del Banco, y se complementan con acciones de capacitación y sensibilización dirigidas a directores, Alta Gerencia, colegas y terceros. Asimismo, el Banco cuenta con un Código de Conducta para proveedores y lineamientos específicos para la relación con socios comerciales, incorporados mediante cláusulas contractuales.

Durante el período, Banco Macro consolidó su Programa de Integridad, actualizó y difundió el Código de Conducta, y reforzó los lineamientos vinculados a conflictos de interés, obsequios, uso responsable de la información y prevención de prácticas de corrupción, soborno y fraude.

En paralelo, la Entidad fortaleció los mecanismos de gestión de denuncias mediante la consolidación de la Línea Ética, la incorporación de un nuevo canal de denuncias a través de WhatsApp y la creación de una mesa de análisis multidisciplinaria para el tratamiento de los casos, bajo criterios de confidencialidad, objetividad e independencia. Estas mejoras permitieron optimizar los tiempos de respuesta, la trazabilidad y la comunicación con los denunciantes.

## Política de gobierno societario [2]

Establece los principios y lineamientos que orientan las buenas prácticas de gobierno corporativo adoptadas por Banco Macro y sus empresas subsidiarias.

## Código de prácticas bancarias

Iniciativa de autorregulación impulsada por las asociaciones de bancos y entidades financieras de la República Argentina, orientada a promover las mejores prácticas del sistema financiero.

## Código de ética

Aplica a los miembros del Directorio, al Gerente General y a la Alta Gerencia.

Establece los estándares de integridad personal y profesional que deben regir todas las actividades del Banco, asegurando el cumplimiento de la legislación vigente y la prevención de conductas indebidas.

## Código de conducta

Dirigido a todos los colegas del Banco y de sus empresas subsidiarias.

Promueve un entorno laboral basado en la ética, la integridad, la responsabilidad, la honestidad, el respeto mutuo y el trabajo colaborativo, tanto en las relaciones internas como en el vínculo con clientes y proveedores.

## Código de conducta para proveedores

Aplicable a todos los proveedores del Banco.

Establece expectativas claras en materia de derechos humanos, prácticas laborales responsables, gestión ambiental y ética empresarial, promoviendo una cadena de valor alineada con los principios del Banco.

## Línea ética

Canal anónimo y confidencial destinado a clientes, proveedores, colegas y a la comunidad en general para reportar posibles incumplimientos a las políticas de Banco Macro y sus subsidiarias. Es administrada por un proveedor independiente que garantiza la confidencialidad y el anonimato de las comunicaciones.

La Línea Ética opera las 24 horas, los 365 días del año, a través de los siguientes canales:

- Teléfono: 0800-122-5768
- WhatsApp: +54 9 11 4409 5782
- Correo electrónico: eticagrupomacro@kpmg.com.ar
- Sitio web: eticagrupomacro.lineaseticas.com
- Correo postal: Bouchard 710, 6° piso (CP 1001), Ciudad Autónoma de Buenos Aires, dirigido a "KPMG – Línea Ética Grupo Macro".

**98,74 %**
de los colegas firmaron el código de conducta.

**100 %**
de los proveedores activos están adheridos al código de conducta para proveedores.

[2] https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/politica-de-gobierno-societario

# Sistema de control interno

Banco Macro adopta un enfoque integral y sistémico de control interno que garantiza la confiabilidad de la información financiera, la rendición de cuentas y la protección de los intereses de los accionistas, resguardando la integridad del negocio. Este sistema se sustenta en auditorías internas, certificaciones externas y el estricto cumplimiento de la normativa vigente.

Durante 2025, el Banco fortaleció de manera integral su Sistema de Control Interno mediante la implementación del Marco de Control Interno conforme a la Comunicación A-8249 del BCRA y el lanzamiento de la Metodología de Autodeclaración de Debilidades (DAD), junto con su aplicación de soporte. Estos avances permitieron estandarizar criterios de evaluación de controles y consolidar el rol de Control Interno como segunda línea de defensa, reforzando su aporte al Modelo de las Tres Líneas.

En paralelo, se incorporaron mejoras en procesos y controles que contribuyeron al fortalecimiento general del sistema, reflejándose en una evolución positiva de las calificaciones de auditoría respecto del ejercicio anterior.

El Banco continuó profundizando su proceso de digitalización y gestión basada en datos, ampliando el uso de herramientas analíticas, tableros de monitoreo y automatización de procesos. Estas iniciativas fortalecen el monitoreo continuo de riesgos y controles, mejoran la eficiencia operativa y elevan la calidad de la información disponible para la toma de decisiones, consolidando capacidades institucionales clave en materia de supervisión y gestión.

En este marco, la implementación de la herramienta de administración de auditorías Mawida permitió fortalecer la función de auditoría interna, promoviendo la colaboración en tiempo real con las distintas áreas del Banco, optimizando la comunicación y coordinación, y avanzando en la digitalización integral del ciclo de auditoría. A su vez, mejoró la trazabilidad de los hallazgos y su seguimiento, favoreciendo una gestión más eficiente y orientada a la mejora continua.

Por otro lado, el Banco continúa sosteniendo una operación de excelencia, sólida y transparente, que se ve reflejada en la recertificación de cumplimiento de ley norteamericana Sarbanes-Oxley (“SOX”). Ello, aplicando las directrices del marco de control interno emitido por el *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission’s* (“COSO”) en 2013.

**+ 50**

auditorías de procesos de negocio y tecnológicos.

**+ 100**

revisiones en sucursales, tanto in situ como a distancia.

# Gestión de riesgos

Banco Macro adopta un enfoque integral para la gestión de riesgos, orientado a identificar, evaluar, controlar y mitigar de manera sistemática los principales riesgos que pueden afectar el desarrollo del negocio y el cumplimiento de sus objetivos estratégicos. Este abordaje contempla riesgos financieros, crediticios, de mercado, operativos, tecnológicos, de ciberseguridad, de fraude, reputacionales, legales y regulatorios, así como riesgos sociales y ambientales.

El marco de gobierno de riesgos está liderado por el Comité de Gestión de Riesgos, encargado de supervisar la administración integral de los riesgos del Banco. En articulación con la Gerencia de Riesgos, el Comité define la política marco de gestión de riesgos, las metodologías de evaluación, los procedimientos y los sistemas de reporte. Asimismo, el Directorio revisa mensualmente el marco de gestión y la exposición al riesgo, asegurando una supervisión continua y alineada al apetito de riesgo definido por la Entidad.

El Banco cuenta con un marco normativo robusto, integrado por la Política de Gestión de Riesgos, documentos metodológicos, procedimientos y lineamientos complementarios. Este esquema se completa con un Marco de Apetito al Riesgo, que contempla métricas clave de monitoreo y umbrales que permiten una gestión temprana de alertas y una toma de decisiones oportuna.

En 2025 la Entidad avanzó en una reorganización estratégica del modelo de riesgos y tecnología. La nueva Gerencia de Riesgos consolidó bajo su órbita áreas clave como Legales, Seguridad Integral, Compliance, Control y Riesgo Operacional, Riesgos Financieros y Modelos, Créditos (Corporativo, PyME, Individuos y NyPS) y Cobranzas y Recupero, fortaleciendo una visión transversal e integrada del riesgo.

En línea con la evolución tecnológica del negocio, durante el período el Banco profundizó la gestión de los riesgos asociados a productos y servicios digitales, incluyendo medios electrónicos de pago y nuevos desarrollos tecnológicos. Los proyectos estratégicos incorporan de manera temprana la identificación y el tratamiento de riesgos, con la participación de especialistas que aportan su conocimiento técnico para una gestión adecuada del nivel de exposición.

Entre los principales hitos de 2025 se destacan la integración del gobierno de riesgos en la implementación de metodologías ágiles para el desarrollo de productos y servicios, el fortalecimiento de estrategias de resiliencia operacional a través de ejercicios de prueba y entrenamiento, y la continuidad en la automatización de alertas para el monitoreo de riesgos.

## Cultura de prevención de riesgos

**En conjunto con la Gerencia de Personas, el Banco desarrolla un plan anual de capacitación que integra riesgos operacionales, tecnológicos y de continuidad de negocios, mediante programas de *e-learning*, talleres específicos y acciones de comunicación y concientización dirigidas a distintos niveles de la organización.**

## Plan de contingencias y manejo de crisis

El Banco opera bajo un marco formal que define roles y responsabilidades clave. A partir de análisis específicos de riesgos (RIA) y evaluaciones de impacto en los procesos críticos (BIA), se identifican escenarios disruptivos y se establecen estrategias de recuperación acordes. Este esquema se complementa con un Comité de Crisis, integrado por la Alta Gerencia y referentes de áreas clave, y con protocolos de comunicación que aseguran una gestión eficaz de la situación y una adecuada interacción con organismos y grupos de interés externos.

## Gestión de riesgo crediticio

En consonancia con los objetivos estratégicos de la entidad, Banco Macro mantiene un enfoque primordial en la oferta de productos crediticios de valor, perfectamente alineados con las necesidades y expectativas de sus clientes y disponibles a través de todos sus canales de operación.

Con este propósito, la gestión del riesgo crediticio se apalancó en la implementación de nuevas tecnologías a lo largo de la totalidad del ciclo de crédito, tanto para individuos como para empresas. Esto incluye calificaciones crediticias constantes, la provisión de herramientas de autogestión, la evaluación *online* de solicitudes de crédito, el uso de *ratings* y *scores* crediticios, y la incorporación de vías de comunicación ágiles y efectivas destinadas específicamente a la gestión de la cartera de deudores en mora.

Los esfuerzos estratégicos en la gestión del riesgo crediticio se focalizaron en las siguientes áreas clave:

- Asignación eficiente del crédito: identificación y mitigación de los riesgos de manera rigurosa, asignando el crédito a los clientes de forma eficiente y responsable, en función de su capacidad de repago y valoración crediticia.
- Expansión y segmentación de la oferta: oferta de asistencias crediticias adecuadas a cada necesidad, expandiendo su cobertura a lo largo del territorio nacional. El Banco diseñó propuestas variadas y segmentadas para alcanzar a todos los niveles socioeconómicos y sectores de actividad productiva.
- Inclusión financiera: incorporación al sistema financiero formal de segmentos con bajo nivel de bancarización, a través de la financiación de compras de productos y servicios directamente en los puntos de venta de una amplia red de comercios con convenios.
- Administración de instrumentos de crédito: administración de líneas de crédito, subsidios y garantías originadas por proveedores de crédito y organismos del Gobierno, asegurando que los clientes puedan acceder eficientemente a dichos beneficios. Facilitación del acceso al crédito a las Pequeñas y Medianas Empresas mediante la participación accionaria en Sociedades de Garantías Recíprocas (Fintech SGR y Alianza SGR).
- Optimización del proceso de calificación: reducción de los requisitos de cumplimiento y la documentación solicitada en cada instancia del proceso de calificación. Esta mejora en los circuitos de análisis de riesgos permite acelerar la toma de decisiones y proporcionar una respuesta más rápida a los clientes.
- Innovación en la calificación crediticia para empresas: impulso a la transformación tecnológica de los motores de evaluación de crédito para Banca Empresas, descentralizados y automáticos. Dicho proceso se potencia con la utilización de las capacidades aportadas por el Legajo Único Financiero y Económico (LUFE - Mipymes).
- Automatización de la gestión de la cartera de empresas: diseño y automatización de acciones sobre el portafolio de calificaciones crediticias de Banca Empresas, incluyendo la implementación de bloqueos automáticos y preventivos por atraso, el monitoreo de señales de alerta en el Sistema Financiero y el seguimiento del deterioro del perfil crediticio.
- Transformación digital en la gestión de cobros: implementación de mensajes por WhatsApp, uso de *VoiceBots* con IA, campañas de refinanciación y reestructuración de deudas con actualización semanal y aceptación a distancia.

## Acciones en materia socioambiental

La política de créditos de Banco Macro refleja el compromiso del Directorio y la Alta Gerencia con la gestión de los riesgos ambientales y sociales asociados a su cartera de financiamiento.

El Manual de Créditos incorpora la evaluación de aspectos socioambientales y otros riesgos no financieros en el análisis crediticio, considerando factores como la gestión ambiental, el compromiso con la comunidad, las prácticas éticas y las condiciones laborales. Asimismo, el Banco restringe el financiamiento a actividades o proyectos con riesgos ambientales o sociales significativos, priorizando iniciativas sostenibles.

Los Comités de Créditos integran estos criterios en la aprobación de operaciones, asegurando que los proyectos financiados sean viables no solo desde una perspectiva económica, sino también ambiental y social.

En 2025, el Banco publicó su Manual SARAS, aprobado por el Comité de Gestión de Riesgo, que formaliza la incorporación de criterios socioambientales en las decisiones de vinculación y financiamiento, fortaleciendo la gestión responsable del riesgo crediticio.

# Prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo

Banco Macro orienta su gestión con la convicción de velar por la ética y la responsabilidad en los negocios. En este marco, cumple estrictamente con las leyes y regulaciones establecidas por la Unidad de Información Financiera (UIF), el Banco Central de la República Argentina (BCRA) y la Comisión Nacional de Valores (CNV), en particular aquellas vinculadas a la prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo.

Durante 2025, 6.621 colegas participaron de instancias de capacitación específicas en esta materia, con foco en la identificación del origen legítimo de los fondos. Estas acciones reflejan el compromiso del Banco con la preservación de la integridad del sistema financiero y la prevención de usos indebidos por parte de personas u organizaciones delictivas.

En línea con este objetivo, la Entidad implementa procesos, políticas y sistemas diseñados para gestionar los riesgos asociados a clientes, productos, actividades y contextos operativos de cada línea de negocio. El Banco prioriza medidas orientadas a prevenir la utilización de sus servicios para encubrir operaciones ilícitas, a través de políticas, metodologías y procedimientos que permiten identificar, evaluar, mitigar y monitorear dichos riesgos de manera continua.

Asimismo, aplica prácticas robustas de conocimiento del cliente, orientadas a maximizar la obtención y verificación de información, validar la identidad y evaluar la razonabilidad de la actividad económica declarada en relación con los movimientos realizados y los servicios financieros solicitados.

Finalmente, conforme a la normativa vigente de la UIF, Banco Macro aplica un monitoreo reforzado sobre organismos y entes de carácter público, especialmente en aquellas provincias donde actúa como agente financiero, prestando particular atención al destino de los fondos.

| **Colegas capacitados (en formato *e-learning* y presencial)** | **2025** |
|---|---|
| Alta Gerencia | 3 |
| Gerente | 112 |
| Jefe/Supervisor | 619 |
| Analista/Oficial/ Administrativo/ Operador | 5.887 |
| **Total** | **6.621** |

# Seguridad física

Banco Macro garantiza la seguridad de sus colegas, clientes y activos mediante la implementación de políticas y medidas integrales de prevención de delitos. Estas acciones combinan soluciones físicas y electrónicas que superan los requerimientos establecidos por el BCRA y por los organismos regulatorios nacionales, provinciales y municipales.

El área de Seguridad actúa, además, como un socio estratégico del negocio, planificando y ejecutando acciones alineadas con la normativa vigente y con las necesidades operativas y estratégicas de la organización.

## Reingeniería de la Central de Monitoreo

En el marco del proceso de reingeniería de la Central de Monitoreo, el Banco llevó adelante una auditoría externa orientada a la obtención de la certificación de la norma ISO 9001. Como parte de este proceso, se realizó una encuesta de satisfacción al cliente interno —la red de sucursales—, que arrojó un 70 % de satisfacción general respecto del nivel de servicio brindado por el sector.

En materia de formación, el Banco diseñó e implementó un plan de capacitación específico para los equipos de la Central de Monitoreo, que incluyó 25 horas cátedra por colega y alcanzó a un total de 50 personas, fortaleciendo las capacidades técnicas y operativas del área.

## Transporte de Valores propios

Con el objetivo de reforzar la seguridad y eficiencia en el transporte de valores propios, el Banco reforzó la flota de unidades blindadas. Esta inversión permitió optimizar los recorridos para el abastecimiento de efectivo en puntos neutrales, mejorar la eficiencia operativa y brindar mayores condiciones de seguridad y confort a las tripulaciones que realizan trayectos extensos en geografías complejas.

## Guardianes del Banco

**+3.900**
colegas capacitados

“Guardianes del Banco” es una propuesta de capacitación *e-learning* orientada a fortalecer la prevención y la seguridad en sucursales, que combina contenidos prácticos, ejercicios y simulaciones de situaciones cotidianas para entrenar a los colegas en la identificación y gestión de riesgos. Durante 2025, el programa se reforzó con el lanzamiento de 9 videos breves con recomendaciones clave de seguridad vinculadas a la operatoria diaria, promoviendo una cultura de concientización y aprendizaje continuo.

# Seguridad de la información

En línea con su visión de consolidarse como un referente de confianza dentro del sistema financiero, Banco Macro fortaleció durante 2025 el rol de la Seguridad de la Información como un pilar estratégico y un habilitador clave de la innovación digital segura. La Gerencia de Seguridad de la Información lidera un modelo de gestión orientado a proteger los activos de información críticos del Banco y de sus clientes, garantizando su confidencialidad, integridad y disponibilidad.

El modelo de gestión se apoya en un enfoque híbrido que integra marcos y estándares de clase mundial, tales como ISO 27001, *NIST Cybersecurity Framework, CIS Controls, OWASP,* junto con las regulaciones del BCRA y la normativa legal vigente en materia de protección de datos y delitos informáticos. Esta combinación permite una gestión robusta y alineada tanto a los requisitos regulatorios locales como a las mejores prácticas internacionales.

Durante 2025, un hito relevante fue la profundización del programa *Security by Design,* que incorpora criterios de seguridad desde la etapa inicial de definición de cada iniciativa, producto o proyecto estratégico. Este enfoque preventivo reduce la exposición a riesgos desde el origen, fortalece la arquitectura tecnológica y acompaña el crecimiento de los servicios digitales del Banco bajo estándares de seguridad elevados.

## Principales avances en 2025:

### Estrategia integral de Seguridad de la Información

Consolidación de un enfoque híbrido que articula regulaciones locales (BCRA, Ley de Delitos Informáticos N.° 26.388, Ley de Protección de Datos Personales N.° 25.326) con estándares internacionales como ISO 27001, *NIST CSF 2.0, CIS Controls y OWASP,* asegurando una cobertura integral de los riesgos de seguridad de la información.

### *Security by Design*

Fortalecimiento de la integración de la seguridad en todo el ciclo de vida de los desarrollos, mediante prácticas de desarrollo seguro, revisión de código, pruebas de penetración, gestión de vulnerabilidades y principios de reducción de la superficie de ataque.

### Programa integral de concientización y capacitación

Implementación de un esquema avanzado de formación en ciberseguridad que incluye acciones de concientización continua, simulacros de ciberataques y entrenamientos específicos según roles, con el objetivo de reforzar la cultura de seguridad en la organización.

# Seguridad de datos con clientes: Prevención de Fraude

Banco Macro gestiona la prevención del fraude a partir de un enfoque integral que combina tecnología, procesos, cultura organizacional y educación financiera. Este modelo se estructura sobre cuatro pilares: gobierno, detección, respuesta y concientización; y permite abordar el riesgo de fraude de manera transversal en toda la organización.

Durante 2025, el Banco fortaleció significativamente su esquema de prevención mediante la modernización de su infraestructura tecnológica y el refuerzo de la seguridad transaccional. Un hito central fue la implementación del nuevo núcleo de banca digital TOPAZ, que incorporó capacidades avanzadas de monitoreo antifraude. Este núcleo integra un módulo de monitoreo transaccional (OFD) basado en el análisis del comportamiento habitual de cada cliente, lo que permite identificar desvíos y gestionar alertas de manera temprana y proactiva.

En 2025, la prevención del fraude digital se consolidó como un pilar estratégico, con avances relevantes en la modernización de sistemas, la gestión anticipada de riesgos y la protección de los clientes.

En paralelo, el Banco desplegó una estrategia sostenida de campañas de concientización orientadas a prevenir fraudes y estafas digitales, promoviendo conductas seguras entre los distintos grupos de interés. Estas acciones alcanzaron a clientes individuos, PyMEs y corporativos, a la población en general y a los colegas del Banco. El foco estuvo puesto en el uso seguro de la banca digital, la protección de credenciales, la detección temprana de intentos de *phishing* y otras modalidades de ingeniería social.

Las iniciativas incluyeron comunicaciones en la aplicación móvil y el *home banking*, mensajes en redes sociales y medios masivos, señalización en cajeros automáticos y sucursales, y capacitación específica al personal de atención para reforzar los mensajes de seguridad en el contacto diario con los clientes. En todos los casos, se enfatizó la importancia de no compartir claves, *tokens* ni información sensible.

# Contexto macroeconómico

## El contexto internacional

La economía mundial creció 3,3 % en 2025 según las estimaciones del FMI, un ritmo similar al de 2024. La inflación global se continuó moderando al pasar de 5,8 a 4.1 % anual, alejándose del pico de 8,6 % en 2022. La economía de Estados Unidos creció 2,1 %, mientras que los países emergentes lo hicieron al 4,4 % en el mismo período. Por su parte, la zona Euro creció 1,4 %, recuperándose del impacto inicial de la guerra de Ucrania.

América Latina creció 2,4 % en 2025. Brasil desaceleró su crecimiento respecto a 2024 al registrar 2,5 % para el año. La economía mexicana registró una performance magra y creció solo 0,6 %, en un contexto de alta incertidumbre por las idas y vueltas en la política arancelaria con EE.UU mientras que Uruguay, Chile y Colombia crecieron en el entorno de lo que se expandió la Región.

Las presiones inflacionarias siguen en descenso. Según el FMI, esta disminución de la inflación se debe a un debilitamiento de la demanda global y a precios bajos de la energía. Este último ítem se explica por la caída de 14,2 % del precio del petróleo en 2025. Por otro lado, las tasas de interés en Estados Unidos siguieron bajando en línea con el recorte que la Reserva Federal introdujo en su tasa de política desde 4,50 % en enero de 2025 a 3,75 % a fin del año. En 2026, habrá renovación de las autoridades estadounidenses y se espera que la tasa de interés siga descendiendo hasta la zona de 3 % anual.

La inversión en Inteligencia Artificial aportó fuertemente al crecimiento económico global durante 2025, especialmente en Estados Unidos y Asia. Esto se reflejó en un fuerte desempeño del sector tecnológico en cuyo marco el S&P tech alcanzó un nuevo máximo de 6,064 puntos, creciendo 20 % respecto a 2024. No obstante ello, en los mercados persiste la duda de que éste comportamiento de los activos financieros es una burbuja impulsada por los avances de la IA o está justificados por el impacto positivo que tendrá en la mejora de la productividad.

A su vez, 2025 estuvo marcado por extrema incertidumbre que causó en el comercio global la agresiva política arancelaria de la nueva administración de Donald Trump. Durante el primer semestre, la relación con China escaló hasta convertirse en una guerra de tarifas sin precedentes, en cuyo contexto los aranceles estadounidenses llegaron a tocar picos del 125 % antes de dar paso a una tregua táctica negociada en mayo y ratificada en la cumbre de la APEC, el Foro para la Cooperación Económica Asia -Pacífico, en octubre. Esta dinámica no solo afectó a las potencias, sino que aceleró la regionalización de las cadenas de suministro (nearshoring) y forzó a las economías emergentes a recalibrar sus estrategias de exportación ante un mundo con barreras comerciales más altas y reglas de juego en constante cambio. El resto de los países fue buscando acuerdos bilaterales con Estados Unidos, que se siguen negociando al día de hoy.

La desocupación de los países desarrollados sigue en niveles muy bajos: la tasa cerró en 4,4 % en Estados Unidos y 6,4 % en la zona del Euro. El FMI y otros organismos multilaterales prevén un crecimiento estable, similar al de 2025 en la mayoría de los países. El principal riesgo es que la inestabilidad geopolítica termine afectando a la economía global, en la forma de un nuevo shock a los precios de los commodities o de reversión de flujo de capitales.

En el plano geopolítico, 2025 se caracterizó por la persistencia de conflictos que continúan tensionando la estabilidad global y los mercados en especial de commodities. En Ucrania, el frente entró en una fase de estancamiento, en una guerra de desgaste que se encamina a cumplir su cuarto año. Paralelamente, la inestabilidad en Oriente Próximo mantuvo la prima de riesgo geopolítico elevada, sumando volatilidad al precio del petróleo.

El ciclo electoral de 2025 ofreció resultados que reconfiguraron el mapa político regional y global. En América Latina, las elecciones presidenciales en Chile, Bolivia, Ecuador y Honduras fueron determinantes y evidenciaron el giro de los electorados hacia la centro-derecha. Resalta el caso chileno con el triunfo del candidato Kast. A nivel global, la elección anticipada en Alemania tras la caída de la coalición de gobierno y los comicios en Canadá reflejaron un malestar social generalizado por la inflación y el estancamiento económico en los países desarrollados.

# La economía argentina en 2025

Luego del importante ajuste fiscal y cambiario de 2024, la economía entró en un sendero de recuperación que se sostuvo en los primeros meses de 2025. Sin embargo, una combinación de decisiones y situaciones tanto en el plano político como de la política monetaria y cambiaria, instalaron cierto grado de incertidumbre que terminó afectando el ritmo de recuperación de la actividad económica durante el segundo y tercer trimestre del año. Mientras tanto la inflación se estancaba alrededor del 2 % mensual a pesar de que se mantuvieron las anclas inflacionarias del programa, el superávit fiscal y la política cambiaria.

La paridad oficial del dólar había cerrado 2024 en 1,033 pesos. A partir de febrero, el Banco Central redujo la tasa de devaluación del tipo de cambio oficial del 2 % mensual al 1 %, un nivel más cercano a la inflación del dólar estadounidense. Al mismo tiempo el crédito bancario crecía rápidamente impulsando la demanda agregada en un contexto de oferta de bienes y servicios todavía insuficientes. El verano llegó con la segunda mayor apreciación real desde la salida de la Convertibilidad, solo superada por la de fines de 2015. Entre diciembre y marzo, el déficit de la cuenta corriente del Balance de Pagos promedió US$ 1,3 MM por mes. Dos tercios se explicaban por el turismo al exterior. Para mediados de abril, las reservas netas del Banco Central eran negativas en US$ 11 MM

En abril el Banco Central eliminó gran parte de las restricciones cambiarias existentes sin grandes dificultades pero frente a un escenario de creciente desconfianza de los mercados en que se cumpliría la meta de reservas acordada con el FMI, el Gobierno firmó un nuevo acuerdo con el organismo en cuyo marco obtuvo el desembolso de US$ 12 MM de inmediato y el compromiso de desembolsar otros 3 MM durante el año. A cambio, el Banco Central sustituyó el esquema cambiario rígido por una banda divergente con piso en 1,000 pesos y techo en 1,400 pesos, ajustables en 1 % por mes. Dentro de este rango, el dólar flotaría libremente, aunque el Banco Central se reservó el derecho de intervenir en momentos de alta volatilidad. En los primeros días de las bandas, el dólar llegó hasta 1,230 pesos, pero con tasas de interés todavía altas en torno al 33 % TNA para la Badlar privada, luego tendió a cotizar más cerca de la banda inferior.

El nuevo esquema sirvió para calmar los ánimos del mercado. El riesgo país había llegado a un pico de 1,000 puntos básicos y volvió rápidamente a 750. La inflación, que había acelerado de 2,2 % en enero a 3,7 % en marzo (también afectada por la suba de la carne), cayó rápidamente hasta 1,5 % mensual en mayo, uno de los registros más bajos desde 2017. La economía se contrajo 1,7 % mensual en marzo, con gran incertidumbre antes del acuerdo, pero rebotó 1,1 % en abril.

A principios de julio, el mercado se empezó a impacientar dado que ni el Tesoro ni el Banco Central habían logrado comprar dólares en el mercado cambiario, pasados los meses de la cosecha gruesa. A esto se sumó una mayor volatilidad en las tasas de interés por la decisión de desarmar las LEFIs, las letras fiscales que el Tesoro había creado para absorber los pasivos del Banco Central en julio de 2024. Todo esto llevó a que el tipo de cambio se moviera nuevamente hacia el techo de las bandas, llegando a 1,351 pesos a fines de julio. La devaluación frenó el proceso de desinflación: según el IPC del INDEC, los precios aceleraron de 1,6 % mensual en julio a 1,9 % en agosto. El nivel de actividad se estancó, con una variación promedio de -0,1 % mensual entre mayo y julio.

A principios de septiembre, el oficialismo perdió las elecciones legislativas en la Provincia de Buenos Aires por un margen de casi 14 puntos, mucho mayor al esperado. El mercado leyó el resultado como un adelanto de lo que podía ocurrir en las elecciones nacionales de octubre. El riesgo país se disparó hasta casi 1,500 puntos básicos y las acciones argentinas cayeron 16 %, medidas a la paridad cambiaria del mercado contado con liquidación. La expectativa de una mayor devaluación luego de octubre aumentó la presión sobre las reservas del Banco Central.

Frente a este escenario, el gobierno endureció algunas restricciones cambiarias, llevando a que la brecha entre el tipo de cambio oficial y el contado con liquidación aumente de 0,8 % en julio a 12,5 % en septiembre. A finales de aquel mes, eliminó

temporariamente las retenciones a las exportaciones de productos agrícolas, con un tope de US$ 7 MM de liquidación que se cumplió en pocos días.

La rebaja temporal de las retenciones no fue suficiente y el gobierno argentino debió acudir a su par estadounidense consiguiendo que Estados Unidos se comprometiera a un paquete de rescate financiero que incluye una línea swap de US$ 20 MM. Además, en las semanas previas a las elecciones legislativas de octubre, el Tesoro estadounidense intervino directamente en el mercado argentino con el objetivo explícito de mantener estable el tipo de cambio y garantizar un contexto adecuado para las elecciones legislativas.

El oficialismo ganó ampliamente obteniendo el 41 % del voto nacional contra el 34 % de su principal oposición. El voto restante se distribuyó entre fuerzas provinciales y moderadas, las que bajo ciertas condiciones razonables pueden apoyar la agenda reformista en el Congreso. El mercado reaccionó con euforia: el índice Merval ganó 45 % en pocos días y el riesgo país cayó a 600 puntos básicos.

La economía sufrió menos la volatilidad en torno a las elecciones de octubre que el acuerdo con el FMI en abril. El estimador de PBI del INDEC creció 1,4 % entre julio y septiembre y una parte significativa de la variación se explica por la intermediación financiera. La inflación siguió acelerando hasta 2,5 % mensual en noviembre, nuevamente afectada por la suba de la carne.

Revitalizado por la victoria electoral, en diciembre el gobierno envío varios proyectos al nuevo Congreso. El más relevante es la reforma laboral, que flexibiliza las condiciones para las horas extra y vacaciones, crea un nuevo régimen para los trabajadores de aplicaciones de reparto y genera el Fondo de Asistencia Laboral (FAL), un fondo obligatorio capitalizable con aportes mensuales del 3 % de la remuneración, destinado al pago de indemnizaciones por despido. Para no aumentar el costo laboral, reduce en el mismo monto los aportes al SIPA (Servicio Integrado Previsional Argentino). Con el objetivo de promover la formalización laboral también baja de 18 a 5 % las contribuciones laborales para empleados sin experiencia formal, entre otras facilidades, y recorta las alícuotas del impuesto a las ganancias para empresas.

El gobierno sostuvo el orden en las cuentas públicas durante 2025. Acumuló un superávit primario de 1,4 % del PBI y un superávit fiscal de 0,2 %. La eliminación del impuesto PAIS y las bajas temporarias de retenciones fueron compensadas con una mayor recaudación de los aportes a la seguridad social y el impuesto al combustible, entre otras fuentes. La reforma laboral conlleva un costo fiscal de 0,8 % del PBI, mientras que el presupuesto 2026 no prevé un ajuste del gasto que permita compensarlo.

El Banco Central también flexibilizó la política cambiaria en diciembre, anunciando que las bandas pasarían a ajustarse por el IPC. También publicó un escenario base en el que comprará US$ 10 MM de reservas durante 2026, en línea con el crecimiento de la base monetaria. El mercado recibió bien los anuncios y el riesgo país cayó debajo de 600 puntos, ayudando al gobierno a emitir un bono en dólares a tasas del 9 %. Con vencimientos por US$ 20 MM a lo largo de 2026, recuperar acceso a los mercados internacionales es una de las prioridades del programa económico.

La economía cerró 2025 con una inflación anual de 31,5 %, la más baja desde 2017. El PBI creció en torno a 4,4 %, pero con 4,2 puntos de arrastre estadístico de 2024 y preponderancia del sector financiero, el agro e industrias extractivas como el petróleo y gas o la minería, mientras que la construcción y la industria manufacturera no se recuperaron en la misma medida. Este crecimiento heterogéneo se reflejó en un mercado laboral poco dinámico. Según el SIPA, en los primeros nueve meses de 2025 se perdieron 87,000 puestos de trabajo asalariados formales en el sector privado. La tasa de desempleo cayó de 6,9 % en el tercer trimestre de 2024 a 6,6 % en igual periodo de 2025, todo indica debido a la creación de 200,000 empleos informales. Recuperar al empleo formal es otro de los desafíos para 2026.

# Mercado Monetario

En 2025, la base monetaria creció 44,5 % medida punta a punta, o 13,6 % en términos reales, acompañando la recuperación de la demanda de dinero que se inició en 2024. La base pasó de $ 29,7 billones a $ 42,9 billones. Este aumento de $ 13,2 billones se explica mayormente por la disminución de pasivos remunerados por alrededor de $ 6,5 billones y la transferencia de utilidades del Banco Central al Tesoro por alrededor de 12 billones, que fueron parcialmente compensados con venta de divisas y otras operaciones con el Tesoro Nacional. El agregado monetario M2 creció 34,3 % durante 2025, pasando de $ 63 billones a $ 84,6 billones.

En Abril, el Banco Central procedió con la eliminación de gran parte de las restricciones cambiarias para personas humanas e implementó un nuevo régimen de bandas cambiarias en el marco de un nuevo acuerdo con el FMI. Mas tarde, en julio, el Banco Central decidió desarmar el esquema de Lefis, que había sido el instrumento utilizado para reemplazar las antiguas Leliqs y otros pasivos remunerados de la entidad monetaria que sirvieron para el control de la expansión monetria y la liquidez diaria bancaria. Los bancos debieron reemplazar las tenencias de esos instrumentos por títulos del Tesoro de corto plazo como las Lecaps, cauciones y repos, que complicó el manejo de la liquidez diaria y provocó fuerte volatilidad en las tasas de interés.

Al mismo tiempo, el Banco Central dejó de establecer una tasa de política monetaria. Las tasas pasaron a ser en gran medida endógenas y dependientes de la dinámica del mercado de dinero. Gran parte de la política monetaria pasó a estar manejada por el Tesoro, ya que influía sobre las tasas y sobre la cantidad de dinero mediante sus licitaciones quincenales de deuda. Finalmente, el Banco Central comenzó a operar en el mercado de repo de simultáneas, lo que puso un piso a las tasas y marcó la reaparición de los pasivos remunerados.

Por otro lado, a partir de la incertidumbre del período pre-electoral, donde el tipo de cambio se mantuvo fuertemente presionado y el Banco Central y el Tesoro se vieron obligados a vender divisas para sostener el tipo de cambio dentro de la banda de flotación, el Banco Central implementó un endurecimiento de la política monetaria como estrategia para evitar una depreciación. Como resultado, se subieron encajes y se modificó el cálculo de la integración de efectivo mínimo en pesos para hacerla más exigente. Esto provocó períodos de estrés en las tasas, que subieron a niveles muy altos y registraron marcada volatilidad.

Una vez pasado el período electoral, el mercado de pesos comenzó a normalizarse, y las tasas volvieron a niveles más alineados con la inflación. La tasa Tamar promedio de diciembre fue de 31,4 %, frente a 35,2 % de un año atrás y más de 50 % que registró en el período pre-electoral.

# El sistema financiero

El sistema financiero argentino empezó el 2025 continuando con el proceso de fuerte remonetización que había comenzado en 2024, impulsada por la reactivación de la actividad económica. Este proceso de crecimiento de la demanda de dinero y del crédito tuvo su correlato en aumentos interanuales de los depósitos totales que estuvieron por encima del 20 % real en promedio durante el período de febrero a julio. A partir de ese momento, el proceso de remonetización se vio interrumpido por el proceso electoral y el aumento de la incertidumbre. Los saldos de depósitos reales cayeron entre julio y noviembre y recién se recuperaron en diciembre, una vez pasados los comicios. En términos reales, los depósitos del sector privado en pesos crecieron 7 % entre diciembre de 2024 e igual mes de 2025. Sin embargo, en el promedio anual seguían 18,7 % debajo de 2023, sugiriendo que aún hay espacio para la remonetización. Los depósitos totales en pesos terminaron el año en 133 billones de pesos, 104 billones en manos del sector privado. Esto representó 13,4 y 10,2 % del PBI en el último trimestre de 2025. A fines de 2024, estas cifras eran 12.8 y 9.7 % del PBI, respectivamente.

El segmento en dólares también tuvo un buen desempeño. Después de lo que fue la fuerte suba de 2024, impulsada por el régimen de regularización de activos, los depósitos en dólares cayeron, pero volvieron a recuperarse a partir de abril, una vez que se eliminaron las restricciones para compra de divisas para personas físicas. Los depósitos privados en dólares subieron 17,5 % entre diciembre de 2024 y diciembre de 2025, alcanzando los US$ 37 MM, el nivel nominal más alto de los últimos 20 años.

La desinflación y el equilibrio fiscal, que redujo la demanda de financiamiento del sector público, dieron lugar a un crecimiento fuerte del crédito privado. Los préstamos en pesos crecieron 31,5 % en términos reales entre diciembre de 2024 y diciembre de 2025 llegando a 90 billones de pesos, a pesar de la desaceleración sufrida en el segundo semestre provocada por la suba de tasas y la incertidumbre electoral. En el mimso período, los préstamos en dólares crecieron 88,9 % alcanzando US$ 18,7 MM, el máximo nivel desde la salida de la Convertibilidad , impulsados por el aumento de la liquidez bancaria en moneda extranjera, En el cuarto trimestre, el crédito total al sector privado llegó a 11,5 % del PBI, el nivel más alto desde 2019. Los préstamos de garantía real tuvieron el mayor crecimiento con 95 % real, seguidos por los préstamos al consumo con 31 %.

En este contexto de expansión del crédito privado y ajuste fiscal en el Estado, los bancos consiguieron reducir su exposición al sector público. El peso de los bonos del Tesoro y los instrumentos del Banco Central en el activo de la banca se redujeron de 36 % en diciembre de 2024 a 27,8 % en octubre. La desaceleración de la inflación, junto con el estancamiento de salarios y la suba de tasas, hizo que la morosidad aumentara durante 2025. En octubre, la irregularidad de cartera llegó a 7,8 % para los préstamos a familias, contra 2,5 % de un año atrás, mientras que para empresas sigue en niveles bajos, alcanzando el 1,9 %, frente al 0,7 % de octubre 2024.

# Perspectivas para 2026

Tras la contundente victoria del oficialismo en las elecciones de medio término de 2025, el escenario político y económico argentino está en condiciones de experimentado un cambio drástico de paradigma. El resultado electoral ha sido interpretado como que no solo consolidó el rechazo a las políticas populistas, sino que otorgó al Gobierno un mandato de gobernabilidad y de reformas conjuntamente con la primera minoría en el Congreso para llevarlo adelante. Esta nueva configuración política permite al equipo económico pasar de una fase defensiva de estabilización a una ofensiva de reformas estructurales, con el foco puesto en la normalización definitiva de la macroeconomía.

A diferencia de 2025, cuando la prioridad absoluta fue la desinflación rápida, en 2026 el Gobierno ha comenzado a ponderar objetivos de acumulación de reservas y recuperación del nivel de actividad. En este sentido, se espera una transición hacia un esquema cambiario más flexible. Si bien se proyecta que el sistema de bandas se mantenga, la reciente recalibración que ajusta el ritmo de la devaluación a la inflación pasada, busca dotar al Banco Central de mayor capacidad para comprar divisas a costa de debilitar el ancla cambiaria en una economía que todavía conserva una fuerte propensión a utilizar el dólar como unidad de cuenta y rsrva de valor, lo que requiere de las políticas fiscal y monetaria un rol antiinflacionario aún más importante que hasta ahora.

El ambicioso programa de compras de US$ 10.000 millones anuales iniciado en enero de 2026 será la variable clave a monitorear, ya que las reservas netas aún permanecen bajo estrés. Otro hito que esperamos en 2026 es la vuelta a los mercados de deuda internacionales, en un contexto donde el riesgo país comprimió por debajo de los 600 puntos tras las elecciones, y apunta a situarse en la zona de los 450 puntos básicos si se consolida el plan de compras de reserva. A su vez, un gran pendiente es la remoción completa de los controles cambiarios. El proceso de desinflación continuará, aunque a un ritmo más gradual dada la priorización de la acumulación de reservas y la ausencia de un ancla nominal tan clara como lo ha sido la política cambiaria en el periodo anterior.

En cuanto a la actividad económica, tras meses de estancamiento en 2025 esperamos que la economía argentina inicie un repunte más sólido a principios de 2026. El crecimiento proyectado es de 3,5 % para este año y estará liderado por sectores estratégicos como el agro, la minería, los hidrocarburos y el sector financiero, sumado a un repunte en la construcción gracias a un tipo de cambio más competitivo y la vuelta de la obra público. El crédito debería funcionar como gran traccionador del crecimiento.

El compromiso con el "déficit cero" se mantendrá inalterable. Tras lograr superávit financiero en 2024 y 2025, estimamos que 2026 cerrará nuevamente con cuentas equilibradas. La estrategia fiscal para este año contempla el desafío de seguir reduciendo impuestos a pesar del incremento en el gasto social y la obra pública. Para esto, será necesario una mayor recaudación vinculada a la actividad económica y la formalización laboral. Si hay espacio fiscal, esperamos que se avance en la reducción de impuestos distorsivos, como los derechos de exportación y el impuesto al cheque.

En el plano legislativo, el Gobierno aprovechará su nuevo peso parlamentario para acelerar las reformas laboral y tributaria. Estos cambios son considerados esenciales para dinamizar la creación de empleo formal y atraer inversiones extranjeras.

# Capital Financiero

ODS 8, 9, 17

**Temas materiales relacionados:**

- Ética y transparencia.
- Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo.
- Desempeño económico positivo

Banco Macro sostiene una posición financiera sólida, siendo líderes en el mercado argentino, con adecuados niveles de liquidez, solvencia y capital que respaldan el crecimiento del negocio. A través de una gestión integral de riesgos y una cartera diversificada de ingresos, la Entidad financia a personas, empresas y gobiernos en todo el país, generando valor sostenible para sus accionistas y demás grupos de interés.



## Situación económico-financiera

El Banco exhibe una sólida posición financiera, con uno de los niveles de solvencia más elevados del sistema, el mayor exceso de capital del mercado y una estructura de balance que le permite acompañar el crecimiento del negocio con un perfil de riesgo controlado. Asimismo, mantiene niveles de liquidez superiores al promedio del sistema, lo que fortalece su capacidad de fondeo y su resiliencia ante escenarios adversos.

A nivel de resultados y negocios, el Banco ocupa posiciones de liderazgo en los principales segmentos del sistema financiero:

- líder en préstamos personales,
- segundo en financiamiento a PyMEs,
- segundo en tarjetas de débito,
- con la mejor calidad de cartera de la industria, y
- segundo en resultados del sistema en 2025.

Esta combinación de escala, solvencia, rentabilidad y calidad de activos constituye una de las principales ventajas competitivas del Banco.

Luego de la normalización de las variables macroeconómicas y la reactivación del crédito iniciada en 2024, Banco Macro mantuvo su política de consolidación del crecimiento con foco en la preservación del patrimonio, la solvencia y la rentabilidad en un marco de mejora constante de la eficiencia y los servicios provistos a sus clientes. Conseguir ese objetivo representó un gran desafío en un contexto que comenzó con una fuerte demanda de crédito palpable a fines del año anterior permitiendo la progresiva reducción de la participación de la deuda del Tesoro y el Banco Central en el activo de los bancos, continuó durante el primer semestre de 2025 de la mano de la reactivación de la actividad económica y se desaceleró en el tercero y gran parte del cuarto trimestre de 2025 en un contexto marcado por la fuerte volatilidad financiera producto de la incertidumbre alrededor de las elecciones de medio término. Adicionalmente, cambios regulatorios en la política de encajes bancarios sumaron un factor de estrés a la intermediación financiera, con impacto en márgenes y resultados. Una vez pasadas las elecciones, y ratificado el sendero de desinflación y el afianzamiento del equilibrio fiscal, comenzó la recuperación de los depósitos y la demanda de crédito sentando las bases para un 2026 que se estima favorable.

En ese contexto, la cartera de préstamos del Banco Macro al sector privado no financiero creció 39 %, finalizando el año con una participación en el mercado de préstamos totales al sector privado en pesos del 8,3 %. Asimismo, los depósitos totales del Banco crecieron 24 % anual totalizando $ 13,7 billones.

## Solvencia

Banco Macro sigue destacándose por la fortaleza de su capital. Los indicadores han evolucionado adecuadamente a lo largo del ejercicio, posicionándose en los primeros lugares entre los bancos privados de mayor patrimonio. El exceso de integración sobre los estándares establecidos por la regulación del Banco Central a fin de 2025 alcanza el 275 %, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

| Exigencia de Cap. Min (en millones de pesos) | Macro Consolidado | |
|---|---|---|
| | 2024 | 2025 |
| Exigencia por riesgo de crédito | $ 575.362 | $ 1.005.404 |
| Exigencia por riesgo de mercado | $ 22.475 | $ 30.106 |
| Exigencia por riesgo operacional | $ 338.402 | $ 281.128 |
| Exigencia total | $ 936.239 | $ 1.316.638 |
| Capital Ordinario de Nivel 1 (COn1) | $ 3.949.823 | $ 5.389.636 |
| Conceptos deducibles (Con1) | $ -312.178 | $ -458.677 |
| Capital de nivel 2 (COn2) | $ 82.259 | $ 0 |
| Integración de Capital - RPC - | $ 3.719.904 | $ 4.930.959 |
| Exceso de integración | $ 2.783.665 | $ 3.614.321 |

(*) Cifras no reexpresadas.
APR- (ii): Activos Ponderados por Riesgo, considerando las exigencias totales.

## Depósitos

Durante 2025 los depósitos totales aumentaron 24 % con una evolución muy diferente en la primera mitad del año respecto del segundo semestre conforme sucedió en el conjunto del sistema financiero y la evolución de la economía. Los depósitos a plazo del sector privado registraron un aumento del 149 % en tanto que los depósitos a la vista también del sector privado disminuyeron un 6 %. El Banco finalizó el año 2025 con una participación del 7 % en el mercado de depósitos totales, 6,5 % en los depósitos vista del sector privado no financiero y 10 % en los depósitos a plazo también del sector privado. El cuadro adjunto muestra la evolución de cada componente del total de los depósitos:

| Depósitos por moneda (en millones de pesos) | Macro Consolidado | |
|---|---|---|
| | 2024 | 2025 |
| Sector público no financiero | $ 846.780 | $ 638.862 |
| Sector financiero | $ 15.816 | $ 18.619 |
| Sector privado no financiero y residentes en el exterior | $ 10.217.369 | $ 13.033.157 |
| **Total** | **$ 11.079.965** | **$ 13.690.638** |
| Pesos | $ 7.448.159 | $ 8.773.753 |
| Moneda extranjera | $ 3.631.806 | $ 4.916.885 |

## Préstamos y otras financiaciones

A su vez, el crédito al sector privado finalizó el año 2025 con un aumento del 39 % anual, totalizando $ 10,4 billones. En línea con la evolución del mercado, la relación Préstamos/Depósitos pasó del 68,9 % en 2024 al 78,2 % a fin de 2025. A su vez, las financiaciones en situación irregular en relación al total alcanzaron el 3,9 % frente al 1,3 % registrado a fin del año anterior, aun cuando cabe destacar que Banco Macro mantiene un ratio de cartera irregular por debajo del promedio de los bancos privados.

Durante 2025 se destacan por su volumen la evolución de las líneas de adelantos en cuentas corrientes, préstamos personales, y otros (incluye financiación en moneda extranjera), que crecieron 118 %, 55 % y 53 %, respectivamente. En ese sentido, Banco Macro se mantuvo entre los primeros bancos privados participando, por ejemplo, con el 11,8 % del total de los préstamos personales del sistema financiero.

| Financiaciones SPNF (en millones de pesos) | Macro Consolidado | |
|---|---|---|
| | 2024 | 2025 |
| Adelantos | $ 711.856 | $ 1.553.276 |
| Documentos | $ 1.343.428 | $ 1.775.410 |
| Hipotecarios | $ 663.100 | $ 923.661 |
| Prendarios | $ 161.301 | $ 292.686 |
| Personales | $ 1.517.027 | $ 2.344.611 |
| Tarjetas de Crédito | $ 1.813.483 | $ 1.839.222 |
| Arrendamientos financieros | $ 21.638 | $ 13.317 |
| Otros | $ 1.387.363 | $ 2.127.505 |
| Menos: Previsión por PCE | $ -162.208 | $ -507.442 |
| **Total de Financiaciones** | **$ 7.456.988** | **$ 10.362.246** |

## Liquidez

Como consecuencia de la recuperación del crédito al sector privado iniciada en 2024 y la fuerte demanda experimentada durante 2025, junto con una gestión conservadora en la captación de fondos por su impacto directo en los resultados, la liquidez del Banco se redujo del 79 % de los depósitos totales alcanzado a fines del año anterior al 73 % de los depósitos totales a fin de 2025, un nivel muy adecuado a las circunstancias del mercado. El siguiente cuadro muestra los saldos consolidados a fin de cada ejercicio económico:

| Activos Líquidos (en millones de pesos) | Macro Consolidado | |
|---|---|---|
| | 2024 | 2025 |
| Disponibilidades | $ 3.539.502 | $ 4.344.460 |
| Pases netos | $ -24.937 | $ 5.240 |
| Otros TP | $ 5.073.824 | $ 5.372.715 |
| **TOTAL Activos Líquidos** | **$ 8.783.407** | **$ 9.979.097** |
| Cobertura sobre total de depósitos | 79 % | 73 % |

## Resultados

El ejercicio 2025 concluye con un resultado neto positivo de $ 303.043 millones, 1 % superior al resultado registrado en 2024 ($ 299.544 millones) ajustado por inflación e incluyendo Otros Resultados Integrales. El resultado de 2025 representó un retorno sobre el capital promedio (ROE) de 5,1 % y un retorno sobre los activos promedio (ROA) de 1,4 %, lo que permitió que se ubicara en los primeros lugares del ranking de bancos. Estos resultados muestran que el Banco ha logrado estabilidad y continuidad en la generación de ingresos y eficiencia en el uso de los recursos a pesar de las cambiantes circunstancias del mercado y los diferentes contextos macroeconómicos sucedidos a través de los últimos años.

También refleja el aumento de la actividad económica y el impacto que la volatilidad de las tasas de interés y del tipo de cambio provocaron en el margen de intermediación financiera durante la segunda mitad del año. En este contexto, los ingresos por intereses de Banco Macro aumentaron un 8 % con respecto a 2024 mientras que los egresos disminuyeron un 23 %. El margen neto cayó desde 26,2 % a 21,6 % en 2025, mientras que excluyendo moneda extranjera pasó del 23,8 % en 2024 al 21,5 %.

A su vez, durante 2025 los ingresos por comisiones netas aumentaron considerablemente en términos reales (+20 %).

De esta manera, un indicador de la eficiencia con impacto en resultados, la relación ingresos por comisiones netas como proporción de los gastos administrativos pasó de 26,2 % a 31,5 % contribuyendo a la mejora del resultado operativo (Margen Financiero + Comisiones Netas) que registró un incremento interanual del 39 %.

Computados las diferencias de cotización de Oro y Moneda Extranjera (-88 %), el resultado de baja de Activos Medidos a Costo Amortizado (-70 %) y otros ingresos y los cargos por incobrabilidad, que en 2025 registraron un fuerte aumento (+274 %), el ingreso operativo neto resultó 33 % inferior al mismo rubro en 2024.

Por su parte, el conjunto conformado por los Gastos Operativos que aumentaron 1 %, el resultado negativo por la Posición Monetaria Neta (-66 %) y el Impuesto a las Ganancias que aumentó 412 % redujo el ingreso operativo neto en $ 3.8 billones para cerrar el ejercicio con un resultado neto de $ 290.704 millones.

| Resultados (en millones de pesos) | Macro Consolidado | |
|---|---|---|
| | 2024 | 2025 |
| Ingresos por intereses | $ 4.637.286 | $ 5.005.422 |
| Egresos por intereses | $ -2.508.661 | $ 1.930.459 |
| **Resultado neto por intereses** | **$ 2.128.625** | **$ 3.074.963** |
| Ingresos por comisiones | $ 743.383 | $ 878.277 |
| Egresos por comisiones | $ -104.168 | $ -110.896 |
| **Resultado neto por comisiones** | **$ 639.215** | **$ 767.381** |
| **Subtotal (resultado neto por intereses + resultado neto por comisiones)** | **$ 2.767.840** | **$ 3.842.344** |
| Resultado neto por medición de instrumentos financieros a valor razonable con cambios en resultados | $ 2.921.876 | $ 457.538 |
| Resultado por baja de activos medidos a costo amortizado | $ 1.305 | $ 386 |
| Diferencia de cotización de oro y moneda extranjera | $ 214.710 | $ 25.098 |
| Otros ingresos operativos | $ 281.474 | $ 282.135 |
| Cargo por incobrabilidad | $ -143.855 | $ -538.121 |
| **Ingreso operativo neto** | **$ 6.043.350** | **$ 4.069.380** |
| Beneficios al personal | $ -925.393 | $ -954.276 |
| Gastos de administración | $ -481.929 | $ -446.678 |
| Depreciaciones y desvalorizaciones de bienes | $ -181.722 | $ -178.815 |
| Otros gastos operativos | $ -881.089 | $ -924.717 |
| **Resultado operativo** | **$ 3.573.217** | **$ 1.564.894** |
| Resultado por asociadas y negocios conjuntos | $ 2.084 | $ -257 |
| Resultado por la posición monetaria neta | $ -3.104.503 | $ -1.053.409 |
| **Resultados antes de impuesto de las actividades que continúan** | **$ 470.798** | **$ 511.228** |
| Impuesto a las ganancias de las actividades que continúan | $ 43.091 | $ 220.524 |
| **Resultado del ejercicio** | **$ 427.707** | **$ 290.704** |
| **Otro resultado Integral** | **$ -128.163** | **$ 12.339** |
| **Resultado Integral** | **$ 299.544** | **$ 303.043** |

## Principales indicadores

A continuación, se muestran los principales rubros / indicadores:

Nota: Para un mejor análisis de la información, se recomienda leer en conjunto con los Estados Financieros Consolidados Anuales disponible en el siguiente link.

| Indicadores (en millones de pesos) | Macro Consolidado | |
|---|---|---|
| | 2024 | 2025 |
| Activo | $ 19.065.428 | $ 23.245.902 |
| Financiaciones al Sector Privado | $ 7.456.988 | $ 10.362.246 |
| Pasivo | $ 13.736.196 | $ 18.010.660 |
| Depósitos | $ 11.079.965 | $ 13.690.638 |
| **Patrimonio Neto** | **$ 5.329.234** | **$ 5.235.242** |
| **Rentabilidad (Resultado Integral Total)** | **$ 299.544** | **$ 303.043** |
| **Rentabilidad y desempeño** | | |
| Margen neto de interés con FX | 26,2 % | 21,6 % |
| Margen neto de interés sin FX | 23,8 % | 21,5 % |
| Coeficiente de ing por comisiones netos respecto a ing tot netos | 7,3 % | 12,3 % |
| Coeficiente de eficiencia | 28,0 % | 39,0 % |
| Ing por comisiones netos como % de gastos adm | 26,2 % | 31,5 % |
| Retorno sobre el activo promedio | 2,4 % | 1,4 % |
| Retorno sobre el capital promedio | 7,5 % | 5,1 % |
| **Liquidez** | | |
| Préstamos como % del total de depósitos | 68,9 % | 78,2 % |
| Activos líquidos como % del total de depósitos | 79,0 % | 73,0 % |
| **Capital** | | |
| Capital total como % del total de activos | 27,9 % | 22,5 % |
| Capital regulatorio como % de activos de riesgo ponderado (APR) | 32,4 % | 30,6 % |
| **Calidad del Activo** | | |
| Previsión por préstamos como % sobre total préstamos | 2,2 % | 5,0 % |
| Financiación en sit irregular como % del total de financiaciones | 1,3 % | 3,9 % |
| Previsión por financiaciones como % de financ. en sit irregular | 158,8 % | 119,9 % |
| Costo de Riesgo | 2,6 % | 5,6 % |

# Capital Industrial e Intelectual

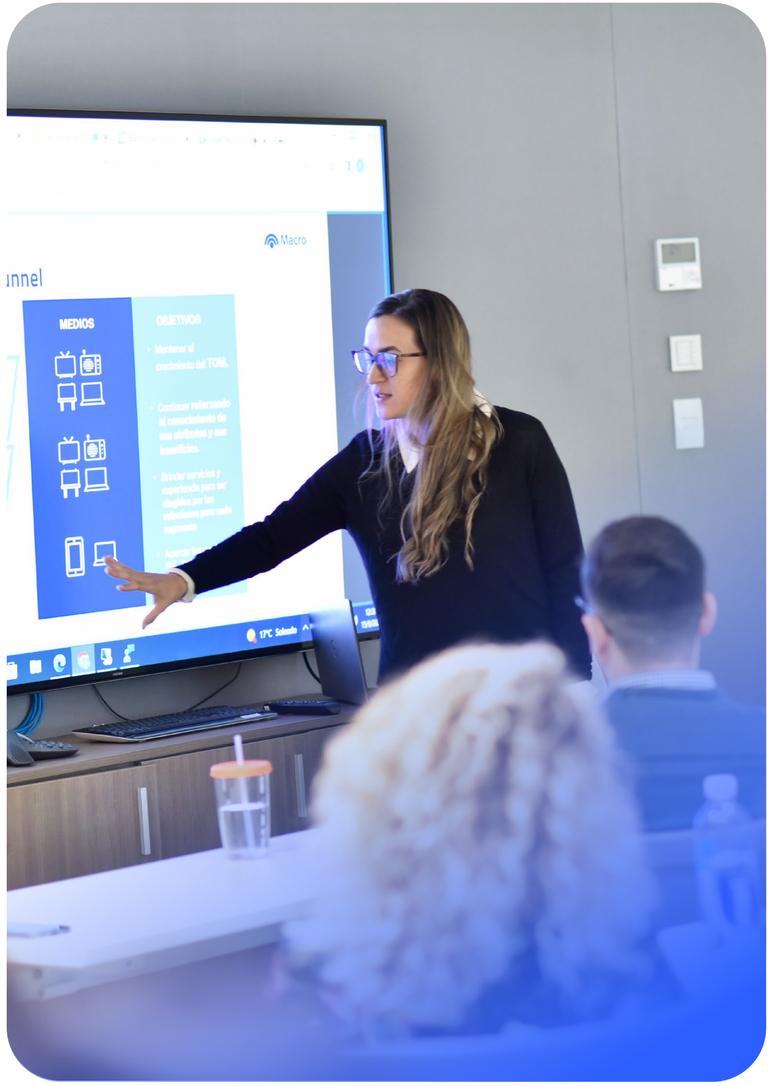
ODS 4, 5, 8, 9, 10, 13, 17

**Temas materiales relacionados:**

- Inclusión financiera.
- Seguridad y privacidad.
- Experiencia del cliente.
- Transformación digital.
- Productos sostenibles.

Con el objetivo de consolidarse como el banco líder de la Argentina, Banco Macro orienta su estrategia a la evolución de un modelo operativo e innovador, y a una gestión centrada en el cliente, integrando lo digital y lo humano para brindar experiencias simples y ágiles que impulsen desarrollo de personas y empresas.






# Cultura para Pensar en Grande: evolución digital y humana

Banco Macro evolucionó en cuanto a su cultura y gestión. Dejó de pensarse solo como una entidad financiera para pasar a consolidarse como un arquitecto de experiencias, que diseña soluciones simples e intuitivas para la vida cotidiana de sus clientes. Esta transformación, de raíz y centrada en el cliente, integra lo digital y lo humano, reconoce la trayectoria y el valor de los argentinos, acompaña el desarrollo de su patrimonio y de sus empresas, con **el propósito de ser el banco líder para una Argentina grande.**

Banco Macro consolidó una etapa de evolución y ordenamiento estratégico, fortaleciendo su identidad marcaria e impulsando mejoras significativas en la experiencia de sus clientes. En este proceso, la transformación digital se afirma como un cambio cultural en la forma de trabajar de la Entidad, que integra lo digital y lo humano para ofrecer "lo mejor de ambos mundos", con una mirada centrada en el cliente e innovadora, como eje de la metodología ágil y de la generación de valor. Sobre la base de la transparencia, la inspección y la adaptabilidad, el Banco avanzó en la modernización de sus servicios, en la optimización de procesos y en la toma de decisiones basadas en datos, profundizando su capacidad para acompañar el crecimiento de personas, empresas y comunidades en todo el país.

"Pensar en Grande"es el propósito del Banco que abarcó acciones de comunicación, la actualización del sistema visual y una arquitectura marcaria más clara, proyectando al Banco como una institución cercana, moderna y orientada a acompañar el progreso de las personas en un contexto de constante cambio.

# Nuevo modelo organizacional “Nueva cultura de agilidad en grande”

El Banco consolidó un modelo organizacional ágil centrado en la experiencia del cliente, que impulsa la colaboración y la generación de valor de punta a punta. Este esquema representa un cambio cultural en la forma de trabajar, incorpora roles definidos con responsabilidades precisas y asignadas según las habilidades y fortalezas de cada persona, integrando lo digital y lo humano para ofrecer soluciones simples, cercanas y consistentes en todos los puntos de contacto.

El modelo se apoya en habilitadores clave: tecnología, datos e inteligencia artificial; talento emprendedor; eficiencia operativa y una gestión del riesgo sólida. Así, el Banco fortalece una dinámica de trabajo basada en la transparencia, la innovación y la adaptabilidad, orientada a resultados, la eficiencia operativa y alineada con las necesidades de sus clientes.



# Agilidad en grande

La implementación de la estrategia del modelo de agilidad fue de forma escalonada a toda la Entidad y se basó en la premisa "Agilidad con Agilidad". La primera etapa involucró a la Banca de Individuos.

Este proceso forma parte de la transformación cultural que impulsa el Banco para consolidarse como el banco líder para una Argentina grande, con una gestión centrada en el cliente y basada en los pilares de simplicidad, principalidad, desarrollo y la integración de lo digital y lo humano.

El cambio de modelo implicó diseñar espacios de capacitación. En este marco, la Entidad creó la Academia de Agilidad a través de la cual más de 220 personas se formaron en metodologías y prácticas ágiles. El Banco también brindó instancias de formación específicas a equipos de distintas áreas–equipo de HRBPs / Personas– para fortalecer su conocimiento del modelo, los conceptos que lo sustentan y su contribución a la generación de valor para los clientes en todo el país.

Para ampliar el alcance y asegurar una comunicación permanente, el Banco desarrolló el *site* "Agilidad en grande", un espacio destinado a compartir los hitos del modelo, capacitar y comunicar buenas prácticas constantemente a todos los miembros del Banco.

De esta manera, la Entidad promueve una forma de trabajar tomando al cliente como centro, basada en la transparencia, la inspección y la adaptabilidad, que moderniza los servicios, optimiza los procesos y refuerza la cercanía con los argentinos, verdaderos protagonistas del valor que el Banco busca potenciar.

## Evolución del Modelo de Experiencia: de Comunidades a Dominios

En 2024, Banco Macro lanzó su Modelo de Comunidades de Experiencia, una estructura diseñada para poner al cliente en el centro y promover un cambio de *mindset* organizacional hacia una nueva manera de concebir negocios, productos y servicios.

En 2025, el Banco profundizó este modelo y avanzó hacia una estructura más robusta basada en **Dominios**, que amplían y abarcan a las Comunidades de Experiencia.

Este nuevo esquema otorga mayor empoderamiento, foco estratégico y capacidad de desarrollo integral de punta a punta.

La evolución se refleja en tres dimensiones clave:

- Mayor alcance y especialización: se pasó de tres a ocho comunidades, permitiendo un abordaje más granular de las necesidades del cliente.
- Crecimiento de equipos: las células multidisciplinarias se expandieron de 10 a 24 equipos, cada uno con foco específico en momentos y jornadas de la experiencia del cliente.
- Capacidad *end-to-end:* los equipos dejaron de ser únicamente comerciales y adquirieron la capacidad de diseñar, desarrollar e implementar experiencias completas, contemplando todo el recorrido del cliente.

### Dominios

**Descubrir al Banco**

**Misión:**
Captar nuevos clientes a través de canales digitales, sucursales y procesos híbridos, impulsando su digitalización desde un *onboarding* simple y eficiente.

**Día a día**

**Misión:**
Resolver las necesidades transaccionales cotidianas de los clientes, mejorando su experiencia y fortaleciendo su principalidad.

**Mi desarrollo**

**Misión:**
Ofrecer soluciones que acompañen el crecimiento del cliente, generando experiencias memorables y maximización del valor.

# Cartera de clientes en evolución para una Argentina digital y creciente

La transformación digital constituye un pilar estratégico para Banco Macro, y se fundamenta en un cambio cultural de la forma de gestionar el negocio, orientado a impulsar la innovación, la agilidad, y a fortalecer una cultura basada en datos, en lo humano y en un pensamiento eficiente y sustentable que toma de manera sostenida la experiencia de sus más de 6,5 millones de clientes como centro.

En este marco, durante 2025, el Banco avanzó en la digitalización de procesos y servicios, incorporando nuevas tecnologías —incluida la inteligencia artificial— para optimizar operaciones, enriquecer la personalización de sus productos y servicios, y mejorar la eficiencia en cada interacción.

En línea con esta evolución, la Entidad continúa desarrollando soluciones financieras adaptadas a las necesidades de personas, empresas y organizaciones de diversos perfiles, priorizando la calidad del servicio y una experiencia superior en todos los puntos de contacto. Este enfoque refuerza su posicionamiento competitivo y su compromiso con una cartera de clientes cada vez más diversa, activa y plenamente integrada al ecosistema digital.

| Cantidad de Clientes | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Individuos | 6.122.046 | 6.358.946 |
| Empresas | 201.233 | 224.969 |
| Gobierno | 1.674 | 1.735 |
| Finanzas | 237 | 257 |
| **Total** | **6.325.190** | **6.585.907** |

## Compromiso por la inclusión financiera

Banco Macro reconoce a la inclusión financiera como un eje central de su gestión y una palanca clave para “Pensar en grande” y acompañar el desarrollo federal de la Argentina. A partir de su propósito y de su Estrategia de Sustentabilidad ASG , la Entidad orienta su modelo de negocio a generar oportunidades para personas de recursos escasos y poblaciones sub bancarizadas, así como para PyMEs y emprendedores que impulsan las economías locales. Con una presencia extendida en todo el país, el Banco diseña soluciones simples, accesibles y digitales que acercan servicios financieros a más argentinos, fortalecen el tejido productivo y contribuyen a la movilidad social. Al mismo tiempo, integra la evaluación de riesgos sociales y ambientales en sus decisiones de financiamiento, promoviendo un crecimiento responsable que combina desarrollo económico, inclusión y cuidado del ambiente, en línea con su compromiso de ser el banco líder para una Argentina grande.

# Banca Individuos

Banco Macro gestiona su cartera de individuos a partir de una mirada centrada en las personas, que combina el tipo de relación que los clientes tienen con el Banco y su perfil de ingresos y riesgo crediticio.

De esta forma, la Banca Individuos atiende a una cartera de más de 6,3 millones de clientes, organizada en diversos segmentos según sus ingresos y situación previsional, laboral y comercial.

Bajo el propósito "Pensar en grande es pensar en cada cliente", la Entidad segmenta a su base de Banca Individuos en Jubilados, Plan Sueldo, Nucleadores y Clientes Especiales (AUH, Progresar, SUAF y Garrafas), y al mismo tiempo clasifica, a partir de un análisis integral de su capacidad financiera, a sus clientes enRenta Alta (Macro Selecta), Renta Media (Macro Preferencial) y Cartera general. Esta categorización permite diseñar propuestas de valor más precisas, fortalecer la inclusión financiera y mejorar la experiencia, ofreciendo soluciones adecuadas a las posibilidades y necesidades de cada segmento.

Durante el último período, la Entidad completó la unificación y actualización de soluciones personalizadas para todos estos segmentos, fortaleciendo así su propuesta de valor.

El año estuvo marcado por un fuerte impulso comercial, en línea con la transformación marcaria y la modernización del negocio. El creciente interés de los clientes por soluciones digitales y de autogestión se reflejó en un aumento del 18 % en la apertura de cuentas digitales y en la consolidación del nuevo proceso de adquisición para Plan Sueldo, que registró un crecimiento del 469 %.

Estos avances fueron posibles gracias a una estrategia cada vez más precisa y efectiva, orientada a acercar a cada persona la propuesta y el mensaje más adecuados.

| Segmentos de Banca Individuos | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Jubilados | 816.077 | 805.387 |
| Plan Sueldo | 1.083.656 | 1.163.156 |
| Mercado Abierto | 3.392.175 | 3.761.310 |
| Especiales: AUH, Progresar, SUAF y Garrafas. | 829.832 | 629.093 |
| **Total** | **6.122.046** | **6.358.946** |

## Segmentos de Banca Individuos

### Jubilados

Banco Macro reafirmó su liderazgo como el principal banco privado con presencia en todo el país en el pago de beneficios a jubilados. Más de 800.000 personas eligieron a la Entidad, alcanzando un volumen mensual de pagos superior a $ 500.000 millones.

Los esfuerzos del Banco se orientan a fortalecer el vínculo con este segmento, ofreciendo experiencias más simples y cercanas, junto con beneficios concretos que acompañan sus necesidades financieras.

### Plan Sueldo

+ 1.160.000 clientes eligen cobrar su sueldo en Banco Macro.

+ 38.500 convenios activos.

3° puesto Mercado Financiero.

Con el propósito de posicionar al Banco como la opción preferida para la acreditación de haberes, la Entidad impulsó una estrategia sustentada en tres ejes: un abordaje focalizado para ampliar la participación en el sector privado; acciones de fidelización y vinculación apoyadas en iniciativas de cross-sell; y una propuesta de valor que acompaña las necesidades de los clientes y mejora su experiencia a lo largo de todo su ciclo de vida.

Las campañas comerciales y las mejoras implementadas en los procesos y beneficios resultan fundamentales para potenciar la captación, retención y fidelización de los clientes de este segmento.

### Nucleadores

+ 1.300 convenios activos.

+ 130.000 clientes vinculados.

+ 50.000 clientes vinculados con débito automático.

Está formado por instituciones (nucleadores) que concentran individuos (nucleados) con aportes periódicos de cuotas, matrículas o membresías. De este modo, se establece un vínculo ecosistémico entre el Nucleador, el Nucleado y el Banco a mediano o largo plazo. Para consolidar este segmento, existe una oferta diferenciada para los nucleados, que incluye un porcentaje y tope de descuento por adherir la cuota al débito automático en tarjeta de crédito Visa Macro durante 12 meses.

### Clientes Especiales: AUH, Progresar, SUAF y Garrafas

Banco Macro diseña propuestas específicas para ampliar el alcance de sus servicios y facilitar el acceso al sistema financiero a poblaciones sub bancarizadas.

Los principales clientes que conforman este segmento son las personas que participan de los programas gubernamentales.Además de ofrecerles productos financieros adaptados a los beneficiarios de los programas sociales, el Banco los acompaña con Cuentas Sanas –talleres de educación financiera– que contribuyen a la inclusión financiera formal dentro de un marco regulatorio y seguro.

277 talleres de Cuentas Sanas realizados en 2025, beneficiando a personas de todas las edades y contextos.

## Categorización comercial

Pensar en grande es pensar en cada cliente, para ello Banco Macro clasifica a sus clientes según su nivel de ingresos y su perfil crediticio, lo que permite ofrecerles productos adecuados a sus posibilidades y necesidades, mejorando su experiencia y el acceso a soluciones financieras a medida. Este año redefinió las categorías, integrando a los clientes en tres grupos: Renta Alta, Renta Media y Cartera General.

### Renta Alta – Macro Selecta

Durante el 2025, Macro Selecta alcanzó sólidos niveles de cumplimiento de sus objetivos estratégicos. Como resultado, alcanzó un total de 214.553 clientes, y un *Net Promoter Score* (NPS) de 49 puntos, indicador que confirma el alto nivel de satisfacción y recomendación por parte de los clientes.

### Renta Media – Preferencial

A lo largo del año el Banco fortaleció la estrategia enfocada en acompañar el desarrollo de la clase media mejorando su día a día e impulsando su crecimiento futuro. Para ello el diseño de propuestas de valor, la adopción digital y una experiencia cercana y ágil es fundamental para la vinculación y fidelización de los clientes.
La cartera de Renta Media está compuesta por 159.047 clientes, de los cuales el 87 % son usuarios digitales. En el 2025 hubo un 75 % de incremento en el volumen de colocación de plazo fijo.

### Cartera General

El Banco orienta su oferta de productos y servicios a las necesidades de los clientes de rentas bajas, facilitando el acceso a soluciones financieras básicas y al crédito. La Entidad trabaja en la captación y fidelización de este segmento mediante iniciativas específicas que acompañan al cliente desde su incorporación y a lo largo de toda su relación con el Banco.

## Productos y servicios

### Préstamos

Con el objetivo de fortalecer la colocación y la rentabilidad, Banco Macro ofrece asistencia crediticia acorde a las posibilidades de sus clientes. La propuesta incluye Adelantos de Sueldo, Préstamos Personales y Préstamos Hipotecarios ajustados por UVA.

Los Préstamos Personales y los Adelantos de Sueldo se gestionaron principalmente a través de canales digitales, mientras que la originación de Préstamos Hipotecarios se realizó exclusivamente en la red de sucursales. En 2025, la cartera crediticia registró un crecimiento superior al del año anterior, con un desempeño destacado en los segmentos de Empleados Públicos y Jubilados.

**1.545.109**
cantidad de préstamos personales otorgados.

**75 %**
crecimiento interanual de préstamos hipotecarios.

**92 %**
de incremento en volumen de colocación de préstamos personales.

### Seguros

Banco Macro fortaleció su oferta de seguros con el objetivo de brindar productos de protección adecuados para las personas, las empresas y sus bienes. La Entidad impulsó el canal digital como vía principal para acercar coberturas de manera simple y ágil, complementándolo con promociones orientadas a responder a las necesidades de protección y gestión de riesgos de sus clientes.

### Inversiones

El Banco ofrece una estructura de inversión simple y accesible, centrada en productos de bajo riesgo y alta liquidez.

Los principales avances se basaron en dos pilares:

- Transformación digital: incorporación de la categorización de plazos fijos en canales digitales, con tasas diferenciales para los segmentos Cartera General, Preferencial, Selecta y Selecta Privado.
- Estrategia comercial: segmentación por montos en canales digitales para ajustar la oferta de tasas según el nivel de capital.

Además, el Banco lanzó el Plazo Fijo Tasa Especial, una propuesta orientada a atraer y activar nuevos inversores.

## Destacados 2025

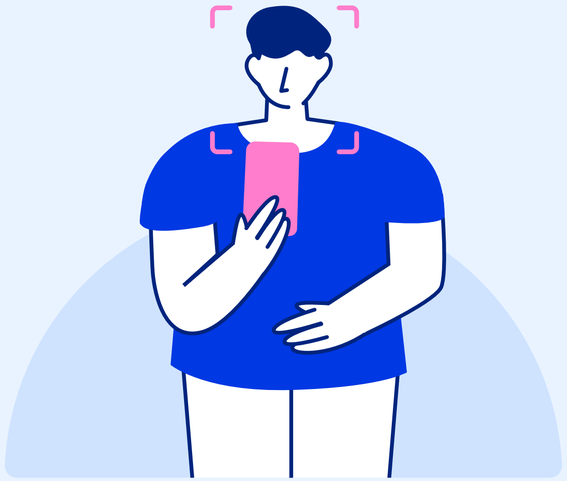
Billeteras Virtuales

**$ 93.843,7 MM** de volumen transaccionado en las billeteras virtuales de Banco Macro (Google Pay, Apple Pay y MODO),

**70 %** en promedio, está representado por transacciones con tarjeta de crédito, el otro 30 % por tarjetas de débito.

**96 %** es la participación de Apple Pay y Google Pay sobre los pagos NFC.

**17 %** del volumen total de pagos en el segmento de transporte se realizó a través de billeteras digitales con tecnología NFC, abarcando plataformas como Apple Pay, Google Pay y MODO.



### Ecosistema de Pagos

**Billeteras virtuales**

**Pagos NFC – sin contacto**
En colaboración con las marcas Visa y Mastercard, y con el acompañamiento de los proveedores de servicios Emova Subtes y Nación Servicios, Banco Macro implementó el pago sin contacto en el transporte público mediante tarjetas Visa y Mastercard, así como a través de las billeteras digitales Apple Pay, Google Pay y MODO NFC.

**Apple Pay y Google Pay**
Las billeteras digitales Google Pay y Apple Pay registran un crecimiento significativo en la región, impulsado por las nuevas estrategias de adopción por el transporte, y por la simplicidad y conveniencia de las experiencias de pago sin contacto.

## MODO

Banco Macro orientó sus esfuerzos a mejorar la experiencia del cliente y promover el uso del celular como principal medio de pago, favoreciendo la seguridad y los beneficios de las transacciones digitales. La incorporación del pago con QR desde MODO, debitando directamente de cuentas Macro para la movilidad urbana, tuvo una alta adopción.

**$ 869.330 MM**
monto total operado.

**3,5 M**
usuarios adheridos a MODO, lo que representa 28 % de crecimiento anual.

**$ 533.790 MM**
de monto total operado en pagos QR + NFC en 2025, con un crecimiento interanual del 155,3 % respecto de 2024.

El Banco expandió el servicio a Brasil, permitiendo pagos en comercios mediante QRs de PIX a través de la Billetera Macro vía MODO. Esta funcionalidad habilita el uso de cuentas en dólares con la seguridad del ecosistema bancario argentino, consolidando al celular como un medio de pago único y confiable en el exterior.

## Tarjetas de crédito (TC)

**1,6 M**
cuentas de tarjetas activas en Banco Macro.

**52,47 %**
de crecimiento en consumos con TC.

**+ 75 %**
es el nivel de activación del Banco (activas/habilitadas).

**17**
puntos superior al crecimiento del sistema financiero (69.34 %).

Durante 2025, la Entidad trabajó en iniciativas claves, generando un impacto directo en tres pilares fundamentales del negocio:

- Optimización de la rentabilidad y eficiencia operativa: a través de proyectos para mejorar los ingresos del producto y reducir costos operativos innecesarios.
- Mejora de la experiencia del cliente y seguridad: poniendo al cliente en el centro, mejorando su experiencia digital y la seguridad de sus transacciones.
- Crecimiento comercial y venta directa: generación de nuevos ingresos y la sinergia con otros canales del banco.

## Tarjetas de débito (TD)

**2,7 M**
cuentas de tarjetas activas en Banco Macro.

**22,15 %**
de representación de tarjetas activas del Macro del total del sistema financiero.

**+ 40 %**
es el nivel de activación del Banco (activas/habilitadas).

**17**
puntos porcentuales superior al nivel de activación del sistema financiero.

Banco Macro orienta sus iniciativas a fortalecer la propuesta de valor de sus clientes, mejorando la eficiencia operativa y la calidad del servicio. Durante el período, la Entidad impulsó diversas acciones vinculadas a la gestión y uso de la tarjeta de débito, entre las cuales se destacan:

- Mayor flexibilidad operativa.
- Digitalización del PIN.
- Visualización digital de la tarjeta de débito.
- Tarjeta de débito bimonetaria.
- Paquetización de tarjetas de débito existentes.
- Control de duplicidad en Banca Internet.
- Renovación digital de tarjetas sociales.
- Gestión de BINs.
- Control de vencimientos.
- Incorporación de un nuevo BIN para productos diferenciales.

# Banca Empresas

La Banca Empresas está compuesta por los siguientes segmentos: PyMEs, Megra, Corporativa, Agronegocios, Negocios y Profesionales (NyP) y Consorcios & Barrios Privados.

| Cantidad de clientes activos por segmento | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Corporativo | 662 | 634 |
| Megra | 3.773 | 3.989 |
| PyMEs | 66.839 | 68.242 |
| Negocios y Profesionales - NyP | 104.038 | 121.509 |
| Agronegocios | 18.519 | 20.975 |
| Consorcios & Barrios Privados | 7.402 | 9.620 |
| **Total** | **201.233** | **224.969** |

## Segmentos de Banca Empresas

### Corporativo

Desde la Banca Corporativa, el Banco orienta sus objetivos a gestionar y acompañar el flujo de tesorería de sus clientes, ofreciendo soluciones de inversión y financiamiento para las diferentes cadenas de valor. Asimismo, amplía las soluciones digitales dentro del ecosistema de cobros y pagos del segmento. El objetivo es convertirse en un socio tecnológico, a partir de la sólida relación con sus clientes y la coordinación con otras empresas vinculadas.

### Megra

Durante 2025, el foco de la propuesta de valor estuvo centrado en apoyar la mejora de la productividad de los clientes, principalmente en las áreas de tesorería, cobranzas y pagos. A través de Macro Soluciones, el Banco ofrece un set de herramientas tecnológicas que facilitan la gestión: Última Milla, Portal de Cobranzas, Concentrador, Pago a Proveedores, Finova, entre otros.

### PyMEs

El Banco reafirmó su compromiso con el segmento PyMEs, conformado por empresas que representan a una amplia diversidad de sectores productivos: comercio, industria manufacturera, construcción, energía, minería, logística, vitivinicultura, turismo, gastronomía, salud e instituciones educativas y deportivas, entre otros.

A lo largo del año, Banco Macro profundizó su estrategia de acompañamiento integral, consolidando una propuesta crediticia más accesible, flexible y adaptada a las particularidades de cada actividad. Paralelamente, fortaleció las relaciones estratégicas con las empresas, promoviendo la centralización de sus operaciones financieras mediante soluciones digitales para la gestión de cobros y pagos.

### Negocios y Profesionales (NyP)

El Banco avanzó en su desarrollo digital del segmento mediante nuevas funcionalidades en Banca Internet y mejoras en el proceso de *onboarding*, elevando la experiencia del cliente. Entre los hitos de 2025 se destaca la implementación de un programa federal de capacitación para la red de Oficiales NyP y Ejecutivos Selecta. Además, el Banco optimizó la propuesta crediticia y fortaleció alianzas con profesionales y cámaras de comercio, acompañando el crecimiento y las necesidades estratégicas del segmento.

## Consorcios & Barrios Privados

En 2025, el Banco lanzó a nivel nacional una propuesta de valor orientada a propietarios, con beneficios vinculados a servicios nucleadores, medios de pago y alternativas de financiación. La implementación incluyó la designación de Oficiales de Consorcios en Córdoba, Santa Fe, Tucumán y Buenos Aires; el lanzamiento del Paquete Macro Consorcios XXI; y el fortalecimiento de la colaboración con Interfast para ampliar canales de recaudación e integraciones con ERPs.

Para potenciar el alcance del segmento, el Banco estableció alianzas con cámaras del sector y con proveedores de sistemas de liquidación y portería.

## Agronegocios

En 2025, el Banco fortaleció su acompañamiento al sector agropecuario mediante soluciones adaptadas a las necesidades de capital de trabajo y de inversión, ampliando la base de clientes, las calificaciones crediticias y la oferta de productos con tasas competitivas. La Entidad también promovió la autogestión a través de la digitalización y profundizó su modelo de atención presencial en todo el país.

Banco Macro participó activamente en Expoagro, la feria más importante del sector.

## Gobiernos

Durante 2025, Banco Macro consolidó su liderazgo como agente financiero de referencia y como actor GovTech a nivel nacional.

La Entidad incorporó más de 50 nuevos clientes entre organismos provinciales, municipales y entes descentralizados, con cerca del 75 % de estas altas provenientes de jurisdicciones donde el Banco no actúa como agente financiero. Este crecimiento refleja su capacidad para expandirse más allá de su base tradicional y responde a un enfoque GovTech que integra soluciones tecnológicas, acompañamiento territorial y una propuesta de valor diferencial en recaudación, digitalización y *cash management*.

**+1.500**
organismos públicos.

**+680**
municipios y comunas.

**+650**
organismos provinciales.

**+170**
entes autárquicos, empresas públicas y universidades.

Banco Macro es agente financiero en 4 provincias: Salta, Jujuy, Misiones y Tucumán.

## Productos y servicios

### *Cash Management & Trade Service*

Con Macro Soluciones, el Banco dispone de una oferta diferencial de *Cash Management* para empresas. Busca apoyar el flujo de caja de las empresas con productos diferenciados como Click de Pago, Última Milla, Rapicompras, Cuenta Recaudadora con conciliaciones automáticas, descuento de valores a través de Efinova, ViüMi.

### Click de Pago

Click de Pago es una solución digital que facilita el cobro en línea mediante la integración de DEBIN, tarjetas y QR interoperable, ofreciendo una experiencia segura y accesible las 24 horas, los 7 días de la semana. La herramienta continúa evolucionando para mejorar la eficiencia en los procesos de recaudación y ampliar el acceso a pagos electrónicos para una mayor diversidad de usuarios.

La evolución del QR interoperable impreso en las facturas fortaleció la digitalización de los pagos y simplificó la experiencia de los contribuyentes.

**3.355**
clientes de Click de Pago.

**18,6 M**
transacciones (acumulado 2025).

### ViüMi

Durante 2025, ViüMi mantuvo su compromiso de mejorar la experiencia de los comercios mediante la oferta de soluciones y productos digitales innovadores. Puso especial énfasis en la seguridad y agilidad de las herramientas para simplificar la operatoria comercial de los usuarios.

### Productos Agro

Banco Macro continuó fortaleciendo su oferta para el sector agropecuario mediante soluciones financieras digitales que acompañan las necesidades del ecosistema productivo. En este marco, siguió evolucionando la plataforma Red Agro, incorporando nuevas funcionalidades y el *onboarding* digital de préstamos prendarios agro, lo que permite a productores y proveedores financiar operaciones dentro de un entorno seguro y 100 % digital.

Asimismo, en 2025 el Banco lanzó Crédito Simple Agro, una herramienta de financiamiento completamente digital, basada en información productiva y adaptada a las particularidades del sector. A través de esta solución, única en el mercado financiero, se logró calificar a más de 4.000 clientes, ampliando el acceso al crédito y potenciando el desarrollo del sector.

## Lanzamiento de la funcionalidad Tienda ViüMi

Esta robusta solución de *e-commerce* se caracteriza por su alto nivel de personalización, la disponibilidad de servicios logísticos con cobertura a nivel nacional y las herramientas de integración con redes sociales.

Este desarrollo refuerza la estrategia de consolidar un ecosistema integral de soluciones de cobro y posicionarse como un aliado estratégico en el comercio *online*. El objetivo es permitir que cualquier emprendedor, profesional o PyME digitalice su operación y expanda su negocio a todo el país.

## Programa NAVES

Desde hace más de una década, Banco Macro impulsa el programa NAVES Argentina en alianza con el IAE *Business School*, con el objetivo de fortalecer la innovación y la competitividad de emprendedores y PyMEs de todo el país.

NAVES Argentina ofrece formación, mentoría y oportunidades de vinculación, acompañando a emprendedores en la puesta en marcha de sus proyectos, apoyando a empresas nacientes en su crecimiento y ayudando a organizaciones consolidadas a desarrollar nuevas iniciativas para innovar y transformarse.

En su 11.ª edición, participaron 641 proyectos de más de 20 provincias, consolidando el alcance federal del programa y su rol como semillero de emprendimientos de alto impacto. Además, el 41 % de los participantes fueron clientes del Banco, reflejando la integración entre la estrategia de negocio y la inversión social.

Durante el año también se avanzó en el diseño de un nuevo programa de incubación orientado a emprendimientos innovadores con foco en sustentabilidad, que será implementado en 2026.

La edición 2025 incluyó un *demo day* en el cual los equipos presentaron sus iniciativas ante la comunidad emprendedora. Las categorías de participación fueron:

- Idea de Negocio.
- Empresa Naciente.
- Nuevo Proyecto de Empresa en Marcha.

Asimismo, se otorgó una mención especial a los proyectos con impacto social y ambiental significativo, junto con el Premio "Andrés Jara", en homenaje a un emprendedor referente de la comunidad NAVES.

**$ 258,4 M**
de inversión total en el programa.

**6**
proyectos ganadores.

**1.810**
proyectos inscriptos.

**640**
proyectos participantes.

**286**
proyectos presentaron su modelo de negocio.

**83**
proyectos llegaron a las semifinales regionales.

**28**
proyectos participaron en la final nacional.

**3**
menciones especiales.

**23**
jurisdicciones.

# Banca Privada y Gestión del Patrimonio

En un contexto de marcada inestabilidad, Banco Macro consolidó su enfoque en una gestión activa y responsable de la volatilidad, priorizando la protección patrimonial a través de un asesoramiento cercano y decisiones informadas.

A lo largo del año, la Entidad desarrolló un acompañamiento proactivo que incluyó más de 30 viajes a plazas del interior para mantener reuniones personalizadas con clientes de todo el país. Asimismo, llevó adelante rebalanceos estratégicos de carteras en sitio, asegurando la alineación entre el perfil de riesgo de cada cliente y las condiciones actualizadas del mercado.

## Impulso al crecimiento y posicionamiento de mercado

El fortalecimiento de la estrategia local e internacional permitió alcanzar una expansión significativa y consolidar la presencia en el mercado.

- 70 % expansión de cartera (local e internacional).
- Jugador principal en liderazgo en deuda del negocio de individuos.
- 6 conferencias masivas de educación sobre finanzas personales.

## Macro Securities

Macro Securities es la plataforma que permite a los clientes de Banco Macro acceder y gestionar una extensa variedad de productos y servicios financieros. Está diseñada para que los clientes puedan gestionar y diversificar activamente sus carteras de inversión. De esta manera, esta plataforma se posiciona como el brazo inversor y de intermediación clave, facilitando a los clientes del Banco el manejo eficiente de sus inversiones en el mercado de capitales, brindando acceso a instrumentos locales e internacionales, y consolidando la oferta integral de servicios financieros del grupo.

Es una entidad clave en el ecosistema financiero del Banco, que focaliza su atención en ofrecer servicios especializados a la base de clientes de los segmentos Corporativo, Empresas, PyME, Institucional, Gobierno y Minorista. Complementa la oferta del Banco proveyendo productos y soluciones financieras sofisticadas para satisfacer las necesidades de capitalización, inversión y gestión de riesgo de estos clientes, asegurando generar impacto en los clientes con un servicio de valor agregado.

A través de los canales digitales, Macro Securities ofreció en 2025 el servicio de intermediación bursátil, brindando a sus clientes la capacidad de autogestión para operaciones de compra y venta de acciones, CEDEARs, títulos públicos, obligaciones negociables y dólar MEP.

Las operaciones de dólar MEP constituyeron el producto priorizado por el segmento digital, representando un volumen de US$ 1,749 M.

El volumen total a través de los canales digitales fue de US$ 480 M , con un total de 21.800 clientes digitales al cierre del ejercicio.

## Macro Selecta Privado

Durante 2025, el segmento Selecta Privado enfocó sus esfuerzos en una estrategia de expansión orgánica y cualitativa, priorizando la incorporación de clientes de alto valor que aportarán sinergias y nuevo negocio al ecosistema de Banco Macro.

**650**
nuevos clientes.

**32 %**
de incremento
en la cartera total.

## Macro Fondos

Macro Fondos se consolidó en 2025 como la cuarta gestora del mercado local, administrando más de $ 4,5 billones. Durante el período, la gestión se centró en la automatización y en la mejora de los sistemas para optimizar la experiencia de los usuarios.

El trabajo conjunto con el desarrollo de la nueva app del Banco permitió eliminar fricciones operativas —como las vinculadas al rescate para transferencia— y avanzar en una operatoria más ágil y simple. En paralelo, se sostuvieron acciones comerciales y de educación financiera orientadas a ofrecer un producto de inversión accesible y fortalecer la principalidad del Banco en todos los segmentos.

## Colocaciones - Emisión de ONs propias y de clientes

En materia de emisiones y colocaciones de Obligaciones Negociables, Banco Macro —a través de Macro Securities— acompañó a sus clientes en operaciones que alcanzaron un total de $ 9.970.811 millones, equivalente al 64 % de las emisiones del mercado medidas en pesos. Se destacan colocaciones de los sectores Oil & Gas, financiero, consumo e industrial, destinadas a capital de trabajo, infraestructura y refinanciación de pasivos.

Banco Macro concretó una nueva colocación de Obligaciones Negociables por US$ 400 millones, que registró una demanda que triplicó la oferta y permitió cerrar la operación a una tasa del 8 % a 5 años.

Este resultado confirma el fuerte apetito inversor por instrumentos corporativos de alta calidad crediticia y reafirma, una vez más, la solidez y el liderazgo de Banco Macro en el mercado financiero argentino.

## Productos financieros con impacto ambiental

A lo largo del año, la Entidad intervino en la colocación de las Obligaciones Negociables Genneia Clase 48 (mercado local) y Clase 49 (mercado internacional), ambas clasificadas como bonos verdes y alineadas con los *Green Bond Principles* 2021 de ICMA y los lineamientos argentinos para emisiones sostenibles. Estas operaciones permitieron a Genneia alcanzar un volumen total emitido de US$ 427,76 millones, muy por encima del registrado el año anterior.

# Experiencia del cliente

A través de sus capacidades técnicas y su enfoque especializado, el Centro de Experiencia Macro mide y gestiona de manera integral la experiencia y los vínculos con los clientes, promoviendo prácticas que prioricen la cercanía, la eficiencia y la excelencia, reafirmando así el compromiso de situar al cliente en el eje de todas las decisiones.

El abordaje de la Experiencia del Cliente (CX) el Banco lo gestiona estratégicamente a través del Centro de Experiencia (COE), cuyo propósito es liderar la evolución sostenible de una cultura cliente céntrica en toda la organización.

A partir de las disciplinas de Experiencia de Cliente (CX) y Experiencia de Usuario (UX) como pilares estratégicos, el Banco se propone valorizar la experiencia en cada punto de contacto para generar un impacto medible y potenciar el crecimiento del negocio.

## Centro de Experiencias Macro

El propósito del Modelo de Atención del Centro de Experiencias Macro es liderar la evolución sostenible de una cultura centrada en el cliente, facilitando un conocimiento profundo de sus necesidades y expectativas. Su rol consiste en impulsar CX y UX como pilares estratégicos, valorizando cada interacción para generar impacto y contribuir al crecimiento del Banco.

Para evaluar la experiencia del cliente, la Entidad se basa en la metodología Net *Promoter Score* (NPS) y el *Customer Satisfaction Score* (CSAT), gestionados a través de *Qualtrics Experience Management*.

El Modelo Relacional mide la percepción global del cliente sobre su relación con el Banco, con encuestas periódicas por segmento, mientras que el Modelo Transaccional mide la satisfacción posterior a interacciones clave como la atención en sucursal, los canales digitales, el contact center entre otros, permitiendo monitorear la experiencia en cada interacción que tiene el cliente con el Banco.

Los resultados son analizados por segmento y canal, identificando los *drivers* de satisfacción y los factores críticos que explican la recomendación y lealtad.

**32,1**
**puntos de NPS para Banca Individuos, mejorando el resultado del año anterior a partir de las mejoras en los tiempos de respuesta, digitalización de procesos y atención postventa.**

**41**
**puntos de NPS en Banca Empresas, manteniendo una posición competitiva en el sector y consolidando la fidelización de clientes estratégicos.**

## Modelos de atención destacados y estudios para conocer a los clientes del Banco

### UX | UI – Experiencia de usuario

Durante 2025 el Banco consolidó el trabajo de diseño centrado en las personas dentro de los proyectos estratégicos.

La Entidad acompañó el desarrollo de los principales activos digitales —nueva App, BancoChat, OB Empresas, MacroSoluciones— fortaleciendo flujos, interacciones y la coherencia visual a través del sistema de diseño CroMa.

Para ello fue fundamental la implementación del proceso de trabajo UX de forma transversal incorporando nuevas disciplinas como *Content & Research,* permitiendo una práctica UX integral y sistémica.

## Medición de la Experiencia

### CX Modelo Relacional

En 2025, el Centro de Experiencia redefinió la forma de escuchar a los clientes y gestionar su experiencia en los distintos puntos de acceso.

El Banco implementó un modelo de analítica avanzada que procesa el feedback no solicitado presente en las conversaciones con los clientes. Esta herramienta permite analizar el vínculo en su interacción natural, anticipar los impulsores de reclamos y actuar preventivamente para reducir el riesgo de abandono. De este modo, la Entidad identifica oportunidades de mejora continua sin depender exclusivamente del feedback obtenido a través de encuestas.

### CX Modelo Transaccional

Banco Macro fortaleció su Modelo Transaccional de Experiencia del Cliente, ampliando la cobertura y representatividad de los estudios en los distintos puntos de acceso del ecosistema de atención.

### Evolución de Madurez CX

El objetivo estratégico para 2025 fue sostener y evolucionar el nivel de madurez en Experiencia del Cliente (CX), impulsando un modelo de internalización COE basado en sensibilización, capacitación, comunicación y reconocimiento.

### Modelo Close the loop – CTL

**500**
tickets generados.

**+67 %**
de contacto telefónico.

Durante el año Banco Macro consolidó la estrategia del modelo CTL, ampliamente valorado por las sucursales por su impacto en la recuperación de la confianza y la mejora de experiencias negativas. Por otro lado, el *Contact Center* avanzó en elevar la calidad operativa mediante programas de calibración y monitoreo.

### Gestión de Reclamos

Banco Macro ofrece diversas vías para la gestión de reclamos —sucursales, Banca Internet, servicio telefónico y el reciente BancoChat— con el fin de garantizar accesibilidad y una experiencia satisfactoria. Todos los casos son derivados a un sector centralizado que realiza un análisis individualizado y brinda una respuesta formal al cliente, asegurando transparencia, trazabilidad y una resolución efectiva.

# Academia *Customer Centric*

Con el propósito de que los equipos del Banco estén preparados para una atención en pos de la experiencia del cliente, este cuenta con la Academia *Customer Centric*, un programa innovador de formación intensiva que tiene como objetivo preparar y reconvertir talento interno para roles de alta demanda en CX, UX y UI, asegurando el desarrollo de habilidades clave.

Entre los avances, el programa de *reskilling* logró que 10 colaboradores fueran formados, de los cuales 9 ya se integraron exitosamente a equipos críticos (CX, TyVez y UX).

Paralelamente, la certificación *e-learning* "Fundamentos CX-UX-TZ" alcanzó a 874 inscriptos, fortaleciendo nuestra cultura desde la base.



## Tienda Macro

Acompañando la transformación de marca, Banco Macro relanzó su sistema de *loyalty*, pasando de Macro Premia a Tienda Macro. Estas renovación implicó un ordenamiento en la propuesta de valor para que sea más atractiva para los clientes.

Tienda Macro dispone de ofertas, cuotas y productos muy valorados, además del canje de puntos por viajes o por dinero para pagar una tarjeta de crédito Macro.

Durante 2025, la Entidad implementó mejoras significativas orientadas a optimizar la funcionalidad y la experiencia de usuario. Entre los avances más relevantes se encuentran el cambio de nombre para posicionar la plataforma como un verdadero *e-commerce*; la incorporación de un nuevo módulo de campañas y la migración del motor de puntos, permitiendo premiar eventos y actividades de los clientes con mayor flexibilidad; la apertura de la Tienda para usuarios sin cuenta o sin acceso a Banca Internet; y la evolución del módulo logístico, que habilitó la integración con distintos proveedores.

# Transformación digital y omnicanalidad

Banco Macro avanza en una gestión integral de sus activos digitales, unificando criterios comerciales y tecnológicos para fortalecer la experiencia del cliente. El enfoque omnicanal, sustentado en una visión unificada, el uso de datos, CroMa y la interacción continua con los usuarios, impulsa dinamismo, innovación y disciplina en el desarrollo de soluciones. La transformación digital se consolida así como un proyecto estratégico orientado a mejorar la calidad, seguridad y funcionalidad de las plataformas, siempre desde una perspectiva centrada en el usuario.

Con este propósito, el Banco trabaja en la integración de todos los puntos de contacto —digitales y presenciales— para garantizar una experiencia fluida, consistente y libre de fricciones, optimizando cada instancia de gestión.

## Nueva App Macro

La nueva App Macro marcó un hito en la transformación digital del Banco, al ofrecer una experiencia renovada, más simple, segura y ágil para los clientes. Su arquitectura basada en servicios escalables y almacenamiento en la nube permitió mejorar la estabilidad y el desempeño.

La aplicación se construyó con un enfoque centrado en el usuario, integrando seguridad avanzada y analítica *data driven* para optimizar continuamente la experiencia. Durante 2025 se incorporaron mejoras funcionales clave —como programación de transferencias, *stop debit*, consulta de tarjetas y actualización de datos— y se inició el proceso de migración progresiva de clientes hacia la nueva plataforma.

### Resultados de la migración

**382.439**

clientes migrados con 2,82 M transacciones monetarias.

**27,01 M**

transacciones no monetarias, siendo el login promedio 2 veces al día.



## BancoChat

BancoChat es la solución conversacional de Banco Macro operada sobre WhatsApp, que facilita a los clientes la resolución de consultas y gestiones en tiempo real, ampliando el acceso a servicios y promoviendo la inclusión financiera desde un canal cotidiano y cercano.

Además de su capacidad transaccional, funciona como un canal complementario para brindar información y fortalecer la relación directa con los usuarios, integrándose al ecosistema digital del Banco.

**715 K**
usuarios mensuales.

**1,7 M**
de conversaciones de usuarios.

Durante 2025 el Banco lanzó el nuevo BancoChat, incorporando Inteligencia Artificial Generativa. La nueva funcionalidad de transferencias con IA permite iniciar operaciones de manera conversacional, agilizando la experiencia sin necesidad de navegar por menús.

BancoChat se consolidó como un canal de contacto de inicio y acompañamiento en la relación digital con los clientes, facilitando la adopción progresiva de operaciones digitales. A través de este canal, muchos usuarios comienzan a interactuar digitalmente con el Banco, resolviendo sus gestiones de forma remota y fortaleciendo su vinculación con el ecosistema digital de Banco Macro.

En el marco del crecimiento de los canales digitales —que alcanzaron 2.864.561 usuarios, con un incremento interanual del 13 %—, 291.221 clientes utilizaron BancoChat, consolidándolo como un canal clave de acceso simple y asistido a los servicios digitales del Banco.

## Digitalización para empresas

En 2025, Banco Macro consolidó su estrategia de transformación digital en Banca Empresas, impulsando una experiencia más ágil, segura y centrada en las necesidades de cada cliente.

El programa de Digitalización permitió aumentar la cantidad de clientes operando en canales digitales y expandir significativamente el volumen de operaciones *online*. Entre los avances más relevantes se destacan el *Onboarding* Digital de Empresas —que habilita la apertura de cuentas 100 % digital—, la integración de los clientes Negocios y Profesionales a una única plataforma, la personalización de ofertas mediante Salesforce y la incorporación de nuevas funcionalidades como Préstamo Aguinaldo en canales móviles y Préstamos Red Agro en dólares.

Estas iniciativas, junto con mejoras en procesos clave como el descuento de cheques, acuerdos de cuenta corriente y consultas de cobros con QR, consolidaron el liderazgo digital del Banco en el segmento empresas.

**17 %**
de incremento en cantidad de clientes digitales.

**13 %**
de incremento en total de operaciones.

## Cultura de Datos

Banco Macro continuó la consolidación de una estrategia integral de datos e inteligencia artificial (IA). Para ello, adoptó prácticas avanzadas de analítica y automatización bajo los principios de gobierno, ética, seguridad y eficiencia operacional con foco en la experiencia del cliente para fortalecer la capacidad de operar como una organización verdaderamente *data-driven*.

En este marco, se destacan los siguientes hitos relevantes en la madurez del Banco:

- Consolidación de un equipo unificado de Datos e Inteligencia Artificial para maximizar sinergias operativas y foco estratégico a través de roadmaps compartidos.
- Consolidación de la Academia de Datos para fomentar el *data literacy* y la transformación cultural, democratizando el acceso a los datos.
- Nueva plataforma de datos en Google Cloud Platform, reconocida como caso de éxito en la región por su amplitud y capacidades.
- Plan de despliegue de Inteligencia Artificial con un enfoque pragmático y escalable.

# Macro Bicis: Movilidad Sustentable

La propuesta de movilidad sustentable de Banco Macro tiene como objetivo promover ecosistemas que trasciendan la oferta bancaria tradicional, impulsando el uso de la bicicleta como un elemento transformador que mejora la calidad de vida de las personas y contribuye al cuidado del planeta.

La movilidad sustentable se consolidó como un pilar estratégico del Banco, orientado a fomentar alternativas de transporte más saludables, accesibles y con menor impacto ambiental.

En este marco, Banco Macro opera el sistema de bicicletas compartidas más relevante del país en la Ciudad de Buenos Aires, además de un servicio recreativo en Nordelta y un nuevo sistema recientemente implementado en Escobar. Asimismo, la Entidad es sponsor del programa SOLTATE del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, que enseña a niñas, niños y adultos a andar en bicicleta, ampliando las oportunidades de movilidad y fortaleciendo la inclusión en el espacio urbano.

+ de 7.000 usuarios registrados en Nordelta.

+ de 26.000 usuarios registrados en Escobar.




**4.400**
Macro Bicis.

**1,45 M**
usuarios registrados en Ecobicis.

**410**
estaciones instaladas.

**350 K**
viajes promedio por mes.

# Capital Humano

ODS 4, 5, 8, 10

**Temas materiales relacionados:**

- Experiencia empleado
- Gestión del capital humano
- Derechos Humanos

Banco Macro consolida una marca empleadora federal, construida desde el interior de la organización, que impulsa el desarrollo del talento, el bienestar y la participación social en todo el país.



# Gestión del capital humano

**Puesto N.° 2 en el ranking GPTW –Great Place to Work– con crecimiento de 5 posiciones.**

**8.246**
colegas.

**42,86 %**
mujeres.

**57,14 %**
hombres.

**73 %**
de los colegas cuenta con más de 10 años de antigüedad en el Banco.

**4.771**
colegas en otras provincias (57,86 % ).

**3.475**
colegas en Capital Federal y Gran Buenos Aires (42,14 %).

**46,2 años**
edad promedio de colegas.

Banco Macro promueve una cultura de alto desempeño, innovación y orientación al cliente, apoyada en un modelo integral de gestión del talento que impulsa el aprendizaje continuo, el liderazgo adaptativo y la movilidad interna. Este modelo se complementa con políticas de compensación y beneficios equitativas, competitivas y alineadas al mercado, que fortalecen la propuesta de valor para los colegas del Banco.

Al mismo tiempo, la Entidad optimiza la eficiencia organizacional mediante estructuras claras, roles definidos y una asignación estratégica de recursos, potenciando el modelo de *HR Business Partner* como aliado clave del negocio.

Las relaciones laborales se gestionan como un eje estratégico, basadas en el diálogo, la prevención y el cumplimiento normativo, y se apoyan en procesos modernos de capital humano, a través de un ecosistema digital integrado y del uso de *People Analytics* para la toma de decisiones basadas en evidencia.

Por su parte, prioriza el fortalecimiento de la comunicación interna y de la marca empleadora, con una narrativa coherente e inspiradora, e integra la sustentabilidad, la inclusión y el compromiso social en toda la gestión de personas.

Es importante destacar, que el Banco cuenta con un modelo de gestión apoyado en indicadores críticos —como desempeño, inclusión y satisfacción interna— que permite impulsar la mejora continua, asegurar la trazabilidad y respaldar la contribución del área a los objetivos estratégicos del Banco.




**Somos Protagonistas**

↓

**Sentimos Orgullo**

↓

**Somos Ágiles**

↓

**Estamos Cerca**

Los principios Macro ADN definen la cultura corporativa del Banco; **guían a las personas en la toma de decisiones, en el diseño de programas y políticas, y en cómo se concibe el liderazgo dentro de la organización.**

## Principios Macro ADN

Desde el primer día en la organización, el Banco busca que las personas vivan y apliquen los comportamientos que lo distinguen. Ellos son invitados a "Pensar en grande", más allá de su metro cuadrado, desafiando los límites de lo que creen posible para hacer realidad los sueños de millones de argentinos.

Además, las personas siguen el propósito organizacional: que la Argentina piense en grande, piense en Macro.

Durante 2025, el Banco priorizó la integración transversal de los principios corporativos, asegurando que estuvieran presentes en las iniciativas y acciones realizadas.

### Plan Agilidad en Grande

Banco Macro inició la escalada hacia un nuevo modelo operativo basado en la agilidad, transformando la forma de trabajar a través de metodologías *agile*. El lanzamiento oficial tuvo lugar durante un *Town Hall* liderado por el CEO, donde la Entidad presentó formalmente el Plan de Agilidad en Grande.

Este modelo, implementado mediante células y áreas funcionales, conecta la estrategia con la ejecución y permite alinear OKR —Objetivos y Resultados Clave— iniciativas y recursos con las prioridades reales del Banco. La Entidad impulsa una cultura organizacional ágil y acompaña su consolidación mediante acciones de comunicación interna, espacios de intercambio y diversas instancias de formación.

Para fortalecer esta transformación, Banco Macro avanzó en:

- El mapeo de habilidades clave requeridas para el escalamiento de la agilidad en toda la organización.
- La implementación de rutas de aprendizaje acordes con las necesidades de cada equipo y la adopción progresiva de conocimientos técnicos y metodologías ágiles.
- La ampliación de la Academia de Agilidad que permitió realizar *upskilling* y *reskilling* de colegas para ocupar las posiciones internas.
- El diseño de un Plan de Gestión del Cambio orientado a desarrollar conciencia, deseo, conocimiento y habilidades sobre la nueva forma de trabajar, promoviendo la adopción del mindset y la metodología ágil en toda la organización.
- La construcción de un Plan de Comunicación Interna estructurado para tres audiencias —Áreas Ágiles, Áreas Socias y Áreas Comerciales— y articulado en cuatro mensajes clave: Inspirar, Informar, Aprendizajes y Desarrollo Interno.

# Cultura

La gestión de la cultura interna en Banco Macro busca integrar los principios institucionales en todas las iniciativas de la Entidad, fortaleciendo el sentido de pertenencia de los equipos y promoviendo un trabajo articulado y un pensamiento "en grande".

La Entidad tiene como objetivo estratégico transformar sus principios en valor para los clientes y en resultados para el negocio. Este enfoque se materializa mediante experiencias que el Banco co-crea junto con Talento, Aprendizaje, Empleos, Comunicación Interna y Fundación Macro, consolidando una mirada integral del ciclo de vida de las personas dentro de la organización.

Para trasformar los principios en valor, el Banco impulsa una agenda de proyectos estratégicos directamente alineados con su misión, orientados a fortalecer la identidad cultural y la experiencia de los colegas:

- **Marca Empleadora**
- **Integraciones de equipo**
- **Ecosistema de Reconocimiento**
- **Diversidad e Inclusión**

## Marca empleadora

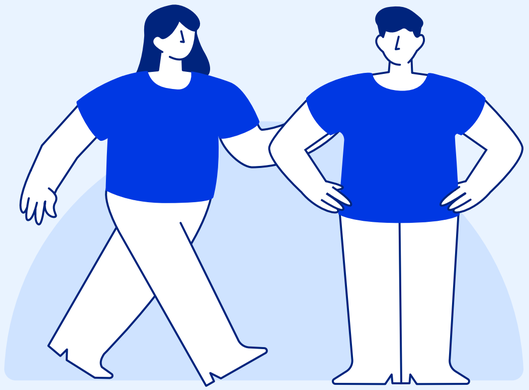
Banco Macro se consolida como un entorno de trabajo en evolución constante, donde el desafío impulsa el crecimiento cotidiano.

Banco Macro concibe la construcción de su marca empleadora desde el interior de la organización. Con este enfoque, la Entidad avanzó en el proyecto de Marca Empleadora, orientado a consolidar una identidad atractiva y diferenciadora, capaz de atraer talento y acompañar la estrategia del negocio. En este marco, el Banco busca posicionarse como un entorno de trabajo en evolución constante, donde el desafío impulsa el crecimiento cotidiano.

Durante 2025, el foco estuvo puesto en la difusión de contenidos específicos —como la campaña ping-pong con colegas y las iniciativas vinculadas a la agilidad en Macro—, en el posicionamiento del Banco como una organización diversa y respetuosa— a través de búsquedas abiertas a personas con discapacidad y del *bootcamp* realizado junto a Incluyeme.com— y en el acompañamiento de iniciativas de reclutamiento, talento y cultura, para garantizar la alineación y coherencia de la marca.

Asimismo, el Banco desarrolló manuales específicos, compartió internamente la estrategia y avanzó en la elaboración de un Índice de Atractividad de Marca Empleadora, cuya implementación está prevista a partir de 2026.

# La propuesta de valor al empleado (PVE)



**Mi vida en Macro**

Entorno optimista, colaborativo y cercano, donde el bienestar de las personas se cuida dentro y fuera del trabajo.

**Mi carrera en Macro**

Oportunidades de aprendizaje y crecimiento, desarrollo profesional en una organización cada vez más ágil e innovadora.

**Mi impacto con Macro**

Generación de impacto positivo, contribuyendo a la diversidad, la inclusión y la sustentabilidad en todo el país.

## Más cerca de los equipos

El desarrollo de los equipos es clave para la eficiencia del negocio y el cumplimento de los objetivos. Es por eso que el Banco cuenta con un modelo de abordaje que contempla dos formas principales para la identificación de necesidades:

- Un análisis proactivo de datos provistos por la Mesa de Clima y el Mapa de Empatía de EX, gestionado en conjunto con otras áreas.
- Una detección temprana por parte de los HRBP (*Human Resources Business Partners*), quienes mantienen conversaciones constantes con las áreas de negocio.

**A partir de la identificación inicial, el Banco desarrolla procesos de integración estructurados en tres etapas:**

**1.**

**Diagnóstico**

Análisis del contexto actual del equipo para definir el acompañamiento más adecuado.

**21 instancias de integraciones de equipos realizadas y se incorporaron espacios generativos, en los que participaron directores de área y colegaes de sus respectivas gerencias, alcanzando a un total de 65 líderes y 241 colegas.**

**2.**

**Auto-conocimiento**

Facilitación de espacios para promover la comprensión individual y colectiva, permitiendo que los equipos reconozcan habilidades complementarias y oportunidades de mejora..

**Coaching de equipos: 8 equipos, NPS de 100. Procesos de Desarrollo y Aprendizaje y Matching de equipo: 3 equipos, NPS de 90.**

**3.**

**Co-construcción**

Acompañamiento a los equipos en la definición de un propósito compartido, acuerdos de trabajo y próximos pasos, integrando las capacidades de cada integrante frente a contextos de cambio.

**99 colegas alcanzados. NPS de 90.**

## Ecosistema de reconocimiento

Banco Macro impulsa un modelo de reconocimiento integrado que promueve una cultura basada en el mérito, el impacto y la vivencia de los principios corporativos, priorizando el aporte real de cada colega por sobre la antigüedad o la jerarquía. Este modelo se articula a través del Ecosistema de Reconocimiento, un conjunto de cuatro iniciativas estratégicas:

- **Proyecto Cliente Céntrico – Premios "Pensar en Grande"**
  Iniciativa que distingue al mejor proyecto o mejora del año, evaluando innovación, agilidad y enfoque en el cliente.
- **Tu equipo, tu primer cliente – Liderazgo Ágil**
  Reconocimiento a líderes que impulsan cercanía, protagonismo y una gestión centrada en las personas y en el cliente.
- **Actitud Macro**
  Destaca a colegas que generan experiencias de excelencia en cada punto de contacto, basándose en métricas de CSAT y NPS.
- **Reconocimiento Espontáneo**
  Canal bidireccional alojado en *StarMeUp*, que permite reconocer comportamientos alineados con los principios corporativos.

## Programas de liderazgo

Banco Macro pone a disposición de sus colegas un ecosistema de experiencias de desarrollo y aprendizaje que tiene por objetivo potenciar a los líderes en su transformación para la gestión de sus equipos y el negocio, presente y futuro, a través de múltiples estímulos para aprender haciendo.

La experiencia es de aprendizaje abierto, donde cada líder puede seleccionar los temas y espacios de su interés y acceder a las charlas y *workshops* facilitados por consultores especialistas y reconocidos *speakers*. Entre los programas de liderazgo se destacan: Macro Líderes 360°, Macro Líderes 360° gerencial, Macro Mind, Gerentes de sucursal, Macro Impulso, Gerentes del Futuro y Mentoring para Gerentes del Futuro.

**373**
nuevos talentos se sumaron al Banco en todo el país.

**98,5 %**
de satisfacción en la experiencia de *onboarding*.

**45 %**
de puestos cubiertos de forma interna.

## Selección y *onboarding*

Durante 2025, Banco Macro orientó sus procesos de selección hacia la conformación de equipos ágiles y la incorporación de perfiles de Data, IT y roles comerciales con presencia federal, guiándose por el "*candidate persona*", un perfil identificado por su resiliencia, capacidad para abordar desafíos complejos, trabajo colaborativo, empatía, valentía y flexibilidad ante el cambio.

Como parte de la estrategia de atracción, LinkedIn se consolidó como plataforma clave para posicionar la marca empleadora, alcanzando un incremento del 269 % en visualizaciones de avisos de empleo y un crecimiento del 35 % en la base de seguidores.

En paralelo, el Banco robusteció su Programa de *onboarding*, asegurando una experiencia de ingreso unificada y coherente con el propósito "Pensar en Grande, Pensar en Macro". El proceso integra modalidades presenciales y virtuales, la participación activa de líderes y "copilotos", y actividades vivenciales que conectan a los nuevos colegas con el negocio, la cultura y los principios corporativos. Asimismo, el Banco incorporó un modelo integral de escucha, que permite monitorear la experiencia del ingresante desde las primeras 24 horas hasta los 15 meses, aportando información clave para impulsar la permanencia y el compromiso.

### Movilidad interna

Banco Macro impulsa activamente la movilidad interna y contribuye a la aceleración de la reconversión de perfiles para posiciones clave en el marco de la transformación del negocio (específicamente en Data, IT y roles comerciales).

Para seguir generando una cultura de autodesarrollo que inspira al talento interno, el Banco implementó diversas iniciativas con el objetivo de cubrir diversos roles. Entre ellas se destacan el Programa de Desarrollo Comercial AMBA, orientado a identificar y preparar perfiles comerciales con potencial, y el Programa Talento en Movimiento – Inteligencia Comercial, que combinó *posting* interno, *assessment centers* y un *bootcamp* intensivo para cubrir vacantes clave. Asimismo, el Banco acompañó la conformación de los equipos de Agilidad en Grande en Banca Individuos, impulsando el crecimiento profesional de los colegas y fortaleciendo las capacidades requeridas por los nuevos modelos de trabajo.

Como resultado de búsquedas internas, 277 colegas cambiaron de posición lateral o ascendente sin equipo a cargo, y 67 colegas adquirieron posiciones de liderazgo.

# Diversidad e inclusión

Banco Macro consolidó avances significativos en Diversidad e Inclusión, centrando sus esfuerzos en la formalización de la estrategia y en el lanzamiento de iniciativas clave vinculadas a accesibilidad, discapacidad y empleo genuino.

La estrategia surgió a partir de un diagnóstico interno desarrollado junto a Incluyeme.com, Fundación Macro y el equipo de Personas. El relevamiento permitió identificar las temáticas de mayor interés, donde "Accesibilidad y Discapacidad" representó el 38 %, seguida de Diversidad generacional (23 %) y Culturas y Tradiciones (13 %).

En función de este diagnóstico, las áreas de Cultura, Empleos, Fundación Macro, Marketing y Salud, Prevención y Medio Ambiente elaboraron un cronograma integral de acciones, con foco en sensibilización, comunicación y experiencias formativas. Además, la Entidad conformó una mesa de trabajo interdisciplinaria con referentes clave para coordinar iniciativas y asegurar consistencia en la implementación.

**En respuesta al tema prioritario por los colegas, "Accesibilidad y discapacidad", los ejes de acción de 2025 fueron:**

### Empleo genuino

- Impulso del *bootcamp* para personas con discapacidad.
- Continuidad del vínculo con Incluyeme.com como fuente de reclutamiento especializada.

### Comunicación interna

- Desarrollo de un cronograma anual de comunicaciones sobre efemérides, activaciones y sensibilización en empleo genuino.

### Experiencia de aprendizaje

- Diseño del *e-learning* "Discapacidad y Accesibilidad".
- Ejecución del taller para líderes "Liderar para incluir, incluir para transformar".
- Formación del equipo de Personas en comunicación inclusiva.



**+5**

nuevas ciudades con el proyecto de inclusión laboral para personas con discapacidad: Salta, Bariloche, Mendoza, Neuquén y Rosario.

## Política DEI

En 2025 el Banco trabajó en la elaboración de la Política de DEI con el con el objetivo de publicarla en 2026 centrada en los siguientes pilares:

- Equidad de género.
- Discapacidad y accesibilidad.
- Diversidad cultural.
- Generaciones.
- Diversidad sexual.

### DEI Awards 2025

Banco Macro fue reconocido en los *DEI Awards 2025* como una de las empresas que impulsan la inclusión en Argentina. Este reconocimiento destaca su visión y liderazgo, así como el impacto concreto de sus iniciativas orientadas a construir espacios laborales donde la diversidad no solo es valorada, sino que también potencia el crecimiento y la innovación.

# Gestión del talento

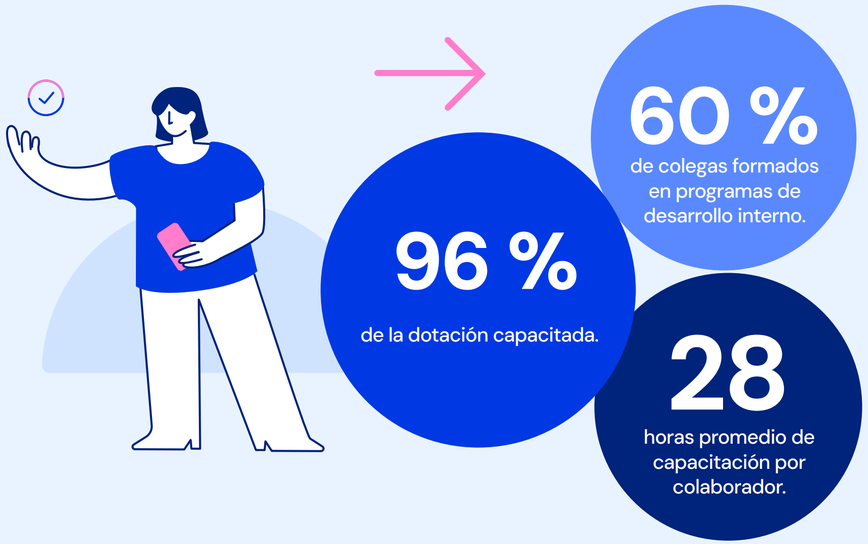
## Capacitación

Banco Macro fomenta la cultura de aprendizaje como el motor fundamental de la evolución, el desarrollo de las macro capacidades y las competencias técnicas requeridas para la efectividad en cada rol, el logro de las metas estratégicas y la sustentabilidad del negocio.

En este marco, ofrece las herramientas esenciales para que cada colega sea altamente efectivo en sus tareas y roles, y también se prepare activamente para nuevos desafíos. Entre los programas que ofrece, se destacan: Hacer Camino, las Academias Macro, las Plataformas y rutas de aprendizaje, Programas Comunidades y Centros de Excelencia (COEs) junto a la formación obligatoria.

**221.088**

horas de capacitación.




**99,37 %** de colegas evaluados por su desempeño.

## Cómo se aprende y se forma en Macro

Tipos de formaciones y programas de aprendizajes

**De lo general a lo particular** →

### Academias

Aceleradoras de capacidades críticas.

Agilidad, Actitud Macro (comercial), Data, CX, Macro Líderes.

Desarrollo de capacidades críticas del negocio y preparación para nuevos desafíos.

### Programas Desafiá tu rol

*Upskilling & reskilling* para el rol actual.

Reconversión de perfiles hacia nuevos modelos de trabajo.

### Formación para el Rol

Conocimientos requeridos por la posición.

Conocimientos y herramientas necesarias para el desempeño en la función actual.

### Formación general

Conocimientos generales.

Programas abiertos y de participación voluntaria sobre: productividad, bienestar, efectividad, aprendizaje y desarrollo permanente.

### Formación obligatoria

Formación mandatoria.

Conocimientos para asumir un rol en el cumplimiento de normativas y una gestión del riesgo efectiva, protegiendo el negocio.

### Herramientas y recursos:

- Rutas de aprendizaje
- Udemy
- *Linkedin Learning*
- *e-Learning* sincrónicos
- *e-Learning* asincrónicos
- *Podcast*
- *Workshops*
- Certificaciones internas
- Programa de becas

## Desarrollo

**El foco estratégico del desarrollo está segmentado en tres ejes principales:**

### Liderazgo

Diseño e implementación de programas de desarrollo segmentado para líderes, en el ecosistema de Macro Líderes con foco en:

- Oportunidades de mejora de enunciados GPTW y Mapa de empatía.
- Adopción y aceleración de las competencias clave de liderazgo ágil para la transformación basado en los pilares trabajo colaborativo y autonomía.

**Iniciativas clave:**

- ML 360 - Programa de Desarrollo de Líderes
- Programa de Desarrollo Gerencial - Macro MIND
- Programa Liderazgo (Di Tella)
- Programa Futuros Gerentes

### Eficiencia

Contribución con la eficiencia organizacional mediante el proceso de gestión del desempeño diseñando estrategias y seguimiento que asegure el compromiso de los líderes.

**Iniciativas clave:**

- Programa Socios en tu desempeño: Tu Hacer y Pensar en Grande

### Meritocracia

Movilidad interna, impulsando el desarrollo del talento asegurando la transparencia, eficientización y mejora de la experiencia del candidato:

- Desarrollo e implementación de una estrategia proactiva en la gestión del talento que permita identificar los perfiles adecuados –para roles clave y el talento futuro– y facilitar la gestión anticipada de sus Planes de Desarrollo, permitiendo contribuir a decisiones vinculadas con procesos de análisis de remuneración, aumentos por mérito, remuneración variable, programa de becas, entre otros..

**Iniciativas clave:**

- Implementación de mesas de calibración Tu Hacer y Pensar en Grande.
- Mapeo Hacer Camino nivel líderes.

De manera complementaria a los procesos de gestión del desempeño, en 2025 la Entidad diseñó y lanzó el programa "Socios en tu Desempeño". Su objetivo es acompañar a aquellas personas que necesitan potenciar su desarrollo, fortalecer sus capacidades y contribuir activamente al logro de los objetivos, mediante una alianza de trabajo entre líder y colega, siendo socios para alcanzar los mejores resultados.

La iniciativa involucró a más de 460 colegas que presentaron desafíos en el cumplimiento de sus metas. El programa se implementó a través de *workshops* destinados a promover la reflexión sobre propósito y carrera, junto con sesiones específicas para líderes, centradas en el desarrollo de conversaciones efectivas para acompañar el progreso de los participantes.

En materia de liderazgo, el Banco avanzó con el diseño e implementación del primer programa de formación para Gerentes de Sucursal, desarrollado junto a la Academia Comercial para consolidar nuevas capacidades.

Asimismo, impulsó un proyecto integral de movilidad interna alineado con la evolución cultural y el escalamiento del modelo de Agilidad empresarial. Este proceso, desarrollado por un equipo interdisciplinario, combinó mapeos de talento y *posting* interno, permitiendo cubrir posiciones estratégicas y promover el desarrollo profesional dentro del Banco.

**+960**
**objetivos de desarrollo cargados.**

## Tu Hacer y Pensar en Grande

Durante 2025, Banco Macro continuó fortaleciendo su proceso de gestión del desempeño orientado a promover una cultura de aprendizaje continuo, meritocracia y conversaciones de desarrollo entre líderes y equipos. Este modelo integra el hacer, asociado a la contribución y el logro de metas, y el pensar, guiado por el propósito y los principios del Banco, impulsando así una gestión del talento centrada en el valor y la evolución permanente.

A partir de este enfoque, el Banco consolidó un sistema de objetivos continuos que permite ajustar, reprogramar o incorporar nuevas metas durante el año en función del contexto y de las necesidades del negocio. En línea con este avance, la edición 2025 incorporó una instancia de autoevaluación para todos los colegas, la actualización de la escala de evaluación a cinco niveles y la realización de Mesas de Calibración por Alta Gerencia, destinadas a asegurar evaluaciones justas, consistentes y alineadas con criterios de meritocracia en toda la organización.

97 % de los colaboradores registró sus objetivos, alcanzando un promedio de 3,5 objetivos por persona.

## Hacer camino

Hacer Camino es el programa a través del cual se realiza un mapeo de nivel gerencial para detectar sucesores y talento emergente. La experiencia incluye un *assessment* de competencias y una entrevista de desarrollo.

Este programa permite conocer en profundidad las expectativas y motivaciones de la próxima generación de líderes de nivel gerencial, para alinearlas con su potencial y futuras oportunidades de desarrollo y crecimiento profesional. Asimismo, Hacer Camino facilita el acceso a información clave para la gestión de planes de desarrollo y para procesos clave como procesos de promoción, mérito, gestión de remuneración variable y planes de retención.

En 2025, la Entidad abarcó a niveles gerenciales, más de 40 líderes de Distribución y Ventas, visitando las Divisiones de NEA, Tucumán, Sudoeste y Córdoba. En tanto en áreas centrales el despliegue se está realizando por Gerencias, y proyecta impactar a más de 400 líderes de AACC y Distribución y Ventas para mediados de 2026.

**139**
**gerentes de áreas centrales y gerentes de equipos divisionales participaron de Hacer Camino 2025.**

# Experiencia de los colegas

**2° en el ranking de Great Place to Work.**

**Satisfacción de los colegas**

**98,5 %**
en la experiencia *onboarding*

**96 %**
en experiencias de aprendizaje

Banco Macro orienta su gestión hacia la experiencia de sus colegas, impulsando una cultura centrada en las personas y potenciada por el uso estratégico de datos.

## Los 4 pilares estratégicos de la experiencia del colega

### 1. Análisis de los momentos del ciclo de vida de las personas en la organización

Desde su ingreso hasta su desvinculación, a través de tres etapas:
- Viaje del candidato e ingresante.
- Viaje del empleado.
- Viaje de salida.

Formas de escucha pueden ser: relacional (por una vez, por un tema o situación puntual) o transaccional (cada vez que ocurre un evento determinado).

### 2. Mapa de empatía

Herramienta de escucha y medición para diagnosticar cómo se reflejan los principios institucionales en la experiencia de los colegas. Los puntos de interacción evaluados abarcan:
- Relación con la organización, el liderazgo y el equipo.
- Gestión de procesos, interacción con otras áreas, uso de herramientas e información.
- Desarrollo formativo, profesional y personal.

En 2025 surgieron como áreas prioritarias de mejora: agilidad y eficiencia de procesos, colaboración entre áreas, salario, beneficios, reconocimiento y transparencia en las oportunidades de crecimiento.

### 3. Modelo de convergencia con impacto en la experiencia del cliente y el negocio

Conjunto de indicadores que integran experiencia del colega (EX) y del cliente (CX):
- NPS / eNPS: mide la probabilidad de recomendar trabajar en el Banco o contratar sus productos y servicios.
- StEX (*Sentiment of Employee*): permite monitorear el impacto de cada elemento del Mapa de Empatía y evaluar la efectividad de las mejoras implementadas.
- PES (*People Effort Score*): evalúa el nivel de facilidad o dificultad que experimentan las personas al completar una gestión con las herramientas y procesos actuales.

### 4. Medición del clima organizacional

Pulso Clima: herramienta que evalúa el clima organizacional de manera periódica.

Durante 2025, complementario a la medición de clima realizada a través de GPTW, la Entidad diseñó e implementó una encuesta propia, construida estratégicamente a partir de sus principios institucionales y de sus índices culturales. Este instrumento aporta nuevos indicadores de gestión que permiten profundizar el análisis de la experiencia interna. Entre los principales resultados obtenidos se destacan:
- Compromiso: 83 %
- Propósito e Impacto: 85 %
- Colaboración: 82 %
- Autonomía: 81 %
- Liderazgo: 85 %
- Bienestar: 84 %
- Transformación Cultural: 81 %
- eNPS: 45 %
- NPS: 44 %

En 2025, la encuesta alcanzó a 1.150 colegas de tres Altas Gerencias de Áreas Centrales —Operaciones y Cumplimiento, Finanzas y Banca Empresas—, con una tasa de participación del 74 %.

# Great Place to Work (GPTW)

Durante 2025, Banco Macro obtuvo importantes reconocimientos que reflejan su compromiso con la excelencia laboral y el bienestar de sus colegas. Alcanzó el puesto N.° 2 en el ranking general de las mejores empresas para trabajar en la categoría de más de 1.000 empleados, subiendo 5 posiciones en relación al año anterior.

La Certificación Great Place to Work (GPTW) fue renovada obteniendo una favorabilidad del 82 % en todas las afirmaciones de la encuesta y una tasa de respuesta del 86 %. Estos resultados reflejan la confianza de los colegas al expresar sus opiniones, incluso en un contexto desafiante marcado por la fusión y la ampliación de la dotación.




**Posiciones que ocupa Banco Macro en rankings de Great Place to Work:**

- Servicios Financieros y Seguros: **puesto N.° 1.**
- Mejores Lugares para Trabajar para Mujeres: **puesto N. ° 8.**
- Mejores Lugares para Trabajar para la Generación Silver: **puesto N.° 5.**

## Beneficios

Banco Macro impulsa un conjunto de beneficios que buscan potenciar el bienestar de las personas y acompañarlas en los aspectos de su vida donde el Banco puede generar un impacto positivo:

- Facilitamos tu vida: propuestas y descuentos exclusivos que simplifican la gestión cotidiana.
- Pensamos en tu bienestar: acciones y beneficios diseñados para promover la salud física y emocional.
- Cuidamos lo que te importa: iniciativas que fortalecen los vínculos y brindan apoyo a las personas cercanas al colega, ya sea a través de momentos compartidos o beneficios concretos para su familia.

# Comunicación interna

## Principales acciones de comunicación

En continuidad con el salto cualitativo logrado en 2024, 2025 marcó la consolidación de la estrategia de comunicación interna, clave para la gestión del capital humano del Banco. El foco estuvo puesto, principalmente, en la transformación de la narrativa, en la agilidad y ordenamiento de los mensajes clave, en el compromiso (*engagement*) de los colegas y en la alineación con la cultura corporativa.

Estos objetivos fueron implementados a través de la gestión eficiente del ecosistema de canales (JAM, *StarMeUp*, Mailchimp), que demostró ser altamente efectivo.

- Nueva narrativa institucional, que unificó los mensajes bajo los ejes de Transformación, Talento y Liderazgo, aportando coherencia y consistencia a todas las comunicaciones.
- Acompañamiento a la migración de la nueva App Macro, mediante una campaña audiovisual participativa que posicionó a los colegas como protagonistas del proceso.
- Activación comunicacional del Plan Agilidad en Grande, con contenidos y espacios informativos que favorecieron la comprensión del nuevo modelo de trabajo y ampliaron el alcance de los mensajes del CEO.



### Formas de comunicación interna en Banco Macro

***StarMeUp***

Red social interna para conectar y compartir contenidos. El Banco reforzó el uso mediante sorteos y consignas, permitiendo difundir mensajes estratégicos con mayor alcance.

**14,73 %**
crecimiento de usuarios en la plataforma respecto a dotación.

**JAM**

Intranet: La plataforma renovó su estética y organización para mejorar la navegabilidad y el acceso a información institucional, comercial, operativa y de la Gerencia de Personas.

**58 %**
de los colegas ingresó al menos una vez por semana.

***Newsletter***

Canal semanal de resumen de novedades. Durante 2025 Banco Macro incorporó Mailchimp, lo que permitió mejorar métricas y segmentación.

**75,38 %**
tasa de apertura de mails.

# Salud y Seguridad

Durante 2025, Banco Macro fortaleció su compromiso con la salud, la seguridad y el bienestar de sus colegas a través de programas de alcance federal, controles sistemáticos y acciones de prevención y formación orientadas a crear entornos de trabajo seguros y saludables.

A lo largo del período, el Banco impulsó 14 campañas de salud, con llegada a toda la organización, que abordaron temáticas de prevención, promoción del bienestar y capacitación en situaciones críticas. Adicionalmente, el Banco desarrolló un programa de chequeos médicos y salud integral dirigido a líderes y gerentes.

Con carácter anual y obligatorio, el Banco ofrece capacitaciones para colegas y contratistas en higiene y seguridad, primeros auxilios, RCP y uso de desfibriladores, mediante formatos presenciales y virtuales.

El Banco también utiliza plataformas digitales (*StarMeUp*, Spotify) para ampliar el alcance de acciones de bienestar, incluyendo cápsulas sobre pausas activas, ergonomía y salud mental.

## Gestión de riesgos laborales

Banco Macro evalúa los riesgos de los distintos puestos en todos sus establecimientos, incluyendo aquellos con exposición a riesgos normados, que cuentan con seguimiento y evaluaciones médicas periódicas por parte de la ART.

Durante 2025, la Entidad implementó un Sistema Integral de Gestión que identifica los riesgos asociados a las actividades desarrolladas por proveedores dentro de los establecimientos del Banco, fija requisitos documentales para su mitigación y facilita la auditoría de su cumplimiento. Esta herramienta integra a equipos internos, proveedores y especialistas, y permite gestionar tableros, KPIs y trazabilidad.

Banco Macro mantiene un enfoque amplio de bienestar que incluye iniciativas de gestión del estrés, meditación guiada, ergonomía, pausas activas y contenidos formativos accesibles en distintos canales. La Entidad impulsa espacios presenciales de meditación en Torre Macro y ofrece contenido sonoro especializado a través de Spotify.



# Voluntariado corporativo 2025: compromiso con el hacer

El voluntariado corporativo de Banco Macro es una expresión concreta del propósito de la entidad: pensar en grande es también involucrarse activamente con la comunidad.

A través del compromiso, la empatía y la participación, los colegas del Banco fortalecen lazos con las comunidades donde viven y trabajan, impulsando acciones que generan impacto social positivo y refuerzan la identidad de servicio que caracteriza a la organización.

Durante 2025, el programa consolidó su alcance federal, promoviendo la participación de equipos en todas las regiones del país. La Entidad realizó 110 jornadas de voluntariado, que sumaron 8.598 horas de trabajo solidario, con la participación de 1.335 colegas y un impacto directo sobre 29.683 beneficiarios.

El voluntariado corporativo se desarrolla bajo la coordinación de la Gerencia de Personas, en articulación con Fundación Macro, integrando a las áreas de negocio y capital humano en una estrategia común de compromiso social y bienestar.

**El Banco organiza el programa de voluntariado en tres grandes ejes:**

1. **Proyectos solidarios:**

   Iniciativas impulsadas por los propios colegas para dar respuesta a necesidades concretas de su entorno.

2. **Campañas institucionales y jornadas nacionales**

   Canalizan la energía solidaria de la organización hacia causas sociales de alto impacto.

3. **Embajadores solidarios**

   Red de referentes internos que promueven la participación y el vínculo entre las sucursales, la Fundación y las organizaciones sociales aliadas.

Este modelo fomenta la autogestión y el liderazgo social, promoviendo que cada equipo de trabajo se convierta en agente de cambio dentro de su comunidad.

Impacto 2025

**2.645**
participaciones voluntarias.

**110**
jornadas de voluntariado realizadas en todo el país

**8.598**
horas de trabajo voluntario.

**29.683**
beneficiarios directos.




## Programa Embajadores Solidarios

En 2025, el Banco impulsó tres campañas nacionales —Frío, Día de las Infancias y Navidad Solidaria— con la participación activa del equipo de voluntariado y sus familias. Asimismo, llevó adelante tres campañas de donación de sangre en la Torre Macro y en la provincia de Jujuy.

Otra de las iniciativas solidarias, son las jornadas de refacción y jornadas deportivas que Banco Macro realizó en 11 localidades, contribuyendo con 11 organizaciones y acompañando a más de 1.600 beneficiarios.

## Proyectos Solidarios

En su 18.ª edición, el programa convocó a cientos de colegas de todo el país bajo el lema "Ayudá al club de tu barrio". Los equipos de voluntariado acompañaron a instituciones deportivas y sociales con mejoras edilicias, equipamiento y apoyo comunitario.

# Capital Social



ODS 1,4,8,10,12,17

**Temas materiales relacionados:**

- Inclusión financiera.
- Desarrollo de las comunidades donde estamos presentes.
- Derechos humanos.
- Gestión responsable de proveedores.

Banco Macro impulsa a cada argentino a pensar en grande. Con presencia en todo el país, acompaña los sueños y proyectos de personas, emprendimientos y empresas, promoviendo el crecimiento económico y el desarrollo social de las comunidades a través de su inversión en programas de impacto a lo largo de toda su cadena de valor.

# Pensar en grande e impactar en la sociedad
# Compromiso con el desarrollo social

Banco Macro reafirma su propósito de construir una Argentina que piense en grande. Desde la convicción de que el trabajo es el puente más sólido hacia la transformación social genuina y sostenible, la Entidad promueve una propuesta de valor que combina impacto económico, inclusión y desarrollo local en cada comunidad donde está presente.

Fundación Macro orienta su accionar a la formación en oficios y a la generación de empleo como ejes estratégicos para el desarrollo social, complementando su accioar con programas de formación, educación financiera, apoyo a PyMEs, y voluntariado corporativo. Desde la Fundación se implementan iniciativas de alcance federal en articulación con alianzas público-privadas y una red de organizaciones sociales. De este modo, contribuye al fortalecimiento de las comunidades, promoviendo la inclusión financiera, la equidad de oportunidades y la movilidad social, con impacto sostenible en todo el país.

Con alcance federal en 23 de las 24 jurisdicciones del país y presencia exclusiva en 140 localidades donde no opera ningún otro banco, Macro consolida su rol como agente de desarrollo territorial, acompañando el progreso de familias, emprendedores y organizaciones sociales a lo largo de todo el país.



# Fundación Macro: Puentes de Progreso

## Donde hay trabajo, hay un puente

El propósito de Fundación Macro, "Puentes de Progreso", expresa su convicción de que, frente a escenarios de desigualdad, siempre es posible construir puentes hacia un futuro mejor. A través de la formación, la educación y la colaboración, la Fundación impulsa proyectos que fortalecen la empleabilidad, promueven la inclusión y generan desarrollo local sostenible.

**La Fundación concentró su gestión en seis ejes estratégicos, todos con foco en la empleabilidad**



# Inversión social privada

El enfoque de inversión social de Banco Macro prioriza la creación de valor en las comunidades donde opera. Cada eje responde a necesidades concretas: ampliar oportunidades de empleo, fortalecer capacidades productivas, promover la educación financiera y acercar propuestas culturales a más personas.

Además, la Fundación acompaña iniciativas vinculadas con salud, nutrición, deporte y educación, contribuyendo al bienestar integral de poblaciones en situación de vulnerabilidad.

En 2025, la inversión social total —considerando Fundación Macro, Banco Macro y Mecenazgo Cultural— alcanzó los $ 2.105,5 millones, consolidando una gestión social de impacto con 348 organizaciones que benefició de manera directa e indirecta a 750.000 de personas.

**$ 2.105,5 M**

Total Inversión Social de Banco Macro (*)

*Incluye la Inversión Social a través de Fundación Macro, donaciones directas del Banco a OSCs. No incluye la inversión genuina en el Programa de Mecenazgo de CABA.

**$1.366 M**

Total Inversión Social a través de Fundación Macro.

**$ 451,25 M**

Inclusión laboral y formación profesional.

**$ 120,10 M**

Educación financiera.

**$ 220,31 M**

Emprendedores y PyMEs.

**$ 22,64 M**

Industrias culturales.

**$ 47,36 M**

Voluntariado corporativo.

## Formación y empleo

Banco Macro impulsa iniciativas de formación orientadas a fortalecer la empleabilidad de personas en situación de vulnerabilidad, promoviendo su inclusión sociolaboral y acompañando el desarrollo económico de las regiones donde opera. La Entidad considera las necesidades del mercado laboral local y las oportunidades productivas de cada territorio para diseñar propuestas formativas que generen impacto real y sostenible.

### Capacitación en oficios

### Fundación Macro abrió su primera Escuela de Oficios.

En 2025, Fundación Macro inauguró su primera Escuela de Oficios, ubicada en Pichanal, provincia de Salta. Este espacio pionero brinda capacitación técnica y acompañamiento integral, orientado a fortalecer la empleabilidad, ampliar las oportunidades y responder a la demanda del mercado laboral regional.

El proyecto se desarrolló junto al Frigorífico Bermejo, la organización Pata Pila y el Ministerio de Educación de Salta. Durante su primer año de funcionamiento, el Centro dictó seis cursos técnicos y más de 116 personas fueron capacitadas en oficios como soldadura, refrigeración, electricidad y logística.

El modelo integra formación técnica, habilidades socioemocionales y orientación laboral, promoviendo vínculos con empresas locales para facilitar la inserción laboral y contribuir al desarrollo económico de la comunidad.

### Alianzas para la formación y la empleabilidad

Durante 2025, y en continuidad con el compromiso de generar oportunidades de empleo para todas las personas, la Fundación Macro fortaleció su red de alianzas estratégicas orientadas a la formación para el trabajo, la inclusión sociolaboral y el desarrollo de capacidades productivas, con alcance federal.

A través de estas alianzas se implementaron 56 capacitaciones en ocho sedes, que alcanzaron a 3.311 personas, contribuyendo al desarrollo de competencias laborales y a la mejora de las condiciones de empleabilidad en distintos contextos territoriales.

La alianza con Pequeños Pasos concentró la mayor escala de intervención, con 35 capacitaciones en seis sedes, que beneficiaron a 2.911 personas en Jujuy, Salta, Tucumán, San Martín (GBA), Ushuaia y Misiones. Las propuestas abarcaron una amplia variedad de oficios y habilidades vinculadas al mundo del trabajo, diseñadas en función de las necesidades productivas de cada territorio.

En paralelo, junto a Labradoras se dictaron 15 capacitaciones que alcanzaron a 300 personas, con foco en costura, bordado y economía personal, promoviendo la autonomía económica y el desarrollo de emprendimientos. Por su parte, la alianza con Manos de la Cava permitió llevar adelante seis capacitaciones orientadas a la orientación vocacional, la preparación para el primer empleo y la formación en oficios, beneficiando a 100 personas.

# Cuentas Sanas cumple 10 años

Cuentas Sanas celebró su 10.º aniversario, reafirmando el compromiso del Banco con la educación financiera. A lo largo del año, el programa ofreció 277 talleres presenciales y virtuales en todo el país, alcanzando a más de 6.500 personas capacitadas en la gestión responsable del dinero en todas las etapas de la vida.




## Educación financiera

### Programa Cuentas Sanas

Banco Macro considera que la educación financiera es una herramienta fundamental para la autonomía y el progreso personal. Durante el período, la Entidad participó del reporte consolidado de educación financiera "Indicadores de Impacto"[1], que releva el alcance, la efectividad y los resultados de los programas de educación financiera a nivel nacional.

En 2025, el programa Cuentas Sanas alcanzó a más de 6.500 beneficiarios directos, fortaleciendo su red de alianzas con organismos públicos, ministerios de educación, escuelas y empresas clientes. Durante el año, Banco Macro lanzó el 10.º taller "Cuentas Sanas para tu primera inversión", realizó diez talleres abiertos a la comunidad y llevó adelante un Encuentro Nacional de Orientadores, consolidando así el enfoque federal del programa.

Cuentas Sanas amplió su oferta digital con nuevos contenidos vinculados a ciberseguridad, estafas financieras y uso responsable de los canales digitales, respondiendo a los desafíos actuales en materia de educación financiera.

El programa fue declarado de Interés Educativo en las provincias de Tucumán, Misiones, Mendoza, Tierra del Fuego y Salta, reforzando su alcance y reconocimiento institucional.

En este marco, Banco Macro firmó un convenio con la Subsecretaría de Cultura Ciudadana y Responsabilidad Social del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA), orientado a impulsar la educación financiera en clubes de barrio, centros de jubilados y otros espacios comunitarios, con foco en sectores no bancarizados y en grupos en situación de vulnerabilidad.

Una vez más, el Programa Cuentas Sanas trabajó en articulación con el programa NAVES Argentina, brindando capacitación financiera a los emprendedores participantes y contribuyendo al fortalecimiento de la gestión de sus proyectos.

[1] Es una iniciativa del Protocolo de Finanzas Sostenibles de Argentina.

**$ 120.095.527**
inversión 2025.

**277**
talleres Cuentas Sanas.

**6.589**
participantes.

**+ 64.000**
usuarios totales de los portales.

**4,4 /5**
Satisfacción.

**Alcance geográfico:**

**300**
ciudades.

**23**
jurisdicciones.

Para más información acerca del programa ingresar en: cuentassanas.com.ar

## Desarrollo de PyMEs y emprendedores

### Programa NAVES Argentina

Banco Macro impulsa desde hace más de una década el programa NAVES Argentina junto a EmprendeIAE para fortalecer la innovación y la competitividad de emprendedores y PyMEs de todo el país. En su 11.ª edición participaron 641 proyectos de más de 20 provincias, consolidando el alcance nacional del programa.

Durante el período avanzó el diseño de un nuevo programa de incubación con foco en sustentabilidad para implementar en 2026. Además, la edición incluyó una mención especial para proyectos con impacto social y ambiental, junto con el Premio "Andrés Jara".

**$ 211,4 M**
de inversión a través de la Fundación.

**640**
proyectos participantes.

**28**
proyectos finalistas.

**6**
proyectos ganadores.

Asimismo, desde la Fundación Macro se llevan adelante otras acciones destinadas a apoyar a emprendedores, que implicaron una inversión total de $ 8.898.172, distribuida entre las siguientes organizaciones:

**$ 3,60 M**
Puentes de Luz (Neuquén).

**$ 2,25 M**
Fundación León (Tucumán).

**$ 1,60 M**
Fundación E+E (Córdoba).

**$ 1,45 M**
Asociación Civil NorteSur (Río Negro).

## Fortalecimiento social de comunidades

Banco Macro y su Fundación acompañaron en 2025 a más de 348 organizaciones sociales que trabajan en todo el país promoviendo educación, salud, nutrición e integración. Entre ellas se destacan: Fundación Sí, Fundación Empate, Fundación Baccigalupo, Puentes de Luz, Casa Ronald McDonald y Fundación Manos Abiertas, entre muchas otras.

Las acciones se orientaron a mejorar la calidad de vida de las personas, con foco en jóvenes, mujeres y grupos vulnerables, impulsando la creación de redes locales y articulaciones territoriales.

## Arte y Cultura para todos

### Fomento a las industrias creativas y acceso a la cultura

El arte y la cultura constituyen pilares fundamentales de la estrategia social de Banco Macro. A través del espacio Torre Macro, la Entidad impulsa el acceso gratuito a propuestas artísticas de todo el país, promoviendo diversidad cultural, inclusión y participación ciudadana.

En 2025, el Banco llevó a cabo 4 exposiciones de arte, que incluyeron 69 visitas guiadas y convocaron a más de 8.600 visitantes, con la participación de 40 mediadores culturales de la Entidad. Durante el año se desarrollaron muestras destacadas como Macro Cosmos, con la participación de artistas reconocidos como Sebastián Seifert, Gabriela Golder, Martín Borini, Julieta Tarraubella y Diego Alberti; NODO – Circuito de Galerías, que presentó "Los encuentros impredecibles" y reunió producciones artísticas de galerías de Salta, Córdoba, Rosario y Rafaela, entre otras ciudades; y De Origen Nacional, con obras de los artistas Emiliano Miliyo y Aimé Pastorino.

La muestra más destacada del año fue "La estrategia de la ilusión", del artista Leandro Erlich, que inauguró el nuevo ciclo 2026 de la programación cultural del Banco, consolidando la propuesta cultural como un espacio de encuentro y reflexión.

En paralelo, Banco Macro participó del festival de arquitectura y urbanismo Open House BA, abriendo sus espacios para recorridos y experiencias culturales. Asimismo, la Entidad acompañó al artista misionero Andrés Paredes en su muestra "El Jardín Interior", presentada en el Museo de Arte Contemporáneo de Salta.

**4**
exposiciones de arte en la Torre Macro.

**100**
visitas guiadas (escuelas, universidades, asociaciones civiles y centros culturales).

**18.000**
visitantes.



Fundación Macro, junto con Ronda Cultural, lanzaron el Programa de Prácticas Preprofesionales en industrias culturales, que ofrece un espacio de formación a 10 estudiantes de universidades públicas para formarse en mediación y gestión artística dentro de Torre Macro.

## Mecenazgo Cultural y articulación con el sector público

A través del Régimen de Mecenazgo Cultural del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Banco Macro acompañó el desarrollo de más de 80 proyectos artísticos y culturales, con un aporte total de $ 1.058.373.193. Esta inversión reforzó el compromiso del Banco con el impulso a las industrias creativas y el fortalecimiento del ecosistema cultural argentino.

**14**
disciplinas promovidas.

**88**
proyectos apoyados.

**$ 1,5 M**
monto aportado por Banco Macro.



## Acompañamiento a la cultura y la ciudad

Durante 2025, Banco Macro impulsó diversas iniciativas orientadas a promover la cultura, la creatividad y el vínculo con la Ciudad de Buenos Aires. En este marco, auspició los concursos Microcentro Cuenta Cuentos de Terror y Microcentro Cuenta Historietas, destinados a fomentar nuevas narrativas literarias y gráficas sobre el microcentro porteño, que lograron una destacada convocatoria.

Asimismo, Banco Macro participó nuevamente de Open House Buenos Aires, el evento internacional de arquitectura y urbanismo, abriendo al público la Torre Macro y contribuyendo a la difusión del patrimonio arquitectónico y cultural de la ciudad.

# Eventos, auspicios y patrocinios

Durante 2025, Banco Macro consolidó su liderazgo de marca mediante la implementación de una propuesta integral de fidelización que generó y ofreció experiencias diferenciadas para sus principales clientes a nivel nacional. La diversidad geográfica de la Entidad se reflejó en los múltiples encuentros en diversas localidades, abarcando a los *stakeholders* estratégicos: Agro, Minería, Petróleo, Grandes Empresas, Banca de Gobierno, Banca de Inversiones, Plan Sueldo y Selecta.



## Auspicios Institucionales

Participación y patrocinio en Coloquio IDEA, ADEBA, UIA, Cámara Argentina de la Construcción, CIPPEC, Fundación Mediterránea y encuentros de cámaras profesionales.



## Sector Corporativo

Acompañamiento a CAEM en minería; presencia en Expoagro, Agroactiva, CREA, AAPRESID y remates ganaderos.



## Temporada Invernal y Verano

Beneficios y fidelización en invierno (Bariloche, Catedral, circuitos gastronómicos) y verano (Mar del Plata, Pinamar, torneos de golf).



## Patrocinios de Espectáculos

Beneficios exclusivos en espectáculos (Los Piojos, Luciano Pereyra, La Mona Jiménez, Bresh) y patrocinio sostenido de “Otro Mundo”, espacio de formación artística de Cris Morena.

## Eventos Deportivos

Banco Macro sostiene un fuerte compromiso con el deporte, promoviendo valores como el esfuerzo, el trabajo en equipo y la superación. A lo largo de 2025, apoyó diversas disciplinas deportivas:

- **Fútbol:** sponsoreo a clubes como Tigre, Belgrano, Instituto, Gimnasia y Esgrima de Jujuy, Club Social y Deportivo de Puerto Madryn, Independiente Rivadavia, Gimnasia y Tiro de Salta y Defensa y Justicia.
- **Hockey:** patrocinio a la Confederación Argentina de Hockey, acompañamiento en hitos fundamentales en su calendario y presencia activa en las fechas de la Pro League disputadas en territorio argentino
- **Pádel:** patrocinio de la Asociación Argentina de Pádel, y participación en Premier Pádel en la ciudad de Buenos Aires, además de clínicas para clientes junto a Alejandro Lasaigues.
- **Rugby:** respaldo a más de 90 clubes en todo el país, incluyendo a los Pumas y a la Fundación de la Unión Argentina de Rugby, con presencia en partidos y eventos clave. Apoyamos también a la Unión de Rugby de Buenos Aires en sus partidos de Top 12, semifinales y final.
- **Golf:** organización de torneos y patrocinio de eventos como el Abierto de la República, Abierto del Litoral y Abierto del Sur, además de realizar torneos propios en las mejores canchas de nuestro país.

### Auspicios y patrocinios inclusivos

Banco Macro fortaleció su política de eventos y patrocinios incorporando el deporte inclusivo como una herramienta estratégica de impacto social. A través del apoyo a iniciativas que promueven la participación de personas con discapacidad, la equidad de género, la reinserción social y la visibilidad LGBT+, la Entidad contribuyó a crear espacios de encuentro que reflejan sus valores de respeto, superación y trabajo en equipo.

La presencia federal del Banco se manifestó en actividades y competencias realizadas en distintas regiones del país, consolidando una estrategia de patrocinios que articula identidad de marca e impacto social sostenible.

Entre las acciones más relevantes se destaca el acompañamiento a los partidos de Los Pumas en La Plata, San Juan, Córdoba, Salta y Buenos Aires, donde se ofrecieron experiencias exclusivas para clientes y se instaló un *stand* con juegos interactivos para el público. Estas actividades contaron con la participación de Pumpas XV, el primer equipo argentino de rugby inclusivo.

Asimismo, la agenda de patrocinios incluyó un hito internacional:: en octubre, Banco Macro invitó a clientes seleccionados a vivir una experiencia única durante el partido entre Los Pumas y los Springboks en Londres.

El deporte constituye un espacio clave para conectar la marca con un propósito genuino y con los valores culturales de la Entidad. En este marco, Banco Macro acompaña desde hace más de diez años a nueve equipos de deporte inclusivo en distintas provincias del país.

Entre ellos se destacan Ciervos Pampas, orientado a la inclusión de la diversidad sexual; Espartanos, enfocado en la reinserción social de personas privadas de libertad; Pumpas XV y Cuyis en rugby; y Lionas y Liones en hockey, que integran a personas con y sin discapacidad.

Desde Fundación Macro, estas acciones se complementan con alianzas y apoyos a otras iniciativas de integración social, en articulación con clubes y organizaciones especializadas como Fundación Baccigalupo.

# Torneo de Rugby Inclusivo *"Rugby Mixed Ability"*

Banco Macro junto a dos clubes de rugby de Salta y Tucumán y la Unión de Rugby de Salta realizó un torneo en junio para promover la inclusión de personas con discapacidad.

**85**
participantes.



**130**

Clubes reciben patrocinio de Banco Macro (*)

(*) incluye apoyo al deporte y deporte inclusivo.



**95** Clubes de rugby. **(9 de rugby inclusivo).**

**15** Clubes de fútbol.

**3** Clubes de hockey. **(1 de hockey inclusivo).**

**6** clubes de golf.

**1** club de pádel.









## Campaña Institucional 2025 “Valemos Mucho”

En noviembre, Banco Macro lanzó “Valemos Mucho”, su nueva campaña institucional protagonizada por Lionel Scaloni. La propuesta celebra el valor y la resiliencia de los argentinos, y refuerza el compromiso del Banco de acompañar a quienes piensan en grande y trabajan por su futuro. Scaloni, por tercera vez embajador de la marca, encarna los valores de superación, esfuerzo y propósito que representan la identidad de Banco Macro. La campaña reafirma el rol del Banco como respaldo de quienes construyen una Argentina con futuro.

El Banco reafirma su compromiso de acompañar el crecimiento personal y comunitario de los argentinos, sosteniendo su ADN: liderazgo con propósito, inspiración nacional y coherencia con su identidad.

# Derechos Humanos y compromiso social con la diversidad

## Política de Derechos Humanos

La Política de Derechos Humanos de Banco Macro destaca el respeto por las personas y se fundamenta en principios esenciales como la igualdad de oportunidades, la inclusión, la no discriminación y el rechazo a cualquier práctica abusiva hacia colegas, clientes, proveedores y la sociedad en general.

Los procesos internos están diseñados para asegurar su adecuada implementación y cumplimiento, y el Banco dispone de un canal de reclamos para recibir, abordar y corregir cualquier desvío.

## Política de Diversidad, Equidad e Inclusión

El Banco cuenta con una Política de Diversidad, Equidad e Inclusión de carácter integral que aplica sin exclusiones a todos los colegas, la cadena de valor y toda organización con la cual el Banco interactúa.

A lo largo de 2025, la Entidad impulsó diversas iniciativas para fortalecer su compromiso con la diversidad, ampliando su presencia en espacios culturales, públicos y empresariales:

- Vendimia para Todos – Sponsor principal (Mendoza). El Banco acompañó una de las celebraciones más emblemáticas de diversidad en la provincia, con fuerte presencia de marca y acciones participativas. Más de 1.500 personas visitaron la estación de maquillaje de Banco Macro, un espacio diseñado para celebrar la autenticidad y la expresión individual.
- Conferencia Internacional de Negocios y Turismo LGBT+ – Sponsor principal (Buenos Aires). Banco Macro participó activamente en este encuentro regional, reforzando su compromiso con la inclusión en el ámbito empresarial y turístico.
- Acción por el Día Internacional de la Mujer – MODO. La Entidad moderó el evento anual organizado por MODO, convocando a todo el ecosistema financiero a un streaming exclusivo orientado a promover conversaciones sobre igualdad de género y empoderamiento femenino.



# Gestión de proveedores

**4.326**
proveedores.

**98,74 %**
proveedores locales.

**$ 645.904 MM**
pagos a proveedores.

**$ 4.654 MM**
compras de artículos ecológicos.

Banco Macro, dado a su presencia federal y su compromiso por el desarrollo provincial, favorece proveedores locales a lo largo y ancho del país, potenciando así las economías regionales.

Es por esto que identifica a proveedores con base próxima a grandes centros industriales (como las ciudades de Buenos Aires, Rosario, Mendoza, Salta, Tucumán, Córdoba, etc.). En el caso de proyectos de alcance nacional, se prioriza la contratación de grandes compañías líderes.

## Gestión de la cadena de suministro

El Banco revisa y actualiza cada año el estado de sus proveedores activos y realiza evaluaciones específicas a aquellos con volúmenes de compra relevantes. En 2025 la Entidad actualizó la norma de proveedores, optimizando los procesos para ganar agilidad, reducir burocracias y fortalecer los controles cuando correspondía. También el Banco incorporó la validación automática del CAE al cargar facturas en el portal de proveedores, lo que agiliza los pagos al recibir documentación validada y evita reprocesos.

Banco Macro evalúa de forma preliminar a los proveedores en el proceso de alta a través de un informe de calificación comercial de Nosis, que ofrece información detallada sobre aspectos financieros, éticos, políticos, impositivos, económicos y laborales. Además, verifica en la plataforma ARCA —Agencia de Recaudación y Control Aduanero— la ausencia de facturas apócrifas y de observaciones financieras o impositivas negativas.

### Selección

El proceso de selección y contratación de proveedores en Banco Macro se desarrolla bajo un enfoque integral y estratégico. Además de los aspectos económicos, la Entidad incorpora criterios vinculados con la reputación, la ética empresarial y el impacto social de cada proveedor. Este abordaje permite asegurar relaciones comerciales sostenibles, transparentes y alineadas con los valores del Banco.

Asimismo, el Banco considera criterios ambientales y de responsabilidad social en sus procesos de licitación, otorgando preferencia a aquellas empresas que acrediten políticas, programas o certificaciones orientadas a la protección del ambiente y a la gestión socialmente responsable. Para ello, se solicita a los proveedores documentación respaldatoria, como certificaciones (ISO 14001, ISO 26000, entre otras), reportes de sustentabilidad y programas internos de gestión ambiental y social.

Actualmente, el Banco se encuentra trabajando en la formalización e integración de estos criterios dentro del proceso de compras.

## Digitalización de los procesos

El Banco definió un nuevo proceso de alta de proveedores totalmente digital, que permitirá completar y firmar el formulario mediante medios electrónicos a través de la plataforma DocuSign. Asimismo, el circuito interno del banco fue digitalizado, incorporando la gestión de firmas electrónicas y eliminando la necesidad de documentación física.

Para el área de Administración de Proveedores, esta transformación implica una reducción de cargas manuales, una mayor estandarización del proceso y la posibilidad de optimizar recursos para fortalecer el control y la calidad de la información.

Por otra parte, el Banco utiliza el sistema Remedy que brinda una trazabilidad completa de altas, bajas y modificaciones de los proveedores, permitiendo identificar y resolver ineficiencias en el proceso.

## Políticas y procedimientos

El Código de Conducta para proveedores del Banco enfatiza los compromisos sobre una conducta ética, los derechos humanos, las prácticas laborales y el medio ambiente.

El formulario de alta y modificación de proveedores incluye -además de los datos fiscales- el código de conducta para proveedores, la declaración jurada y la Política Anticorrupción, la responsabilidad por el uso de claves, el compromiso con las normas de higiene y seguridad en el trabajo, entre otros.

## Compras inclusivas

Banco Macro prioriza las compras inclusivas de recursos provistos por empresas con impacto social y ambiental positivo.

En el proceso de alta o modificación de proveedores, se considera su compromiso ambiental y se sugiere que, en la medida de sus posibilidades, impulsen acciones que mejoren el medio ambiente y contribuyan al desarrollo sostenible

Desde hace más de cuatro años, Banco Macro contrata los servicios gastronómicos de Catering Andar, un emprendimiento de la Asociación Civil Andar que impulsa la inclusión laboral de personas con discapacidad mediante el trabajo y el desarrollo de capacidades.

## Comunicación cercana

La cercanía y el diálogo están en el ADN del Banco y se extiende también a la cadena de suministro, con canales de comunicación abiertos, ágiles, simples y claros, tanto digitales como presenciales.

Los canales de comunicación son:
Portal de proveedores del Banco
Mail: AdministraciondeProveedores@macro.com.ar

## Beneficios

Banco Macro ofrece a sus proveedores toda la cartera de productos, fomentando el vínculo proveedor-cliente. Además, realiza análisis crediticios para evitar requerir pólizas de caución, mejorando la propuesta de compra.

# Capital Natural

ODS 7, 8, 12, 13,17

**Temas materiales relacionados:**

- Gestión de la huella de carbono.
- Eficiencia energética.
- Gestión de recursos materiales.
- Concientización ambiental.

Con una mirada estratégica de largo plazo, Banco Macro impulsa procesos y prácticas ambientales alineadas con estándares internacionales.
Su objetivo es minimizar los impactos derivados de sus operaciones y promover una gestión sostenible en toda la cadena de valor.



# Compromiso ambiental

Banco Macro trabaja activamente en el cuidado del ambiente, gestionando los impactos directos derivados de su operación y los indirectos vinculados a su actividad financiera. Este enfoque se materializa a través de:

**Gestión de impacto ambiental directo,** sobre actividades, productos y servicios propios, en los cuales la organización tiene control operativo.

**Campañas de comunicación y sensibilización,** orientadas a promover la educación ambiental entre colegas y otros grupos de interés.

**Gestión de riesgos crediticios**, que incorpora el análisis de aspectos sociales y ambientales en la evaluación de proyectos y operaciones financiadas.

**Instrumentos de finanzas sostenibles,** destinados a impulsar iniciativas que contribuyan a la preservación del planeta y sus recursos naturales.




**Ampliación del alcance de la Política Ambiental del Banco para toda la organización.**

# Impacto ambiental directo

## Sistema de Gestión Ambiental (SGA)

Banco Macro cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) alineado con los criterios de la norma ISO 14001:2015, cuyo propósito es gestionar los impactos ambientales asociados a sus actividades, asegurar el cumplimiento de la normativa vigente y dar respuesta a otros compromisos asumidos voluntariamente. El alcance del SGA comprende los edificios centralizados de Torre Macro y División Salta, junto con siete sucursales: Casa Central, Colegiales, San Isidro (Carman), Nordelta, Pilar y las sedes Salta (España y Belgrano).

Banco Macro amplió el alcance de su Sistema de Gestión Ambiental, incorporando el edificio División Salta, sus dos sucursales dependientes y cinco sucursales en AMBA.

Mediante este Sistema, el Banco identifica los aspectos ambientales actuales y potenciales más relevantes. La evolución de estos impactos directos se monitorea y evalúa semestralmente a través de indicadores de gestión auditados a nivel interno y externo.

Significancia alta:
- consumo de energía eléctrica.
- generación de residuos orgánicos.
- residuos peligrosos y/o patogénicos.
- derrame de combustibles.
- incendio / explosión.

Significancia moderada:
- residuos reciclables.
- uso de cartuchos / *toners*.
- generación de ruidos y vibraciones.
- emisiones a la atmósfera.
- proliferación de vectores.

### Gestión de impactos y riesgos ambientales directos

El Banco implementa una estrategia de gestión ambiental que abarca la Torre Macro y el resto de sus dependencias, orientada a mitigar los impactos identificados:

- **Consumo de energía eléctrica:** trabaja en la mejora de la eficiencia energética y en el reemplazo progresivo de energía de red por energía renovable, priorizando edificios de áreas centrales.
- **Generación de residuos orgánicos:** cumple con la normativa de recolección de cada jurisdicción y todas las dependencias cuentan, como mínimo, con bolsas negras para la disposición de residuos orgánicos.
- **Residuos peligrosos y/o patogénicos:** aplica las normativas vigentes en todas las instalaciones. Los residuos patogénicos, generados únicamente en dependencias con atención de salud al personal, reciben tratamiento y disposición conforme a la normativa específica.
- **Derrame de combustibles:** la Torre cuenta con un tanque de combustible subterráneo y su manipulación y mantenimiento sigue el protocolo exigido que además es parte de la certificación ISO 14001:2015 del SGA.
- **Incendio y/o explosión:** todos los edificios corporativos y sucursales están equipados con sistemas de detección y extinción, y se realizan capacitaciones y simulacros de evacuación de acuerdo con la reglamentación nacional.
- **Residuos reciclables:** promueve la gestión responsable de materiales, impulsando el reciclaje y la valorización de residuos, junto con campañas de concientización basadas en las 3R: reducir, reutilizar y reciclar.

Con la incorporación del edificio División Salta, sus dos sucursales, y cinco sucursales de AMBA, estos sitios fueron integrados al análisis de significancia ambiental del SGA.

Durante la auditoría externa realizada en noviembre de 2025, el Banco evidenció la correcta gestión de los impactos ambientales identificados, verificándose el cumplimiento eficiente de los controles operativos establecidos.



**Banco Macro fue la primera entidad financiera en suscribirse al nuevo régimen de certificación de Sello Verde, lanzado en 2025 por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.**

## Edificios sostenibles

La Torre Macro es un edificio inteligente y sostenible que asegura una operación ambientalmente responsable. El consumo energético está optimizado y automatizado a través del BMS *(Building Management System)*, un sistema de control integral que gestiona equipos e instalaciones para racionalizar el uso de la energía.

Su diseño arquitectónico de vanguardia prioriza la eficiencia energética conforme a los estándares de la certificación LEED Gold *(Leadership in Energy & Environmental Design)*. Además, incorpora métodos constructivos que reducen significativamente el consumo de agua mediante la reutilización y el uso controlado de insumos.

Con el objetivo de avanzar hacia nuevas certificaciones internacionales, el Banco convocó a consultoras especializadas para evaluar la factibilidad de obtener la certificación WELL. Para este fin, el equipo técnico llevó adelante un *Performance Test* (junio 2025) y un Estudio de Factibilidad (octubre 2025), cuyos resultados confirmaron que la Torre Macro presenta una probabilidad concreta de cumplir los créditos requeridos para acceder a dicha certificación. La implementación del proceso correspondiente aguarda aprobación para el período 2026.

En 2024, Banco Macro superó satisfactoriamente la auditoría de certificación ISO 14001:2015 de su Sistema de Gestión Ambiental (SGA) en la Torre Macro. Durante este período, el Banco amplió el alcance del SGA y de la certificación para integrar el edificio central de División Salta y siete sucursales: Casa Central, Colegiales, San Isidro (Carman), Nordelta, Pilar y las sedes Salta (España) y Salta (Belgrano).

La Torre Macro obtuvo la certificación de la nueva versión del Sello Verde del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, un estándar que unifica los distintos sellos ambientales existentes y amplía su alcance.

A diferencia del esquema anterior, la evaluación dejó de centrarse únicamente en el eje Residuos y pasó a contemplar cinco áreas: Agua, Energía, Residuos, Insumos y Cumplimiento normativo. En octubre el Banco realizó la auditoría correspondiente, en la cual la Torre Macro alcanzó el puntaje necesario para acceder a esta certificación renovada.

La Asociación de Lucha contra la Parálisis Infantil (ALPI) otorga la Certificación de Accesibilidad para Personas con Discapacidad, un sello que acredita que un edificio, local o infraestructura cumple con condiciones adecuadas de accesibilidad física, permitiendo el uso seguro y autónomo por parte de personas con movilidad reducida o discapacidad.

Banco Macro continúa ampliando año a año el alcance de las certificaciones de accesibilidad en sus edificios y sucursales:

- 2023: Banco Macro obtuvo la certificación de accesibilidad ALPI para la Torre Macro y para los edificios corporativos de Rosario y Salta.
- 2024: la Entidad incorporó dos nuevas certificaciones en los edificios corporativos de Casa Central Córdoba y Posadas.
- 2025: el Banco alcanzó cinco certificaciones adicionales en las sucursales de Bariloche, Merlo, Colegiales, San Isidro (Carman) y Barrio Norte.

Este proceso continuo refuerza el compromiso del Banco con la accesibilidad y la inclusión en toda su red de atención.

**10**

certificaciones ALPI en todo el país.



# Gestión de la energía

La estrategia energética de Banco Macro tiene como objetivo mejorar la eficiencia del consumo de energía de la red tradicional y avanzar en el reemplazo progresivo de energía convencional por fuentes renovables, priorizando los edificios de áreas centrales.

En 2025, el consumo de energía eléctrica alcanzó los 18.505 MWh, registrando un leve incremento del 5 % respecto del año anterior (17.668 MWh en 2024), aun cuando la ocupación de la Torre aumentó en aproximadamente 500 personas, lo que evidencia una gestión eficiente del uso de la energía. Por su parte, el consumo de energía proveniente de fuentes renovables fue de 8.600 MWh, superando ampliamente el nivel registrado en 2024 (3.140 MWh) y reflejando un avance significativo en la incorporación de energías alternativas. En este marco, las fuentes renovables representaron el 46,5 % de la energía total utilizada (17,8 % en 2024), considerando las áreas centrales del AMBA y 21 sucursales de Salta, consolidando una mayor participación de energía de origen renovable dentro del consumo total.

En todas las dependencias el Banco gestiona la iluminación mediante tableros manuales, que se desconectan diariamente al finalizar la jornada, manteniendo únicamente la alimentación necesaria para los equipos de monitoreo y procesamiento. Asimismo, las marquesinas de las sucursales operan con *timers* programables, lo que permite automatizar su encendido y apagado y optimizar el uso de la energía.

Banco Macro continúa avanzando en la incorporación de energía solar como parte de su estrategia de eficiencia energética y mejora del servicio en zonas de difícil acceso. En 2024, el Banco instaló paneles solares en tres ATM neutrales (*Automatic Teller Machines* o cajeros automáticos) ubicados en Dos Hermanas y Costanera Posadas (Misiones) y en La Poma (Salta).

Durante 2025, la Entidad ejecutó tres obras nuevas —Tilcara (Jujuy), 25 de Mayo y Andresito (Misiones)— que incorporan paneles fotovoltaicos capaces de cubrir hasta el 100 % del consumo eléctrico diurno. En las localidades de Misiones, estos sistemas incluyen acumuladores, lo que permite almacenar energía generada durante el día y utilizarla en horario nocturno o en períodos de baja radiación. En Tilcara, el Banco aprovechó la normativa local que otorga un valor de compra favorable para la energía inyectada a la red, permitiendo vender excedentes en días hábiles y fines de semana y reducir el consumo de red en horarios de cierre.

En paralelo, continúa con la instalación de paneles solares para cogeneración en 15 nuevos ATM neutrales de las divisiones NEA, Salta y Tucumán, que se suman a los tres equipos instalados en 2024. Estos sistemas permiten generar en promedio 10 horas diarias de energía renovable.

Esta estrategia de utilización de energía solar limpia no solo reduce el impacto ambiental, sino que también mejora la calidad del servicio a la comunidad, brindando mayor estabilidad en zonas remotas, disminuyendo caídas por oscilaciones o interrupciones de la red y fortaleciendo la operatividad al servicio del usuario.

Por otra parte, el Banco también consume gasoil para alimentar equipos de autogeneración sustituta por corte del servicio. En el 2025 consumió un total de 123.760 litros, lo que representa una reducción del 16,7 % respecto de 2024 (148.556 litros).

**46,5 %**

de la energía eléctrica consumida en edificios divisionales y 21 sucursales, es de origen renovable **(17,8 % en 2024).**

**76 %**

de la energía utilizada en Torre Macro es de origen alternativo* (80 % en 2024).

*Durante 2025, Banco Macro mantuvo vigente el contrato con Genneia para cubrir el 100 % del consumo eléctrico estimado de la Torre Macro con energía renovable; sin embargo, debido a limitaciones técnicas en el sistema de suministro y por disposición del ente regulador, parte de la energía provista correspondió a generación convencional. Como resultado de esta situación ajena a la gestión del Banco, la provisión efectiva de energía renovable alcanzó el 76 % del total consumido, por debajo del nivel registrado en 2024. De cara a 2026, el Banco continúa proyectando cubrir el 100 % del consumo eléctrico de la Torre Macro con energía renovable, sujeto a la correcta disponibilidad del suministro.

**16,7 %**

de reducción en el consumo de gasoil en 2025.



## Huella de carbono

Banco Macro contribuye a la mitigación del cambio climático mediante acciones orientadas a reducir y compensar su huella de carbono directa[2]. Para ello, integra la compra de energías alternativas con la neutralización de emisiones a través de la adquisición de bonos verdes.

La huella de carbono medida en 2025 fue de 5.368,9 t $CO_2$eq, lo que representa una reducción de aproximadamente 28 % respecto de 2024 (7.470,52 t $CO_2$eq). El cálculo de la huella de carbono abarca el consumo de combustible de grupos electrógenos en sucursales y áreas centrales de todo el país, e incluye instalaciones como TM y los edificios del Centro de Cómputos de Warnes y Maipú.

Para el período 2025, Banco Macro estableció como objetivo carboneutralizar la totalidad de la huella calculada para ese año. El cálculo definitivo se realizará durante el primer trimestre de 2026 y, en ese mismo período, se llevará adelante la adquisición de bonos de compensación con el propósito de completar el proceso.

**5.368,9 t $CO_2$eq**

Emisiones de CO2 Totales **(7.470 t $CO_2$eq en 2024).**[3]

**Emisiones de CO2 Alcance 1**

**900**

**(1.080,5 t $CO_2$eq en 2024).**

**Emisiones de CO2 Alcance 2**

**4.250**

t $CO_2$eq **(6.232,5 t $CO_2$eq en 2024).**

**Emisiones de CO2 Alcance 3**

**218,9**

t $CO_2$eq **(157 t $CO_2$eq en 2024).**

[2] La huella de carbono mide las emisiones de gases de efecto invernadero procedentes de la actividad humana. El alcance 1 corresponde a las emisiones directas por el consumo de combustibles de una empresa u organización; el alcance 2 incluye emisiones indirectas por la energía comprada; y el alcance 3 agrupa al resto de emisiones indirectas en la cadena de valor.

3 El cálculo incluye: 1. emisiones directas de alcance 1 provenientes de fuentes controladas por el Banco (consumo de gasoil en los edificios corporativos, sucursales y otros inmuebles y locaciones, y la flota vehicular.); 2. emisiones indirectas de alcance 2 provenientes del consumo de energía eléctrica de edificios de áreas centrales incluyendo a Torre Macro (sin sucursales), comprada a la red (fuente externa) –emisiones calculadas según el factor de emisión correspondiente al Margen Operación ex ante, informado por la Secretaría de Energía de la Nación– 3. Otras emisiones indirectas de alcance 3, provenientes de viajes aéreos de negocio realizados por colegas, calculados según la herramienta *World Resources Institute* (2015), *GHG Protocol tool for mobile combustion,* Versión 2.6 y durante 2025 se incorporaron items de gestión de residuos.

## Gestión de materiales

En línea con su compromiso ambiental, Banco Macro impulsa la mejora continua en la gestión de los materiales utilizados en sus operaciones. Para ello, implementa diversas prácticas orientadas a optimizar su uso, reducir residuos y promover procesos más responsables:

- Uso de sobres y resmas de papel con certificación FSC *(Forest Stewardship Council)*.
- Uso de vasos plásticos reutilizables libre de BPA o Bisfenol.
- Programación por *default* de impresoras para imprimir en doble faz. Y recomendación a los colegas para imprimir lo mínimo necesario. Uso de *toners* reciclados.
- Uso de equipos generadores de frío sin gases fluorocarbonados.
- Adquisición de equipos electrónicos con sello de eficiencia energética.

**441**
equipos de aire acondicionado de alta eficiencia adquiridos (tecnología Inverter – categoría energética "A").

**+15.000**
uniformes con certificación de productos orgánicos comprados.

**1.752.300**
tarjetas de débito sustentables recibidas (1.676.300 VISA y 76.000 Selecta), todas fabricadas con PVC reciclado.

Durante 2025, Banco Macro continuó fortaleciendo sus prácticas de gestión eficiente de materiales, promoviendo un uso responsable del papel y optimizando los procesos de impresión. En este marco, se registró una reducción interanual del 9 % en el consumo de resmas, pasando de 72.783 unidades en 2024 a 66.289 en 2025. Asimismo, la cantidad de impresiones disminuyó un 8 %, reflejando avances en la digitalización de procesos y en la implementación de medidas orientadas a imprimir únicamente lo necesario.

## Gestión de residuos

Banco Macro garantiza el cumplimiento de la normativa vigente en cada jurisdicción respecto de la gestión de residuos, lo que incluye su identificación, segregación, registro, transporte y disposición final conforme a los requisitos legales aplicables en cada región donde opera. Asimismo, promueve la mejora continua de sus procesos, impulsando prácticas responsables que contribuyan a minimizar el impacto ambiental.

Los residuos se clasifican en:

- Orgánicos: el Banco cumple con la normativa legal de cada jurisdicción y provee bolsas de color negro para la disposición de residuos orgánicos en todas sus dependencias. En todos los pisos de la Torre Macro y en las sucursales de CABA, los equipos realizan la clasificación de residuos para su descarte en los contenedores diferenciados del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires: negros para residuos orgánicos y verdes para materiales reciclables (papel y plástico). La Torre Macro, la Sucursal Catalinas y Casa Central cuentan con un servicio privado de recolección diferenciada en puerta. Durante este año, el Banco incorporó dos sucursales de Puerto Madero a este sistema. El retiro de los residuos está a cargo de un transportista habilitado y la fracción orgánica tiene como destino final el CEAMSE. En el edificio División Salta (EDS), el personal clasifica los residuos en orgánicos/húmedos y reciclables. El retiro es gestionado directamente por el municipio.

- Reciclables: Banco Macro impulsa campañas de concientización y promueve la gestión responsable de materiales y residuos, con el objetivo de fortalecer el reciclaje y la valorización en toda su red. En la Torre Macro, todos los pisos cuentan con islas de residuos diseñadas para facilitar la clasificación adecuada: orgánicos, papel y cartón, vidrios, aluminio y plásticos. Además, cada piso dispone de contenedores para pilas, que luego son trasladadas al depósito de residuos peligrosos para su tratamiento y disposición final. Durante el año, se recolectaron 27,4 kg de tapitas plásticas y 4.680 kg de papel, destinados al Hospital Garrahan, y 7.070 kg de plásticos que fueron entregados a cooperativas de la Ciudad de Buenos Aires.. El cartón, otros plásticos, vidrio y aluminio son derivados —de manera directa o a través de empresas de recolección autorizadas— a cooperativas que gestionan su reciclaje.

- Aparatos eléctricos y electrónicos (AEEs): el Banco cuenta con un procedimiento específico para la correcta gestión de aparatos eléctricos y electrónicos en desuso (AEEs) y residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEEs) en todo el país, considerando para ello su origen, transporte, tratamiento y refuncionalización en caso de ser posible. En este marco, Banco Macro durante 2025, realizó la entrega de 4.328 unidades de equipos informáticos en concepto de donación a instituciones de todo el país, contribuyendo a disminuir la brecha digital. En particular, 134 unidades fueron donadas a instituciones de distintas provincias en alianza con la Fundación Equidad, promoviendo el acceso a la tecnología en diversas comunidades. Asimismo, para aquellos aparatos y componentes que ya no pueden ser reutilizados, el Banco contrata a una empresa especializada para su tratamiento y disposición final conforme a la normativa vigente. Durante el año se gestionaron 151 unidades como residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEEs).

- Patogénicos: se generan exclusivamente donde el Banco brinda atención médica al personal, y son gestionados por la misma prestadora del servicio de salud, tanto en Torre Macro como en el interior donde están ubicados los consultorios médicos *in-company* (Torre Macro, Córdoba, Salta, Mendoza, Rosario, Tucumán, Jujuy y Posadas).

- Peligrosos: el Banco cumple con los protocolos de tratamiento de residuos peligrosos y patogénicos en todas sus dependencias y contrata el servicio a través de terceros para hidrocarburos (Y8), trapos y material absorbente contaminados con Y8 (Y48), pinturas (Y12), luminarias (Y29), pilas y baterías (Y26), solventes orgánicos (Y41), desechos de medicamentos farmacéuticos (Y3).

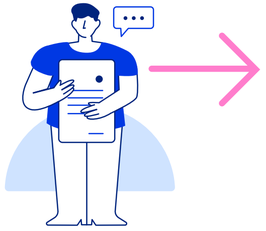
Para verificar que los terceros encargados de la gestión de residuos cumplan con las obligaciones contractuales y con la normativa vigente, el Banco realiza anualmente una auditoría interna basada en su matriz legal de cumplimiento, a través de la cual evalúan las evidencias que acreditan una gestión adecuada.



# Capacitación y concientización ambiental

## Capacitación

En el marco de la ampliación del alcance del Sistema de Gestión Ambiental (SGA), durante 2025 el Banco fortaleció la formación interna vinculada a las nuevas responsabilidades operativas. Para ello, brindaron presenciales y a través del formato *e-learning* orientadas a los equipos involucrados, abordando contenidos sobre separación de residuos y los lineamientos del Sistema de Gestión Ambiental, con el objetivo de asegurar una correcta implementación en todas las dependencias incorporadas.



**50**
colegas capacitados.

## Comunicación

Banco Macro desarrolla diversas acciones de comunicación orientadas a la concientización, sensibilización y educación ambiental, dirigidas tanto a colegas como a otros grupos de interés.

Durante 2025 reforzó el trabajo conjunto con el área de Marketing para difundir contenidos ambientales a través de las redes sociales del Banco, ampliando así el alcance de las iniciativas.

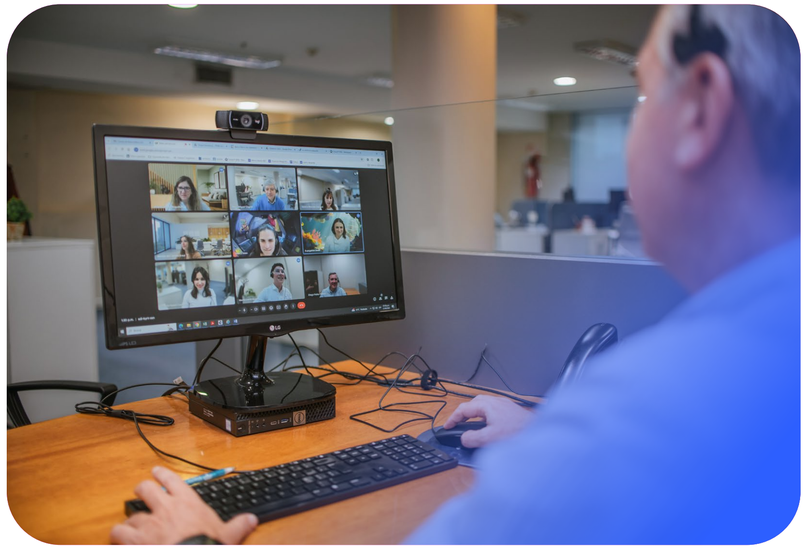
Asimismo, trabajó con los equipos de Comunicación Interna, Prensa y Marketing para promover una mayor participación y conocimiento sobre las acciones ambientales del Banco.

**Entre las principales iniciativas se destacan:**

**La Hora del Planeta:** el Banco participó del evento global apagando las luces en la Torre Macro y comunicando la acción a colegas y clientes, para concientizar sobre el cambio climático y la pérdida de biodiversidad.

**Convocatoria a colegas del SGA:** el Banco invitó a los equipos que implementan el Sistema de Gestión Ambiental en sus edificios y sucursales a sumarse a iniciativas de concientización ambiental y a interiorizarse sobre la ampliación de la Política Ambiental, los procedimientos operativos y las prácticas de las 3R (reducir, reutilizar y reciclar).

**Comunicación de resultados de auditorías:** el Banco compartió los avances y logros obtenidos en las auditorías del SGA como una forma de motivar la participación interna y promover la expansión del sistema a nuevas dependencias.





El Banco realiza una campaña de comunicación en fechas especiales de efemérides, a modo de concientización, sensibilización y educación sobre la importancia de cuidar el ambiente, dirigido a colegas y otros grupos de interés.

**Campaña de concientización en fechas especiales:**

**La Hora del Planeta**
22 de Marzo.

**Día Mundial del Ambiente**
5 de Junio.

**Dia Nacional de la Conciencia Ambiental**
27 de Septiembre.

Además, el Banco promueve una campaña permanente de las 3 R - reducir, reutilizar, reciclar - para reducir al máximo lo que se tira; reutilizar todo aquello que sea aprovechable, y guardar para reciclar todo lo que sea posible. También orienta a sus colegas a disponer correctamente los residuos orgánicos y húmedos (no reciclables), papeles y cartones, plásticos, vidrios y latas. Asimismo refuerza la importancia de usar responsablemente los recursos naturales, imprimir lo realmente necesario y evitar el consumo de plásticos.

# Gestión de impacto indirecto

## Manual SARAS

En 2025, Banco Macro publicó su Manual SARAS, que formaliza las políticas de riesgo crediticio con enfoque socioambiental. Su implementación impulsa un proceso de mejora continua en los procedimientos de análisis de riesgos ambientales y sociales, con el fin de alinear la gestión del Banco con los estándares internacionales de buenas prácticas en la materia.

El Manual forma parte de la Política de Créditos de Empresas y establece los lineamientos para integrar criterios socioambientales en las decisiones de vinculación y financiamiento. Fue aprobado por el Comité de Gestión de Riesgo y está vigente desde noviembre de 2025.

El documento incorpora una metodología de evaluación socioambiental, que incluye una lista de exclusión, la clasificación del nivel de riesgo A&S de los clientes empresariales y la obligatoriedad de realizar Debida Diligencia Ambiental y Social (DDAS) en proyectos de inversión que cumplan con los lineamientos de los Principios de Ecuador. La DDAS contempla la revisión documental, análisis reputacional y, cuando corresponde, visitas de campo y la elaboración de Planes de Acción Ambiental y Social (PAAS).

Como parte de sus compromisos, el Banco se propone que al menos el 90 % de la cartera de empresas calificada en el Comité Senior esté categorizada según su riesgo socioambiental antes del 31 de marzo de 2026, y continuar avanzando hacia estándares internacionales de buenas prácticas en la materia.

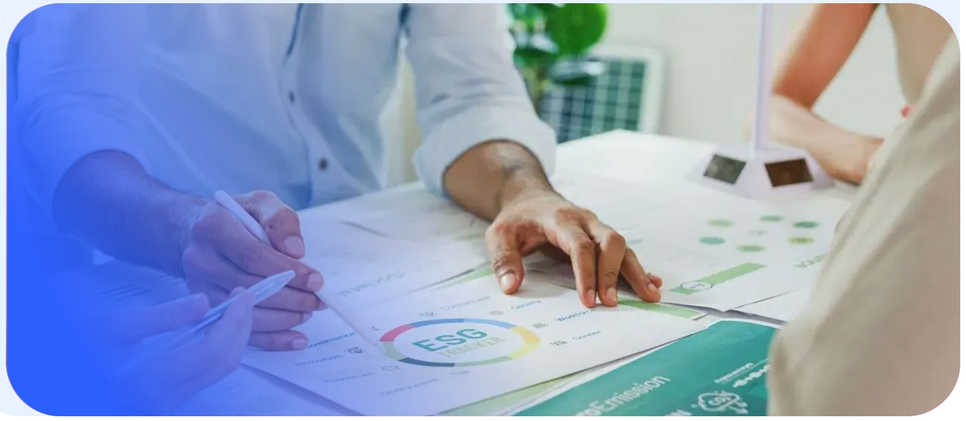
La implementación del Manual SARAS representa un avance significativo en la integración de criterios de sustentabilidad en la gestión crediticia, reforzando la capacidad del Banco para prevenir riesgos financieros, legales y reputacionales, y para promover prácticas responsables en toda su cadena de valor.

Banco Macro publicó su Manual SARAS para el análisis de riesgos crediticios bajo un enfoque socioambiental.

## Banco Macro es miembro del Protocolo de Finanzas Sostenibles de Argentina.

Este Protocolo, creado en 2019 y renovado en 2024, es un acuerdo voluntario entre entidades financieras que busca promover la adopción de mejores prácticas internacionales en materia de sustentabilidad.

**www.protocolofinanzassostenibles.com.ar**



## Emisión de bonos verdes

En 2025, el Banco participó en la emisión de la Obligación Negociable Genneia Clase 48 en el mercado local y en la Obligación Negociable Genneia Clase 49 en el mercado internacional. Ambas emisiones fueron calificadas como Bonos Verdes.

Banco Macro acompaña a sus empresas clientes en la financiación de proyectos con impacto ambiental positivo, en especial aquellos vinculados al desarrollo de energías renovables, mediante la oferta de productos financieros específicos como la emisión de bonos verdes.

Estas emisiones se encuentran alineadas con los cuatro componentes principales de los *Green Bond Principles* (GBP) 2021 del *International Capital Market Association* (ICMA) y cumplen con los "Lineamientos para la emisión de valores negociables sociales, verdes y sustentables en Argentina".

Durante el período, las colocaciones de Genneia alcanzaron un monto total emitido de US$ 427.760.264, superando el monto emitido durante el año anterior, que fue de US$ 141.550.438.

## Macro Bicis

Es una iniciativa que promueve la movilidad sustentable, incentivando el uso de la bicicleta como medio de transporte y esparcimiento que contribuye a reducir el impacto ambiental minimizando la generación de gases de Efecto Invernadero y fomentando hábitos más saludables.

El Banco acompaña sistemas de bicicletas públicas y recreativas que hoy conforman la red de movilidad sustentable más relevante del país. Actualmente, forma parte del sistema de bicicletas compartidas de la Ciudad de Buenos Aires, el más importante a nivel nacional, y también de las iniciativas de Nordelta y del recientemente lanzado sistema en Escobar.

Destacados 2025

**12.109.971**
cantidad de km recorridos.

**915**
t CO2eq ahorradas.

**6.863**
árboles salvados.

# Política de distribución de dividendos y constitución de reservas

Las normas sobre Distribución de Resultados del BCRA establecen que las entidades financieras podrán distribuir resultados sin superar diversos límites extracontables, a fin de evitar comprometer su solvencia y liquidez. Dichos límites tienen por objeto mantener el cumplimiento de las regulaciones normativas básicas y que las entidades financieras cuenten con márgenes adicionales de cobertura. A tal fin se les requiere considerar, adicionalmente al exceso de capitales mínimos, un margen de conservación del capital establecido en el 2,5 % de los activos ponderados por riesgo, estableciendo un 1 % adicional para aquellas entidades calificadas como de importancia sistémica, entre las que se encuentra Banco Macro. A su vez, el BCRA establece un límite adicional, que es el denominado margen contracíclico, que debe mantenerse como cobertura, aunque dicho Organismo ha fijado que este margen sea del 0 % desde 2016 a la actualidad. A su vez, el Directorio del Banco debe velar por su liquidez y solvencia y, asimismo, aprobar la estrategia global del negocio y monitorear el perfil de riesgo de la Entidad.

El Directorio propondrá a la Asamblea de Accionistas que los Resultados No Asignados al 31 de diciembre de 2025 de $ 290.438.875.537,79, expresados en moneda homogénea a dicha fecha, se destinen: a) $ 57.898.528.529,31 a Reserva Legal; b) $ 13.680.229.087,73 al Impuesto sobre los bienes personales sociedades y participaciones y c) $ 218.860.117.920,75 a Reserva Facultativa para Futuras Distribuciones de Resultados, conforme a la Comunicación “A” 6464 y complementarias del Banco Central de la República Argentina. Adicionalmente, el dividendo propuesto asciende a $ 469,1969827049 por acción, que representa el 46.919,6982 % del capital social en circulación del Banco de $ 639.390.301. Cifras expresadas en moneda homogénea del 31 de diciembre de 2025.

Conforme a lo establecido por las normas del BCRA, la distribución de utilidades que apruebe la Asamblea de Accionistas de la Entidad sólo podrá efectivizarse una vez que se cuente con la previa autorización de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias del BCRA en los términos del TO “Distribución de Resultados”.

# Agradecimientos

Agradecemos a nuestros clientes, corresponsales, proveedores y entidades colegas, a los accionistas y a las autoridades y los funcionarios de los organismos de control por el apoyo recibido.

Muy especialmente queremos reconocer al personal del Banco, por el alto grado de lealtad, cooperación y profesionalismo con que han desempeñado sus tareas.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires,
25 de febrero 2026.

# Anexos

**Anexo I**
Reporte de Gobierno Societario 2025

**Anexo II**
Informe Complementario

**Anexo III**
Estados Financieros

**Anexo IV**
Lineamientos internacionales

# Anexo I
# Reporte de Gobierno Societario

## Introducción

La CNV mediante la RG 797/2019 estableció los lineamientos generales para el gobierno societario de las sociedades cotizantes. El gobierno societario es el conjunto de prácticas, procesos y estructuras por el cual se dirigen y controlan las compañías. En términos generales, las buenas prácticas de gobierno societario facilitan la creación de un ambiente de confianza y transparencia que busca favorecer las inversiones a largo plazo, la estabilidad financiera y la integridad en los negocios. Además, la adopción de estas prácticas permite a las compañías mejorar su competitividad, reputación y el diálogo con inversores y partes interesadas.

El Código está estructurado en tres niveles: Principios, Prácticas recomendadas y Orientaciones. Los Principios son conceptos generales que subyacen a todo buen gobierno societario y guían e inspiran a las Prácticas recomendadas en el código y otras prácticas ad-hoc que la compañía ha determinado como mejor para ella. El segundo nivel son Prácticas recomendadas concretas que se consideran como "mejores prácticas" y cada una permite ser considerada como "aplicada" cuando la compañía las lleva a cabo de la misma manera como detalla el código. Por último, las Orientaciones son la justificación y explicación de los principios y de las prácticas que los reflejan. El valor de las Orientaciones consiste en guiar, inspirar y clarificar los temas que se tratan en cada capítulo.

Es obligatorio para la compañía preparar un reporte, que debe ser presentado al regulador anualmente junto con la Memoria, en el cual el Directorio debe detallar y relatar cómo aplican los principios bajo el sistema denominado "aplica o no, explique". Este sistema reconoce que la práctica del gobierno societario no debe traducirse en un modelo rígido de reglas que se aplican de igual manera para todas las compañías. Por el contrario, los principios son lo suficientemente amplios y flexibles para brindar un grado de libertad a las compañías para explicar la eventual no adopción de una determinada práctica. Es por ello que el Directorio puede proveer una explicación justificada que denote una forma alternativa de cumplir con el principio.

El Banco cuenta con la Política de Gobierno Societario, que da cuenta de los lineamientos generales de las prácticas y procesos adoptados por el Banco, en consideración de las buenas prácticas emanadas de las recomendaciones de la Comisión Nacional de Valores y el Banco Central de la República Argentina.

Reporte de Gobierno Societario

# A) La función del directorio

## Principios

I. La compañía debe ser liderada por un Directorio profesional y capacitado que será el encargado de sentar las bases necesarias para asegurar el éxito sostenible de la compañía. El Directorio es el guardián de la compañía y de los derechos de todos sus Accionistas.

II. El Directorio deberá ser el encargado de determinar y promover la cultura y valores corporativos. En su actuación, el Directorio deberá garantizar la observancia de los más altos estándares de ética e integridad en función del mejor interés de la compañía.

III. El Directorio deberá ser el encargado de asegurar una estrategia inspirada en la visión y misión de la compañía, que se encuentre alineada a los valores y la cultura de la misma. El Directorio deberá involucrarse constructivamente con la gerencia para asegurar el correcto desarrollo, ejecución, monitoreo y modificación de la estrategia de la compañía.

IV. El Directorio ejercerá control y supervisión permanente de la gestión de la compañía, asegurando que la gerencia tome acciones dirigidas a la implementación de la estrategia y al plan de negocios aprobado por el directorio.

V. El Directorio deberá contar con mecanismos y políticas necesarias para ejercer su función y la de cada uno de sus miembros de forma eficiente y efectiva.

## 1. El Directorio genera una cultura ética de trabajo y establece la visión, misión y valores de la compañía.

Se aplica la práctica recomendada. El Directorio, en su función de máximo órgano de administración del Banco, es el encargado de la determinación y el establecimiento de la Misión, Visión y Valores, cuyo propósito es "Pensar en Grande" orientando a comunicar sus objetivos, acciones y resultados con el foco en la creación de valor económico, social y ambiental basándose en nuestros valores que son los principios éticos por los cuales se rige. Nuestros valores son:

Agilidad: Construimos dinámica de equipo eficiente.
Protagonismo: Somos protagonistas en búsqueda de la excelencia.
Cercanía: Hacemos equipo con el cliente y nuestras comunidades.
Orgullo: Vivimos el momento de ser parte de algo que nos trasciende.

El Directorio promueve la cultura ética de la organización, y conjuntamente con la Alta Gerencia, son responsables de liderar a todos los colaboradores y guiarlos en el cumplimiento de los estándares definidos.

Asimismo, es responsable de la definición de la estrategia global del negocio en un marco de adecuada gestión de riesgos, velando por la liquidez y la solvencia de la entidad y la sustentabilidad del negocio en el largo plazo. Promueve prácticas de gobierno societario y supervisa la implementación del Código de Gobierno Societario, difundiendo los principios y valores societarios, reafirmando el compromiso de la Dirección.

El Comité de Nombramientos y Gobierno Societario es responsable de la implementación y seguimiento de las buenas prácticas en la materia. El Comité reporta al Directorio con posterioridad a cada una de las reuniones celebradas, dejando constancia de los temas considerados en actas.

Banco Macro se compromete con una gestión donde la transparencia y la integridad, el diálogo cercano con los grupos de interés y el cumplimiento de normas nacionales e internacionales, son la base para garantizar negocios éticos y sustentables. En esta línea cuenta con políticas y documentos que guían el accionar de los equipos de trabajo, como ser: código de ética, código de prácticas bancarias, línea de ética entre otros.

## 2. El Directorio fija la estrategia general de la compañía y aprueba el plan estratégico que desarrolla la gerencia. Al hacerlo, el Directorio tiene en consideración factores ambientales, sociales y de gobierno societario. El Directorio supervisa su implementación mediante la utilización de indicadores clave de desempeño y teniendo en consideración el mejor interés de la compañía y todos sus accionistas.

Se aplica la práctica recomendada. El Directorio fija la estrategia general de la compañía, cuya implementación será responsabilidad del Gerente General y la Alta Gerencia, plasmando las acciones para alcanzar dichos objetivos en un Plan de Negocios o

Estratégico, respecto del cual se realizará un seguimiento y evaluación continua, bajo responsabilidad del Comité de Activos y Pasivos. El Plan de Negocios se complementa con un Presupuesto Anual de Inversiones y Gastos. Con el objetivo de ser una entidad de referencia, el Directorio y Alta Gerencia de Banco Macro adhieren a la estrategia de sustentabilidad y los compromisos en materia de desarrollo sostenible.

Banco Macro cree que su aporte a la sociedad como entidad financiera es clave para el desarrollo de un país. En tal sentido, asume el compromiso de crear valor económico, social y ambiental en el corto, mediano y largo plazo. Los cinco pilares de la Estrategia de Sustentabilidad son:

### I. Inclusión y educación financiera:

El Banco promueve una cultura financiera saludable. Para ello, genera productos, servicios, herramientas y contenidos de educación financiera, para formar ciudadanos bancarizados, críticos, reflexivos, económicamente responsables y que contribuyan al crecimiento económico del país.

### II. Impacto ambiental directo e indirecto:

Banco Macro impulsa el cuidado del entorno social y del medio ambiente, tanto internamente como en la cadena de valor.

### III. Responsabilidad por el bienestar y la inclusión de las personas:

Banco Macro es generador de empleo a nivel federal, acompaña el desarrollo profesional de sus colaboradores, favorece la diversidad y la inclusión en el ambiente de trabajo.

### IV. Desarrollo de PyMEs y emprendimientos:

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

### V. Transparencia en todas las acciones:

El Banco opera con un objetivo de máxima transparencia, a fin de crear un marco de confianza y credibilidad para todos sus Grupos de Interés.

Practica la escucha activa y la rendición de cuentas continua.

Asimismo, se comprometen con la divulgación de la Política de Sustentabilidad Corporativa hacia el resto de la organización y la sociedad. En tal sentido se puede acceder al Informe de Sustentabilidad mediante la web corporativa https://www.macro.com.ar/conocenos/institucional/sustentabilidad?d=Any

## 3. El Directorio supervisa a la gerencia y asegura que ésta desarrolle, implemente y mantenga un sistema adecuado de control interno con líneas de reporte claras.

Se aplica la práctica recomendada. El Directorio es el máximo responsable de que la Entidad cuente con un marco adecuado para la gestión de sus riesgos y que se encuentre debidamente documentado. A través de su participación en los diversos comités del banco, el Directorio mantiene canales de comunicación permanente. De esta forma, evalúa el desempeño de la Alta Gerencia supervisando el ejercicio de sus funciones y controla la ejecución de las acciones requeridas a los efectos de identificar, evaluar, monitorear, controlar y mitigar los riesgos asumidos.

Como parte de sus funciones aprueba los límites de apetito y tolerancia al riesgo que le son propuestos por el Comité de Gestión de Riesgos, como así también las excepciones que impliquen un desvío significativo.

Recibe periódicamente del Comité de Gestión de Riesgos, reportes sobre la medición de los principales riesgos, su evolución, tendencias, principales exposiciones, control de los principales límites y el nivel de capital requerido por tipo de riesgo. Dichos reportes pueden incluir información sobre eventos ocurridos durante el período, indicadores de monitoreo, etc.

Asimismo, la supervisión también se efectúa a través del seguimiento del Plan de Negocio y del Presupuesto, y su ajuste a la estrategia definida por el Directorio. Existe un canal de información para la revisión oportuna de las políticas y el monitoreo de los objetivos societarios y el control interno.

Adicionalmente, en cumplimiento de las "Normas Mínimas sobre Controles Internos" para Entidades Financieras reguladas por el BCRA y de acuerdo a lo establecido en la Comunicación "A" 6552, el Comité de Auditoría emite un informe anual sobre la situación del sistema de control interno del Banco. A tal efecto, considera los siguientes aspectos:

- los informes de los auditores internos y externos, y de los organismos de contralor y, en caso de existir, las deficiencias de control interno que requieran una mejoría mencionados en ellos;
- la implementación de las medidas preventivas y correctivas derivadas de las observaciones efectuadas por las auditorías interna y externa y por los organismos de contralor;
- la opinión sobre el sistema de control interno emitida por la Gerencia General, con sus conclusiones respecto al ambiente de control interno imperante en la entidad y subsidiarias.

El modelo de control interno adoptado por el Banco es el de "tres líneas de defensa":

### Primera línea: gestión operativa. Es dueño y administrador del riesgo.

El rol de primera línea corresponde a las áreas de negocio, operativas y de gestión, quienes se encargan de la conducción del negocio, en alineamiento con las metas y objetivos fijados por el Directorio y la Gerencia General; y de la ejecución y mantenimiento de los controles internos establecidos en las políticas y procedimientos. Reportan a la Alta Gerencia de manera directa.

### La segunda línea: áreas de control. Monitorean el riesgo y el control apoyando a la Alta Gerencia y Directorio.

La segunda línea es responsable de ejercer tareas de supervisión de los controles establecidos y el cumplimiento de políticas y procedimientos definidos por la organización, como asimismo verificar el aseguramiento del cumplimiento de normativas regulatorias, reportando sus hallazgos a la Alta Gerencia y Directorio.

Las funciones asignadas a la segunda línea pueden variar en función de la organización o el sector, pero en líneas generales podemos destacar las siguientes:

- Supervisión y control de los riesgos, proporcionando apoyo a los diferentes responsables internos (1ª línea) en la definición del sistema de control de riesgos.
- Velar por el cumplimiento normativo de la organización, tanto de leyes y reglamentos aplicables como políticas y estándares internos.
- Proveer al Comité de Gestión de Riesgos y a la Dirección Ejecutiva información consolidada de riesgo para juzgar el perfil de riesgo de la Entidad.

### Tercera línea: auditoría interna. Proporciona aseguramiento independiente al directorio y a la alta dirección con respecto a la eficacia de la gestión del riesgo y el control.

La tercera línea de defensa permite una visión independiente y objetiva sobre el control de riesgos mediante el proceso de Auditoría Interna. Este proceso de revisión aporta supervisión neutral sobre las dos primeras líneas de defensa, evaluando el sistema de control interno de la organización en su conjunto para identificar debilidades y recomendar mejoras.

El proceso de auditoría interna proporciona una garantía sobre la eficacia de la gestión de riesgos y controles internos aplicados, analizando las buenas prácticas aplicadas por la primera y segunda línea de defensa en base al logro de los objetivos de la organización. Su actividad es reportada al Directorio.

Tendrá asimismo una misión de aseguramiento y asesoramiento independiente sobre la adecuación y la eficacia del Gobierno y sobre la gestión de riesgos de la organización Entre las funciones asociadas a la tercera línea de defensa podemos destacar:

- Revisa la efectividad y eficacia de los controles implantados y ejecutados por la primera y segunda líneas de defensa para conseguir un adecuado marco de control interno.
- Verifica la integridad de los reportes de información, el cumplimiento legal y reglamentario, así como de políticas y procedimientos de la organización.

Como se puede comprobar, cada una de las líneas identificadas tiene un papel distinto dentro del marco de gestión de la organización, contando con un nivel de independencia suficiente para no comprometer la efectividad de la gestión del riesgo y establecer acciones de mejora para potenciar su efectividad.

## 4. El Directorio diseña las estructuras y prácticas de gobierno societario, designa al responsable de su implementación, monitorea la efectividad de las mismas y sugiere cambios en caso de ser necesarios.

Se aplica la práctica recomendada. Lleva a cabo, a través del Comité de Nombramientos y Gobierno Societario, mediante un relevamiento anual del Código de Gobierno Societario, a los efectos de que el mismo resulte adecuado al perfil del Banco, en función de su tamaño, complejidad e importancia relativa dentro del sistema financiero.

## 5. Los miembros del Directorio tienen suficiente tiempo para ejercer sus funciones de forma profesional y eficiente. El Directorio y sus comités tienen reglas claras y formalizadas para su funcionamiento y organización, las cuales son divulgadas a través de la página web de la compañía.

Se aplica la práctica recomendada. El Directorio y los Comités, cuentan con reglas claras y formalizadas para su funcionamiento, que describen el alcance de sus funciones y responsabilidades. El Directorio cuenta con un reglamento que se encuentra publicado en nuestra web corporativa https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/byma. La composición del Directorio y la estructura de Comités, así como los integrantes de cada uno de ellos, son divulgadas a terceros a través del sitio web del Banco.

No se requiere a los Directores limitar la cantidad de sociedades en las cuales desempeñen funciones similares, no obstante, se requiere compromiso y disposición para el ejercicio de la tarea.

Asimismo, la designación y las funciones del Directorio son reguladas por el Banco Central de La República Argentina (BCRA). En tal sentido, las autoridades deben reunir ciertos requisitos exigidos según el marco regulatorio de ese organismo, cuando existan nuevas designaciones de autoridades propuesta por la Entidad, el BCRA evaluará los antecedentes sobre la responsabilidad, la idoneidad y experiencia en la actividad financiera y declaración jurada en la que persona manifieste que no le alcanza ninguna de las inhabilidades mencionada por ese organismo o que no figura en las resoluciones sobre financiamiento del terrorismo comunicadas por la UIF y/o haya sido designado por el Comité de Seguridad de la Organización de las Naciones Unidas, o que no ha sido condenada por delitos de lavado de activos y/o financiamiento del terrorismo y acerca de si ha sido sancionada con multa por la UIF o con inhabilitación, suspensión, prohibición o revocación por el BCRA, la CNV y la SSN. También se tendrá en consideración el Currículum Vitae con detalle de la formación académica y trayectoria laboral de la misma. Nuestra entidad verifica dichos requisitos exigidos por el BCRA previo a la presentación en dicho organismo.

Asimismo, no podrán ejercer cargos directivos, ni poseer participación directa o indirecta, a través de personas vinculadas, en empresas que realicen actividades de juegos de azar y apuestas.

Cuando no se disponga una nueva evaluación de autoridad por el BCRA, sólo se deberá certificar anualmente que la persona humana mantiene las condiciones de habilidad legal, idoneidad, competencia, experiencia en la actividad financiera y posibilidad de dedicación funcional. Estas condiciones, deberán ser mantenidas durante todo el período de desempeño de su cargo.

Reporte de Gobierno Societario

# B) La Presidencia en el Directorio y la Secretaría Corporativa

## Principios

VI. El Presidente del Directorio es el encargado de velar por el cumplimiento efectivo de las funciones del Directorio y de liderar a sus miembros. Deberá generar una dinámica positiva de trabajo y promover la participación constructiva de sus miembros, así como garantizar que los miembros cuenten con los elementos e información necesaria para la toma de decisiones. Ello también aplica a los Presidentes de cada comité del Directorio en cuanto a la labor que les corresponde.

VII. El Presidente del Directorio deberá liderar procesos y establecer estructuras buscando el compromiso, objetividad y competencia de los miembros del Directorio, así como el mejor funcionamiento del órgano en su conjunto y su evolución conforme a las necesidades de la compañía.

VIII. El Presidente del Directorio deberá velar por que el Directorio en su totalidad esté involucrado y sea responsable por la sucesión del Gerente General.

**6. El Presidente del Directorio es responsable de la buena organización de las reuniones del Directorio, prepara el orden del día asegurando la colaboración de los demás miembros y asegura que estos reciban los materiales necesarios con tiempo suficiente para participar de manera eficiente e informada en las reuniones. Los Presidentes de los comités tienen las mismas responsabilidades para sus reuniones.**

Se aplica la práctica recomendada. El Presidente del Directorio junto con la Secretaria del Directorio velan por el buen funcionamiento de las reuniones del Directorio.

Desde Secretaría de Directorio se envía a todos los Directores y Síndicos un mail con el temario y antecedentes de los puntos a tratar en la reunión de Directorio, poniendo a consideración de esta manera con 5 días de antelación la documentación necesaria para que puedan analizar previamente los temas a tratar en las reuniones y abriendo un canal de comunicación que les permita resolver sus dudas o consultas antes de reunirse. Con posterioridad a la reunión, la Secretaría de Directorio les envía por mail la propuesta de acta para su conformidad.

**7. El Presidente del Directorio vela por el correcto funcionamiento interno del Directorio mediante la implementación de procesos formales de evaluación anual.**

Se aplica la práctica recomendada. El Directorio ha establecido la Política de Autoevaluación del Directorio, siendo el Comité de Gobierno Societario el responsable de implementar y revisar la misma, que se realiza en forma individual, mediante una Encuesta de Autoevaluación.

La evaluación tiene carácter cualitativo y se orienta al funcionamiento del directorio como órgano colegiado, la frecuencia de sus reuniones, el tiempo dedicado a las mismas, la disponibilidad de información suficiente y oportuna, y finalmente cuestiones de índole individual.

El proceso de autoevaluación de la gestión del Directorio se efectúa durante el primer trimestre de cada año y el Comité de Gobierno Societario evalúa los resultados obtenidos.

Los Directores integrantes del Comité son los encargados de transmitir los resultados al cuerpo colegiado. Los resultados de la gestión se exponen en el Informe de Sustentabilidad, integrado con la Memoria y Estados Financieros del ejercicio.

En nuestra web corporativa se encuentra publicado el Reglamento del Directorio https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/byma

8. El Presidente genera un espacio de trabajo positivo y constructivo para todos los miembros del Directorio y asegura que reciban capacitación continua para

mantenerse actualizados y poder cumplir correctamente sus funciones.

Se aplica la práctica recomendada. El Directorio, a propuesta del Presidente, con el objetivo de garantizar la existencia de un programa de capacitación de sus miembros, estableció un plan anual en función de las necesidades que se identifiquen para el cumplimiento de sus funciones. La capacitación abarca temas vinculados a las necesidades del Banco, y a las responsabilidades del Directorio y sus integrantes.

El plan de capacitación tiene en cuenta tanto temas legales como regulatorios, como también, aspectos vinculados a prácticas de sustentabilidad corporativa, desarrollo de productos y servicios, innovación, educación financiera y otras cuestiones del negocio. Asimismo, se toman en consideración las propuestas de capacitación que formulen los miembros del órgano de administración a través de la Secretaría del Directorio.

Por otra parte, los directores tienen la posibilidad de gestionar su capacitación en temáticas diversas relacionadas con el negocio, facilitando el banco los recursos necesarios para su concreción.

## 9. La Secretaría Corporativa apoya al Presidente del Directorio en la administración efectiva del Directorio y colabora en la comunicación entre accionistas, Directorio y gerencia.

Se aplica la práctica recomendada. La Secretaria del Directorio brinda su apoyo al Presidente del Directorio en el desarrollo de sus funciones y vela por el buen funcionamiento de las reuniones del Directorio y de la Asamblea de Accionistas. Entre sus principales funciones se encuentra la distribución tanto a los Directores como a los Accionistas, del orden del día de las reuniones previstas y toda la información relevante concerniente y correspondiente a las reuniones que se celebren, con suficiente antelación para su análisis. Por otra parte, actúa como el canal para consultas respecto a las inquietudes de los temas a considerar en las reuniones.

Asimismo, es la encargada de reflejar debidamente en los libros de actas el desarrollo de las reuniones del órgano de administración y el registro adecuado de la documentación social.

## 10. El Presidente del Directorio asegura la participación de todos sus miembros en el desarrollo y aprobación de un plan de sucesión para el gerente general de la compañía.

Se aplica la práctica recomendada. El Comité de Nombramientos y Gobierno Societario evalúa anualmente las implicancias de una indisponibilidad imprevista del Gerente General, como, asimismo, la existencia de planes de retiro o sucesión. Es responsable de evaluar conjuntamente con la Gerencia de Recursos Humanos, a los miembros de la Alta Gerencia como potenciales candidatos, a ocupar el lugar del Gerente General en casos de indisponibilidad prolongada o repentina. Esa evaluación se efectuará considerando las cualidades y habilidades requeridas en los candidatos identificados como sucesores potenciales, considerando la evolución del mercado o cambios en la estrategia corporativa del plan de negocios de la organización y determinar si son candidatos adecuados al rol.

Una sustitución planificada del cargo de Gerente General, requerirá de otro tipo de análisis, como ser la evaluación de su gestión y definiciones que, en función a la oportunidad y conveniencia, pueda involucrar el análisis de opciones que se encuentren fuera de la entidad, y se considere deban ser exploradas.

Reporte de Gobierno Societario

# C) Composición, nominación y sucesión del Directorio

## Principios

IX. El Directorio deberá contar con niveles adecuados de independencia y diversidad que le permitan tomar decisiones en pos del mejor interés de la compañía, evitando el pensamiento de grupo y la toma de decisiones por individuos o grupos dominantes dentro del Directorio.

X. El Directorio deberá asegurar que la compañía cuenta con procedimientos formales para la propuesta y nominación de candidatos para ocupar cargos en el Directorio en el marco de un plan de sucesión.

**11. El Directorio tiene al menos dos miembros que poseen el carácter de independientes de acuerdo con los criterios vigentes establecidos por la Comisión Nacional de Valores.**

Se aplica la práctica recomendada. Banco Macro cuenta con directores independientes, de acuerdo con las normas que le resultan aplicables por su carácter de entidad financiera y emisora de acciones bajo el régimen de oferta pública con cotización en los mercados locales y su listado en la New York Stock Exchange. La independencia de los Directores permite ejercer un juicio independiente y afianzar la objetividad en la toma de decisiones. El Directorio está conformado actualmente por 13 miembros titulares y 2 miembros suplentes cuyos mandatos duran 3 ejercicios, de los cuales 6 son independientes.

Actualmente, el Banco no cuenta con una política dirigida a mantener una proporción específica de Directores independientes sobre el número total de Directores, como tampoco posee políticas específicas para que los Directores independientes efectúen reuniones exclusivas.

En la web corporativa se encuentran publicados los perfiles de los miembros del directorio. https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/directivos-y-alta-gerencia

**12. La compañía cuenta con un Comité de Nominaciones que está compuesto por al menos tres (3) miembros y es presidido por un director independiente. De presidir el Comité de Nominaciones, el Presidente del Directorio se abstendrá de participar frente al tratamiento de la designación de su propio sucesor.**

Se aplica la práctica recomendada. El Banco cuenta con un Comité de Nombramientos y Gobierno Societario compuesto por al menos tres miembros con mayoría de Directores independientes y presidido por un Director independiente.

En relación a la designación de los miembros del Directorio, los principales accionistas presentan sus candidatos y el Banco pone en conocimiento de los inversores y el público en general, a través de la AIF, la lista de los candidatos propuestos y sus antecedentes profesionales con el objetivo de dar un acabado conocimiento de los perfiles de los mismos. Dichos candidatos son considerados por su idoneidad, competencia, experiencia en la actividad financiera, sus antecedentes y las condiciones de habilidades legales.

**13. El Directorio, a través del Comité de Nominaciones, desarrolla un plan de sucesión para sus miembros que guía el proceso de preselección de candidatos para ocupar vacantes y tiene en consideración las recomendaciones no vinculantes realizadas por sus miembros, el Gerente General y los Accionistas.**

El Comité de Nombramientos y Gobierno Societario no tiene entre sus funciones y responsabilidades, desarrollar un plan de sucesión para sus miembros o los miembros que componen el Directorio. Los candidatos a ocupar puestos en el Directorio de Banco Macro S.A., son propuestos por los accionistas y elegidos por la Asamblea Anual Ordinaria.

En cumplimiento de lo requerido normativamente, se solicita a los accionistas reunidos en asamblea donde se trate la designación de los integrantes del Directorio, que informen respecto de la independencia de las personas propuestas, en concepto de declaración jurada.

El Directorio es responsable de aprobar políticas que promuevan la inclusión y diversidad, asegurando la existencia de políticas de educación y entrenamiento en materia de género y prevención o tratamiento de la violencia de género.

En lo que respecta al proceso de selección de personal, las publicaciones externas del Banco están dirigidas al público en general, sin distinción de género. Además, el equipo de reclutamiento realiza las búsquedas con foco en el análisis exhaustivo de las capacidades, experiencia y formación de la persona postulada, sin considerar datos personales como género, edad, estado civil, maternidad o paternidad. Por otra parte, sus procesos de promoción interna posibilitan una participación equilibrada entre hombres y mujeres, y permiten un desarrollo de todos los departamentos, puestos de trabajo y categorías profesionales. Realiza la selección de las personas basándose en aquellas que han sido evaluadas en su desempeño y potencial, y conforma, así, un pool de talentos que no discrimina género. El foco del Banco está puesto en la identificación de los requisitos y competencias que requiere el puesto por cubrir.

## 14. El Directorio implementa un programa de orientación para sus nuevos miembros electos.

Se aplica la práctica recomendada. La mayoría de los directores participan de diversos comités del banco y actividades, entre ellas las de capacitación, lo que facilita la orientación e integración de los nuevos integrantes del Directorio. El Banco cuenta con un programa de capacitación y entrenamiento para miembros del Directorio, que incluye temas tanto legales como regulatorios, aspectos vinculados a prácticas de sustentabilidad corporativa, desarrollo de productos y servicios, innovación, educación financiera y otras cuestiones del negocio, es uno de los instrumentos principales para lograr la incorporación plena de los nuevos directores.

Desde la Secretaría de Directorio se pone a disposición de los nuevos integrantes toda la información que requieran para el buen ejercicio de sus funciones, tanto de carácter regulatorio como organizacional. Asimismo, al momento de su incorporación se les da a conocer la normativa del BCRA y CNV aplicable al ejercicio de dicha función, en materia de prevención de lavado de dinero, régimen de vinculados e incompatibilidades para el ejercicio de su función, entre otras.

Reporte de Gobierno Societario

# D) Remuneración

## Principios

XI. El Directorio deberá generar incentivos a través de la remuneración para alinear a la gerencia – liderada por el Gerente General- y al mismo Directorio con los intereses de largo plazo de la compañía de manera tal que todos los directores cumplan con sus obligaciones respecto a todos sus accionistas de forma equitativa.

### 15. La compañía cuenta con un Comité de Remuneraciones que está compuesto por al menos tres (3) miembros. Los miembros son en su totalidad independientes o no ejecutivos.

Se aplica la práctica recomendada. El Directorio designa para integrar el Comité a aquellos miembros independientes, que posean experiencia en la gestión de riesgos y conocimientos en los sistemas de retribuciones. El Banco cuenta con un Comité de Incentivos al Personal, que es responsable del establecimiento de la Política de Compensaciones Fijas y Variables, aplicables a todos los colaboradores de Banco Macro, incluyendo la Alta Gerencia.

Se reúne al menos dos veces al año, o cuando sea necesario para el cumplimiento de las funciones encomendadas, dejando constancia de dichas reuniones en Actas, que son puestas a conocimiento del Directorio.

### 16. El Directorio, a través del Comité de Remuneraciones, establece una política de remuneración para el gerente general y miembros del Directorio.

Se aplica la práctica recomendada. La Política de Compensaciones abarca tanto la remuneración fija como la retribución variable, esta última en el marco de un proceso de evaluación de objetivos y competencias. La misma es consistente con la equidad en la consideración de la remuneración y la paridad de género.

La Política de Compensación Variable es consistente con la misión y valores de la organización, sus objetivos, la sustentabilidad del negocio a largo plazo, la estrategia, el entorno de control y la asunción prudente de riesgos. La política está destinada a reconocer el desempeño extraordinario de los colaboradores de acuerdo a: i) Su contribución a los objetivos alcanzados, y ii) La forma de gestionar alineada a la misión y valores de la Organización.

Los objetivos que persigue Banco Macro son remunerar a su personal asegurando el reconocimiento al desempeño, la equidad interna, la competitividad, la productividad, la eficiencia y el valor agregado.

Las variables más relevantes en la determinación de las compensaciones son:

- Nivel responsabilidad y complejidad del puesto
- Competencias y Potencial de la persona
- Desempeño y Resultados de la persona
- Posición respecto al mercado de referencia
- Resultados de la Organización

Asimismo, el banco cuenta con un Política de Recupero de Compensación Variable de acuerdo con lo dispuesto por con los requisitos de la Sección 303A.14 del Manual de Sociedades Cotizadas de la Bolsa de Valores de Nueva York (NYSE), que fue exigida por la Regla 10D-1 de la Ley de Bolsa de Valores de 1934. La misma es aplicable para cualquier funcionario ejecutivo del grupo y corresponde su aplicación sólo en caso de que el banco o cualquier subsidiaria se vea obligada a realizar una reexpresión contable para corregir un error material en los estados financieros emitidos anteriormente. Se destaca que cualquier recupero de gratificaciones abonadas a colaboradores debe estar acorde con la legislación vigente.

El Comité de Incentivos al Personal no tiene responsabilidad respecto al establecimiento de la remuneración del Directorio. La Asamblea Ordinaria de Accionistas establece el monto de la retribución basada en criterios de razonabilidad en función de los resultados obtenidos durante su gestión, teniendo en cuenta las disposiciones de la Ley de Sociedades Comerciales Nº 19.550, modificatorias y complementarias, la Asamblea puede delegar en el Directorio la asignación individual de los honorarios aprobados. Anualmente, el Directorio pone a consideración de la Asamblea una propuesta para su retribución como cuerpo colegiado.

# E) Ambiente de control

Conforme con lo dispuesto por el artículo 261 de la Ley General de Sociedades ("LGS") y las normas de la Comisión Nacional de Valores ("CNV"), el monto máximo de las retribuciones que por todo concepto pueden percibir los miembros del Directorio no puede exceder del veinticinco por ciento (25%) de las ganancias. Dicho monto máximo se limita al cinco por ciento (5%) cuando no se distribuyan dividendos a los accionistas, y se incrementa proporcionalmente a la distribución, hasta alcanzar el límite del veinticinco por ciento (25%) cuando se reparta el total de las ganancias.

Cuando el ejercicio de comisiones especiales o de funciones técnico administrativas por parte de uno o más directores imponga la necesidad de exceder los límites prefijados, sólo pueden hacerse efectivas tales remuneraciones en exceso si fuesen expresamente acordadas por la asamblea de accionistas.

## Principios

XII. El Directorio debe asegurar la existencia de un ambiente de control, compuesto por controles internos desarrollados por la gerencia, la auditoría interna, la gestión de riesgos, el cumplimiento regulatorio y la auditoría externa, que establezca las líneas de defensa necesarias para asegurar la integridad en las operaciones de la compañía y de sus reportes financieros.

XIII. El Directorio deberá asegurar la existencia de un sistema de gestión integral de riesgos que permita a la gerencia y al Directorio dirigir eficientemente a la compañía hacia sus objetivos estratégicos.

XIV. El Directorio deberá asegurar la existencia de una persona o departamento (según el tamaño y complejidad del negocio, la naturaleza de sus operaciones y los riesgos a los cuales se enfrenta) encargado de la auditoría interna de la compañía. Esta auditoría, para evaluar y auditar los controles internos, los procesos de gobierno societario y la gestión de riesgo de la compañía, debe ser independiente y objetiva y tener sus líneas de reporte claramente establecidas.

XV. El Comité de Auditoría del Directorio estará compuesto por miembros calificados y experimentados, y deberá cumplir con sus funciones de forma transparente e independiente.

XVI. El Directorio deberá establecer procedimientos adecuados para velar por la actuación independiente y efectiva de los Auditores Externos.

**17. El Directorio determina el apetito de riesgo de la compañía y además supervisa y garantiza la existencia de un sistema integral de gestión de riesgos que identifique, evalúe, decida el curso de acción y monitoree los riesgos a los que se enfrenta la compañía, incluyendo -entre otros- los riesgos medioambientales, sociales y aquellos inherentes al negocio en el corto y largo plazo.**

Se aplica la práctica recomendada. El Banco cuenta con una Gerencia de Riesgos, responsable de establecer los principales lineamientos para una adecuada gestión de aquellos riesgos a los que puede encontrarse expuesto el mismo.

Para llevar dicha gestión adelante se implementaron, entre otras, las siguientes acciones: la implementación de un Comité de Gestión de Riesgos, la designación de un Gerente de Riesgos, la definición de un Marco de Apetito al Riesgo y el establecimiento de un cuerpo normativo de soporte específico. Estas acciones abarcan la gestión del riesgo operacional, tecnológico, crediticio, de mercado (incluyendo en esta descripción Liquidez y Tasa), de contraparte, de titulización, estratégico, reputacional, y de continuidad de negocios, así como los riesgos medioambientales que son contemplados inmersos en las distintas acciones del Banco.

El marco de apetito al riesgo establece umbrales de apetito y tolerancia para los principales indicadores clave de riesgo, agregados de forma tal de permitir un monitoreo frecuente de los mismos por parte del mencionado Comité de Gestión de Riesgos, así como de la Gerencia General.

Estos indicadores se agrupan en ejes conceptuales, a saber, Solvencia, Capital, Riesgo de Crédito y Concentración, Riesgos Financieros y Riesgos No Financieros, y otorgan una visión integral agregada de dichos ejes. De acuerdo a la temática de cada indicador se cuenta con métricas que permiten evaluar situación y tendencia a los fines de proporcionar una visión de riesgos y acciones de tratamiento, en caso que así se considere.

Por otro lado, el cuerpo normativo contempla el proceso de Gestión de Riesgos en su totalidad y, entre otros aspectos abarca el establecimiento de las diversas responsabilidades de los involucrados, las tareas llevadas adelante en dicho proceso, y los circuitos de información requeridos. De esta forma, en sus contenidos alcanza a la totalidad de los colaboradores desde el órgano de dirección, el Gerente General, la Alta Gerencia, los funcionarios hasta las áreas operativas.

Dicha gestión es aplicable a la definición de estrategias y es diseñada para identificar eventos potenciales que puedan afectar a la organización, gestionar sus implicancias dentro del rango de riesgo aceptado y proporcionar una seguridad razonable sobre el logro de los objetivos.

## 18. El Directorio monitorea y revisa la efectividad de la auditoría interna independiente y garantiza los recursos para la implementación de un plan anual de auditoría en base a riesgos y una línea de reporte directa al Comité de Auditoría.

Se aplica la práctica recomendada. El Banco cuenta con una Gerencia de Auditoría Interna, que es encargada de evaluar el adecuado funcionamiento del sistema de control interno, el cumplimiento de las políticas y procedimientos emanados desde la dirección y las disposiciones que regulan la industria, en un marco de profesionalidad, objetividad e independencia propias de la función.

Anualmente, la Gerencia de Auditoría Interna presenta al Comité de Auditoría, el plan de trabajo anual, que contiene el detalle de Ciclos, Procesos y Sistemas involucrados y que se basa en la identificación y evaluación de los riesgos de la Entidad, como también en el impacto de los objetivos fijados por el Directorio. El plan de auditoría contempla la evaluación del impacto de las operaciones en los procesos de gestión de riesgos, el control interno y gobierno corporativo.
El Comité es quien aprueba el plan y asegura los recursos necesarios para su adecuada ejecución. El plan aprobado por el Comité es puesto a consideración del Directorio, quién lo aprueba. Periódicamente se reevalúan los riesgos y se monitorea el cumplimiento del plan.

La Gerencia de Auditoría Interna tiene la potestad de asignar recursos, seleccionar temas, determinar alcances de trabajo, aplicar las técnicas necesarias para cumplir con los objetivos de la auditoría y emisión de informes, entre otros.

## 19. El auditor interno o los miembros del departamento de auditoría interna son independientes y altamente capacitados

Se aplica la práctica recomendada. La auditoría interna es independiente, tiene reporte directo al Comité de Auditoría Interna, y cuenta con recursos suficientes y presupuesto acorde a la complejidad de los negocios. El Comité de Auditoría efectúa una revisión anual sobre el desempeño del área de Auditoría Interna y asimismo sobre el grado de independencia de la función. Adicionalmente, evalúa anualmente la idoneidad, experiencia y desempeño de los Auditores Externos.

20. El Directorio tiene un Comité de Auditoría que actúa en base a un reglamento. El comité está compuesto en su mayoría y presidido por directores independientes y no incluye al gerente general. La mayoría de sus miembros tiene experiencia profesional en áreas financieras y contables.

Se aplica la práctica recomendada. El Comité de Auditoría está integrado por tres directores titulares y uno suplente, uno de ellos es designado como experto financiero. Este comité efectúa una revisión anual sobre el desempeño del área de Auditoría Interna y asimismo sobre el grado de independencia de la función. Asimismo, evalúa anualmente la idoneidad, experiencia y desempeño de los Auditores Externos.

El comité de Auditoría Interna mantiene reuniones mensuales y sus actas son tratadas por el Directorio del Banco. Entre las funciones se destacan:

- Vigilar el adecuado funcionamiento de los sistemas de control interno definidos en la entidad a través de su evaluación periódica.
- Contribuir a la mejora de la efectividad de los controles internos.
- Tomar conocimiento del planeamiento de la auditoría externa.
- Revisar y aprobar el programa de trabajo anual del área de auditoría interna, así como su grado de cumplimiento.
- Revisar los informes emitidos por la auditoría interna.

- Considerar las observaciones de los auditores externo e interno sobre las debilidades de control interno encontradas durante la realización de sus tareas, así como las acciones correctivas implementadas por la gerencia general, tendientes a regularizar o minimizar esas debilidades.
- Tomar conocimiento de los resultados obtenidos por la sindicatura, consejo de vigilancia o comisión fiscalizadora de la entidad en la realización de sus tareas, según surja de sus respectivos informes.
- Mantener comunicación constante con los funcionarios de la superintendencia de entidades financieras y cambiarias responsables del control de la entidad, a fin de conocer sus inquietudes, los problemas detectados en las inspecciones actuantes en la entidad, así como el monitoreo de las acciones llevadas a cabo para su solución.
- Tomar conocimiento de los estados contables anuales, trimestrales y los informes del auditor externo emitidos sobre estos, así como toda la información contable relevante.
- El análisis de los diferentes servicios prestados por los auditores externos y su relación con la independencia de éstos.
- Revisión de las operaciones en las cuales exista conflicto de intereses con integrantes de los órganos sociales o accionistas controlantes.
- El análisis de los honorarios facturados por los auditores externos, exponiendo separadamente los correspondientes a la auditoría externa y otros servicios relacionados destinados a otorgar confiabilidad a terceros y los correspondientes a servicios especiales distintos de los mencionados anteriormente.

Adicionalmente, en cumplimiento de las “Normas Mínimas sobre Controles Internos” para Entidades Financieras reguladas por el BCRA y de acuerdo a lo establecido en la Comunicación “A” 6552, el comité emite un informe anual sobre la situación del sistema de control interno del Banco. A tal efecto, considera los siguientes aspectos:

- los informes de los auditores interno y externo, y de los organismos de contralor y, en caso de existir, las deficiencias de control interno que requieran una mejoría mencionados en ellos;
- la implementación de las medidas preventivas y correctivas derivadas de las observaciones efectuadas por las auditorías interna y externa y por los organismos de contralor;
- la opinión sobre el sistema de control interno emitida por la Gerencia General, con sus conclusiones respecto al ambiente de control interno imperante en la entidad y subsidiarias.

**21. El Directorio, con opinión del Comité de Auditoría, aprueba una política de selección y monitoreo de auditores externos en la que se determinan los indicadores que se deben considerar al realizar la recomendación a la asamblea de accionistas sobre la conservación o sustitución del auditor externo.**

Se aplica la práctica recomendada. En lo que respecta al auditor externo, el BCRA establece en las disposiciones de la CONAU – Contabilidad y Auditoría, capítulo F – Normas Mínimas sobre Auditorías Externas del BCRA, la rotación del socio firmante cada cinco ejercicios. Al discontinuar su tarea por cumplirse ese plazo máximo o un término inferior a él, deberá transcurrir un período por lo menos igual al de su actuación, para poder ser designado nuevamente en ella. Por otra parte, las normas de CNV – Sección VI – Auditores Externos, se ajustan a lo dispuesto en el Anexo “Normas sobre Independencia”, de la Resolución Técnica N° 34 de la FACPCE (Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas”, para entidades de interés público.

Por otro lado, el Comité de Auditoría CNV/SEC analiza y opina previamente a la contratación de los diferentes servicios prestados en la entidad por parte de los Auditores Externos y su relación con la independencia de estos. Evalúa la razonabilidad de los honorarios facturados por los auditores externos, considerando que la naturaleza, alcance y oportunidad de las tareas planificadas se adecuen a los riesgos de la entidad, exponiendo separadamente los correspondientes a la auditoría externa y otros servicios relacionados, destinados a otorgar confiabilidad a terceros y los correspondientes a servicios especiales distintos a los mencionados anteriormente. Adicionalmente, se verifica periódicamente el desempeño de la Auditoría Externa, alineado a los requerimientos normativos y del Directorio.

Reporte de Gobierno Societario

# F) Ética, integridad y cumplimiento

## Principios

XVII. El Directorio debe diseñar y establecer estructuras y prácticas apropiadas para promover una cultura de ética, integridad y cumplimiento de normas que prevenga, detecte y aborde faltas corporativas o personales serias.

XVIII. El Directorio asegurará el establecimiento de mecanismos formales para prevenir y en su defecto lidiar con los conflictos de interés que puedan surgir en la administración y dirección de la compañía. Deberá contar con procedimientos formales que busquen asegurar que las transacciones entre partes relacionadas se realicen en miras del mejor interés de la compañía y el tratamiento equitativo de todos sus accionistas.

**22. El Directorio aprueba un Código de Ética y Conducta que refleja los valores y principios éticos y de integridad, así como también la cultura de la compañía. El Código de Ética y Conducta es comunicado y aplicable a todos los directores, gerentes y empleados de la compañía.**

Se aplica la práctica recomendada. El Banco cuenta con un Código de Ética aplicable a los directores y miembros de la Alta Gerencia. La entidad espera que sus representantes actúen de acuerdo con los más altos niveles de integridad personal y profesional en todos los aspectos de sus actividades; que cumplan con la ley aplicable, que desalienten la comisión de actos reprochables.

El Código de Ética se complementa con el Código de Conducta del Banco, que es aplicable a la totalidad de los colaboradores. Este Código de Ética alcanza a los miembros del Directorio, al Gerente General y a la primera línea de reporte del Gerente General, garantizando los más altos niveles de integridad personal y profesional en todos los aspectos de sus tareas; vela por el cumplimiento de la ley aplicable; y desalienta cualquier comisión de actos reprochables.

El Código de Conducta tiene como intención establecer los principios y valores que todos los miembros del Banco deben respetar. Todos los colaboradores del Banco toman conocimiento de los estándares éticos y de conducta definidos por la Dirección, y asumen el compromiso de observarlos en todo momento. El esquema está complementado por capacitaciones o acciones comunicacionales específicas, respecto el esquema en general o situaciones en particular, que merecen ser resaltadas. La Dirección y la Alta Gerencia asumen la conducción y liderazgo en este ámbito, asegurando una guía de comportamiento desde arriba, hacia la organización.

El Código de Conducta se encuentra publicado en la web corporativa https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/byma.

La Gerencia de Cumplimiento tiene como responsabilidad monitorear el cumplimiento de confirmación de lectura del Código de Ética y enviar recordatorios al Gerente General y la primera línea de reporte del Gerente General en el caso que no lo hayan realizado. De la misma forma, junto a Recursos Humanos se monitorea la confirmación de lectura del Código de Conducta por parte de los colaboradores de la entidad.

**23. El Directorio establece y revisa periódicamente, en base a los riesgos, dimensión y capacidad económica un Programa de Ética e Integridad. El plan es apoyado visible e inequívocamente por la gerencia quien designa un responsable interno para que desarrolle, coordine, supervise y evalúe periódicamente el programa en cuanto a su eficacia. El programa dispone: (i) capacitaciones periódicas a directores, administradores y empleados sobre temas de ética, integridad y cumplimiento; (ii) canales internos de denuncia de irregularidades, abiertos a terceros y adecuadamente difundidos; (iii) una política de protección de denunciantes contra represalias; y un sistema de investigación interna que respete los derechos de los investigados e imponga sanciones efectivas a las violaciones del Código de Ética y Conducta; (iv) políticas de integridad en procedimientos licitatorios; (v) mecanismos para análisis periódico de riesgos, monitoreo y evaluación del Programa; y (vi) procedimientos que comprueben la integridad y trayectoria de terceros o socios de negocios (incluyendo la debida diligencia para la verificación de irregularidades, de hechos ilícitos o de la existencia de vulnerabilidades durante los procesos de transformación societaria y adquisiciones), incluyendo proveedores, distribuidores, prestadores de servicios, agentes e intermediarios**

Se aplica la práctica recomendada. Banco Macro S.A. ha implementado un Programa de Integridad, en los términos de la Ley de Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas N° 27.401, leyes y regulaciones aplicables, y buenas prácticas difundidas por diversos organismos en la materia.

Dicho Programa se encuentra basado en la Política Anticorrupción, aprobada por el Directorio y contempla entre otros, los siguientes elementos:

I. La realización de capacitaciones o acciones informativas periódicas, dirigidas a Directores, Alta Gerencia, Colaboradores y terceros, sobre temática de integridad, cumplimiento y ética.
II. La existencia de una línea de denuncias y un protocolo de tratamiento de las mismas.
III. La protección a los denunciantes, contra represalias.
IV. La existencia de políticas de integridad con proveedores o terceros socios de negocios.
V. El análisis periódico del programa, que incluye la matriz de riesgos y el esquema de monitoreo y reporte.
VI. Lineamientos para la interacción con funcionarios públicos, y asimismo para la identificación de vulnerabilidades en procesos de transformación societaria o adquisiciones.
VII. Un Código de Conducta para Proveedores, y lineamientos para la relación con socios de negocios, bajo el establecimiento de cláusulas contractuales.

El Directorio ha establecido que el Comité de Ética y Cumplimiento será responsable de la aplicación de la Política, de su seguimiento y reporte periódico al Directorio.

Asimismo, ha designado un miembro de la Alta Gerencia, como responsable de la implementación del Programa de Integridad y establecido que la Gerencia de Cumplimiento realizará el Monitoreo del Cumplimiento del Programa.

En línea con estos estándares de conducta ética, se ha implementado una Línea Ética o canal de denuncias, gestionado por un tercero independiente, asegurando los principios de anonimato y confidencialidad. Las denuncias son recibidas y gestionadas por el Comité de Ética y Cumplimiento del Banco, siguiendo protocolos establecidos.

### Canales Disponibles

**Teléfono:**
0800 - 122 - 5768

**Mail:**
eticagrupomacro@kpmg.com.ar

**Página web:**
https://eticagrupomacro.lineaseticas.com

**Correo postal:**
Bouchard 710, 6to piso, Código Postal 1001, Buenos Aires, Argentina, dirigido a "KPMG – Línea Ética Grupo Macro"

**WhatsApp:**
+5491144095782
Fax: +54 (11) 4316-5800 dirigido a "Línea Ética Grupo Macro"

**24. El Directorio asegura la existencia de mecanismos formales para prevenir y tratar conflictos de interés. En el caso de transacciones entre partes relacionadas, el Directorio aprueba una política que establece el rol de cada órgano societario y define cómo se identifican, administran y divulgan aquellas transacciones perjudiciales a la compañía o sólo a ciertos inversores.**

Se aplica la práctica recomendada. En el Código de Ética se establecen lineamientos y mecanismos formales para tratar situaciones donde existan conflictos de interés; en el mismo se establece que se deberá actuar de modo honesto y ético, incluyendo el manejo ético de conflictos de interés, sean aparentes o reales, entre sus relaciones personales y profesionales, promoviendo también un comportamiento ético entre colegas y subordinados. Se informará al Comité de

Auditoría toda transacción significativa o relación personal que razonablemente pudiera generar tal conflicto. El Banco tiene procedimientos formales que buscan asegurar que las transacciones con partes relacionadas se realicen en miras del mejor interés de la Sociedad y velando por el tratamiento equitativo de todos sus accionistas.

Se entiende que existe conflicto de intereses, real o potencial, cuando las relaciones de un Director o Gerente con terceros pudieran afectar los intereses del Grupo o cuando los intereses privados de alguno de esos funcionarios se contraponen o interfieren de algún modo con los de la Entidad.

En sus relaciones con clientes, proveedores, contratistas y competidores, el Director o Gerente deberá privilegiar los intereses del Banco por sobre cualquier situación que pudiera representar un beneficio real o potencial para sí mismo o para personas allegadas a ellos.

El Código de Ética se encuentra publicado en la web corporativa (https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/politica-de-gobierno-societario).

Respecto de las operaciones con parte relacionadas, Banco Macro tiene procedimiento interno para las operaciones que se celebren. Como mínimo una vez al mes, el Gerente General deberá presentar a los directores y síndicos del Banco un informe donde se indique:

- Importes de las asistencias crediticias por todo concepto otorgadas en el período a cada una de las personas humanas o jurídicas vinculadas al Banco.
- Condiciones de contratación, en cuanto a tasas, plazos y garantías recibidas, con indicación de si son o no las comunes para el resto de los clientes del Banco en circunstancias similares.
- Importes a que alcance la asistencia financiera total a cada una de las personas humanas o jurídicas vinculadas al Banco, así como el porcentaje que representa respecto del capital de nivel uno de la entidad.

El informe del gerente general deberá contar con un dictamen de los síndicos acerca de la razonabilidad de las asistencias incluidas y ambos informes deberán ser llevados a conocimiento del Directorio y transcritos en el libro de actas.

Por otra parte, el Banco ha adoptado procedimientos para cumplimentar las disposiciones del Art. 72 la Ley del Mercado de Capitales y las Normas de la Comisión Nacional de Valores (N.T. 2013 y mod.) en lo que respecta al tratamiento por parte del Comité de Auditoría de las operaciones con partes relacionadas por un monto relevante.

Este procedimiento contempla requerir al Comité de Auditoría que se expida respecto a las operaciones que cumplan las condiciones establecidas en la norma para los actos o contratos de monto relevante.

Asimismo, el Banco como entidad financiera autorizada, cumple con las disposiciones y deberes de información establecidos en la Ley de Entidades Financieras y realiza sus operaciones con partes relacionadas en las mismas condiciones que con el resto de la clientela, observando el cumplimiento de las Políticas de Crédito establecidas y los límites a las exposiciones que el BCRA reglamenta.

De acuerdo con lo establecido por las leyes (Ley de Sociedades Comerciales N° 19.550 y sus modificatorias), regulaciones específicas aplicables (Normas de CNV), las normas contables profesionales (Resolución Técnica N° 21 de la Federación de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (“FACPCE”)) y lo sugerido por las mejores prácticas, el Banco informa sobre las operaciones con compañías afiliadas y vinculadas (subsidiarias), en notas a los estados contables.

Reporte de Gobierno Societario

# G) Participación de los accionistas y partes interesadas

## Principios

XIX. La compañía deberá tratar a todos los Accionistas de forma equitativa. Deberá garantizar el acceso igualitario a la información no confidencial y relevante para la toma de decisiones asamblearias de la compañía.

XX. La compañía deberá promover la participación activa y con información adecuada de todos los Accionistas en especial en la conformación del Directorio.

XXI. La compañía deberá contar con una Política de Distribución de Dividendos transparente que se encuentre alineada a la estrategia.

XXII. La compañía deberá tener en cuenta los intereses de sus partes interesadas.

## 25. El sitio web de la compañía divulga información financiera y no financiera, proporcionando acceso oportuno e igual a todos los Inversores. El sitio web cuenta con un área especializada para la atención de consultas por los Inversores.

Se aplica la práctica recomendada. Banco Macro promueve la transparencia de su información, brindando amplia e inmediata difusión de la información societaria y financiera a los inversores, accionistas, clientes y público en general, nuestras partes interesadas, de acuerdo con normas aplicables y las mejores prácticas en la materia. Se puede acceder al sitio de Relación con Inversores mediante la web en la siguiente dirección https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/home.

## 26. El Directorio debe asegurar que exista un procedimiento de identificación y clasificación de sus partes interesadas y un canal de comunicación para las mismas.

Se aplica la práctica recomendada. El Banco ha designado un Responsable de Relación con Inversores cuyo objetivo es crear y mantener vínculos con inversores institucionales, analistas y otros agentes del sistema financiero local e internacional. El principio de transparencia en la exposición de la información, se complementa con la disposición a atender las inquietudes y consultas de aquellas personas interesadas. Se encuentra normado en el Código de Gobiernos Societario y cuenta con procedimientos formalizados.

## 27. El Directorio remite a los Accionistas, previo a la celebración de la Asamblea, un "paquete de información provisorio" que permite a los Accionistas -a través de un canal de comunicación formal realizar comentarios no vinculantes y compartir opiniones discrepantes con las recomendaciones realizadas por el Directorio, teniendo este último que, al enviar el paquete definitivo de información, expedirse expresamente sobre los comentarios recibidos que crea necesario.

Se aplica la práctica recomendada. La Secretaría de Directorio remite a los accionistas previo a cada Asamblea y con suficiente antelación el orden del día de las mismas.

La convocatoria, con el orden del día, se hace pública a través del Boletín oficial, de un diario de mayor circulación, del sitio web del Banco, de la autopista de información de la CNV y a través del sitio web de la Securities and Exchange Commission.

Los accionistas tienen abierto un canal permanente de comunicación y consulta. Los accionistas se pueden contactar a través de: https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/contactanos.

El sector de Relaciones con Inversores brinda información trimestral de los resultados (Comunicado de Prensa) y pone a disposición la participación del público inversor en las conferencias trimestrales, en donde podrá obtener una ampliación de la información publicada y un espacio de preguntas y respuestas.

Los Comunicados de Prensa se hacen públicos a través del sitio web del Banco, de la autopista de información de la CNV y a través del sitio web de la Securities and Exchange Commission.

## 28. El estatuto de la compañía considera que los Accionistas puedan recibir los paquetes de información para la Asamblea de Accionistas a través de medios virtuales y participar en las Asambleas a través del uso de medios electrónicos de comunicación que permitan la transmisión simultánea de sonido, imágenes y palabras, asegurando el principio de igualdad de trato de los participantes.

Se aplica la práctica recomendada. El estatuto del Banco prevé la posibilidad de participar a distancia en las Asambleas de Accionistas con los requisitos establecidos por la normativa vigente.

Sin perjuicio de que el estatuto no dispone el envío a los accionistas de paquetes de información para la Asamblea, la entidad da cumplimiento a lo requerido por la Ley de Mercado de Capitales y las Normas de la CNV (N.T. 2013), en forma previa a su celebración, poniendo a disposición de los accionistas la información relevante concerniente a la celebración de la asamblea y la documentación a ser considerada en la misma.

En lo que respecta a la documentación relacionada con los Estados Financieros y demás documentos cuya aprobación es requerida por la normativa vigente, y que serán tratados por la Asamblea, los mismos son puestos a disposición de los accionistas a través de nuestra página web y por los medios de comunicación previstos por los organismos regulatorios y mercados en donde el Banco lista sus acciones.

Asimismo, los accionistas cuentan con medios para mantener un diálogo permanente y fluido con la Entidad durante todo el año, a través del área de Relación con Inversores que recibe las consultas de los inversores y dan respuesta a las mismas.

## 29. La Política de Distribución de Dividendos está alineada a la estrategia y establece claramente los criterios, frecuencia y condiciones bajo las cuales se realizará la distribución de dividendos.

Se aplica la práctica recomendada. La política de distribución de dividendos del Banco tiene fundamento en mantener un adecuado equilibrio entre los montos distribuidos y las políticas de inversión y expansión; no pudiendo comprometer la liquidez y solvencia de la entidad. La distribución de dividendos a los accionistas se encuentra regulada por el Banco Central de la República Argentina (T.O. CONAU – B. Manual de Cuentas – 9. Distribución de Resultados).

Cabe señalar que la distribución de dividendos está condicionada a la autorización previa del Banco Central de República Argentina.
Los dividendos deberán ser pagados en proporción a las respectivas tenencias accionarias que surgen del registro de accionistas del Banco. Conforme la normativa de la Comisión Nacional de Valores (“CNV”), los dividendos deben ser pagados dentro de los treinta (30) días corridos de su aprobación por la Asamblea. De acuerdo al reglamento de Bolsas y Mercados Argentinos (“BYMA”), en el caso de dividendos en efectivo, se debe iniciar el pago dentro de los diez (10) días de resuelto por el órgano competente.

# Anexo II
# Reporte complementario

El Banco

## Banco Macro y sus subsidiarias

- Macro Securities S.A.U. (100 %): Empresa argentina líder en el mercado bursátil y manejo de activos, que ofrece asesoramiento y administración de inversiones para una amplia gama de clientes, incluyendo desde inversiones particulares hasta corporaciones.
- Macro Bank Limited (100 %): Entidad establecida en Bahamas que se dedica al negocio bancario y a toda clase de inversiones financieras, de actividades comerciales, de negociación y otras operaciones.
- Macro Fondos S.G.F.C.I. S.A. (100 %): Sociedad administradora de Fondos Comunes de Inversión, que a través de su trayectoria se posicionó entre los primeros participantes del mercado local en el lanzamiento de tales fondos.
- Macro Fiducia S.A.U. (100 %): Entidad que tiene como objetivo realizar actividades de agente fiduciario, de análisis y asesoramiento financiero, de mandataria y de servicios financieros y de inversión.
- Argenpay S.A.U. (100 %): Entidad que tiene como objeto el desarrollo de una red propia o la incorporación a otras redes de modo que permita transaccionar con personas humanas o jurídicas, en forma presencial o remota, mediante la utilización de tecnologías de la información y comunicación para otorgar, ofrecer o aceptar pagos electrónicos *online* u offline, billeteras, monederos electrónicos o virtuales y comercio electrónico en general.
- Fintech S.G.R. (24,99 %): El objetivo de la sociedad es facilitar el acceso al crédito de las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) a través de la presentación de avales.
- Macro Agro S.A.U (anteriormente Comercio Interior SAU) (100 %): Entidad dedicada al corretaje de cereales, pudiendo operar en los mercados de granos y oleaginosas, al contado o a término, intermediar entre la oferta y la demanda de granos, oleaginosas y subproductos y realizar demás tareas relacionadas al corretaje de granos.
- Alianza SGR (24,99 %): Con fecha 1 de enero de 2025, Banco Macro SA adquirió control sobre Alianza SGR. El objetivo principal de esta sociedad es el otorgamiento de garantías.

## Estrategia de negocios 2030

### Fortalezas financieras y de posicionamiento

El Banco presenta una sólida posición financiera, con elevados niveles de solvencia, liquidez y calidad de activos, que le permiten sostener el crecimiento del negocio con un perfil de riesgo controlado.

Asimismo, ocupa posiciones de liderazgo en los principales segmentos del sistema financiero, lo que consolida su fortaleza competitiva y su capacidad de generación de resultados.

### Capilaridad y modelo comercial diferencial

El Banco cuenta con la red de sucursales y cajeros más extensa entre los bancos privados de la Argentina, con una fuerte presencia federal: más del 90 % de sus sucursales se encuentran fuera de la Ciudad de Buenos Aires. Esta capilaridad le permite acceder de manera privilegiada a economías regionales dinámicas, especialmente vinculadas a sectores exportadores y productivos como agroindustria, minería, energía, transporte, turismo y economías regionales.

La cercanía con los clientes y el profundo conocimiento de los mercados locales se reflejan en los más altos niveles de satisfacción del sistema, con un CSAT del 77 %, posicionando al Banco como referente en experiencia y vinculación con clientes.

### Crecimiento con disciplina y ejecución

La Estrategia 2030 se articula sobre cuatro pilares fundamentales:

- **Simplicidad –** mejorar radicalmente la experiencia del cliente, eliminando fricciones y haciendo lo básico extraordinariamente bien.
- **Principalidad –** convertir al Banco en la entidad financiera principal de cada cliente, aumentando su vinculación, lealtad y *share of wallet*.
- **Desarrollo –** expandir negocios clave como seguros, adquirencia, *wealth management,* banca privada y nuevos productos de financiamiento.
- **Digital + Humano –** ofrecer una experiencia integrada donde la tecnología potencia la cercanía, el asesoramiento y el servicio personalizado.

Estos pilares son soportados por habilitadores críticos: tecnología de clase mundial, capacidades avanzadas de datos e inteligencia artificial, gestión prudente de riesgos, eficiencia operativa, talento emprendedor y una cultura organizacional de alto desempeño.

# Enfoque ASG en la Estrategia de Sustentabilidad Corporativa

## Estrategia de Sustentabilidad Corporativa

### Pilar 1: Gobernanza y ética para la resiliencia y la confianza

**Compromiso:**
Fortalecer continuamente nuestra estructura de gobernanza corporativa, la ética y la transparencia, así como la gestión integral de riesgos, para asegurar la sustentabilidad del Banco, la confianza de nuestros grupos de interés y un desempeño económico sostenible que genere valor accionario para el Banco e impulse el desarrollo del país.

**Temas materiales:**
- Ética y transparencia
- Gobernanza en gestión de sustentabilidad
- Desempeño económico positivo
- Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo

**Área de impacto**
Integridad y ética corporativa

**Objetivo**
Garantizar los más altos estándares de ética y transparencia en todas las operaciones del Banco, previniendo la corrupción, delitos financieros y conflictos de interés.

**Área de impacto**
Gestión de riesgos y cumplimiento integral

**Objetivo**
Desarrollar y mantener un sistema robusto de gestión de riesgos financieros, operacionales, reputacionales y ASG, asegurando desde la gobernanza y la responsabilidad en la toma de decisiones el cumplimiento normativo y la estabilidad del negocio.

**Área de impacto**
Rentabilidad y valor accionario

**Objetivo**
Impulsar un desempeño económico robusto y rentable que genere valor para los accionistas y contribuya al crecimiento económico del país, bajo una estructura de gobernanza que priorice la sustentabilidad.

## Estrategia de Sustentabilidad Corporativa

### Pilar 2: Negocios responsables e innovadores

**Compromiso:**
Desarrollar un negocio bancario que no solo satisfaga las necesidades financieras de nuestros clientes, sino que también promueva la inclusión, la seguridad de la información, una experiencia de cliente excepcional, la transformación digital y la creación de productos financieros con impacto positivo para el desarrollo sostenible de la Argentina.

**Temas materiales:**
- Inclusión financiera
- Productos financieros con impacto productivo, social y ambiental
- Experiencia del cliente
- Seguridad y privacidad de la información
- Transformación digital e innovación



**Área de impacto**
Inclusión y educación financiera federal

**Objetivo**
Ampliar el acceso y uso de productos y servicios financieros de calidad a lo largo de todo el país, con especial foco en la inclusión de los segmentos vulnerables y en la promoción de la educación financiera.

**Área de impacto**
Experiencia del cliente, innovación y seguridad digital

**Objetivo**
Ofrecer una experiencia al cliente personalizada, innovadora, segura y de alta calidad, a través de la continua transformación digital y la protección rigurosa de la información.

**Área de impacto**
Finanzas productivas, sostenibles y con propósito

**Objetivo**
Impulsar el desarrollo de productos y soluciones financieras en clientes empresas, organizaciones y sector público, con un enfoque responsable y sostenible, que catalizan la inversión en proyectos con impacto productivo, social y ambiental en Argentina.

## Estrategia de Sustentabilidad Corporativa

### Pilar 3: Desarrollo humano y sostenible

**Compromiso:**
Fomentar un entorno de trabajo que promueva el bienestar, el desarrollo y la diversidad de nuestro capital humano, al mismo tiempo que contribuimos al desarrollo social y sostenible de las comunidades donde estamos presentes, priorizando los derechos humanos y la generación de oportunidades en toda nuestra operación.

**Temas materiales:**
- Gestión del capital humano
- Experiencia empleado
- Desarrollo de las comunidades donde estamos presentes
- Derechos humanos
- Gestión responsable de proveedores

**Área de impacto**
Experiencia empleado y desarrollo profesional

**Objetivo**
Implementar un modelo de capital humano centrado en las personas, que atraiga, retenga y desarrolle talentos en un entorno seguro y confiable donde puedan desarrollarse, crecer y contribuir con el Banco y su propio bienestar.

**Área de impacto**
Desarrollo de comunidades locales

**Objetivo**
Contribuir al desarrollo social de las comunidades donde operamos, a través de una inversión social estratégica enfocada en la inclusión, formación y el acompañamiento a empresas desde la gestión de compras del Banco.

**Área de impacto**
Derechos Humanos, Diversidad e Inclusión

**Objetivo**
Asegurar el respeto por los Derechos Humanos en todas nuestras operaciones y cadena de valor, promoviendo activamente la diversidad, la inclusión y la accesibilidad.

## Estrategia de Sustentabilidad Corporativa

### Pilar 4: Impacto ambiental positivo

**Compromiso:**
Gestionar activamente nuestro impacto directo a través de la reducción de huella de carbono, promoviendo la eficiencia energética, la reducción de emisiones y la concientización ambiental; y desde el financiamiento sustentable, contribuyendo así a la lucha contra el cambio climático y la protección de los recursos naturales.

**Temas materiales:**
- Eficiencia energética
- Gestión de la huella de carbono
- Concientización y educación ambiental
- Gestión de recursos materiales

**Área de impacto**
Gestión de la huella de carbono y recursos

**Objetivo**
Medir, reducir y compensar nuestras emisiones directas e indirectas, optimizando el uso de recursos naturales en todas nuestras operaciones, con foco en la eficiencia energética.

**Área de impacto**
Concientización y educación ambiental

**Objetivo**
Sensibilizar e informar a nuestros grupos de interés sobre la importancia del cuidado del ambiente y la acción climática.



# Análisis de doble materialidad

## Etapas del proceso de doble materialidad

### 1. Análisis del contexto e identificación

La Entidad revisó los temas materiales vigentes y analizó tendencias globales y regulatorias –como cambio climático, inclusión financiera, digitalización y ética corporativa–, así como riesgos y oportunidades emergentes relacionados con el negocio, la Estrategia de Sustentabilidad y el modelo de creación de valor. Este análisis se apoyó en el relevamiento de estándares internacionales (GRI, SASB, NIIF S1/S2) y en talleres de trabajo con referentes internos.

### 2. Encuesta de priorización

El Banco diseñó y aplicó una encuesta *online* dirigida a grupos de interés externos e internos para validar y priorizar los temas previamente identificados, considerando su importancia percibida y su impacto potencial en la creación de valor sostenible. Respondieron 4.692 referentes y cinco miembros de la Alta Gerencia, cuyos aportes permitieron ponderar la relevancia de cada tema desde la perspectiva de los distintos públicos y la construcción de la Matriz de materialidad publicada en esta Memoria.

### 3. Evaluación de impactos, riesgos y oportunidades

En conjunto con el Área de Riesgos y equipos técnicos de todas las áreas clave, el Banco evaluó los impactos, riesgos y oportunidades (IROs) vinculados a cada tema material, utilizando la herramienta desarrollada para tal fin. Las áreas referentes clasificaron impactos positivos y negativos, reales y potenciales, sobre las dimensiones económica, social y ambiental, considerando su alcance, gravedad, horizonte temporal y posibilidades de prevención, mitigación o maximización de beneficios.

### 4. Validación interna

La Alta Gerencia y miembros del Directorio revisaron los resultados del proceso, validaron la priorización de temas y confirmaron la matriz de doble materialidad, asegurando su alineación con la estrategia corporativa, los compromisos de largo plazo y los principales marcos de referencia (GRI, SASB, NIIF S1/S2, ODS, IIRC). A partir de esta validación se consolidaron los indicadores ASG y las metas asociadas, que orientan la gestión y la rendición de cuentas de Banco Macro frente a sus grupos de interés.

## Detalle de temas materiales

**Gobernanza y ética para la resiliencia y la confianza:**

- Ética y transparencia: Actuar con integridad, prevenir la corrupción y garantizar la transparencia en todas sus operaciones.
- Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo: Gestión proactiva de los riesgos financieros, operativos y reputacionales, asegurando el cumplimiento normativo.
- Desempeño económico positivo: Generación de valor económico sostenible para todos sus stakeholders, fomentando el crecimiento económico.
- Gobernanza en gestión de sustentabilidad: Adopción de prácticas de gobernanza que integran criterios económicos, sociales y ambientales, asegurando una gestión transparente y responsable.

**Negocios responsables e innovadores:**

- Inclusión financiera: Compromiso para ampliar el acceso a servicios financieros y a promover la educación financiera para todos los ciudadanos.
- Seguridad y privacidad de la información: Asegurar la protección de la información de los clientes y la seguridad de las operaciones.
- Experiencia colega: Foco en brindar una experiencia de cliente superadora, personalizada y de alta calidad, a través de múltiples canales.
- Transformación digital e innovación: Innovación y transformación digital para ofrecer soluciones financieras más eficientes y personalizadas.
- Productos financieros con impacto productivo, social y ambiental: Desarrollo de productos financieros que promueven el desarrollo económico sostenible, con impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

**Desarrollo humano y sostenible:**

- Experiencia empleado: Creación de un clima laboral seguro y positivo, fomentando experiencias superadoras en todas las instancias del desarrollo profesional y personal de sus colegas.
- Gestión del capital humano: Implementación eficiente y responsable de procesos y prácticas de gestión de personas, con foco en la atracción, retención y desarrollo profesional de sus colegas.
- Derechos humanos: Respeto de los derechos humanos en todas sus operaciones y promoción de la diversidad e inclusión.
- Gestión responsable de proveedores: Selección de proveedores bajo criterios de responsabilidad económica, social y ambiental.
- Desarrollo de las comunidades donde estamos presente: Contribución al desarrollo de las comunidades donde opera, invirtiendo en proyectos sociales y fomentando la inclusión.

**Impacto ambiental positivo:**

- Gestión de la huella de carbono: Reducción del impacto ambiental mediante la medición y compensación de emisiones de carbono, promoviendo la eficiencia energética.
- Eficiencia energética: Optimización del consumo energético y promoción del uso de energías renovables.
- Gestión de recursos materiales: Gestión responsable de recursos materiales y residuos, promoviendo el reciclaje y la valorización.
- Concientización y educación ambiental: Comunicación, sensibilización y educación sobre la importancia de cuidar el ambiente, dirigido a colegas y otros grupos de interés.

## Cambios de definición de temas materiales en 2025

Los temas materiales de 2025 fueron revisados en base a los definidos en 2024. En este ejercicio, el Banco resolvió modificar los términos de 5 de ellos, sin cambios en su definición ni concepto. Estos son:

| Tema material de 2024 | Redefinición de tema material en 2025 |
|---|---|
| Gestión integral de riesgos | Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo. |
| Seguridad y privacidad | Seguridad y privacidad de la información. |
| Concientización ambiental | Concientización y educación ambiental. |
| Productos sostenibles | Productos financieros con impacto productivo, social y ambiental. |
| Transformación digital | Transformación digital e innovación. |

## Muestra de la encuesta

| Muestra final: Materialidad de Impacto | % de respuesta sobre el total | Cantidad de respuestas |
|---|---|---|
| Clientes | 64,36 % | 3.023 |
| Empresas aliadas | 0,51 % | 24 |
| Comunidad: Organizaciones de la Sociedad Civil | 1,26 % | 59 |
| Accionistas e inversores | 1,13 % | 53 |
| Entidades financieras | 4,36 % | 205 |
| Estado y otros organismos gubernamentales | 1,55 % | 73 |
| Cámaras empresariales e industriales | 0,43 % | 20 |
| Colegas | 25,72 % | 1.208 |
| Proveedores | 0,57 % | 27 |
| Alta Gerencia | 0,11 % | 5 |
| **Total** | **100 %** | **4.697** |

## Relacionamiento entre los temas materiales y los Estándares GRI y SASB

El análisis de materialidad permitió definir los estándares y contenidos de la *Global Reporting Initiative* (GRI) y los Estándares del *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB), que se comunicarán en esta Memoria. En este contexto, se estableció la relación entre los temas materiales identificados y los correspondientes estándares, los cuales se detallan a continuación y determinan los indicadores presentados en el Índice de Contenidos GRI dentro de la Memoria Anual Reporte Integrado 2025.

| Ejes | Temas materiales | Contenidos GRI relacionados | Estándares SASB | Alcance |
|---|---|---|---|---|
| **Gobernanza y ética para la resiliencia y la confianza** | Ética y transparencia | GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción<br>GRI 205-3 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas<br>GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios<br>GRI 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios<br>GRI 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing | FN-CB-510a.1 Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con el fraude, uso de información privilegiada, antimonopolio, competencia desleal, manipulación del mercado, mala praxis u otras leyes o reglamentos relacionados de la industria financiera.<br>FN-CB-510a.2 Descripción de las políticas y los procedimientos de denuncia de irregularidades.<br>FN-CF-270a.5 Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la venta y el mantenimiento de los productos. | Interno y Externo |
| | Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo | GRI 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción | FN-CB-410a.2 Descripción del enfoque para la incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa (ESG) en el análisis de crédito.<br>FN-CB-550a.1 Puntuación en la evaluación de banco de importancia sistémica mundial (G-SIB), por categoría<br>FN-CB-550a.2 Descripción del enfoque para la incorporación de los resultados de la planificación de la adecuación del capital de las pruebas de resistencia obligatorias y voluntarias, la estrategia corporativa a largo plazo y otras actividades comerciales. | |

| Ejes | Temas materiales | Contenidos GRI relacionados | Estándares SASB | Alcance |
|---|---|---|---|---|
| **Gobernanza y ética para la resiliencia y la confianza** | Desempeño económico positivo | GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido<br>GRI 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático<br>GRI 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación<br>GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno | | Interno |
| | Gobernanza en gestión de sustentabilidad | Indicador propio | | Interno |
| **Negocios responsables e innovadores** | Inclusión financiera | Indicador propio | FN-CB-240a.3 Número de cuentas corrientes minoristas sin coste proporcionadas a clientes previamente no bancarizados o infrabancarizados.<br>FN-CB-240a.4 Número de participantes en iniciativas de educación financiera para clientes no bancarizados, infrabancarizados o desatendidos. | Externo |
| | Seguridad y privacidad de la información | GRI 416-1 Evaluación de los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad<br>GRI 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad<br>GRI 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente | FN-CB-230a.1 (1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de titulares de cuentas afectados.<br>FN-CB-230a.2 Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos.<br>FN-CF-220a.2 Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la privacidad del cliente.<br>FN-CF-230a.3 Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos. | Interno y Externo |

| Ejes | Temas materiales | Contenidos GRI relacionados | Estándares SASB | Alcance |
|---|---|---|---|---|
| **Negocios responsables e innovadores** | Experiencia del cliente | Indicador propio | FN-CF-270a.4 (1) Número de quejas de clientes presentadas, (2) porcentaje con compensación monetaria o no monetaria. | Externo |
| | Transformación digital e innovación | Indicador propio | | Interno y Externo |
| | Productos financieros con impacto productivo, social y ambiental | Indicador propio | FN-CF-000.B Número de (1) cuentas de tarjeta de crédito y (2) cuentas de tarjeta de débito de prepago.<br>FN-CB-000.B (1) Número y (2) valor de los préstamos por segmento: (a) personales, (b) pequeñas empresas, y (c) corporativos.<br>FN-CB-000.A (1) Número y (2) valor de las cuentas corrientes y de ahorro por segmento: (a) personales y (b) pequeñas empresas. | Externo |
| **Desarrollo humano y sostenible** | Experiencia empleado | Indicador propio | | Interno |
| | Gestión del capital humano y desarrollo del talento | GRI 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal<br>GRI 401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales<br>GRI 404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado<br>GRI 404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición<br>GRI 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y del desarrollo de su carrera | | Interno |

| Ejes | Temas materiales | Contenidos GRI relacionados | Estándares SASB | Alcance |
|---|---|---|---|---|
| **Desarrollo humano y sostenible** | Derechos Humanos | GRI 401-3 Permiso parental<br>GRI 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados<br>GRI 405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres<br>GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas | | Interno y Externo |
| | Gestión responsable de proveedores | GRI 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados<br>GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos<br>GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales<br>GRI 407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo<br>GRI 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil<br>GRI 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio | | Interno y Externo |
| | Desarrollo de las comunidades donde estamos presente | GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo<br>GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales<br>Indicador propio | | Externo |
| **Impacto ambiental positivo** | Gestión de la huella de carbono | GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)<br>GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)<br>GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)<br>GRI 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI<br>GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI<br>GRI 305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)<br>GRI 305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire | | Interno y Externo |

| Ejes | Temas materiales | Contenidos GRI relacionados | Estándares SASB | Alcance |
|---|---|---|---|---|
| **Impacto ambiental positivo** | Eficiencia energética | GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización<br>GRI 302-2 Consumo energético fuera de la organización<br>GRI 302-3 Intensidad energética<br>GRI 302-4 Reducción del consumo energético<br>GRI 302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios | | Interno y Externo |
| | Gestión de recursos materiales y residuos | GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen<br>GRI 301-2 Insumos reciclados utilizados<br>GRI 301-3 Productos y materiales de envasado recuperados<br>GRI 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos<br>GRI 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos<br>GRI 306-3 Residuos generados<br>GRI 306-4 Residuos no destinados a eliminación<br>GRI 306-5 Residuos destinados a eliminación | | Interno y Externo |
| | Concientización y educación ambiental | Indicador propio | | Interno y Externo |

## El gobierno corporativo en Banco Macro

| Nombre | Cargo | Edad | Año de la primera designación | Vencimiento del mandato – Asamblea que considere los EE. CC. del ejercicio |
|---|---|---|---|---|
| Jorge Pablo Brito | Presidente | 46 | 2002 | 2027 |
| Carlos Alberto Giovanelli | Vicepresidente | 68 | 2016 | 2027 |
| Nelson Damián Pozzoli | Director Titular | 59 | 2016 | 2027 |
| Fabián Alejandro de Paul [1] | Director Titular | 62 | 2019 | 2027 |
| Agustín Mariano Alvarez [1] [2] | Director Titular | 40 | 2025 | 2027 |
| Constanza Brito | Director Titular | 44 | 2007 | 2026 |
| Mario Luis Vicens [1] | Director Titular | 74 | 2016 | 2026 |
| Sebastián Palla [1] | Director Titular | 51 | 2021 | 2026 |
| José Alfredo Sánchez | Director Titular | 69 | 2016 | 2026 |
| Daniela Anahí Rivarola Meilán [1] [2] | Director Titular | 29 | 2025 | 2026 |
| Delfín Federico Ezequiel Carballo | Director Titular | 41 | 2015 | 2025 |
| Marcos Brito | Director Titular | 43 | 2007 | 2025 |
| Lucas Matías Gregorio [1] [2] | Director Titular | 41 | 2025 | 2025 [3] |
| Santiago Horacio Seeber | Director Suplente | 48 | 2012 | 2027 |
| Juan Ignacio Catalano | Director Suplente | 41 | 2024 | 2027 |

[1] Director Independiente, conforme a la Sección III, Capítulo III, Título II de las Normas de la CNV.

[2] Designado a propuesta de ANSES-FGS.

[3] Corresponde al vencimiento del mandato de Guido Agustín Gallino, Director Titular al que reemplaza. El cargo de Director Titular lo ejercerá hasta la próxima Asamblea General Ordinaria, conforme a lo dispuesto por el artículo 14 del estatuto social.

# Comités

## Composición de los Comités de Banco Macro

## Comité de Auditoría CNV/SEC

Es un órgano clave de la gobernanza corporativa, responsable de supervisar la integridad y confiabilidad de la información financiera y contable del Banco. Entre sus funciones se destacan la revisión de los estados financieros trimestrales, semestrales y anuales, el seguimiento de los sistemas de control interno, la gestión de riesgos y el cumplimiento normativo ante la CNV y la SEC.

Asimismo, supervisa la actuación e independencia de los auditores externos y promueve una cultura de ética y transparencia, fortaleciendo la confianza de los inversores y del mercado.

## Comité de Activos y Pasivos (CAP)

Tiene a su cargo la definición y supervisión de la estrategia financiera del Banco. Analiza de manera permanente la evolución de los mercados y la situación financiera de la Entidad para establecer políticas relacionadas con liquidez, tasas de interés, riesgo de mercado y riesgo cambiario.

A través de este Comité se determinan metodologías de cálculo, límites operativos y lineamientos que aseguran una gestión financiera alineada con los objetivos estratégicos, el apetito de riesgo y la estabilidad de largo plazo del Banco.

## Comité de Créditos Senior

Es el órgano encargado de tomar decisiones estratégicas en materia crediticia, específicamente aquellas que involucran grandes exposiciones y operaciones de mayor complejidad. Entre sus principales responsabilidades se encuentran la autorización de límites de crédito para clientes y grupos económicos de relevancia, la resolución de situaciones especiales como refinanciaciones o reestructuraciones de deuda, la definición de calificaciones crediticias para diferentes segmentos de clientes y la aprobación de prórrogas de calificaciones previamente otorgadas.

A través de estas funciones, el Comité contribuye a la gestión prudencial del riesgo crediticio de la Entidad, asegurando la sustentabilidad y rentabilidad de la cartera de crédito.

## Comité de Créditos Junior

Este Comité se encarga de analizar y autorizar aquellos límites de crédito que, si bien superan las atribuciones de los Comités de crédito de base, no alcanzan los umbrales establecidos para el Comité Senior.

El Comité también de Crédito Junior tiene la responsabilidad de evaluar y aprobar propuestas de pago y reestructuración de deuda para aquellos clientes cuya situación crediticia se encuentre dentro de los parámetros establecidos. Este Comité cuenta con la autoridad para extender la vigencia de las calificaciones crediticias que haya otorgado previamente, siempre y cuando se cumplan los requisitos establecidos.

## Comité de Gobierno de Tecnología

Es el órgano encargado de supervisar y evaluar de manera integral todos los aspectos relacionados con la tecnología y la seguridad de la información dentro de la organización.

Su función es garantizar que los sistemas y procesos tecnológicos funcionen de manera eficiente y segura, alineados con los objetivos estratégicos del Banco.

## Comité de Seguridad de la Información

Entre sus responsabilidades se incluyen la evaluación de los planes tecnológicos, la gestión de los riesgos cibernéticos, el seguimiento de incidentes de seguridad y la supervisión de iniciativas estratégicas, contribuyendo a la protección de los activos digitales, la continuidad operativa y la confianza de los clientes.

## Comité de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (PLAyFT)

El Comité de PLAyFT constituye un foro permanente de análisis y gestión de los riesgos de lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Brinda apoyo al Oficial de Cumplimiento en la definición, implementación y monitoreo de políticas, procedimientos y controles destinados a prevenir estos riesgos.

Asimismo, supervisa los programas de capacitación, analiza operaciones inusuales o sospechosas y asegura el cumplimiento de la normativa vigente, contribuyendo a la integridad, transparencia y reputación institucional del Banco.

## Comité de Auditoría Interna

Tiene a su cargo la supervisión del sistema de control interno y la evaluación de la efectividad de las auditorías interna y externa, así como el análisis de los estados contables y el seguimiento de las comunicaciones con los organismos reguladores. Su actuación resulta clave para la identificación y mitigación de riesgos, y para la promoción de una cultura organizacional basada en el control, la transparencia y la mejora continua.

Asimismo, el Comité revisa y aprueba los planes de trabajo de la auditoría interna, analiza los informes emitidos por los auditores internos y externos y evalúa la implementación de las acciones correctivas definidas por la gerencia. En este marco, mantiene una comunicación permanente con las autoridades regulatorias, asegurando el cumplimiento de la normativa vigente y la adecuada atención de las observaciones surgidas de los procesos de supervisión.

## Comité de Recupero Senior

El Comité de Recupero Senior es responsable de definir las estrategias y decisiones vinculadas a la recuperación de créditos vencidos o en mora. Evalúa y aprueba propuestas de pago, reestructuraciones de deuda, venta de carteras y acciones judiciales, con el objetivo de maximizar la recuperación de activos y minimizar pérdidas para la Entidad.
Asimismo, puede delegar atribuciones específicas para agilizar los procesos, asegurando una gestión eficiente y consistente con las políticas del Banco.

## Comité de Gestión de Riesgos

Es el órgano responsable de definir y supervisar la estrategia integral de gestión de riesgos de la Entidad. Entre sus funciones se encuentran la aprobación de políticas y límites de riesgo, el monitoreo de los riesgos asumidos y la evaluación de la adecuación del capital, asegurando una gestión prudente y alineada con el perfil de riesgo del Banco.

Asimismo, el Comité coordina las actividades de gestión de riesgos en toda la organización, promoviendo la identificación, medición y mitigación efectiva de los distintos tipos de riesgos. Evalúa la efectividad de los modelos, herramientas y metodologías utilizadas, supervisa la calidad y oportunidad de la información disponible y comunica periódicamente al Directorio la situación de los riesgos y los avances en la implementación de la estrategia definida, contribuyendo a una toma de decisiones informada y consistente con el apetito de riesgo de la Entidad.

## Comité de Ética y Cumplimiento

Es el órgano responsable de promover una cultura organizacional basada en la integridad, la ética y el cumplimiento normativo. Entre sus funciones se destacan la difusión y supervisión del cumplimiento del Código de Ética y de Conducta, la implementación de la política anticorrupción y del programa de integridad, así como el monitoreo de las regulaciones internas y externas.

Asimismo, el Comité toma conocimiento de posibles desvíos o irregularidades, informa periódicamente al Directorio sobre los avances en la materia y vela por la adopción de las medidas correctivas necesarias. Su actuación resulta clave para la protección de la reputación de la Entidad y la prevención de riesgos legales y financieros, fortaleciendo la confianza de los distintos grupos de interés.

## Comité de Nombramiento y Gobierno Societario

Es responsable de velar por el adecuado funcionamiento del sistema de gobernanza corporativa de la Entidad. Entre sus principales funciones se encuentran la supervisión de la implementación del Código de Gobierno Societario, la evaluación del desempeño de la Alta Gerencia y la propuesta de candidatos para cargos directivos.

Asimismo, el Comité promueve la transparencia, la prevención de conflictos de interés y el cumplimiento de la normativa aplicable. Supervisa el proceso de autoevaluación del Directorio y fomenta la difusión de políticas vinculadas con la ética, la sustentabilidad y las buenas prácticas de gobierno, contribuyendo al fortalecimiento institucional y a la generación de valor a largo plazo.

## Comité de Incentivos al Personal

El Comité de Incentivos al Personal tiene como responsabilidad diseñar y supervisar el sistema de compensaciones del Banco, asegurando su alineación con la cultura organizacional, los objetivos estratégicos y el perfil de riesgo de la Entidad. Propone al Directorio las políticas de incentivos y evalúa periódicamente su efectividad, recomendando ajustes cuando resulta necesario.

## Ética y transparencia

Vela por que los esquemas de compensación estén vinculados al desempeño individual y a los resultados de la organización, en coherencia con los riesgos asumidos. Asimismo, garantiza el cumplimiento de los requisitos regulatorios y coordina la revisión anual independiente del sistema de incentivos, manteniendo dicha evaluación a disposición de la autoridad supervisora.

### Comité de Protección al Usuario de Servicios Financieros

Es el órgano responsable de velar por el cumplimiento de las normas y regulaciones destinadas a resguardar los derechos de los clientes. Entre sus funciones se destacan la aprobación de políticas y procedimientos de atención, la supervisión de los procesos de gestión y resolución de reclamos y la evaluación de las iniciativas orientadas a la protección del consumidor.

Asimismo, el Comité asegura el cumplimiento de los requerimientos regulatorios aplicables y mantiene una comunicación permanente con las autoridades competentes. En este marco, promueve una cultura de atención centrada en el cliente y la resolución efectiva de conflictos, trabajando de manera articulada con las distintas áreas del Banco para identificar y mitigar riesgos, mejorar los procesos y fortalecer la relación de confianza con los clientes, contribuyendo a la protección de la reputación de la Entidad.

Banco Macro cuenta con canales de comunicación formalizados para la recepción y gestión de denuncias vinculadas a posibles infracciones al Código de Conducta, a las políticas internas o a la legislación vigente, incluyendo situaciones relacionadas con fraude, corrupción o conflictos de interés. Estos mecanismos se rigen por un Protocolo de Recepción de Denuncias, administrado por *KPMG Forensic Services,* que garantiza la independencia, confidencialidad y trazabilidad del proceso.

Los distintos grupos de interés —accionistas, clientes, colegas, proveedores y la comunidad en general— pueden realizar denuncias a través de una línea telefónica gratuita, una dirección de correo electrónico, un sitio web específico y un canal de WhatsApp, incorporado para ampliar el acceso y facilitar el uso de estos mecanismos.

La gestión inicial de las denuncias está a cargo de un prestador externo independiente, responsable de su recepción, registro y categorización. Los casos son luego elevados al Comité de Ética y Cumplimiento, máxima instancia de tratamiento y resolución, que define el curso de acción. El análisis se realiza a través de un grupo de trabajo interdisciplinario, encargado de recabar evidencia y elevar conclusiones para la recomendación de medidas correctivas o sanciones. El Banco garantiza la confidencialidad del denunciante y establece plazos de resolución que no superan los 90 días desde la categorización del caso.

Durante 2025, el Comité de Ética y Cumplimiento recibió 20 denuncias. Del total de los casos recibidos, un 10 % correspondió a situaciones asociadas a conflictos de interés, mientras que el volumen restante se vinculó a quejas de clientes sin relevancia ética o disciplinaria.

En línea con su compromiso con la integridad, Banco Macro implementa un programa formal y obligatorio de formación en ética y cumplimiento, basado en los estándares éticos y procedimientos internos de la Entidad, con alcance para todos los colegas y contratistas. Asimismo, se realizan auditorías periódicas de cumplimiento, a cargo de Auditoría Interna, que permiten evaluar la efectividad de los controles y la adecuada aplicación de los estándares éticos.
Los principales documentos que respaldan este marco de integridad se encuentran disponibles públicamente:

### Código de Conducta Banco Macro:

https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/documento/1517364160709/macro_2024_codigo-de-conducta.pdf

### Política Anticorrupción / Antisoborno y Programa de Integridad:

https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/documento/1517364181573/programa-integridad.pdf

## Protección al consumidor financiero

Banco Macro dispone de una Política de Protección al Usuario de Servicios Financieros y un procedimiento de gestión formal que aseguran el cumplimiento de la normativa vigente del Banco Central de la República Argentina (BCRA). Esta política se actualiza periódicamente a partir de revisiones internas, adecuaciones regulatorias y de los temas tratados en el Comité de Protección al Usuario de Servicios Financieros (PUSF).

El modelo de cumplimiento PUSF se estructura en tres ejes de gestión:

- Gestión integral de consultas y reclamos, contemplando los requerimientos del RAUSF, PUSF, BCRA y otros organismos.
- Análisis de información y mejora continua, mediante el estudio de tendencias, análisis de causa raíz, tableros de control y definición de propuestas de mejora.
- Articulación transversal con las áreas, a través de mesas de trabajo, auditorías, nuevas iniciativas y el seguimiento del Comité PUSF.

### Gestión de reclamos: procedimientos, seguimiento y resolución

Banco Macro gestiona los reclamos de clientes mediante un procedimiento estructurado que se inicia con la recepción del inconveniente, definido como toda manifestación de un cliente o no cliente originada en errores operativos, de sistema o información inadecuada. Los reclamos pueden ingresar a través de diversos canales, como sucursales, Centro de Atención Telefónica (C.A.T.), Banca Internet, BancoChat o comunicaciones formales.

Una vez recibido, el reclamo es derivado al área de Resolución de Reclamos para su análisis y tratamiento. En los casos en que se requiera documentación adicional, el análisis se inicia una vez que ésta es provista por el cliente. El seguimiento se realiza mediante un Log de Actividades, que permite registrar la carga del reclamo, el analista responsable, los cambios de estado, reasignaciones, fechas de resolución y contactos con el cliente, garantizando trazabilidad y control de plazos.

El proceso involucra a los canales de ingreso, al área de Gestión de Consultas y Reclamos (GCR), que centraliza, registra y controla los tiempos de respuesta, y a las áreas centrales —como Tarjetas, Créditos, Seguros y Préstamos— responsables del análisis y resolución. La instancia de resolución puede derivar en un ajuste financiero, aprobado según la Política de Reclamos o, en casos excepcionales, requerir la aprobación del gerente de la sucursal. El analista determina finalmente si el reclamo resulta favorable o desfavorable para el cliente.

### Supervisión y revisión de productos y servicios

El Banco implementa un proceso formal de supervisión y revisión de productos y servicios, a cargo del Sector de Protección al Usuario de Servicios Financieros (PUSF), cuyo objetivo es garantizar el respeto de los derechos de los clientes y el cumplimiento normativo.

Este proceso incluye la intervención del PUSF en las altas, bajas y modificaciones (ABM) de productos y servicios. Ante nuevas iniciativas comerciales u operativas, el sector analiza su adecuación a la normativa vigente y, en caso de detectar observaciones, las eleva al responsable del producto para su corrección. Asimismo, se realizan análisis de causa raíz de incidentes y reclamos, identificando oportunidades de mejora continua.

El seguimiento de estas acciones es realizado por el responsable del PUSF, quien eleva los temas que requieren intervención a la Gerencia y al Comité de Protección al Usuario de Servicios Financieros. Este Comité recibe informes trimestrales y supervisa la efectividad de las políticas, elevando los principales temas al Directorio.

El proceso se encuentra formalizado bajo la norma “Seguimiento y control del cumplimiento de normas de Protección de Usuarios de Servicios Financieros” e incluye, entre otros controles, monitoreos de tiempos de espera en sucursales, accesibilidad, bajas de productos, modificaciones de condiciones pactadas y revisiones aleatorias de publicidad e información en canales.

### Protección de datos personales

El Banco mantiene una política de consentimiento explícita en su cuerpo normativo, Asimismo, la gestión de los datos personales se rige por el principio de Limitación de la Finalidad, que establece que los datos deben recolectarse bajo el consentimiento de su titular con fines determinados, explícitos y legítimos. Adicionalmente, se integra el principio de Derechos de los Titulares, que incluye el respeto y la facilitación del derecho de acceso, rectificación, supresión, oposición y portabilidad.

El alcance de la política de protección de datos actual (Norma de Seguridad y Privacidad de Datos) es amplio y aplica a todos los datos generados, adquiridos, almacenados o gestionados por Banco Macro S.A., sin importar su formato o medio.

Es de cumplimiento obligatorio para todos los empleados, contratistas y terceros que accedan, consulten o utilicen datos de personas humanas o jurídicas que tienen relacionamiento con el Banco. Además, se asegura que las transferencias de datos a terceros (entidades externas o personas no empleadas del Banco) estén sujetas a disposiciones contractuales y controles que protejan la confidencialidad e integridad de los datos personales.

## Recupero de deudas

Banco Macro opera bajo una política formal de recupero de deudas, con procedimientos claramente definidos y diferenciados según el tipo de cliente, tanto para la cartera de Banca Empresas como para la de Banca Individuos. Estos lineamientos establecen un marco de actuación ordenado y transparente, que regula la gestión desde el momento en que el cliente incurre en mora hasta su regularización, cancelación, o bien la eventual iniciación de acciones legales o la venta de cartera.

Los procesos contemplan etapas de gestión específicas en función de los días de atraso —Mora Temprana, Mora Prelegal o Avanzada y Mora Tardía o Extrajudicial—, y definen con precisión los responsables en cada instancia. Asimismo, incluyen mecanismos de seguimiento de la mora, evaluación y tratamiento de propuestas de pago (como refinanciaciones o quitas), controles de gestión, emisión de intimaciones de pago y la definición del destino de las deudas no regularizadas, priorizando una gestión responsable y alineada con las buenas prácticas del sistema financiero.

## Derecho de los clientes para la eliminación de datos personales

Los clientes tienen el derecho de solicitar la supresión de sus datos personales incluidos en las bases de datos del Banco. Esta solicitud debe ser atendida por el responsable o usuario del banco de datos en un plazo máximo de cinco días hábiles desde la recepción del reclamo o desde la detección de un error.

La eliminación de datos se aplica de manera inmediata cuando la información es utilizada con fines publicitarios o de marketing, siempre que así lo solicite el titular. No obstante, la supresión no procede cuando pueda afectar derechos o intereses legítimos de terceros, ni cuando exista una obligación legal o contractual de conservación de la información. En estos casos, Banco Macro conserva los datos durante los plazos establecidos por la normativa vigente o por las disposiciones contractuales aplicables.

## Canales de denuncias y reclamos

Banco Macro pone a disposición múltiples canales para la gestión de reclamos y consultas:

- Centro de Atención Telefónica: ingreso y tipificación del reclamo por operador.
- Sucursales: carga del reclamo por el ejecutivo de atención.
- Banca Internet: autogestión del reclamo por el cliente.
- BancoChat: disponible para reclamos por desconocimiento de consumos de tarjetas de crédito.
- Correo electrónico del responsable de atención, como instancia adicional de seguimiento.

# Seguridad de la información

## Abordaje de gestión en seguridad de la información

El abordaje de Banco Macro en materia de seguridad de la información se apoya en un marco de gestión alineado con los objetivos estratégicos del negocio y de tecnología, la gestión y clasificación de los datos, los activos de información y la administración integral de riesgos.

La Entidad implementa una estrategia de seguridad híbrida, proactiva y adaptativa, orientada a asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información crítica. Este enfoque integra marcos y estándares reconocidos a nivel local e internacional, como las regulaciones del BCRA, ISO 27001, *NIST Cybersecurity Framework, CIS Controls* y OWASP.

La Gerencia de Seguridad de la Información lidera este modelo y reporta de manera periódica a la Alta Dirección y al Directorio, garantizando su alineación con la estrategia corporativa. Asimismo, cuenta con un marco normativo robusto —integrado por políticas, procedimientos, estándares, metodologías y guías— sujeto a revisiones periódicas, y promueve activamente una cultura organizacional orientada a la prevención y gestión de riesgos.

El modelo de gestión abarca dimensiones clave como *Security by Design,* gestión de identidades y accesos, protección de datos, continuidad del negocio, concientización y capacitación, monitoreo y respuesta a incidentes, auditorías, mejora continua y alineación estratégica con el negocio.

Durante el período, el Banco avanzó en la consolidación de un programa integral de seguridad de la información que incluye planes de continuidad operativa con esquemas de respaldo y recuperación, auditorías internas y externas periódicas para evaluar la eficacia de los controles, programas continuos de capacitación y concientización —con simulacros y entrenamientos específicos por rol— y canales formales de control y reporte.

Los resultados de las evaluaciones y auditorías son monitoreados y reportados de forma sistemática al Comité de Gobierno de Tecnología y Seguridad de la Información, así como a la Alta Dirección y al Directorio, asegurando una supervisión continua y una mejora permanente del nivel de seguridad.

## Principales iniciativas en seguridad y protección de datos

Durante 2025, Banco Macro impulsó un conjunto de iniciativas estratégicas orientadas a fortalecer la seguridad de la información y la protección de los datos. Entre los principales ejes de trabajo se destacan:

- Prevención de Pérdida de Datos (*Data Loss Prevention – DLP*): implementación de directrices y controles específicos para proteger la información sensible del Banco, incluyendo criterios formales de clasificación y manejo adecuado de los datos.
- Gestión de Identidad y Accesos (IAM): fortalecimiento de los controles de acceso bajo el principio de menor privilegio, incorporación de autenticación multifactor (MFA) y monitoreo continuo de identidades y permisos.
- Seguridad en el Ciclo de Vida del Desarrollo (*Security by Design*): integración sistemática de la seguridad desde la etapa de diseño de productos y servicios, mediante prácticas de desarrollo seguro, revisión de código, pruebas de penetración, análisis de vulnerabilidades y adopción de estándares OWASP, incluyendo herramientas SAST y DAST.
- Migración y adopción segura de *Cloud* e Inteligencia Artificial: incorporación de controles de seguridad desde el inicio de los proyectos de nube e IA, posicionando a la estrategia de seguridad de la información como habilitadora de la innovación tecnológica.
- Prevención y respuesta frente a *ransomware:* implementación de un enfoque de defensa en capas que combina concientización, controles robustos de identidad y acceso, monitoreo avanzado y un Plan de Continuidad del Negocio que fortalece las capacidades de respuesta y recuperación.
- Gestión de la obsolescencia tecnológica: impulso a la modernización de plataformas y sistemas como un factor clave de seguridad, reduciendo vulnerabilidades asociadas a tecnologías obsoletas.

## Seguridad y uso responsable de la Inteligencia Artificial

Banco Macro dispone de una política específica de seguridad y protección en el uso de Inteligencia Artificial, orientada a resguardar la confidencialidad de la información y a asegurar un desarrollo responsable, seguro y confiable de estas tecnologías. En este marco, se creó la subárea de Seguridad en el Uso de IA, cuya misión es garantizar que todas las iniciativas de Inteligencia Artificial cumplan con la normativa local e internacional aplicable, incluyendo los lineamientos del BCRA, la Ley de Protección de Datos Personales N° 25.326, e instrumentos internacionales como ISO 42001, *NIST AI Risk Management Framework* y el *AI Act*.

Durante el período, el Banco avanzó en la definición de una estrategia integral de Seguridad en IA, que incluye la elaboración de un plan anual, el diseño y la aprobación de un Marco de Gobierno de IA Segura, y la emisión de políticas, estándares y procedimientos específicos, tales como *Privacy by Design, Zero Trust LLM* y *AI-SBOM*. Asimismo, el equipo especializado en Seguridad de modelos de *Machine Learning* y *Large Language Models* lleva adelante actividades de evaluación técnica, como *red-teaming,* pruebas de penetración de modelos e implementación de *guardrails,* con foco en la mitigación de riesgos.

En línea con la protección de la información y los datos personales, se evalúan de manera sistemática las amenazas y vulnerabilidades asociadas a las soluciones de IA, asegurando el cumplimiento de las políticas de seguridad de la información y de la normativa vigente. Complementariamente, el Banco promueve una cultura de uso responsable de la Inteligencia Artificial mediante programas de capacitación, concientización y mentoría, orientados a fortalecer las capacidades internas y el desarrollo seguro de estas tecnologías.

## Programa integral de concientización y capacitación

La Entidad impulsa un modelo continuo de concientización y capacitación orientado a promover el uso seguro de los servicios financieros y la mitigación de los riesgos asociados al uso de dispositivos y tecnologías. Este programa tiene como objetivo educar y sensibilizar tanto a los colegas como a los clientes, y se encuentra alineado con la gestión del capital humano de tecnología y seguridad de la información.

El enfoque formativo se basa en los riesgos tecnológicos y de seguridad identificados, el marco normativo vigente, las buenas prácticas aplicables y el análisis de incidentes previos. Asimismo, contempla instancias específicas para fortalecer las capacidades técnicas y de gestión de los equipos de Seguridad de la Información, e incorpora contenidos actualizados sobre nuevas tecnologías y modalidades de ataque, asegurando una mejora continua en función de la evolución del entorno digital y de los resultados de la gestión de la seguridad.

## Plan fiscal

Banco Macro cuenta con un Plan Fiscal que establece los compromisos y lineamientos institucionales para la gestión tributaria del Banco, con el objetivo de garantizar el cumplimiento de la normativa vigente, la integridad en la determinación de las obligaciones impositivas y una administración fiscal responsable, transparente y alineada con las buenas prácticas de gobierno corporativo.

Su alcance comprende todas las operaciones, actividades y transacciones con impacto impositivo a nivel nacional, provincial y municipal, y es de aplicación obligatoria para todas las áreas, colegas y sociedades vinculadas que intervienen en la gestión fiscal.

## Cartera de clientes

La cartera de clientes de Banco Macro comprende 6,5 millones clientes distribuidos entre Banca Individuos, Banca Empresas, Gobierno y Finanzas.

A continuación se presenta la distribución de la cartera activa del Banco.

| Participación de saldos en la Cartera activa (préstamos) | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Individuos | 46,6 % | 41,3 % |
| Empresas * | 51,9 % | 56, 5 % |
| Gobierno | 1,1 % | 2 % |
| Finanzas | 0,4 % | 0,1 % |

(*) Se informa dentro de la cartera de Empresas el segmento corporativo: año 2024: 11,9 % - año 2025: 14,9 %.

## Agilidad en grande

El modelo de trabajo ágil avanzó durante el período mediante la incorporación de nuevos Dominios, estructuras que integran y amplían a las Comunidades de Experiencia. Cada comunidad está conformada por células multidisciplinarias, integradas por colaboradores de distintas disciplinas que trabajan de manera articulada con las Plataformas, las Áreas Funcionales y los Canales de Atención.

La adopción del modelo ágil permite conectar la estrategia con la ejecución, alineando OKR —Objetivos y Resultados Clave—, iniciativas y recursos con las prioridades reales del Banco. Esta dinámica favorece una mayor coordinación entre equipos, acelera la entrega de valor y promueve una mirada centrada en las necesidades del cliente.

Para medir el avance y la madurez de la cultura ágil, la organización implementa *assessments*, encuestas, análisis de participación en foros y seguimiento del uso de herramientas que soportan el modelo. La visibilidad integral de las iniciativas permitió unificar la perspectiva entre equipos, evitar duplicidades, reducir ineficiencias y ofrecer una experiencia más coherente y consistente al cliente.

# Banca Individuos

Banco Macro continúa fortaleciendo el modelo de gestión en Banca de Individuos, para brindar una atención personalizada y ágil que permita a los clientes optimizar su experiencia.

## Segmentación de clientes

### Jubilados

Entre los beneficios exclusivos para este segmento se destacan los descuentos en consumos con tarjeta de débito en farmacias, ópticas y restaurantes, descuentos y promociones mediante MODO, financiación en la Tienda Macro, bonificación del paquete de productos por 12 meses como oferta de bienvenida, préstamos personales con tasas preferenciales y adelanto de haberes, entre otros.

Con el fin de facilitar el uso de los canales digitales y prevenir fraudes o estafas, se brindan talleres de Cuentas Sanas presenciales y virtuales. Además el Banco otorga Becas para el Programa de Estimulación Cognitiva e invitaciones a muestras de arte.

Jubilados continúa siendo el segmento con mayor NPS (48,6 puntos) y principalidad (87 %), sosteniendo su vínculo de confianza y cercanía con el banco.

| Segmento Jubilados | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Cantidad de jubilados que recibieron préstamos personales | 473.716 | 446.806 |
| Monto total de préstamos (1) | $ 379.343 | $ 520.000 |
| Monto total de jubilación pagada (1) (2) | $ 3.803.631 | $ 4.402.318 |
| Cantidad de centros de pago a jubilados | 22 | 20 |
| Cantidad de jubilados atendidos por mes por caja | 113.460 | 108.700 |
| Cantidad de beneficios pagados en el año (2) | 22.702.131 | 10.730.124 |

(1) Monto en millones de pesos.
(2) Acumulado de enero a diciembre.

### Plan Sueldo

#### Oferta de valor

Desarrollo de propuestas diferenciadas para satisfacer las necesidades de los diferentes grupos de clientes del segmento:

- Ofrecimientos exclusivos para Empresas Corporativas/Megras y Decisores de Pymes/Agro y NyP.
- Propuestas para Entes Nacionales Públicos del decreto 747/24.
- Mejora en los beneficios de acceso: aumento de los incentivos bienvenida y unificación de la propuesta para mayor claridad y gestión, ubicándose entre las más agresivas del mercado.

Con relación a la Experiencia de Clientes:

- Promoción de los talleres de "Cuentas Sanas" específicos para clientes del segmento brindando herramientas para la educación financiera y el uso de los canales digitales con énfasis en la seguridad y prevención de fraudes o estafas.
- Identificación de los clientes que reciben acreditaciones de sueldo por otros canales a fin de abordarlos con la oferta de valor del segmento.
- Implementación de mejoras en el *onboarding* digital de cuentas sueldo y desarrollo de nuevos flujos de comunicación en las diferentes etapas del ciclo de vida del cliente.

Para impulsar el posicionamiento:
- Comunicación masiva de la oferta bienvenida en redes sociales en Divisiones Banco Macro no es agente financiero.
- Mejoras en canales y soportes de comunicación (propuestas comerciales, portal web Plan Sueldo, Landings, materiales para gestiones in situ empresas)

Para acompañar a la red de sucursales y la fuerza de ventas:
- Plan de capacitaciones a lo largo del año a diferentes perfiles de la Red que intervienen en la gestión del segmento (ejecutivos, futuros gerentes, oficiales de banca empresas, oficiales de negocios y profesionales).

| Plan Sueldo | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Cuentas con acreditación | 1.117.045 | 1.138.383 |
| Convenios activos | 35.486 | 38.565 |
| Crecimiento interanual de convenios activos | 24 % | 8,68 % |

## Nucleadores

Durante 2025 y con el objetivo de ampliar acuerdos de Plan Sueldo, Banco Macro desarrolló acciones comerciales enfocadas en la captación y fidelización, con el objetivo de fortalecer la relación con las instituciones y los clientes vinculados.

### Acciones destacadas:

- Campañas Comerciales: orientadas a la captación y fidelización de clientes del segmento.
- Oferta de Valor: mejoras en la oferta de valor general y exclusivas por rubro Institución.
- Posicionamiento: mejoras en el portal web de Nucleadores y en las distintas piezas de comunicación del segmento.
- Reportes para la gestión: nuevas vistas e información de relevancia en el tablero de seguimiento de la red de sucursales.
- Experiencia de clientes: profundización del vínculo con clientes mediante invitación a talleres de Cuentas Sanas con cronograma anual, donde se brindan herramientas para mejorar su economía y cómo operar digitalmente.
- Capacitaciones a la red de sucursales: de manera integral a toda la red, con abordaje virtual para oficiales, futuros gerentes de sucursal, gerentes regionales y líderes comerciales.

## Clientes Especiales: AUH, Progresar, SUAF y Garrafas

### Inclusión Financiera:

Con el objetivo de brindar herramientas que les permita a los clientes de este segmento organizar sus gastos y operar con seguridad a través de los canales digitales, desarrollamos los talleres de Cuentas Sanas.

### Planes sociales

Para garantizar el acceso a una educación financiera segura y eficiente a los más de 500.000 beneficiarios de todo el país que cobran sus asignaciones mensualmente, el Banco ofrece capacitación en educación financiera para acompañar la apertura de cuentas a beneficiarios de programas de ayuda social.

## Categorización comercial

### Renta Alta - Macro Selecta

#### Proyectos de transformación

Con la mirada puesta en redefinir la estrategia para clientes de renta alta y en mejorar la propuesta de valor, el Banco desarrolló iniciativas que permitieron fortalecer la relación con estos clientes:

- Construcción de propuestas, palancas y objetivos específicos por segmento.
- Definición de promesas de marca y propuestas diferenciales que refuerzan el posicionamiento de valor.
- Creación e implementación del Índice de Vinculación, herramienta clave para gestionar la principalidad y rentabilidad de los clientes, integrando variables de tenencia, uso y frecuencia.
- Desarrollo de niveles de vinculación y matrices de clusterización, que permiten definir acciones específicas por tipo y comportamiento del cliente.
- Ampliación de la capacidad de servicio en todo el país con más de 270 ejecutivos.

En el marco de esta estrategia y con el fin de ofrecer una propuesta diferencial, la Entidad consolidó la alianza con Almundo, que dio origen al nuevo concepto de viajes "VIP Viajeros con Infinitas Posibilidades" que incluye:

- Propuestas mensuales exclusivas de viajes, paquetes y experiencias.
- Servicio de *Concierge* exclusivo a través de WhatsApp.
- Acciones de comunicación y marketing en redes sociales y puntos estratégicos, incluyendo presencia exclusiva en el Aeropuerto de Ezeiza.
- Además, se incorporó una estrategia digital viajera en BancoChat, con un menú exclusivo de viajes y funcionalidades como el Aviso de Viaje, facilitando la autogestión del cliente.

En paralelo, avanzó en el diseño y ejecución del Ciclo de Vida del Cliente (*Customer Journeys*), con el objetivo de optimizar la experiencia en cada etapa de la relación con el Banco.

Asimismo, desarrolló mecanismos de detección de *insights* y oportunidades de mejora, permitiendo identificar y actuar sobre puntos de dolor críticos de carácter financiero y operativo.

### Renta media

La estrategia para este segmento se basa en:

- Experiencia superior: Asegurar que la evolución digital de los canales se traduzca en mayor comodidad, velocidad y autonomía para el cliente, siendo una "Autonomía que Impulsa".
- Crecimiento del Modelo de Agencias Digitales: El Modelo de Agencias Digitales creció sin precedentes. Partiendo de una base de 10.600 clientes que ya estaban en el modelo, se sumaron 15.000 clientes nuevos a través de la definición de criterios de elegibilidad.
- Diferencia Estratégica: Identificar clientes con alto fit digital y potencial de crecimiento, gracias a la precisión analítica al definir los criterios de elegibilidad para la migración.
- Oferta de Valor Reforzada: Garantizar que la propuesta Preferencial (tarjetas, descuentos, acceso a crédito) genere un impacto tangible y positivo en la economía personal o familiar.
- Segmentación de tasas en productos Pasivos: Generar identidad propia con diferencial de precio sobre rentas masivas, que reconozcan la fidelidad del cliente.
- Calidad y Confianza: Reducir la fricción operativa para que cada interacción con el banco se perciba como eficiente, segura y confiable, fortaleciendo el vínculo a largo plazo.
- Flexibilización de Acceso (Estrategia de Crecimiento): Desafiar las definiciones comerciales rígidas para permitir el ingreso al segmento de clientes clave como Jubilados y Plan Sueldo, democratizando el acceso a la propuesta Preferencial.
- Reconocimiento de Estatus: Flexibilizar el criterio de productos (anteriormente limitado a dos tarjetas de crédito) para que los clientes que cumplen con la condición de acceder a una Tarjeta Platinum puedan formar parte del segmento.
- Mejora en la Comunicación de Valor: Garantizar la claridad y la transparencia de la propuesta de valor, para que el cliente no solo tuviera el beneficio, sino que entendiera su valor real y cómo impacta positivamente en su economía.

## Productos y servicios

### Cartera general

Enfocados en la captación y fidelización de clientes, la Entidad desarrolla iniciativas que acompañan al cliente desde el primer día como cliente y en cada momento de relación con el Banco.

En este sentido, la Educación Financiera es protagonista como motor de inclusión y desarrollo comunitario en alianza con municipios e instituciones educativas.

Dentro de los desafíos claves para continuar apuntalando este segmento se destacan: rediseñar la estrategia según valor y perfil del cliente y digitalizar migrando a un entorno remoto las operaciones, con un foco prioritario en *Share of Wallet*, *cross sell* y digitalización de la cartera.

### Cuentas y paquetes

Con el objetivo de ampliar su participación en el mercado, Banco Macro orientó sus esfuerzos a optimizar la performance de sus cuentas y paquetes, mejorando la experiencia del cliente y avanzando en la digitalización integral de los procesos. Este enfoque se complementa con la unificación de las carteras de clientes de BMA y Macro bajo una oferta homogénea de productos, estableciendo así una plataforma sólida que habilita el siguiente desafío propuesto por el esquema de trabajo por Dominios y potencia la capacidad del Banco para consolidar su posicionamiento competitivo.

Bimonetarismo: Con la reapertura del mercado de cambios se incorporó a la propuesta de valor de paquetes la caja de ahorro en dólares para nuevas solicitudes y para los clientes existentes un circuito de apertura *online* 100 % digital para obtener el mismo servicio.

### Préstamos

Además de las revisiones constantes en los procedimientos y normativas para asegurar que los servicios y productos ofrecidos cumplan con las normativas vigentes, el Banco está comprometido a implementar mejoras que tengan un impacto directo en los clientes. Así es que está trabajando en el desarrollo de un nuevo sistema de ofertador de Préstamos que contemple mayor especificidad en la definición de la tasa, permitiendo llegar a los clientes con propuestas comerciales más acertadas y con mayor rentabilidad.

| Préstamos | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Préstamos personales (cantidad) | 1.940.549 | 2.124.759 |
| Préstamos personales (monto en millones de pesos) (1) | $ 1.148.074 | $ 2.341.008 |
| Préstamos hipotecarios (cantidad) | 6.897 | 8.158 |
| Préstamos hipotecarios (monto en millones de pesos) (1) | $ 364.144 | $ 637.771 |
| Altas Préstamos UVA (hipotecarios, personales, otros préstamos) | 710 | 1.460 |

(1) Corresponde al Saldo de Cartera de Banca Individuos (capital + ajuste + interés + OCIF).

## Seguros

Durante el año 2025, la Entidad planteó desafíos orientados a avanzar hacia un banco más simple, ágil y digital también en la operatoria de seguros; fortalecer la propuesta de valor para cubrir integralmente las necesidades de clientes minoristas y mayoristas; y llevar adelante el cambio tecnológico, priorizando iniciativas que generen impacto en los ingresos, la experiencia del cliente y el desarrollo de nuevas capacidades para el negocio.

En respuesta a esos lineamientos se realizaron acciones clave que se caracterizaron por la consolidación del negocio y la aceleración de la transformación.

### Expansión y Cartera

A partir de una fusión exitosa con las carteras de BMA, Banco Macro consolidó su posición en el mercado. Demostró una sólida *performance* en campañas de Agro y Pyme (Granizo e Integral de Comercio) y alcanzó un muy buen *stock* de pólizas a un año del lanzamiento del seguro de bicicleta.

### Innovación Digital

El proceso de venta evolucionó con las nuevas formas de promoción digital atadas a beneficios cotidianos (promos en supermercados), optimizando también el canal con la gestión de *Paid Media*. Además, el programa de fidelización con LIFE Seguros continuó mostrando buenos ratios de retención.

### Gestión de Canales

Inversión en campañas de capacitación para el desarrollo del canal Agencia Digital.

### Transformación

Continuación del proceso de evaluación de cambio de arquitectura y tecnología para la gestión integral del negocio, agilizando los imperativos de omnicanalidad, *time to market*, segmentación y capacidades digitales de autogestión.

## Inversiones

El Banco ofrece a sus clientes diferentes opciones de inversión según la liquidez y el perfil de riesgo del cliente.

**Plazos Fijos (PF):** Una opción segura y tradicional para obtener una rentabilidad predecible sobre el capital.

- PF Tradicional: Disponible en Pesos y Dólares.
- PF UVA (Unidad de Valor Adquisitivo): Permite resguardar el valor de la inversión ajustado por inflación.
- PF UVA Precancelable: Ofrece la protección del UVA con la flexibilidad de la cancelación anticipada.

**Fondos Comunes de Inversión (FCI):** Una alternativa para diversificar el capital por riesgos (conservador: *Money Market* en pesos y dólares / Moderado: Renta Pesos y Ahorro Mas / Agresivo: Renta Crecimiento, Renta Fija).

## Ecosistema de Pagos

### Tarjetas de crédito

Banco Macro concentra cerca del 8,41 % del consumo del Sistema Financiero en este medio de pago, con una cartera de 1.641.620 cuentas activas y un stock total de 3.008.288 tarjetas habilitadas. El nivel de activación del Banco, medido como la relación entre tarjetas activas y habilitadas, supera el 75 %, ubicándose 17 puntos porcentuales por encima del promedio del Sistema Financiero.

Para alcanzar estos resultados, el Banco desarrolló diferentes proyectos e iniciativas.

Proyectos de Optimización de la Rentabilidad y Eficiencia Operativa:

- Implementación del Proyecto "Regularización de Cartera": reordenó la parametrización de comisiones para asegurar el cobro correcto, mejorando de forma directa la rentabilidad y disminuyendo los reclamos de clientes.
- Depuración de Cuentas Inactivas: proceso de limpieza de cuentas sin tarjeta de crédito, para lograr una optimización directa de costos con el procesador.
- Eficiencia en Resúmenes (SMSV): discontinuación de la impresión de resúmenes SMSV, que genera ahorros en costos operativos y logísticos.
- Optimización del Portafolio de Productos: dando de baja un producto discontinuado (TC Macro).

Acciones para Mejorar la Experiencia del Cliente y la Seguridad.

- Alertas de consumo: implementación de nuevos *templates* para alertas de consumo y nuevas alertas para consumos rechazados. Esto le da al cliente control total sobre sus gastos, mejora la detección temprana de fraudes y moderniza la experiencia de comunicación.

Venta Directa a través de otros canales:

- Potenciación de Venta de Asistencias (*Assistcard*): integración de la oferta de *Assistcard* en el *journey* de "Aviso de Viaje" en BancoChat.
- Optimización de Tasas de Aprobación: el proyecto estratégico "Límites Dinámicos" (Visa/Amex) tiene como objetivo el mejorar los ratios de aprobación de compras y optimizar la experiencia del cliente en el momento de la compra.

### Tarjetas comerciales

En 2025, Banco Macro fortaleció la gestión de Tarjetas Comerciales con un enfoque en rentabilidad, crecimiento sostenido y digitalización de servicios.

En materia de transformación digital, el Banco avanzó en el desarrollo de APIs y servicios modernos en Banca Internet Empresas, sentando las bases de una arquitectura escalable. Se lanzó la funcionalidad *Travel Mark* vía BancoChat, facilitando la notificación de viajes internacionales para clientes empresariales, y se completó el primer *journey* de comunicación para mejorar la gestión de tarjetas en Tesoro.

Mirando hacia adelante, el Banco trabaja en el lanzamiento de la tarjeta *Signature Corporate*, una propuesta *premium* destinada a empresas de alto nivel, que ampliará los beneficios disponibles y fortalecerá la fidelización en el segmento corporativo.

### Tarjetas de débito

Las acciones más relevantes del año que impactaron en una mejora en la operatoria y los procesos de las tarjetas de débito se centraron en:

- Mayor Flexibilidad Operativa: Aumento de límites de extracción, compra y transferencias para incentivar el uso de canales automáticos y facilitar la obtención de efectivo, reduciendo la necesidad de visitar la sucursal.
- Digitalización del PIN: Eliminación de la impresión del PIN en todas las tarjetas de débito. Implementación de un código QR que enlaza a una página (*landing page)* que ofrece al cliente la información detallada para generar su clave y presenta otras funcionalidades del producto, lo que resulta en una experiencia optimizada y autogestiva.
- Visualización Digital de la Tarjeta de Débito: Visualización de los datos esenciales de la Tarjeta de Débito (PAN, CVV, Fvto) de forma segura en la nueva aplicación de Banco Macro para que los clientes puedan realizar transacciones digitales rápidas y potentes, liberándose de las limitaciones del plástico.
- Tarjeta de Débito Bimonetaria: Creación de vinculación de Cajas de Ahorro en USD (nuevas o existentes) a las Tarjetas de Débito en respuesta a la apertura económica hacia el bimonetarismo, permitiendo operar con ambas monedas dentro y fuera del país.
- Paquetización de Tarjeta de Débito Existente: Paquetización eficiente de las Tarjetas de Débito existentes para mejorar la experiencia de cliente, optimizando el ciclo de vida completo del producto.

- Control de Duplicidad en ONB: Desarrollo de un nuevo control de duplicidad en el canal ONB (*Onboarding*) para prevenir la emisión de más de una Tarjeta de Débito al cliente que solicita la apertura simultánea de una Caja de Ahorro en Pesos y una en Dólares.
- Renovación Digital de Tarjetas Sociales: Optimización del proceso de renovación de tarjetas de débito sociales para generar los datos lógicos sin necesidad de emitir el plástico físico.
- Gestión de BINs: Depuración y regularización de datos de BINs (*Bank Identity Number*) que operaban por debajo del umbral requerido por la marca.
- Control de Vencimiento: Implementación de un control de vencimiento para las operaciones con Tarjeta de Débito y regularización del parque de plásticos que aún estaban siendo utilizados en esta situación.
- Nuevo BIN para Producto Diferencial: Implementación de un nuevo BIN con el fin de poder otorgar un producto diferencial que el Banco planea lanzar en 2026.

## Promociones y Beneficios

Banco Macro continuó fortaleciendo su estrategia de beneficios para acompañar a sus clientes en su día a día, ofreciéndoles descuentos, promociones y propuestas exclusivas en todo el país. Esta oferta de valor, diseñada para incentivar el consumo con Tarjetas y potenciar la presencia en el mercado, abarca una amplia variedad de rubros —como supermercados, fechas especiales, ventas *online*, gastronomía, tecnología, turismo, hogar e indumentaria— y se complementa con propuestas segmentadas por cartera, lo que permite adaptar los beneficios a las necesidades específicas de cada cliente y consolidar así una experiencia diferenciadora.

El Banco amplió los acuerdos estratégicos con el Gobierno y los municipios de Misiones, Salta, Tucumán y Jujuy, generando propuestas destacadas con promociones con tarjetas de débito y cuotas sin interés con tarjetas de crédito, a través de programas como Ahora Misiones, Ahora Bienes Durables, Ahora Góndola, Ahora Patente y Ahora PyMEs.

Como parte de los programas de beneficios, la Entidad desarrolla acciones y campañas conjuntas con las principales marcas (Visa y American Express), orientadas a incentivar el uso de sus productos y reforzar el posicionamiento de Banco Macro. En 2025, llevó a cabo una campaña de incentivo que permitirá a los clientes viajar en 2026 a la Copa Mundial de Fútbol, y una campaña digital de amplificación de los beneficios exclusivos Amex.

Por otra parte, el Banco continúa consolidando su presencia en el deporte, con iniciativas en alianza con la UAR, que incluyeron financiación para la compra de entradas, preventas exclusivas y presencia institucional en los partidos y en el *naming* de torneos. Del mismo modo, el Banco reforzó su presencia de marca estacional, con una propuesta integral de beneficios en la Costa Atlántica durante el verano y una campaña de invierno en Bariloche, que ofreció una experiencia completa a sus clientes.

# Billeteras virtuales

## Pagos NFC - sin contacto

La adopción del pago de transporte mediante billeteras NFC, *Google Pay* y *Apple Pay* incrementó el uso de pagos desde el celular, familiarizando a los usuarios con esta modalidad para su posterior utilización en otros comercios.

Desde su implementación,, la Entidad obtuvo un total de 222.000 pagos procesados por este medio. Esto significa que el 17 % del volumen total de pagos en el segmento de transporte se realizó a través de billeteras digitales con tecnología NFC, abarcando plataformas como *Apple Pay*, *Google Pay* y Modo.

Los beneficios asociados a los pagos NFC con billeteras *Apple Pay* y *Google Pay* buscan identificar los sectores con mayor volumen de transacciones.

### Nueva funcionalidad: *"Tap to Add Card"*

Esta funcionalidad simplifica y mejora la experiencia de vinculación de tarjetas a la *Wallet* de Apple, permitiendo a los usuarios agregar su tarjeta con solo apoyarla en el dispositivo. De este modo, se elimina la fricción asociada a la carga manual de datos, como el código de seguridad.

## MODO

En 2025, Banco Macro llevó adelante una fuerte estrategia de educación y comunicación para impulsar la adopción de la Billetera Macro, con el objetivo de migrar la preferencia del cliente desde la billetera física hacia el celular como principal medio de pago.
En materia de seguridad, se incorporaron los mecanismos mandatorios de VISA —*Cloud Token Framework* y *Device Binding*—, que permiten una verificación de identidad más robusta en las transacciones realizadas con MODO. Esta implementación mejoró las tasas de aprobación y redujo significativamente el riesgo de fraude.

Para optimizar la experiencia de compra, el Banco desplegó la Autorización de Compra Instantánea, una funcionalidad que permite resolver en tiempo real los rechazos por requerimiento de autorización. Mediante la validación de identidad, el cliente puede aprobar la operación en el momento, haciendo el proceso más simple y confiable.

# Banca Empresas

## Segmentación de clientes

### Megra

El Banco realizó visitas periódicas y personalizadas a empresas clientes y llevó adelante más de 15 eventos que convocaron a 263 compañías de todo el país. En estos encuentros, los propios clientes compartieron casos de éxito sobre la implementación de las soluciones provistas por la Entidad.

Asimismo, en 2025 el Banco organizó ocho encuentros nacionales con referentes de Recursos Humanos de diversas empresas, en los que se abordaron temáticas actuales vinculadas al capital humano, como neurociencia e inteligencia artificial. Con la participación de más de 450 empresas y alrededor de 800 referentes de RR. HH., la Entidad se consolidó como el único banco en ofrecer espacios de intercambio de estas características.

### PyMEs

En 2025, Banco Macro fortaleció su acompañamiento al segmento PyME mediante iniciativas estratégicas en diversos sectores. La Entidad lanzó una nueva propuesta de valor para la Economía del Conocimiento, que integra análisis crediticio específico, financiamiento especializado y acciones articuladas con polos tecnológicos, *clusters* y organismos públicos, consolidándose como un referente dentro del ecosistema.

En el sector *Oil & Gas*, el Banco avanzó con una solución digital que permite a las PyMEs anticipar liquidez a través de la plataforma FINOVA, utilizando facturas de crédito electrónicas para prefinanciar órdenes de compra aprobadas por empresas operadoras. Asimismo, la vertical de Franquicias continuó su consolidación con la participación en Expo Franquicias 2025 y el sostenimiento de alianzas con actores especializados.

El Banco también impulsó el desarrollo de cadenas de valor mediante mapeos permanentes, propuestas financieras personalizadas y convenios con empresas que colaboran en la reducción del costo de financiamiento para sus proveedores y distribuidores. En paralelo, la adopción del Legajo Único Financiero y Económico (LUFE) simplificó la gestión crediticia y agilizó el acceso al financiamiento, estandarizando la información presentada por las PyMEs.

Finalmente, la definición del ciclo de vida del cliente PyME permitió optimizar la experiencia, mejorar la segmentación e incorporar nuevos espacios de interacción dentro de Banca Internet Empresas, fortaleciendo así el acompañamiento integral al segmento.

### Participación en ferias

Banco Macro participó como sponsor principal de la Feria Expo Industrias y Servicios en La Rural, un encuentro que reunió a más de 150 empresas industriales y registró una alta concurrencia. Durante el evento, el Banco presentó una propuesta de financiamiento para cadenas de valor que ofrece condiciones preferenciales mediante un esquema de tasa especial financiada por las empresas a través de una comisión de estructuración.

Asimismo, la Entidad fue *sponsor* principal de Expo Franquicias Argentina, el principal encuentro nacional del sector. Allí se vinculó con marcas franquiciantes, emprendedores e inversores, fortaleciendo su posicionamiento como aliado estratégico del ecosistema y consolidando su relación con PyMEs interesadas en expandir o desarrollar nuevos negocios.

### Negocios y Profesionales

El segmento está conformado por personas físicas que trabajan de forma independiente, ya sea como monotributistas (de categoría G o superior) o como responsables inscriptos. Son clientes con actividades comerciales, de servicios, productivas o profesionales, que presentan necesidades mixtas —personales y comerciales— y requieren soluciones digitales para impulsar su desarrollo individual y el de sus negocios. Al mismo tiempo, valoran contar con la cercanía y el acompañamiento de un oficial de atención exclusivo.

### Consorcios y Barrios Privados

El público objetivo son los administradores, a lo largo de todo el país. Ellos necesitan un modelo de atención y una propuesta de valor que responda tanto a las necesidades de sus clientes (consorcios y barrios privados) como a las demandas de su operatoria diaria.

Posteriormente a la fusión, el Banco implementó más de 70 iniciativas para mejorar la experiencia del cliente, entre las que se destacan:

- Capacitación de equipos comerciales.
- Parametrización de bonificación de paquete por saldos medios.
- Proceso de acreditación de puntos Macro Premia contra activación de cuenta.
- Integración de más de diez sistemas de liquidación a *Interfast*.
- Solicitud de extractos de cuenta en BIE.
- Automatización de novedades en *Legal Soft* en las inclusiones/exclusiones de administradores.
- Parametrización de facultades de firma sin vencimiento.
- Activación de líneas de crédito para barrios privados.

Para 2026, la estrategia estará enfocada en la subsegmentación —con propuestas de valor ajustadas al ciclo de vida y al tipo de administrador— y en el desarrollo de una App con doble visión: administrador y consorcista.

El Banco realizó 12 eventos en distintas regiones del país para + 350 administradores y sponsoreo la 2° Jornada Bonaerense de PH, con la presencia de + de 400 administradores y los principales proveedores de la actividad.

## Agronegocios

Este segmento abarca al primer y segundo eslabón de la cadena agroindustrial: el productor agropecuario, sus proveedores y clientes. El objetivo es brindar una asistencia integral, abarcando la financiación, la transaccionalidad, la comercialización de la producción y el manejo de inversiones o excedentes transitorios de caja.

+20.000 clientes de Banca Agro.

Banca Agro se posicionó nuevamente como el segmento con mayor NPS (65 pts), destacándose por la calidad del asesoramiento y la eficiencia operativa.

El segmento implementó diversas acciones para potenciar la interacción comercial de toda la cadena de valor agro:

- Convenios de financiación con fabricantes de maquinaria agrícola y proveedores de insumos: Más de 300 acuerdos comerciales estratégicos para financiar la adquisición de maquinaria y maquinaria agrícola.
- Red Agro como solución digital para toda la cadena de valor, con propuestas de financiamiento en pesos y dólares.
- Crédito Simple Agro, que brinda a los clientes la posibilidad de autogestionar su calificación crediticia con mínima documentación.
- Sinergia comercial mediante un esquema integral de modelo en célula, que integra la oferta y gestión de productos comerciales no bancarios dentro del modelo de atención del Banco.
- Actualización automática, periódica y constante de los montos de líneas de crédito y de la cantidad de clientes calificados.
- Modelo de atención presencial y específico, potenciado con el *onboarding* digital y que acelera la vinculación de nuevos clientes.
- Programa de capacitación *online* para todos los colaboradores vinculados al segmento con contenidos en finanzas, agronegocios y comercialización de granos e insumos.

| Cantidad de Paquetes Agro | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Campo XXI | 14.753 | 16.655 |
| Comercio XXI | 105 | 100 |
| Emprende XXI | 547 | 533 |
| MacroPyME | 527 | 515 |
| Otros | 1.053 | 19.425 |
| **Total** | **16.985** | **19.425** |

# Eventos agro

ExpoAgro: Banco Macro estuvo presente en la muestra federal más grande del campo argentino. Permitió difundir la propuesta de valor, convenios con fabricantes para la financiación de Maquinaria Agrícola e Insumos, así como también novedades tecnológicas.

AgroActiva: muestra regional en la que el Banco visibiliza los convenios con proveedores para la financiación de Maquinaria Agrícola e Insumos.

Congresos CREA y AAPRESID.




## Gobiernos

La Entidad expandió en 2025 su cobertura territorial, profundizó la digitalización de servicios públicos y mejoró los resultados financieros del segmento. Entre los principales logros del año se encuentran:

- Expansión de la recaudación digital con más de 150 nuevos puntos de cobro, impulsando el uso de QR interoperable y la inclusión de personas no bancarizadas.
- Avances en la vertical *GovTech*, con 63 estacionamientos inteligentes, más de 70 boleterías digitales y soluciones de habilitaciones automáticas, infracciones y expedientes electrónicos.
- Lanzamiento de aplicaciones ciudadanas como Mi SMT (Tucumán) y Escobar 360, facilitando trámites y servicios municipales desde el celular.
- Profundización de la digitalización judicial en provincias donde el Banco es agente financiero, con altos niveles de adopción en cuentas, órdenes de pago y depósitos digitales.
- Participación en más de 60 licitaciones nacionales tras la desregulación de la bancarización de haberes públicos.
- Modernización tributaria en Salta mediante la implementación del Sistema Tributario TCS y la Oficina Virtual en 24 municipios.
- Implementación de la Tarjeta Alimentaria Independencia en Tucumán, alcanzando a más de 115.000 beneficiarios y promoviendo inclusión financiera.
- Continuidad de los programas “Ahora” en Misiones, con más de 3.650 comercios adheridos.
- Asistencia financiera estratégica: más de $ 165.000 millones en préstamos para obra pública y desarrollo, y financiamiento para municipios.
- Fortalecimiento del equipo federal especializado en sector público, mejorando atención, tiempos de respuesta y acompañamiento técnico.
- Impulso a la adopción de medios de pago digitales mediante QR en boletas y portales; desarrollo de *toolkits* de comunicación y optimización de procesos de recaudación y *cash management*.

# Participación en eventos

*Women In Tech*: "La Ciudadanía en el Centro, desafíos locales, oportunidades globales".

*Smart City Expo* Santiago del Estero:
- Panel "Ciudades que piensan en grande". La potencia de la articulación público-privada".
- *Workshop* "Soluciones Digitales para una vida más fácil: Habilitaciones Comerciales, Estacionamiento Medido y Boletería Digital".

Encuentro de Tesorerías Municipales de la Provincia de Buenos Aires, en Torre Macro.

Convergencia - Redes y Ciudades Inteligentes. *Workshop* "Soluciones Digitales para una vida más fácil: SEM y Boletería Digital".

Programa Ciudades Digitales RIL. *

*En términos de alianzas, el Banco fortaleció la vinculación con RIL – Red de Innovación Local, una organización sin fines de lucro que trabaja con gobiernos de todo el país para mejorar su capacidad de gestión mediante herramientas de liderazgo, innovación pública, medición de impacto y articulación entre municipios. La articulación con RIL permitió consolidar la propuesta de valor GovTech, participar en iniciativas de ciudades digitales y profundizar el posicionamiento del Banco como aliado estratégico para la transformación digital del sector público.

## Productos y servicios

### Click de Pago

La implementación del QR permite que los usuarios finales paguen sus servicios esenciales de manera digital desde cualquier billetera —bancaria o virtual — sin necesidad de utilizar tarjetas o efectivo.

Para asegurar su adopción generalizada, el Banco resolvió dos cuestiones operativas centrales: dotó a los QRs impresos la capacidad de gestionar múltiples fechas de vencimiento (actualizando el importe automáticamente) y optimizó la performance para su impresión masiva.

El impacto fue doble: redujo drásticamente los rechazos de pago —a la vez que incrementó la recaudación del ente— y consolidó un canal de pago digital accesible para todos los segmentos, que mejora la experiencia financiera del usuario final.

### viüMi

En 2025, viüMi se enfocó en la eficiencia de su propuesta de beneficios y promociones para mejorar la rentabilidad de la cartera de comercios. Un ejemplo destacado fue la primera campaña de beneficios segmentada, que ofreció una propuesta altamente competitiva en rubros clave para el Día de la Madre.

Finalmente, el refuerzo del enfoque del producto en soluciones de cobro implicó la optimización de las funcionalidades existentes y la reorganización del roadmap de crecimiento de los comercios viüMi.

# Banca privada y gestión patrimonio

## Financiamiento para el sector productivo

Para promover el fortalecimiento del sector productivo y con foco en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipyme), el Banco desarrolló un conjunto de soluciones financieras clave que amplían el acceso al crédito:

- Impulso a la Línea de Inversión Productiva (LFIP) con tasas competitivas, esencial para la adquisición de bienes de capital y el desarrollo de proyectos de inversión.
- Promoción del acceso al crédito mediante el uso de garantías de SGR (Sociedades de Garantía Recíproca) y co-avales con Fondos de Garantías (Nacional y Provinciales), que reduce los requisitos colaterales para las empresas.
- Implementación de líneas especiales para Mipyme orientadas a la inversión en energía renovable, fomentando el desarrollo productivo con impacto ambiental positivo.
- Participación como agente del CFI (Consejo Federal de Inversiones) para ofrecer créditos que apoyan la producción regional exportable.

De esta forma, Banco Macro fomenta la inclusión financiera del sector productivo mediante acciones estratégicas diseñadas para ampliar y facilitar el acceso a soluciones especializadas:

- El Cupo Mínimo MIPYME garantiza que un porcentaje del financiamiento esté dirigido a estas empresas, consideradas motor del empleo.
- La actuación como agente financiero en cuatro provincias permite vehicular línea con subsidio provincial y condiciones diferenciadas (por ejemplo, las financiaciones especiales en Misiones, incluyendo líneas a tasa 0 % para productores primarios, secaderos y tealeros), adaptando el financiamiento a las necesidades específicas de cada región.
- El programa Convenios y Cadena de Valor fomenta la inclusión al extender líneas de financiamiento especiales a los proveedores y clientes de las empresas más grandes, promoviendo la articulación de todo el ecosistema productivo.
- La participación activa con organismos clave, como el CFI y Fondos de Garantía, busca mitigar barreras y ofrecer programas de fomento específicos.

## Macro Selecta Privado

El crecimiento del segmento estuvo acompañado por un fuerte impulso a la principalidad, consolidando al Banco como el socio financiero y de inversión preferido de sus clientes. La coordinación entre los ejecutivos de Selecta Privado y el equipo de Gestión de Patrimonio de Macro Securities favoreció una oferta integral y efectiva. Esto permitió centralizar inversiones y derivó en la apertura de 200 nuevas cuentas en Macro Securities y 100 nuevas cuentas en Macro Bank.

Asimismo, el Banco profundizó las acciones de fidelización entre las que realizó eventos exclusivos en el interior del país, los cuales recibieron una excelente aceptación y fortalecieron el vínculo con los clientes de alto valor del segmento Premium.

## Macro Securities

La propuesta de valor de Macro Securities radica en su capacidad para atender a clientes, aprovechando el profundo conocimiento de los mercados locales e internacionales, además de los diversos sectores productivos donde el Banco mantiene una presencia significativa. Esta sinergia asegura una integración fluida entre los servicios bancarios tradicionales y las soluciones de mercado de capitales.

En el mercado primario de deuda, Macro Securities se destacó en 2025 al participar activamente en la organización y colocación de obligaciones negociables y fideicomisos financieros de clientes del banco. Tomó parte en 93 emisiones primarias locales, alcanzando un monto total de hasta $ 10.552.073 millones de pesos. Además de su protagonismo a nivel local, también consiguió un rol destacado en 7 emisiones corporativas internacionales.

Actualmente el *pricing* de las emisiones de fondos ASG no es diferente del resto de las comparables, pero incluye un costo adicional derivado de la certificación. Por ello, son pocos los incentivos de mercado para lanzar ese tipo de instrumentos.

### Estrategia de transformación digital

En 2025, Macro *Securities* inició un proceso integral de transformación digital para modernizar sus plataformas. La estrategia se estructuró en dos frentes: la renovación total de los canales digitales —aplicación móvil y plataforma web— y la construcción de un nuevo core de inversiones basado en microservicios.

La renovación de canales priorizó una experiencia de usuario más intuitiva, procesos simplificados para la operatoria en el mercado de capitales y acceso ágil a información estratégica, incorporando tecnologías de *frontend* de última generación. Esta modernización también mejoró la estabilidad operativa y el control interno de los servicios.

En paralelo, Macro *Securities* avanzó en el desarrollo de una plataforma de microservicios que aporta escalabilidad, flexibilidad y mayor velocidad para la creación de nuevos productos. Durante 2025, se conformó un equipo interno multidisciplinario con metodología ágil y enfoque lean, se consolidó infraestructura *cloud* propia y se completaron los servicios de *cash-in* y *cash-out*. Además, se puso en producción el MVP del servicio de posición de cartera, habilitando una visualización inicial y centralizada de la tenencia de activos.

## Macro Fondos

### Operaciones estructuradas - Macro Fiducia

A través de Macro Fiducia S.A.U, el Banco ofrece soluciones fiduciarias especializadas. Se trata de una entidad subsidiaria legalmente inscripta en el Registro de Fiduciarios Financieros de la Comisión Nacional de Valores (CNV), y por lo tanto, habilitada a actuar como fiduciario en fideicomisos ordinarios y financieros privados.

A su vez, se desempeña como Agente de la Garantía en procesos de reestructuración de créditos. El foco lo pone en el volumen transaccional y la sofisticación de los fondos que gestiona (no en la cantidad de estructuras), lo que genera valor y sinergias con otros productos del Banco.

# Experiencia del cliente

En Banca Individuos, el NPS de 32,1 puntos reflejó una reconfiguración en la satisfacción por segmento, con una tendencia general de estabilidad en aquellos de mayor vinculación y descensos en los más sensibles al valor percibido. El segmento Jubilados continuó liderando con un NPS de 48,6 puntos y una principalidad del 87 %, consolidando su vínculo de confianza y cercanía con el Banco. Plan Sueldo Público alcanzó 29,9 puntos, mostrando una leve mejora impulsada por avances en la atención y la accesibilidad. En contraste, Plan Sueldo Privado (23,2 puntos) y Mercado Abierto (23,7 puntos) registraron descensos, asociados principalmente a la percepción de beneficios y valor del servicio.

El segmento Selecta + AGD Selecta obtuvo un NPS de 41 puntos, superando en tres puntos el objetivo anual definido (38). Este desempeño se explica por una percepción positiva en los atributos de facilidad (68 %), principalidad (77 %) y relación futura (79 %), que evidencian un vínculo sólido y altos niveles de fidelización. Por su parte, Preferencial + AGD Preferencial alcanzó un NPS de 21 puntos, con oportunidades de mejora en la percepción de beneficios y valor por lo pagado, aunque mantuvo niveles estables de facilidad (62 %) y una principalidad del 70 %, reflejando una relación sostenida de confianza.

En Banca Empresas, el Banco consolidó su proceso de escucha activa y gestión de la experiencia. El segmento Agro volvió a posicionarse como el de mejor desempeño, con un NPS de 65 puntos, destacándose por la calidad del asesoramiento y la eficiencia operativa. Negocios y Profesionales (29,7 puntos) y PyMEs (39,7 puntos) mostraron descensos en NPS, vinculados principalmente a la percepción de valor y acompañamiento, aunque mantuvieron niveles de satisfacción (CES) superiores al 65 %. El segmento Consorcios, incorporado en 2025, registró 29,7 puntos en su primera medición, con resultados alentadores y oportunidades de mejora en el seguimiento postventa. En promedio, Banca Empresas alcanzó un NPS general de 41 puntos, manteniendo una posición competitiva en el sector y consolidando la fidelización de clientes estratégicos.

## Modelos de atención destacados y estudios para conocer a los clientes del Banco

### CX/IM – Experiencia del cliente e Inteligencia de Mercado

Durante el año, el Banco avanzó en la integración y el enriquecimiento de los modelos relacionales y transaccionales, incorporando capacidades de analítica avanzada e inteligencia artificial para mejorar la trazabilidad, anticipar necesidades y optimizar la toma de decisiones. Este enfoque, sostenido por una cultura de datos cada vez más madura, permitió gestionar la satisfacción de los clientes con mayor efectividad y potenciar la mejora continua en todos los puntos de contacto.

### Difusión y sensibilización interna de la cultura UX

El Banco promueve una cultura de diseño centrada en el usuario mediante talleres, charlas y espacios de co-creación desarrollados junto con diversas áreas y aplicados a múltiples proyectos.

La comunicación interna también adquirió mayor relevancia a partir de la difusión periódica de novedades y actualizaciones de CroMa, tanto visuales como de desarrollo, a través de *newsletters* mensuales. Además, la participación en los principales proyectos institucionales permitió reforzar el trabajo interdisciplinario y sostener una visión enfocada en las necesidades de los usuarios. Paralelamente, el Banco impulsó la distribución de informes de investigación y lanzó el *newsletter UX Research* como herramientas para compartir hallazgos, aprendizajes, tendencias y buenas prácticas.

**Despliegue *Content Design*** en activos digitales Unificación de Voz (CroMa): La implementación de un *Design System* de contenido con más de 90 componentes accesibles (*React/React Native*) fue aplicado exitosamente en la nueva App y otros productos digitales. De esta manera, el Banco asegura experiencias coherentes y fluidas desplegando el manual de voz y tono (CroMa).

## CX Modelo Relacional

El rediseño metodológico permitió alinear las mediciones a las tendencias del mercado, optimizar la eficiencia operativa mediante un relevamiento 100 % *online* y evolucionar hacia un modelo de medición continua y acumulable.

## CX Modelo Transaccional

El Banco incorporó nuevas instancias de medición en canales digitales, sucursales y atención remota, permitiendo obtener una visión integral y en tiempo real del recorrido del cliente. La metodología, implementada a través de Qualtrics, permitió identificar los principales *drivers* de satisfacción y los puntos de mejora en cada interacción. A lo largo del año se consolidó un modelo de medición continua y automatizada, con resultados acumulables y dinámicos que fortalecen la toma de decisiones basadas en datos.

## Evolución de Madurez CX

La estrategia se fundamenta en un plan de internalización COE basado en cuatro ejes principales:

1. Sensibilización: continuar internalizando la visión cliente céntrica en toda la organización.
2. Capacitación: enfocar los esfuerzos en el desarrollo y fortalecimiento de equipos para mejorar la capacidad de *Customer Centricity* (CC).
3. Comunicación: democratizar las mejores prácticas en Gestión de la Experiencia (XM) dentro y fuera de la organización.
4. Reconocimiento: valorar y premiar a los equipos interdisciplinarios por su compromiso y cultura centrada en el cliente.

## Modelo *Close the loop* - CTL

Este año el Banco continuó validando la estrategia sobre el modelo de CTL en sucursales. El *feedback* de los gerentes confirma que el contacto telefónico directo genera "sorpresa" positiva en el cliente, restablece la confianza y transforma una experiencia negativa en una oportunidad de fortalecimiento.

En cuanto al *Contact Center* el esfuerzo está en elevar la calidad y efectividad de los operadores. Este año se sumó un tercer canal Reclamos con foco en temáticas relacionadas con la atención e información principalmente de los segmentos Selecta y Preferencial con oficial.

## Modelo de atención de la experiencia

Banco Macro continuó con la consolidación de su modelo de atención; impulsando el desarrollo de mejoras que relacionen los canales digitales con la atención presencial.

El acompañamiento para la implementación de la nueva app Macro incluyó la capacitación de sucursales para incentivar a clientes en la migración a la nueva App, además de desarrollar diferentes indicadores en las herramientas de gestión que permitan esta adopción.

Cabe destacar la implementación de la certificación de Sucursales en el Modelo de Atención, con el principal objetivo de que se cumplan los indicadores de gestión de calidad definidos; y brindar pautas y acciones de mejora continua.

## Investigación y posicionamiento de Mercado

El COE mantuvo su foco en profundizar la comprensión de los clientes del Banco y el contexto financiero en el que operan. Este entendimiento integral sigue siendo el factor clave que guía el desarrollo y la correcta implementación de las experiencias que ofrecemos como ecosistema Macro.

## *Site* COE

El *site* COE concentra y democratiza la información al igual que disponibiliza herramientas y buenas prácticas sobre la disciplina al resto de la organización.

## TyVEx – Trazabilidad y Valoración Económica de la Experiencia

A lo largo de 2025, el equipo concentró sus esfuerzos en dos objetivos principales. El primero fue acompañar, desde la plataforma central del COE CX, el desarrollo de los proyectos estratégicos sumado al cambio de foco de los equipos del Banco para que tengan la posibilidad de contar con métricas e integraciones de Qualtrics.

El segundo fue desarrollar alternativas para superar la barrera del *feedback* directo. Para ello se avanzó en el desarrollo de un modelo analítico de predicción de la experiencia y por otro lado, se incorporaron capacidades tecnológicas que permiten conocer la experiencia del cliente sin realizar una encuesta directa.

## Plataforma COE– Centro de Experiencia

Este año, la plataforma Qualtrics tomó mayor relevancia en términos de acompañamiento para los proyectos estratégicos, como Nueva App, BancoChat y Macro Soluciones. La incorporación de funcionalidades de IA facilitaron los análisis de resultados y generaron *insights* de manera más ágil (*Insight Explorer*) acompañando la dinámica de constante evolución de los equipos del Banco y también las mejoras en la gestión de *feedback* de los clientes (*response clarity*).

Por otro lado, las nuevas capacidades tecnológicas incorporadas contribuyen en la superación del *feedback* solicitado, tales como DXA (grabación de sesiones) que se encuentra aprobada y en integración con el portal público.

Otra novedad, fue la incorporación de *Discover* y la realización de MVP sobre el canal BancoChat, el cual arrojó resultados de gran interés para el negocio, teniendo como *input* las conversaciones de los clientes en el canal.

## Datos y Trazabilidad COE

Desde TyVEx el Banco desarrolló la integración de Qualtrics con el *datalake* del Banco (GCP) en conjunto con la gerencia de Datos, para que todos los equipos puedan tener acceso a las métricas y resultados de experiencia para su explotación.

Por otro lado, los equipos desarrollaron integraciones de enriquecimiento de los datos de Qualtrics a nivel de Banca Individuos y Empresas, además de procesos de envíos muestrales y transaccionales para diferentes estudios (relacional bi y be, transaccional tag, seguros, entre otros).

## Modelos estadísticos CX avanzados

En línea con los avances alcanzados el año anterior y con el propósito de superar las limitaciones del *feedback* directo, este año Banco Macro desarrolló el primer modelo predictivo de la experiencia del cliente, una iniciativa innovadora en el mercado local. El modelo logró una precisión del 75 %, siendo capaz de predecir correctamente tres de cada cuatro respuestas de recomendación (NPS), marcando un hito en la gestión analítica y predictiva de la Voz del Cliente en Banco Macro.

## *Contact Center*

El *Contact Center* avanzó en su transformación hacia un modelo más comercial, incorporando prácticas de *cross-selling* y líneas de gestión orientadas a la conversión, como el seguimiento de carritos abandonados y la oferta activa de tarjetas y paquetes en llamadas entrantes.

En paralelo, y en línea con la estrategia de transformación digital del Banco, garantizó el soporte durante las migraciones tecnológicas más relevantes del año, brindando asistencia especializada —a través de BancoChat y vía telefónica— para la transición a la nueva App Macro y a la plataforma de Macro *Securities*.

Asimismo, el *Contact Center* continuó fortaleciendo la atención digital para Banca Empresas, especialmente en la gestión de Rapicompras y en la asistencia para Préstamos Prendarios, ampliando su cobertura en productos clave para la actividad económica del segmento.

| **Atenciones en el *Contact Center* (CC)** | **2024** | **2025** |
|---|---|---|
| **Canal telefónico** | | |
| Individuos | 1.267.043 | 1.149.073 |
| Empresas | 129.948 | 130.041 |
| Inversiones | 78.533 | 70.743 |
| Atención de Fraudes | 40.759 | 85.240 |
| Llamadas *Interactive Voice Response* (Total) | 7.579.013 | 6.287.643 |
| Llamadas atendidas en el *Contact Center* (CC) | 9.095.296 | 7.763.691 |

## IVR

La Entidad avanza en la personalización adaptativa de la ruta de contacto mediante la aplicación de reglas de negocio dinámicas. El IVR utiliza la segmentación del cliente y el tipo de transacción para definir y ofrecer el recorrido más adecuado. Este enrutamiento inteligente permite derivar al cliente hacia el canal de atención más pertinente —ya sea el Chat de Autogestión, la Asesoría Telefónica o ambas opciones—, promoviendo la resolución efectiva en el primer punto de contacto.

## Agencias Digitales (AGD)

En 2025, Banco Macro orientó la gestión de las Agencias Digitales hacia la readecuación de su estructura para maximizar el valor de la relación con los clientes. La Entidad priorizó la asignación óptima de carteras y la atención activa de los ejecutivos de los segmentos Preferencial, NYP Selecta y Selecta, asegurando una experiencia digital especializada que fortalezca la vinculación y la retención de valor.

Asimismo, el Banco amplió el servicio incorporando atención telefónica con derivación directa a los ejecutivos de AGD, garantizando a los clientes un acompañamiento experto equivalente al brindado en la red de sucursales.

## Gestión de reclamos

En 2025, Banco Macro adoptó una mirada transversal de la gestión de reclamos, unificando criterios y objetivos más allá del canal de ingreso. La Entidad priorizó la resolución ágil de los reclamos con impacto en la disponibilidad de fondos —como reversos de pago y bonificaciones— mediante un proceso con plazo máximo de 24 horas. La capacitación de los equipos de Distribución y Ventas fue clave para mejorar la claridad en la comunicación con los clientes y asegurar la consistencia en la carga de información.

El equipo de reclamos trabajó en optimizar su tasa de resolución diaria para absorber picos de demanda sin afectar los plazos comprometidos. Durante el período, el canal de Gestión y Calidad de Reclamos (GCR) fortaleció su rol como punto central de resolución y acompañamiento, alcanzando un CSAT del 49,2 %, con una recuperación sostenida desde los valores de diciembre de 2024 y superando el 50 % hacia mediados de 2025, reflejando mejoras en los tiempos de respuesta y en la efectividad de la gestión.

El promedio general de satisfacción (CSAT 5,9), junto con un ratio de esfuerzo de 1,91, evidencian una experiencia más ágil y consistente en los puntos de acceso al servicio.

| Cantidad de reclamos ingresados por canal [1] | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Sucursal | 149.196 | 159.070 |
| *Contact Center* | 186.639 | 185.403 |
| Banca Internet | 117.199 | 114.461 |
| Departamento de Gestión y Calidad de Reclamos | 783 | 1.324 |
| Cartas | 83 | 169 |
| *Back* Empresas | 371 | 537 |
| Responsables ante el BCRA | 346 | 628 |
| Seguros | 1.795 | 0 [2] |
| BancoChat | 8.410 | 10.736 |
| Agencias Digitales | 4.117 | 3.155 |
| Prisma | - | 147 |
| Total | 468.939 | 475.630 |
| Tasa de reclamos por cliente (total de reclamos/clientes individuos) | 2 % | 2 % |

([1]) La información que se muestra incluye GCR (Gestión y Calidad de Reclamos) de Banco Macro.
([2]) A partir del 2025 se discontinuo el canal Seguros para ingreso reclamos.

# Transformación digital y omnicanalidad

Banco Macro impulsa un modelo de gobernanza digital que alinea todos los componentes del ecosistema, maximizando la eficiencia y generando sinergias en la gestión de sus activos digitales.

## Canales digitales

Guiado por una estrategia de digitalización orientada a simplificar la operatoria de sus clientes, Banco Macro avanzó en el fortalecimiento de su oferta digital y en la mejora de la usabilidad de sus servicios. Durante 2025, la Entidad registró un crecimiento del 13 % en usuarios de canales digitales, reflejando una adopción sostenida y una mayor preferencia por las gestiones en línea.

| Usuarios de canales digitales | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Banca Internet y App Macro | 2.503.013 | 2.573.340 |
| BancoChat | 125.120 | 291.221 |
| **Total de usuarios en todos los canales digitales** | **2.531.243** | **2.864.561** |

| Transacciones de canales digitales | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Banca Internet y App Macro | 1.213.429.566 | 1.228.053.277 |
| BancoChat | 12.720.231 | 23.348.026 |
| **Total de transacciones en todos los canales digitales** | **1.226.149.797** | **1.251.401.303** |

## Nueva App Macro

La nueva App Macro introdujo una experiencia de uso mejorada en diseño, navegación y facilidad operativa, acompañada por una actualización tecnológica que fortalece la competitividad del Banco mediante infraestructura *cloud* y un modelo de desarrollo escalable para todos los canales digitales.

El proceso contempló:

- Co-creación con clientes, iterando cada flujo transaccional.
- Integración de una *suite* de seguridad robusta, que elimina fricciones y activa desafíos inteligentes en instancias críticas.
- Enfoque *data driven* para analizar comportamiento, uso transaccional y oportunidades de mejora.

Si bien la meta inicial fue igualar la oferta funcional de la app anterior, se implementaron *upgrades* relevantes, entre ellos: programación de transferencias, *stop debit*, copia de alias, consulta de datos de tarjetas físicas, visualización de resúmenes en formato integrado, actualización de datos personales y la incorporación de BancoChat para mejorar el soporte durante la migración.

A partir del lanzamiento de la App Individuos, el Banco diseñó y activó un flujo de atención dedicado en BancoChat como canal de apoyo prioritario que permite acompañar la migración de usuarios a la nueva plataforma. Además, cuentan con soporte en tiempo real para resolver dudas específicas y facilitar una transición fluida.

## BancoChat

BancoChat registró un crecimiento destacado en usuarios y operaciones, ampliando su propuesta de valor con nuevas funcionalidades de seguridad y autogestión, como el pausado y denuncia de robo de tarjetas, aviso de viaje, trazabilidad y desbloqueo de tarjetas. También incorporó la funcionalidad de "Autorización de Compras" para gestionar rechazos de tarjetas de crédito, reforzando su carácter proactivo.

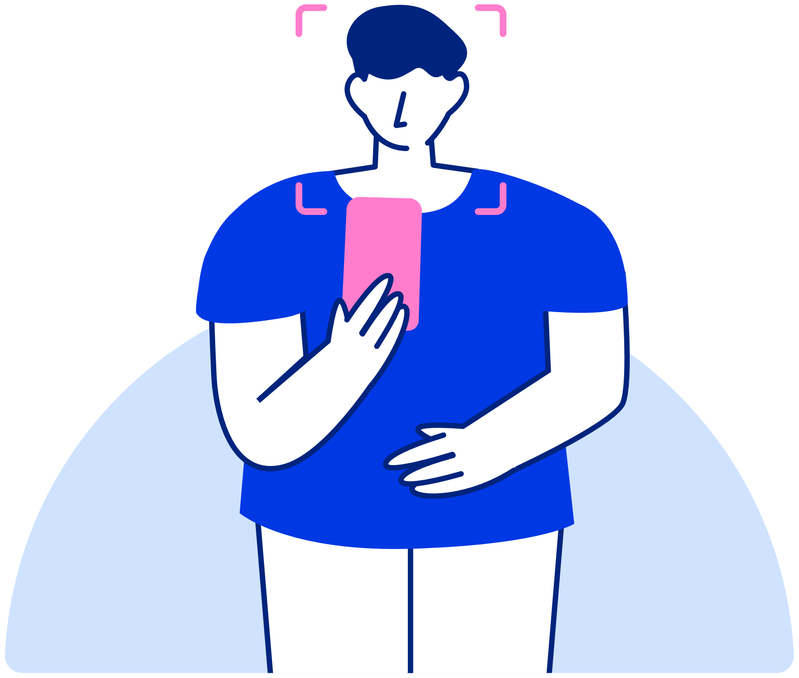
En materia de experiencia, la incorporación de inteligencia artificial permitió agilizar transferencias mediante "Alias por Foto" y mejorar la comprensión del lenguaje natural. El avance estratégico del año fue la migración hacia la plataforma PAMPA IA, que brindará mayor escalabilidad y habilitará una interacción conversacional completamente natural —por texto o voz— con BancoChat.

## Digitalización para empresas

Durante 2025, Banco Macro profundizó su transformación digital en el segmento empresas, aumentando la adopción de los canales digitales y el volumen operado. Este crecimiento fue impulsado por mejoras funcionales y nuevos desarrollos centrados en eficiencia y experiencia de usuario.

Los principales hitos incluyen:

- *Onboarding* Digital de Empresas: proceso 100 % digital de apertura de cuenta y habilitación de claves, con cumplimiento normativo y seguridad reforzada.
- Unificación de la experiencia NyP: clientes Negocios y Profesionales operan la mayoría de sus gestiones desde Banca Empresas, evitando el uso de múltiples plataformas.
- Ofertas personalizadas: mediante la integración de Salesforce, el Banco incorporó ventanas emergentes adaptadas al perfil y comportamiento de cada segmento.
- Préstamo Aguinaldo en canales móviles: habilitación de solicitud y liquidación desde dispositivos móviles.
- Préstamos Red Agro en dólares: integración con la plataforma agro para financiamiento de insumos.
- Identificación de carritos abandonados: activación de acciones comerciales para impulsar la toma de préstamos amortizables.
- Mejoras operativas adicionales: descarga de resumen de cuenta corriente, fortalecimiento del proceso de descuento de cheques 100 % digital, optimización del acuerdo en cuenta corriente, consultas de cobros con QR e incorporación de cuentas en USD para altas de comercio.



# Infraestructura para la Atención Presencial

## Presencia en todo el país

Banco Macro es la entidad privada con mayor presencia territorial de la Argentina y cuenta con la red de sucursales más extensa del país. Como el banco privado de capitales argentinos más importante, mantiene la mayor cantidad de puntos de atención distribuidos en todo el territorio nacional, consolidando su cercanía y accesibilidad para millones de clientes.

| Regiones | Cantidad de sucursales | Sucursales sistema financiero | Participación |
|---|---|---|---|
| NOA | 103 | 303 | 34 % |
| Centro | 144 | 966 | 15 % |
| NEA | 43 | 364 | 12 % |
| Patagónica | 20 | 297 | 7 % |
| Cuyo | 14 | 238 | 6 % |
| Provincia de Buenos Aires | 77 | 1.352 | 6 % |
| Ciudad de Buenos Aires | 43 | 660 | 7 % |
| **TOTAL** | **444** | **4.180** | **11 %** |

| Localidades con presencia única de Banco Macro | 2025 |
|---|---|
| Salta y Jujuy | 20 |
| Tucumán | 11 |
| Córdoba | 4 |
| Misiones | 15 |
| Buenos Aires | 3 |
| Santa Fe | 17 |
| **Total** | **70** |

# Modelos de atención

## Sucursales

En 2025; la Entidad sigue expandiendo el parque de dispositivos tecnológicos ubicados en las sucursales, logrando que el 78 % de los puntos de contacto Macro cuenten con al menos un dispositivo de autogestión (contacto asistido), para que los clientes puedan realizar sus consultas y operaciones no monetarias, de manera simple, rápida; y con asistencia en caso de requerirse.

Estos canales cuentan con más de 20 transacciones de venta y posventa que pueden realizar todos los clientes solo ingresando su huella dactilar. Por ejemplo: el alta de Préstamos Personales, la constitución de Plazo Fijo y la compraventa de Moneda extranjera. La implementación del ingreso biométrico brinda una mayor seguridad, reemplazando así las claves alfanuméricas.

Para profundizar el modelo de gestión, cada sucursal cuenta con un responsable de autogestión que asiste y capacita en el uso y adopción de los diferentes canales digitales.

460 TAG (terminales de autogestión).

386 Tablet guru.

## Cajeros Automáticos

19.478.520 cantidad de transacciones mensuales.

$ 7.333.769 MM en monto dispensado y en reembolsos netos.

2.016 cajeros automáticos que representan el 26 % de la Red.

El Banco fue uno de los primeros en implementar la validación biométrica de sus clientes contando con lector de huella en la totalidad de los ATMs a partir de la migración de la base de huellas de su motor biométrico al de *Newpay* (Banelco).

Si bien se redujeron las transacciones en el canal debido a la mayor circulación de billetes de alta denominación, Macro sigue siendo líder en la Red Banelco.

| Detalle de cajeros automáticos | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Reemplazos | 147 | 43 |
| Nuevas posiciones | 177 | 26 |
| Refuerzos de posiciones | 75 | 74 |
| Cajeros con reconocimiento de efectivo y acreditación de depósitos en línea | 792 | 725 |
| Cajeros con capacidad de doble dispensado de dinero | 81 | 76 |
| Transacciones mensuales | 26.376.422 | 19.478.520 |

## Macro Móviles

**7**
Macro Móviles.

**420.748**
transacciones.

**$ 19.446 M**
dispensados.

Para una mejor accesibilidad y ampliar el alcance de los servicios, El Banco dispone de Unidades Bancarias Móviles conformadas por trailers o mini vans que contienen dos cajeros automáticos habilitados las 24 horas para las operatorias de extracciones de dinero en efectivo, transferencias, consulta de saldo, pago de servicios, alta y desbloqueo de la clave.

Durante el año, estas unidades fueron utilizadas tanto para fines promocionales / turísticos (V. Carlos Paz, Tafí del Valle) como para reforzar la atención del canal ATM por obras de Sucursales o poca presencia (Concepción (Tucumán), Lastenia (Tucumán), Alto Comedero (Jujuy), Salta, 25 de Mayo (Misiones), Posadas).

### Terminales de Autoservicio Inteligentes (TAI)

Durante 2025, Banco Macro avanzó en el plan de instalación de las nuevas Terminales de Autoservicio Inteligentes (TAI), en reemplazo de las TAS tradicionales. Al cierre del año, se incorporaron 819 equipos, cubriendo sucursales en todo el país y ampliando la disponibilidad de servicios de autoservicio para los clientes.

A través de este canal, se procesaron durante el período $ 2.403.026 millones en depósitos y pagos en efectivo. En las sucursales que cuentan con TAI, este canal llegó a representar el 18 % del total de efectivo ingresado, contribuyendo significativamente a la eficiencia operativa y mejorando la experiencia del cliente al ofrecer una operatoria más ágil y accesible.

Las TAI permiten realizar depósitos en efectivo en cuentas a la vista y judiciales, pagos de tarjetas de crédito en pesos y dólares, pago de servicios integrales de recaudación e impresión de CPP. Todas las operaciones monetarias se acreditan en forma inmediata, con capacidad para admitir hasta 300 billetes por transacción mediante un flujo intuitivo que facilita el uso y mejora la satisfacción del usuario.

| Terminales de autoservicio (TAS + TASI) | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Equipos instalados | 981 | 920 |
| Reemplazos | 455 | 161 |
| Nuevas posiciones | 73 | 8 |
| Refuerzos de posiciones | 41 | 13 |
| Sucursales con TAS | 475 | 443 |
| Transacciones | 578.872 | 584.347 |
| Monto en pesos de las transacciones (millones de pesos) | 250.214 | 366.331 |

| Terminales con funcionalidad inteligente (TASI) | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Equipos instalados | 799 | 819 |
| Sucursales con TASI | 419 | 424 |
| Transacciones | 378.012 | 491.550 |
| Monto en pesos de las transacciones (millones de pesos) | 158.632 | 200.252 |

## Canales automáticos

Se presenta síntesis de transacciones por canales automáticos, donde se observa el volumen de transacciones y monto a través de cada canal.

| Transacciones por canales automáticos | 2024 | | 2025 | |
|---|---|---|---|---|
| | Cantidad de transacciones | Monto (millones de pesos) | Cantidad de transacciones | Monto (millones de pesos) |
| Digital (Banca Internet y App Macro) (1) | 16.124.735 | $ 8.471.714 | 17.846.050 | $ 11.796.347 |
| TAS / TAI (Terminales de Autoservicio) (1) | 578.872 | $ 250.213 | 584.347 | $ 366.331 |
| ATM (Cajeros Automáticos) (1) | 26.376.42 | $ 404.45 | 19.478.520 | $ 648,98 |
| IVR (Atención Automática) (2) | 3.747.062 | $ 590 | 3.735.017 | $ 1.307 |
| CC (Contact Center) (2) | 1.429.522 | $ 1.336.328 | 1.704.558 | $ 2.409.195 |

(1) Promedio mensual.
(2) Acumulado anual.

## Accesibilidad a productos y servicios

El Banco prioriza la autonomía de sus clientes a través de la implementación de herramientas y servicios accesibles. En esta línea, continúa expandiendo el servicio de Guía de Voz en toda la red de cajeros automáticos y garantiza que la Banca Internet/App Macro y canales digitales ofrezcan "Modo Accesible" para facilitar la navegación a personas con discapacidad que requieran apoyos digitales. Este compromiso se extiende con la distribución de documentación clave en sistema braille, asegurando un acceso equitativo a la información.

99 % de los cajeros automáticos de Red de Sucursales cuentan con Guía de Voz.

| Accesibilidad en sucursales | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Cajeros para no videntes habilitados | 2.037 | 1.988 |
| Cajeros automáticos para no videntes sobre el total de cajeros del Banco | 98 % | 99 % |
| Sucursales y puntos de atención con rampas | 556 | 444 |
| Sucursales con baños especiales | 317 | 444 |

Durante el periodo, Banco Macro implementó diversas herramientas y acciones para garantizar la accesibilidad e inclusión de los clientes.

Considerando el segmento de jubilados, el Banco mejoró la navegación de los canales autogestivos creando accesos especiales que incluye:

- Expresiones coloquiales, más simples y concretas.
- Menos opciones en las acciones a realizar, enfocándonos en las de uso frecuente de este segmento.
- Letra más grande y legible.
- Menos pantallas para llegar a cumplir sin asistencia la consulta/gestión que desea realizar.
- Botones ubicados más cerca de la parte inferior de la pantalla, que permite a una persona con discapacidad poder accionarlos por sí solo.

Por otro lado, este año la integración entre los diferentes canales digitales fue clave, generando accesos directos a BancoChat desde las terminales de autogestión; para una simple derivación; pudiendo el cliente continuar con sus operaciones desde su dispositivo móvil (celular).

Canales, soportes, servicios y experiencias accesibles que el Banco dispone:

| Canal / Soporte | Tipo de Accesibilidad | Beneficio Principal | Funcionalidad |
|---|---|---|---|
| Banca Internet/ Web | Digital / Sensorial | Modo Accesible (Voz, Teclado, Lector de pantalla) | Navegación por teclado.<br>Comando de voz sencillos (“subir, bajar, volver”).<br>Navegación por sonido (barra horizontal con segmentos numerados).<br>Compatibilidad con lectores de pantalla que el usuario ya posea. |
| BancoChat | Auditiva | Chat por Voz | El cliente puede enviar mensajes por voz, y se está trabajando para que BancoChat responda por audio. |
| Cajeros Automáticos | Auditiva | Servicio de Guía de Voz | Facilita las operaciones a personas con discapacidad visual. |
| Documentación | Cognitiva | Sitio web | Con lenguaje llano y sencillo |

Capital Humano

## Gestión del capital humano

| Capital humano en números | 2024 | | | 2025 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total |
| Cantidad de colegas | 5.117 | 3.668 | **8.785** | 4.712 | 3.534 | **8.246** |
| Edad promedio | 48,5 | 44,2 | **46,7** | 47,9 | 43,9 | **46,2** |
| Antigüedad promedio (en años) | 19,5 | 15,6 | **17,9** | 19,1 | 15,6 | **17,6** |

| Distribución por zona geográfica | 2024 | | | 2025 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total |
| Colegas en Capital Federal y Gran Buenos Aires | 1.868 | 1.449 | **3.317** | 1.945 | 1.530 | **3.475** |
| Colegas en el interior del país | 2.219 | 3.249 | **5.468** | 2.767 | 2.004 | **4.771** |

| Distribución de colegas en Áreas Centrales y Sucursales | 2024 | | | 2025 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total |
| Colegas en áreas centrales | 1.978 | 1.386 | **3.364** | 2.100 | 1.495 | **3.595** |
| Colegas en la red de sucursales | 3.139 | 2.282 | **5.421** | 2.612 | 2.039 | **4.651** |

| Distribución por antigüedad laboral | 2024 | | | 2025 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total |
| Menor de 5 años | 580 | 436 | **1.016** | 707 | 580 | **1.287** |
| Rango entre 5 y 9 años | 650 | 601 | **1.251** | 496 | 465 | **961** |
| Rango entre 10 y 14 años | 907 | 817 | **1.724** | 998 | 896 | **1.894** |
| Rango entre 15 y 19 años | 636 | 735 | **1.371** | 500 | 623 | **1.123** |
| Rango entre 20 y 24 años | 281 | 262 | **543** | 255 | 238 | **493** |
| Rango entre 25 y 29 años | 725 | 535 | **1.260** | 693 | 550 | **1.243** |
| Mayor de 30 años | 1.338 | 282 | **1.620** | 1.063 | 182 | **1.245** |

| Distribución por grupo etario | 2024 | | | 2025 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total |
| Hasta 30 años | 210 | 208 | **418** | 156 | 174 | **330** |
| De 30 a 50 años | 2.542 | 2.574 | **5.116** | 2.448 | 2.561 | **5.009** |
| Más de 50 años | 2.365 | 886 | **3.251** | 2.108 | 799 | **2.907** |

| Distribución por categoría profesional y género | 2024 | | | 2025 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total |
| Gerentes de primera línea | 7 | 1 | **8** | 8 | 1 | **9** |
| Gerente | 119 | 42 | **161** | 107 | 40 | **147** |
| Jefe/supervisor | 1.110 | 514 | **1.624** | 966 | 463 | **1.426** |
| Analista/oficial | 2.392 | 2.119 | **4.511** | 3.267 | 2.745 | **6.012** |
| Administrativo/operador | 1.489 | 1.992 | **2.481** | 367 | 285 | **652** |

| Distribución por categoría profesional y edad | 2024 | | | | 2025 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Hasta 30 años | De 30 a 50 años | Más de 50 años | Total | Hasta 30 años | De 30 a 50 años | Más de 50 años | Total |
| Gerentes de primera línea | 0 | 1 | **7** | **8** | 0 | 0 | **9** | **9** |
| Gerente | 0 | 85 | **76** | **161** | 0 | 67 | **80** | **147** |
| Jefe/supervisor | 15 | 877 | **732** | **1.624** | 4 | 768 | **657** | **1.429** |
| Analista/oficial | 284 | 2.906 | **1.321** | **4.511** | 371 | 3.752 | **1.889** | **6.012** |
| Administrativo/operador | 119 | 1.247 | **1.115** | **2.481** | 45 | 333 | **274** | **652** |

## Cultura

### Marca empleadora

La propuesta de valor al empleado (PVE) se basa en tres pilares:

#### Mi vida en Macro

"Me motiva y me entusiasma ser parte de un equipo optimista, colaborativo y amistoso que me permite ser quien soy y dar lo mejor de mí. Y sé que mi bienestar importa: los beneficios están pensados para acompañarme dentro y fuera del trabajo. En Banco Macro, encontré mi lugar."

#### Mi carrera en Macro

"Mientras Banco Macro crece y llega cada vez más cerca de todos los argentinos, mi desarrollo profesional se amplía con múltiples posibilidades de aprendizaje y crecimiento. Aquí siempre hay espacio para expandir nuestras habilidades y contribuir con el desarrollo de una organización cada vez más ágil e innovadora."

#### Mi impacto con Macro

"En Banco Macro, mi trabajo va más allá de mis tareas. Formo parte de una organización federal que se esfuerza por dejar una huella positiva para una Argentina mejor. Me siento involucrado en sus actividades de diversidad, inclusión y sustentabilidad, y orgulloso porque conectan con mis valores."

El Banco se encuentra trabajando en la elaboración de un calendario de actividades para el próximo año, orientado a difundir y promover la Propuesta de Valor al Empleado (PVE) frente a las audiencias de talento clave y a la comunidad nacional de Recursos Humanos, con el objetivo de consolidar su posicionamiento como un empleador atractivo y promotor de buenas prácticas.

## Ecosistema de reconocimiento

### Resultados del período

Durante el año, el Ecosistema de Reconocimiento registró una participación significativa, consolidando su impacto cultural:

- 820 personas participaron del evento anual de premiación.
- 8 proyectos postulados a "Pensar en Grande" (57 colegas involucrados) y 1 proyecto ganador.
- 10 líderes postulados por 69 colegas en Liderazgo Ágil, con 2 líderes seleccionados.
- 88 colegas destacados en "Actitud Macro" en todo el país.
- 8.380 reconocimientos enviados y recibidos a través de StarMeUp.
- 99 % de Favorabilidad en las mediciones internas.
- eNPS de 79, reflejando una cultura sólida, participativa y orientada al desarrollo.

## Desarrollo y formación de líderes: programas de liderazgo

Durante 2025, Banco Macro profundizó su estrategia de desarrollo de liderazgo a través de un ecosistema de programas que acompañan a los líderes en distintos momentos de su trayectoria.

### Programa Macro Líderes 360°

El programa consolida un ecosistema de aprendizaje abierto, que permite a cada líder elegir experiencias formativas según sus necesidades. La propuesta combina charlas, *workshops*, contenidos asincrónicos, *podcasts* y herramientas prácticas para potenciar el aprendizaje en tres ejes centrales:

- Autoliderazgo: hábitos de autogestión, enfoque y bienestar para mejorar el rendimiento personal y del equipo.
- Líder como facilitador de cultura: construcción de equipos colaborativos y ágiles orientados a resultados.
- Líder como transformador del negocio: capacidades para asegurar la sustentabilidad y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

1.026 líderes participaron del programa (61 % del padrón), acumulando más de 5.200 horas de formación en más de 20 actividades.

### Macro Líderes 360° – Nivel Gerencial

El Banco desarrolló una edición especial para los niveles gerenciales focalizados en herramientas para acompañar la evolución cultural.

### Macro Mind

En 2025, 42 gerentes participaron de una experiencia de 35 horas de formación junto a Minders y la Universidad de San Andrés, con módulos de innovación, disrupción tecnológica, IA, cultura data-driven, storytelling y diseño de propuestas de valor.

97 gerentes participaron hasta el momento en el programa Macro Mind.

### Programa de Liderazgo – Gerentes de Sucursal

Con el objetivo de fortalecer las capacidades comerciales y de gestión de quienes lideran la red, Banco Macro lanzó un programa estructurado en cinco módulos y 36 horas de formación, facilitado por la Universidad Torcuato Di Tella. Los contenidos abordaron inteligencia emocional, autoliderazgo, *feedback*, IA aplicada al rol, liderazgo inspiracional, comunicación y gestión de conflictos.

Participaron 207 Gerentes de Sucursal y Líderes de Servicio de las Divisiones AMBA, Sudoeste, NEA y Córdoba.

### Macro Impulso

Dirigido a líderes en su primera experiencia formal de conducción, Macro Impulso brinda acompañamiento en la construcción del modelo de liderazgo y en la articulación entre la estrategia del negocio y las prácticas cotidianas. El programa combina talleres grupales con espacios individuales de reflexión y planificación.

Durante 2025 participaron 25 nuevos líderes.

### Gerentes del Futuro

Es el programa de desarrollo de habilidades para Gerentes de Sucursal destinado a los Oficiales de Banca Empresas (OBEs). En 2025 se realizó la sexta edición, en la que 48 participantes fueron seleccionados entre 106 postulaciones.

El recorrido anual incluye:

- Diplomatura en Gerenciamiento Bancario UCA–ADEBA.
- Programa de Mentoring, con 28 líderes del Banco acompañando el desarrollo de los participantes.
- Sesiones de autoconocimiento y análisis de perfil conductual mediante *assessment* personal.

23 colegas promocionados al rol de Gerentes de Sucursal.

## Selección y *onboarding*

### *Onboarding* Macro

El Programa de *onboarding* busca garantizar una experiencia de ingreso única y consistente, fortaleciendo el propósito "Pensar en Grande, Pensar en Macro" y promoviendo que cada nuevo colega elija desarrollar su carrera en la Entidad y contagie el espíritu Macro desde el inicio.

Para transmitir el propósito desde el día cero, el Banco comparte con cada ingresante un sitio de bienvenida que reúne información clave sobre la organización y funciona como guía durante las primeras semanas.

El proceso de *onboarding* cuenta con dos modalidades:

1. Modalidad Presencial (AMBA y AACC).
2. Modalidad Virtual (interior del país).

La experiencia contiene:

- Bienvenida de líderes, copilotos y Equipo Personas, acompañada por un recorrido por las instalaciones.
- Actividad vivencial para traducir el propósito y los principios en acciones concretas.
- Gestión administrativa y entrega de herramientas de trabajo.
- Canal de soporte digital en la plataforma colaborativa Google, administrado por el equipo de Empleos para acompañar consultas durante la primera semana.
- Proceso de aprendizaje inicial, con cápsulas de *microlearning* y *game learning* sobre cultura, principios Macro, políticas vigentes, prácticas de Personas, diversidad e inclusión, herramientas operativas y contenidos de compliance.

Mejoras implementadas en 2025

- Renovación del dispositivo cultural: el Banco incorporó una actividad interactiva que acerca al ingresante al negocio, los proyectos estratégicos y los principios organizacionales de manera vivencial.
- Nuevo modelo integral de escucha del ingresante: el Banco integró el diagnóstico del Mapa de Empatía y evolucionó desde tres encuestas puntuales hacia un modelo de seis momentos clave, que monitorea la experiencia desde las primeras 24 horas hasta los 15 meses de antigüedad.

De este modo, el *onboarding* se consolidó como una herramienta estratégica de experiencia del colega, alineada con la visión de People Experience y con el propósito de fortalecer la integración desde el primer día en Banco Macro.

## Movilidad interna

Para fortalecer una cultura de autodesarrollo que impulse al talento interno, el Banco implementó diversas iniciativas destinadas a acompañar y preparar a las personas para cubrir distintos roles.

### Programa Desarrollo comercial AMBA

Objetivo:
Mapear toda la población Comercial de División Amba y Contact Center para identificar a personas que tuvieran el interés y el potencial para acompañarlos a dar su próximo paso de carrera dentro del ámbito comercial.

**288** personas convocadas al proceso: Comerciales AMBA, AGD y CC.

**84** postulaciones recibidas.

**25** entrevistas realizadas con diferentes Referentes del negocio y Equipo Personas.

**17** participantes seleccionados.

Los seleccionados recorrieron una experiencia de aprendizaje intensiva, (Academia Comercial) para fortalecer su etapa de inducción al nuevo rol, promoviendo así su crecimiento, desarrollo y consolidación dentro de la organización.

### Programa Talento en Movimiento Inteligencia Comercial

Objetivo:
Cobertura de cinco vacantes en la Gerencia de Inteligencia Comercial para completar la conformación de los equipos ágiles, a través de la reconversión, acelerando el *readiness* de los colegas mediante un *bootcamp* intensivo de capacitación técnica y un plan de desarrollo, asegurando perfiles capacitados y alineados con la estrategia del área.

**23** postulados.

**8** candidatos finalistas, que atravesaron la Etapa de *assessment center* y evaluaciones técnicas.

**5** personas seleccionadas que comenzaron una etapa de inducción intensiva al nuevo puesto y pase al nuevo rol.

### Agilidad en Grande

Junto con el área de Desarrollo contribuyeron a la conformación de los equipos para los modelos de agilidad en Banca Individuos durante 2025.

**25** colegas comenzaron una etapa de inducción intensiva al nuevo puesto y pase al nuevo rol.

Del total de las nuevas incorporaciones, el **30 %** se orientó estratégicamente a la conformación de equipos ágiles, con perfiles de Data e IT.



# Diversidad e inclusión

## Ejes de intervención en diversidad e inclusión

El abordaje de diversidad de Banco Macro se fundamenta en su diversidad federal, buscando crear un impacto positivo en los clientes, comunidades y las poblaciones donde la Entidad está presente.

La estrategia consiste en incluir la mirada de Diversidad e Inclusión en los distintos artefactos culturales de las áreas que forman parte de Talento y Cultura, garantizando una mirada que contempla a los ejes de intervención.

Los ejes de intervención de 2025 fueron:

## Empleo genuino

### *Bootcamp* de Testing

El programa recibió 586 postulaciones, de las cuales se seleccionaron 32 participantes. La iniciativa contó con el acompañamiento de 32 mentores voluntarios del Banco. Como resultado principal, se concretó la cobertura de tres vacantes genuinas en el área de Testing.

### *Bootcamp* de Análisis de Datos

396 postulaciones recibidas, seleccionándose 31 participantes que fueron acompañados por 31 mentores. El programa contribuyó a generar un pipeline de talento calificado en análisis de datos, fortaleciendo la empleabilidad en perfiles digitales.

### Reclutamiento inclusivo

Gracias al trabajo articulado con Incluyeme.com, se generaron 163 nuevas postulaciones de candidatos con discapacidad. Además, el Banco amplió el alcance del programa a cinco nuevas ciudades: Salta, Bariloche, Mendoza, Neuquén y Rosario. Se concretó una contratación directa en Mendoza.

## Experiencias de aprendizaje

### Taller "Liderar para incluir, incluir para transformar"

Dirigido a líderes de la organización, este espacio formativo convocó a 198 participantes y obtuvo resultados destacados: 99 % de favorabilidad y 88 puntos de NPS, consolidándose como una instancia clave para fortalecer capacidades de liderazgo inclusivo.

### Módulo *e-learning* "Discapacidad y Accesibilidad"

La Entidad desarrolló un contenido formativo alineado con las normativas del BCRA, orientado a profundizar la comprensión sobre barreras y sesgos, promover el uso adecuado del lenguaje y reforzar prácticas de accesibilidad digital.

Esta experiencia de aprendizaje fué finalizada por 2.650 colegas, con un promedio de valoración de 4,75 sobre una escala de 5.

## Comunicación interna

El Banco realizó múltiples acciones de sensibilización mediante publicaciones en *StarMeUp* y cápsulas protagonizadas por líderes. Bajo los ejes "Inclusión en equipo", "Inclusión en acciones" y "Puentes de Progreso", estas comunicaciones contribuyeron a fortalecer el entendimiento organizacional sobre la estrategia DEI y la importancia del empleo genuino.

## Accesibilidad edilicia

Banco Macro obtuvo la certificación de ALPI en accesibilidad en una serie de establecimientos clave, entre ellos: Torre Macro, Casa Central, los Edificios Divisionales de Salta, Rosario, Córdoba y Posadas, y las sucursales de Merlo, Bariloche, Barrio Norte, Colegiales y Carman. Este hito reafirma el compromiso de la institución con garantizar entornos accesibles para todas las personas.

# Política de asistencia a víctimas de violencia de género

Banco Macro cuenta con una política específica de acompañamiento a personas en situación de violencia de género, basada en un protocolo de apoyo confidencial que garantiza contención, seguridad y acceso a recursos institucionales. La política prevé:

- Licencia inicial de 72 horas a partir de la denuncia.
- Asistencia integral, incluyendo orientación profesional y acompañamiento durante todo el proceso.
- Posibilidad de traslado a otro lugar de trabajo para preservar la seguridad y el bienestar de la persona afectada.

## Gestión del talento

### Capacitación

#### Academias

Anteriormente, Banco Macro definió cuatro capacidades estratégicas: 1. Modo aprendiz, 2. *Customer Centric*, 3. Cultura data, 4. Innovación. Las Macro Capacidades constituyen el hacer y pensar digital del Banco. A través de ellas, el Banco busca seguir contribuyendo a la empleabilidad actual y futura de los colegas, de modo tal de contribuir a la movilidad interna y a la generación de oportunidades de desarrollo.

Las Macro Capacidades fueron implementadas por el Banco a través de un programa de certificaciones internas, complementado con una variedad de recursos como: *toolkits*, Desafío Udemy, *workshops*, podcasts, dinámicas de gamificación y becas enfocadas en estas competencias clave. Todas las certificaciones fueron de carácter voluntario, y las charlas ofrecidas contaron con la participación de referentes internos y externos, aportando diversidad y profundidad en los contenidos.

En 2025 la continuidad de este proyecto llevó a la creación de un Ecosistema de Academias de experiencias de aprendizaje y desarrollo, que seguirán creciendo y evolucionando en los próximos años.

Cada Academia es un ecosistema de aprendizaje y desarrollo que tiene por objetivo acelerar el desarrollo de capacidades críticas del negocio y preparar a las personas para nuevos desafíos, despliega los conocimientos y habilidades en tres niveles de desarrollo: Principiante, Calificado y Experto. Abarca desde la definición hasta la certificación de competencias e incluye:

- Definición de competencias a desarrollar.
- Identificación de nivel de habilidad y gaps con instancias de autoconocimiento y *feedback*.
- Experiencia central de aprendizaje de ocho semanas aproximadas.
- Estímulos adicionales y comunidades de aprendizaje y práctica.
- Certificación acorde al nivel.

Las primeras Academias Macro:

**Academia de Agilidad:** busca evolucionar la manera de gestionar y el *mindset* de los equipos para que emerja la colaboración, la mejora continua y la innovación. Incluye tres tracks vinculados a roles ágiles: *Business Analyst, Journey Owner y Scrum Master*. En mayo de 2025, tuvo lugar la primera edición para más de 100 personas y en el transcurso de 2025 se alcanzó a más de 200.

**Academia Comercial Actitud Macro:** busca desarrollar proactividad, conocimientos y habilidades comerciales, para superar objetivos y brindar experiencias de excelencia al cliente, mediante el uso estratégico de información, planificación y tecnología. Incluye tres ejes: técnico, de habilidades comerciales y de liderazgo. En mayo se inició el eje liderazgo junto a Universidad Di Tella para más de 400 personas. En septiembre se realizó el diagnóstico de nivelación para más de 3.000 y en noviembre se puso en marcha el primer MVP de cursada para 80 personas donde se sumaron experiencias innovadoras como el *role playing* y *coaching* asistido por Inteligencia Artificial. El eje técnico se desarrolla durante todo el año con distintos programas enfocados en:

- Inducción a roles de sucursal.
- Mercado de capitales.
- Negocios y profesionales.
- Futuros oficiales de Banca Empresas.
- Agronegocios.
- Futuros Gerentes de sucursal.

**Academia de Datos:** busca acelerar la transformación cultural y operativa hacia una organización *data-driven*, potenciando las capacidades de análisis, interpretación y aplicación de datos en todos los niveles.
La actividad se inició en noviembre con el capítulo de Data Analytics en nivel inicial e intermedio para cerca de 100 participantes. En 2026 se proyecta sumar el nivel experto y avanzar con los capítulos de Data Science, Arquitectura de Datos e Ingeniero de Datos.

Asimismo, en agosto se lanzó un programa especial para desarrollar capacidades en Inteligencia Artificial llamado Humanos con IA. Con esta propuesta se trabajaron cuatro objetivos: alfabetización general, aceleración de habilidades en Google Workspace, gestión de proyectos de IA junto a ITBA, y liderazgo de proyectos y equipos con IA.

Más de 6.000 colegas participaron de al menos una de estas propuestas.

**Academia *Customer Centric:*** busca transformar la cultura organizacional hacia una mentalidad *Customer Centric*, brindando conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para crear experiencias excepcionales que generen valor para el cliente y para el negocio. *Bootcamp* CX/UX es nuestra propuesta de *upskilling* y *reskilling* para adquirir habilidades que requiere actualmente el mercado: CX (*Customer Experience*), UX (*User Experience*) y UI *Design* (diseño de interfaz de usuario). En 2025 finalizó la etapa de mentorías para el proceso que inició en 2024, donde participaron más de 215 personas en las inscripciones, 93 pudieron ingresar en el *assessment* y 33 personas fueron partícipes del programa de capacitación. El programa culminó con un emocionante *Hackathon*. Al cierre del proceso, los participantes pasaron por un sistema de selección para cubrir vacantes disponibles en el COE. Los seleccionados recibieron un acompañamiento cercano, con un programa de *mentoring* durante los primeros meses en su nuevo rol, asegurando una transición exitosa.

## Desafiá tu rol: *reskilling* en sucursales

Este programa tiene un objetivo: facilitar la reconversión de perfiles operativos a perfiles de servicio para toda nuestra red de sucursales, incluyendo experiencias de autoconocimiento, aprendizaje y desarrollo personal y en comunidad.

En la edición Desafía tu Rol 2024/2025 Banco Macro buscó la evolución del rol con foco en desarrollo de capacidades de autoliderazgo, gestión de la experiencia y proactividad comercial.

- Edición tesoreros y cajeros: más de 800 personas participaron del *reskilling*.
- Edición Responsables de experiencia: 252 personas fueron parte del *reskilling*.

## *Reskilling* y *upskilling* en áreas centrales: COE de Inteligencia Comercial

En el primer semestre del año la Entidad acompañó la transformación de la estructura del equipo de Planeamiento Comercial hacia un modelo de equipo altamente especializado, con conocimientos y habilidades avanzadas en su área para conformar el nuevo COE de Inteligencia Comercial. La propuesta involucró el mapeo de habilidades, la identificación de *gaps*, la planificación e implementación de rutas de formación específicas para 33 colegas. En el segundo semestre el Banco desarrolló un *bootcamp* para acompañar el *reskilling* de postulantes a cubrir posiciones en el COE.

### Plataformas y rutas de aprendizaje

Plataformas de contenido de aprendizaje como herramienta para impulsar y acompañar la formación técnica y *upskilling* de habilidades para el rol.

- **Módulo de Aprendizaje:** con más de 300 cursos y programas propios donde se suman más de 200 cursos de habilidades soft y digitales provistos por el partner español *Is Easy*. En 2025 se renovó la experiencia de navegación y el *look and feel* de la plataforma con una propuesta más cercana y personalizada para el usuario.
- **Udemy:** plataforma externa con más de 30.000 cursos que abarcan diversas áreas como desarrollo de *software*, IT, diseño, liderazgo, habilidades de comunicación y preparación para exámenes de certificación. Con 600 licencias otorgadas, es una herramienta eficaz para fidelizar a los colegas de áreas tecnológicas.
- **Linkedin *Learning*:** plataforma externa que tiene más de 20.000 cursos y 500 certificaciones profesionales cubriendo áreas como negocios, tecnología y creatividad, impartidos por expertos de diversas industrias. El Banco cuenta con 600 licencias que son asignadas para cubrir objetivos de aprendizaje específicos.

### Formación mandatoria

Estos programas tienen por objetivo que los colegas puedan asumir su rol en el cumplimiento de normativas a través de una gestión del riesgo efectiva, protegiendo el negocio. Las temáticas fueron abordadas a través de cursos e-learning, charlas y otros estímulos para sensibilizar y afianzar conocimientos:

- Gestión integral del riesgo.
- Continuidad del negocio.
- Control interno.
- Prevención de lavado de activos.
- Prevención de la corrupción.
- Seguridad e Higiene en el trabajo.
- Primeros auxilios.
- Prevención de fraudes.
- Ciberseguridad.
- Protección de datos.
- RACA- Seguros.
- CNV- Mercado de capitales.

### Desarrollo

#### Movilidad interna

El proceso de evolución cultural del Banco y su escalamiento del modelo de Agilidad empresarial ha implicado el desarrollo de un proyecto de *staffing* de talento interno para la conformación de estos nuevos equipos. Parte de este proceso se ha desarrollado a partir de mapeos internos, mientras que como parte de la estrategia de movilidad y desarrollo interno se implementó un proceso de *posting* interno.

Para acompañar este proceso, también el Banco conformó un equipo interdisciplinario entre las áreas de: Empleos, HRBP, Cultura, Comunicación Interna y Desarrollo.

52 posiciones cubiertas a partir de la identificación de perfiles afines y procesos de entrevistas y *skill mapping*.

### Promociones a puestos de liderazgo

El proceso tiene como objetivo establecer un marco aplicable a las solicitudes y coberturas de roles de liderazgo, en todos sus niveles, y asegurar el acceso a oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional. Favorece la selección del mejor candidato para cubrir la vacante existente e incentivando la movilidad interna. Puede darse por búsqueda interna abierta o por mapeos y de acuerdo al nivel de liderazgo, se implementan diferentes herramientas y *assessments*, y además al contar con la identificación del plan de desarrollo se garantiza el *onboarding* al rol.

El ámbito de aplicación alcanza a: nivel gerentes áreas centrales y divisionales, líderes de equipos comerciales, gerentes de sucursal y líderes áreas centrales.

67 promociones a posiciones de liderazgo de personas.

## Experiencia de los colegas

### Programa de becas

Para que los equipos puedan seguir potenciando su aprendizaje poniendo foco en las carreras vinculadas al futuro del trabajo, el Banco realizó una nueva edición del Programa de becas que permitió beneficiar a 64 personas en carreras de grado y posgrado.

Las postulaciones fueron abiertas a todos los colegas y se realizaron sobre un catálogo conformado por 38 programas de posgrado de nueve universidades de Buenos Aires y el interior del país.

### Becas para gerentes de sucursal

Además, el Banco cuenta con una propuesta de becas para carreras de grado para los gerentes de sucursal. Son diez oportunidades para nuevos gerentes o para aquellos que forman parte del programa Gerentes del Futuro. Estas becas se otorgan en universidades y carreras seleccionadas, por el plazo del plan de estudios y hasta que finalice la carrera. Por último, también están las becas Especial *pool* de talentos, que cuentan con un 70 % de beca sobre el valor total de los programas de posgrado y las personas son postuladas por las gerencias y validadas por el área de Desarrollo.

### Nueva edición Semana de la Banca Digital

Del 10 al 14 de noviembre tuvo lugar la 5ta edición de este evento de una semana de duración que busca conectar a las personas con el futuro de la banca, la tecnología y la evolución del Banco en la era digital. A través de más de 15 experiencias de reflexión y aprendizaje enriquecidas con la mirada y el protagonismo de nuestros Especialistas Macro e invitados especiales, el foco estuvo puesto en la agilidad. También se abordó la IA, el dato como activo de valor, los productos digitales, entre otros temas.

Durante 2025, Banco Macro avanzó en el rediseño integral de las herramientas de escucha organizacional, alineándolas con el Mapa de Empatía y fortaleciendo el análisis de la experiencia en cada etapa del ciclo de vida laboral.

### Ciclo de vida de las personas

El Banco profundizó la medición en momentos clave mediante escuchas relacionales y transaccionales:

- *Onboarding*: 779 respuestas, 98,5 % de satisfacción, eNPS 85,5. Alcance: todos los colegas ingresantes del periodo.
- Aprendizaje: 12.075 respuestas y 97 % de satisfacción. Alcance: toda la organización.
- Formación específica: 240 respuestas con indicadores StEx que muestran niveles positivos en conocimiento suficiente (75,33 %), interés de los contenidos para su aplicación en el rol (82,08 %) y en la percepción de impulso al crecimiento profesional (79,83 %). En contraste, se identifican oportunidades de mejora en la disponibilidad de espacios para aplicar los aprendizajes (34,71 %), la motivación del liderazgo (41,06 %), la asignación equitativa de responsabilidades (37,78 %) y la colaboración entre áreas (37,46 %). El PES de aplicabilidad alcanzó los 33 puntos.
- *Offboarding*: eNPS –12,77.

### Mapa de Empatía

A partir del Mapa de Empatía, se realizaron mediciones vinculadas al servicio interno, enfocadas en los procesos, la colaboración entre áreas y el nivel de esfuerzo de los colegas para su implementación (PES). En las Encuestas de Desarrollo IT, se registraron resultados de StEx Procesos 64,88 % y StEx Colaboración 78,05 %; mientras que en el Centro de Monitoreo Interno los indicadores alcanzaron StEx Procesos 87,57 %, StEx Colaboración 90,26 % y un PES de 77 %.

## Comunicación interna

### Beneficios

El Banco cuenta con una política de beneficios que salvo aclaración en contrario, alcanza a todos los colegas. Asimismo, promueve distintas acciones para el bienestar de sus colegas.
Los principales beneficios que otorga el Banco son:

- Productos bancarios bonificados.
- Reconocimiento por guardería: para hijos de hasta los cinco años, con la acreditación de una suma mensual al colega.
- Asignación por hijo y/o cónyuge con discapacidad.
- Gratificaciones especiales en casamiento, nacimiento y adopción.
- Útiles escolares: para hijos e hijas en edad escolar al inicio del ciclo lectivo.
- Regalos especiales por el Día de las Infancias.
- Licencia por paternidad extendida.
- Programas de Salud y bienestar.
- Beneficio médico corporativo (aplicable a un segmento de colegas).
- Automóvil-beneficio/Autofunción (aplicable a un segmento de colegas).
- Alquiler de viviendas (por traslados).
- Cocheras (aplicable a un segmento de colegas).
- Cobertura de gastos de sepelio.
- Obsequio de graduación.
- Seguro de vida optativo.

### Nueva narrativa: desarrollo del *storytelling*

Durante 2025, el equipo de Comunicación Interna diseñó e implementó con éxito una nueva estrategia de *storytelling* que estableció los relatos unificados que, a partir de ahora, estructuran y dan coherencia a todas las comunicaciones clave de la organización, enfocadas en tres pilares estratégicos: Líderes, Talento y Transformación.

La iniciativa buscó generar una conexión emocional que acompañara la transformación cultural, convocar a toda la organización como protagonista del cambio y brindar un marco comunicacional coherente para las acciones de la Gerencia de Personas y Agilidad.
La estrategia incluyó la creación de un relato central con mensajes clave por eje y comenzó a aplicarse en abril, logrando mayor cohesión entre las comunicaciones y su alineamiento con los objetivos del negocio. Además, se integró la identidad visual de todos los programas y piezas internas al *look & feel* institucional, lo que fortaleció la consistencia de los mensajes y la coherencia de marca en toda la comunicación interna.

### Acompañamiento estratégico en la migración a la nueva App Macro

Desde enero, Comunicación Interna se integró al equipo de Gestión del Cambio para la implementación de la nueva App Macro. El foco principal fue convertir a los colegas en protagonistas del proceso, involucrándolos tempranamente para que fueran los primeros en probar las nuevas funcionalidades y pudieran brindar *feedback* antes del lanzamiento a los clientes.

Para lograr este objetivo, el Banco generó más de 15 piezas audiovisuales donde participaron más de 50 colegas, quienes compartieron aprendizajes, desafíos y mejoras, instalando un nuevo estándar de comunicación interna basado en contenidos ágiles y cercanos.

La iniciativa incluyó un sitio interno con materiales de consulta y una activación presencial en Torre Macro para fomentar la descarga, activación y retroalimentación sobre la app. Gracias a esta dinámica, el proyecto alcanzó un 80 % de adhesión entre los colegas convocados y generó más de 145 publicaciones de la campaña.

Esta experiencia transformó la comunicación interna, instalando un nuevo estándar basado en contenido audiovisual de alto impacto y en una narrativa centrada en las personas.

## Plan Agilidad en Grande

En julio, el Banco inició la escalada hacia la agilidad, modificando el modelo de trabajo a través de las metodologías *agile*. El lanzamiento oficial se marcó con un *Town Hall* liderado por el CEO, donde anunció formalmente la puesta en marcha del Plan de Agilidad en Grande.

El equipo de Comunicación Interna tomó un rol clave en la activación masiva del proyecto, garantizando que la visión estratégica de la Dirección se transmitiera de manera unificada y constante a todos los colegas.

El Banco mantuvo informada a toda la organización a través de videos donde las personas contaban los cambios en el modo de trabajo: desde las decisiones estratégicas de la Alta Gerencia hasta tips y modos de hacer en agilidad.
A través de la creación de un *site* y de un *newsletter* especial, se facilitó la comprensión del nuevo modelo en la fase inicial, transmitiendo a través de los mensajes, las claves culturales necesarias para la evolución.

En este contexto, fue clave acercar la voz del CEO a toda la compañía al hacer cápsulas informativas cortas de los mensajes que él compartía. Los encuentros eran exclusivos para líderes o personas pertenecientes a los dominios, hacer fragmentos para resaltar mensajes importantes nos permitió llegar a todas las personas del Banco, y posicionarlo como el principal promotor del cambio, reforzando la importancia y el compromiso de la escalada.

### Resultados:

En 4 meses Banco Macro realizó más de 20 vídeos, 20 piezas gráficas y 12 ediciones del *newsletter* de Agilidad.

- La tasa de apertura del *newsletter* alcanzó del 77 %, con un promedio de 700 clics por edición.
- En *StarMeUp* se obtuvo un promedio de 548 visualizaciones por video.
- El *site* recibió 1.348 visitas.

## La escucha como canal clave de la comunicación

Los colegas cuentan con distintos canales habilitados para realizar consultas, reclamos o inquietudes relacionadas con la gestión de Recursos Humanos. Entre ellos se destacan:

- Remedy: Es el canal formal donde los colegas pueden registrar sus requerimientos para que sean gestionados y derivados al área correspondiente.
- Equipo de HRBP y Consultores: La mayor parte de las consultas se centralizaba a través del equipo de HRBP y Consultores (ex *advisors*), quienes continúan recibiendo y derivando aquellas inquietudes que requieren intervención del área.
- Sectores especialistas: En algunos casos, las consultas llegan inicialmente a áreas especializadas, pero cuando corresponden a procesos o definiciones de Recursos Humanos, el Banco deriva al sector de consultoría para su análisis y respuesta.
- SSFF – JAM – Info para vos: Espacio de información y autoconsulta, donde los colegas pueden acceder a documentación, preguntas frecuentes y recursos que ayudan a resolver dudas comunes.

## Salud y Seguridad

A lo largo del período, el Banco impulsó 14 campañas de salud. Entre ellas se destacan las campañas de vacunación antigripal y contra el dengue, Jornadas de Hipertensión, Salud Visual, Hepatitis, Diabetes, prevención cardiovascular, campañas de concientización sobre cáncer de mama y próstata, así como capacitaciones en primeros auxilios, RCP, uso de desfibriladores y formación específica para roles clave en planes de evacuación y autoprotección.

### Gestión de riesgos laborales

El Banco opera bajo el marco normativo local, basado en la Ley 19.587/72 y el Decreto 351/79, como referencia para sus estándares de Higiene y Seguridad.

La Entidad cuenta con un servicio externo de Higiene y Seguridad que realiza auditorías periódicas en todos los inmuebles. Estos relevamientos incluyen estudios de iluminación, ruido, carga de fuego, ergonomía y planes de evacuación, entre otros aspectos que conforman los legajos técnicos de cada establecimiento.

Por otra parte, las evaluaciones periódicas realizadas junto con la ART permiten minimizar el impacto de tareas con riesgo específico mediante rotación de personal y otras medidas preventivas. Los informes del servicio de higiene y seguridad permiten identificar desvíos y corregir situaciones que puedan comprometer la salud o seguridad en el puesto de trabajo.

## Alianzas con prestadores de salud

El Banco sostiene alianzas con instituciones médicas de referencia para ampliar los beneficios disponibles para sus colegas. Entre los prestadores asociados se encuentran Clínica Cormillot, Centro Oftalmológico Zaldivar, Centro de Diagnóstico Rossi e INEBA. Además, la organización gestionó con OSDE la posibilidad de ofrecer chequeos médicos completos anuales a niveles gerenciales y de dirección.

| Indicadores de seguridad laboral | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Tasa de ausentismo [1] | 3,5 % | 2,57 % |
| Días perdidos por ausentismo [1] | 76.156 | 56.141 |
| Tasa de ausentismo por accidentes | 0,1 % | 0,12 % |
| Días perdidos por accidentes de trabajo | 1.519 | 2.726 |
| Tasa de ausentismo por enfermedad | 1,7 % | 1,85 % |
| Días perdidos por enfermedad | 37.692 | 40.439 |

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

| Tasa de ausentismo | 2025 | | |
|---|---|---|---|
| **Por región** | Accidentes | Enfermedad | **Total [1]** |
| Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires | 0,04 % | 0,45 % | **0,50 %** |
| Interior del país | 0,07 % | 1,39 % | **1,47 %** |
| **Por género** | Accidentes | Enfermedad | **Total** |
| Hombres | 0,04 % | 0,89 % | **0,93 %** |
| Mujeres | 0,07 % | 0,96 % | **1,04 %** |

[1] Incluye todos los conceptos de ausentismo, a excepción de vacaciones.



## Prácticas laborales

### Compensaciones

Para adecuar las políticas de compensación, tanto fija como variable, así como las política de contratación, desvinculación, jubilación, prejubilación y beneficios al personal, el Banco está redefiniendo su contenido con el objetivo de alinearse a las mejores prácticas de la industria.

Por su parte, en términos de remuneraciones, para la construcción de la información de competitividad de mercado, Banco Macro trabaja con especialistas referentes en la temática.

En relación con la remuneración variable, el porcentaje varía según el segmento. En sucursales, los perfiles comerciales oscilan entre 5 % y 10 %, y los gerentes de sucursal entre 10 % y 20 % (depende del tamaño de sucursal). En segmentos de empresas o corporativos los porcentajes de remuneración variable suelen ser superiores (alineado a prácticas de mercado, complejidad y volúmenes de negocio).

Banco Macro aplica el mismo salario base por categoría profesional a hombres y mujeres

### Relaciones laborales

El Banco mantiene un compromiso integral con la protección de los derechos laborales y el cumplimiento de las condiciones de trabajo establecidas por la normativa vigente en la República Argentina. La Entidad adhiere plenamente a la Ley N° 20.744 de Contrato de Trabajo, a su marco reglamentario y al Convenio Colectivo de Trabajo N.º 18/75 de la Asociación Bancaria, que regulan las relaciones laborales del sector financiero y establecen estándares obligatorios en materia de remuneraciones, licencias, jornada laboral, preavisos y condiciones de empleo.

Es de destacar que las condiciones laborales en Banco Macro no varían entre las personas que se encuentran fuera y dentro de convenios.

El Banco posee un programa de acompañamiento a colegas en edades de jubilación o próximas a su retiro, que consiste en el otorgamiento de una suma de dinero que facilite el proceso de transición, la asignación de un gestor que tramite el haber jubilatorio y el otorgamiento de cobertura de medicina prepaga por dos años desde el momento de cese, entre otros beneficios.

Asimismo, el Banco posee una encuesta de salida que permite explorar las razones que determinan las desvinculaciones voluntarias y tomar acciones correctivas de ser necesario.

### Relación con sindicatos

La gestión del Banco garantiza el pleno respeto a la libertad sindical y la participación activa de los colegas, en cumplimiento estricto del marco regulatorio argentino. Cuenta con canales de diálogo continuo y de buena fe con los máximos responsables de la Asociación Bancaria. Asimismo esta fluida comunicación se extiende a toda la estructura.

En Banco Macro se respeta, acompaña y fomenta la libre y activa participación y la libertad sindical. En este sentido, reconoce a los representantes sindicales (delegados) elegidos por el personal de acuerdo con la ley y el estatuto de la Asociación Bancaria, facilitando el ejercicio de sus funciones y la protección de su estabilidad laboral.

Además, el Banco establece canales de diálogo permanentes y de buena fe con la representación sindical para tratar temas de interés mutuo (condiciones de trabajo, salarios, seguridad e higiene, entre otros), más allá de las instancias formales de negociación.

Se otorgan los permisos y licencias gremiales necesarios y estipulados por ley y convenio para que los delegados puedan ejercer su mandato, asistir a reuniones, congresos o negociaciones. También se permite la difusión de información sindical a través de carteleras, correos electrónicos o medios internos, siempre respetando las normas de la organización y el contenido lícito.

## Plataformas: sistemas y procesos internos

Durante 2025, Banco Macro avanzó de manera significativa en la modernización de sus sistemas de soporte y en la optimización de los procesos internos vinculados a la gestión de Personas.

### Módulo de Aprendizaje y Desarrollo

Banco Macro completó la integración del módulo de aprendizaje con Udemy, ampliando el acceso a formación para toda la organización, y lanzó una nueva página de inicio para mejorar la usabilidad.

Por otra parte, la Entidad adecuó la plataforma de gestión de desempeño a la política 2025, incorporó el formulario de autoevaluación y actualizó la biblioteca de objetivos. Además, implementó el Plan de Desarrollo 2025 y actualizó los reportes de seguimiento de desempeño y desarrollo.

### Módulo de Reclutamiento y Talentos

El Banco configuró la funcionalidad de *pool* de talentos para fortalecer la movilidad interna, actualizó el perfil del candidato para identificar cambios recientes y adecuó el módulo de Sucesiones para registrar posibles sucesores por posición.

### Administración de Personal y Compensaciones

La Entidad desarrolló integraciones que permiten al área de Compensaciones disponer de información estructural actualizada e incorporó un nuevo campo que aporta mayor precisión en los reportes de estructura.

### Otras integraciones y reportes

Banco Macro amplió la integración entre *SuccessFactors* y Qualtrics para incorporar nuevos campos y desarrollar pulsos de *offboarding*. También habilitó campos y permisos necesarios para avanzar en el relevamiento de colegas con discapacidad, apoyando los compromisos de inclusión.

## Sistema de gestión de información confidencial

El Banco utiliza el sistema de gestión *SuccessFactors* para gestionar la información dentro de la organización a través de reportes y tableros. Este sistema es fundamental para la gestión de datos, ya que permite el acceso controlado mediante permisos. Esto asegura que cada área acceda únicamente a la información relevante para sus tareas, protegiendo al mismo tiempo la confidencialidad de los datos sensibles.

# Voluntariado

## Integración con Capital Humano

El voluntariado corporativo constituye un pilar del modelo de gestión de personas de Banco Macro. La organización lo reconoce como un espacio que impulsa el desarrollo de habilidades blandas, liderazgo, empatía y trabajo en equipo, atributos que fortalecen la cultura interna.

La participación en jornadas solidarias funciona como una instancia de aprendizaje experiencial que refuerza el orgullo de pertenecer y el sentido de propósito compartido.

De este modo, el programa se integra transversalmente a la estrategia de capital humano, potenciando el bienestar y la conexión emocional entre los colegas y la organización.

## Formación y voluntariado profesional

En 2025 el Banco continuó con la capacitación de los voluntarios profesionales, que aportan su conocimiento técnico a organizaciones sociales en temas como educación financiera, gestión administrativa, tecnología y empleabilidad.

Asimismo, Banco Macro desarrolló espacios de formación y sensibilización en sustentabilidad, liderazgo social y comunicación inclusiva, en articulación con la Gerencia de Personas y el equipo de Sustentabilidad Corporativa.

La comunicación interna del programa, a través de la campaña permitió visibilizar las acciones realizadas en todo el país, generando más de 300 publicaciones internas y miles de interacciones en los canales digitales corporativos.

**1.335**
voluntarios únicos.

**18ª**
edición del programa Proyectos Solidarios.

**4,4 / 5**
grado de satisfacción de los voluntarios.

**162**
voluntarios profesionales totales.

**+4.000**
juguetes donados.

**+2.000**
mantas entregadas en todo el país.

**+5.000**
platos de comida caliente para personas en situación de calle.

## Programa Embajadores Solidarios

En el marco del Programa Embajadores Solidarios, Banco Macro llevó adelante tres campañas nacionales que contaron con la participación activa del equipo de voluntariado y sus familias. Gracias al liderazgo y compromiso de los Embajadores Solidarios —quienes coordinan y potencian cada iniciativa—, el 15 % de la dotación del Banco participó en actividades de voluntariado durante el último año.

- **Campaña Frío:** Banco Macro acercó abrigo, kits de higiene y alimentos a personas que atraviesan situaciones de calle o emergencia alimentaria. Durante los días y noches más fríos del año, la Entidad distribuyó más de 2.000 mantas en todo el país, 200 portabebés en maternidades públicas, más de 1.500 platos de comida caliente para personas en situación de calle y 200 kits de higiene personal.
- **Campaña Infancias:** El Banco impulsó una celebración centrada en el juego y la comunidad. Colegas de todo el país y sus familias reunieron más de 4.000 juguetes. Se realizaron 25 jornadas que acompañaron a 4.269 niños y niñas de 23 organizaciones sociales en 20 localidades. La Entidad organizó eventos para celebrar y garantizar el derecho de todas las infancias.
- **Campaña Navidad Solidaria:** Banco Macro creó espacios de encuentro y celebración con actividades, juegos y regalos. La Entidad entregó 1.142 cajas navideñas y se realizaron meriendas y cenas que acompañaron a 10.070 familias en 21 localidades del país en un momento especialmente significativo del año.

## Cocina con Propósito

Cocina con propósito es un programa anual de contención alimentaria que acompaña a 4.400 personas de manera sostenida. Cada mes, colegas voluntarios y sus familias se reúnen en Torre Macro para cocinar en comunidad, preparando alimentos que son destinados a comedores y espacios sociales.

+4.000 platos de comida elaborados.

## Proyectos Solidarios

Los proyectos implementados desde noviembre y durante los primeros meses del año siguiente fortalecen la infraestructura y el rol social de clubes barriales en distintas provincias, además de promover nuevas alianzas con municipios y organizaciones deportivas.

Durante este año, el Banco impulsó nuevamente la votación abierta a colegas de todo el país. La iniciativa reunió 63 proyectos, contó con la participación de más de 1.200 colegas y permitió reconocer a 19 equipos, alcanzando a más de 22.300 personas beneficiarias.

## Campaña donación de sangre

En el marco del Día Mundial del Donante de Sangre, más de 150 voluntarios de Banco Macro se acercaron a donar sangre junto a Dale Viga ONG. Las unidades fueron destinadas a los hospitales Udaondo, Fernandez y Tornú, Piñero y Zubizarreta y como recuerdo cada donante se llevó un pin diseñado.

## Voluntariado y Deporte

El voluntariado del Banco acompañó durante el año diversas jornadas deportivas en Jujuy, Salta y Buenos Aires, brindando apoyo, motivación y contención social a niñas, niños y adolescentes.

En Jujuy, el Banco compartió una tarde con el equipo Los Halcones de Susques en el estadio 23 de Agosto, donde los recibió con juegos y una merienda. En Salta, la Entidad participó de la primera Jornada de Rugby Adaptado e Inclusivo, apoyando entrenamientos, partidos y un tercer tiempo comunitario. En Buenos Aires, Banco Macro formó parte de Uniendo Valores, junto a Fundación River Plate, acompañando actividades deportivas y recreativas orientadas a la integración y al desarrollo de valores.

En cada encuentro, el deporte funcionó como un puente para cuidar, integrar y generar oportunidades.

## 5 de diciembre – Día Internacional del Voluntariado

Para celebrar el Día Internacional del Voluntariado, Banco Macro impulsó un Manotón junto a Atomic Lab, con la participación de más de 50 colegas en la Torre Macro. Un Manotón es una acción solidaria que promueve la creación de manos mediante impresión 3D para niñas y niños con discapacidad motriz, brindándoles mayor autonomía y nuevas posibilidades en su vida cotidiana.

Durante la jornada, el equipo de voluntariado logró ensamblar 10 manos destinadas a personas de distintas provincias del país.

## Otros indicadores cuantitativos – Capital Humano

| Altas de colegas | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| **Total de altas** | **237** | **373** |
| **Por región** | | |
| Capital Federal y AMBA | 65 | 212 |
| Otras regiones | 172 | 161 |
| **Por género** | | |
| Hombre | 122 | 193 |
| Mujer | 115 | 180 |
| **Por rango de edad** | | |
| Hasta 30 años | 111 | 133 |
| De 31 a 50 años | 121 | 220 |
| Más de 50 años | 5 | 20 |

| Rotación | 2024 | | | 2025 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Altas puras | Bajas puras | Índice de rotación | Altas puras | Bajas puras | Índice de rotación |
| **Por región** | | | | | | |
| Colegas en Capital Federal y Gran Buenos Aires | 65 | 195 | 5,7 % | 212 | 399 | 11,15 % |
| Colegas en el interior del país | 172 | 274 | 5,0 % | 161 | 520 | 10,34 % |
| **Por grupo de edad** | | | | | | |
| Hasta 30 años | 111 | 41 | 9,5 % | 133 | 36 | 12,57 % |
| De 31 a 50 años | 121 | 158 | 3,0 % | 220 | 195 | 4,16 % |
| Más de 50 años | 5 | 270 | 8,3 % | 20 | 688 | 18,91 % |

| Rotación por género | 2024 | | | 2025 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Altas | Bajas | Índice de rotación | Altas | Bajas | Índice de rotación |
| Mujeres | 115 | 175 | 4,7 % | 180 | 314 | 4,7 % |
| Hombres | 122 | 294 | 5,6 % | 193 | 596 | 5,6 % |
| Total | 237 | 469 | 5,3 % | 373 | 910 | 10,59 % |

| Índices de reincorporación al trabajo y retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por género | 2024 | | 2025 | |
|---|---|---|---|---|
| | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| Colegas que ejercieron su derecho a baja por maternidad o paternidad | 65 | 95 | 58 | 63 |
| Colegas que tuvieron derecho a una baja por maternidad o paternidad | 5.117 | 3.668 | 4.711 | 3.534 |
| Colegas que se reincorporaron después que finalizara su baja por maternidad o paternidad | 65 | 95 | 58 | 60 |
| Colegas que se reincorporaron después de que finalizara su baja por maternidad o paternidad y conservaron su empleo pasados doce meses desde su reincorporación | N/D | N/D | 58 | 60 |
| Índices de reincorporación al trabajo y retención de los colegas que ejercieron la baja por maternidad o paternidad | 100 % | 100 % | 100 % | 95,24 % |

Capital Social

## Inversión social privada

**$ 1.366.757.654**

**Total inversión social a través de Fundación Macro.**

Indicador compuesto por inversión social y gastos administrativos de la gestión de Fundación Macro.

**$ 738.726.993**

**Total inversión social Banco Macro directo.**

Incluye las donaciones directas Banco Macro, sin incluir la inversión a través de Fundación Macro.

| Eje | Programa | Beneficiarios directos | Beneficiarios indirectos | Inversión |
|---|---|---|---|---|
| Desarrollo de PyMEs y emprendedores | Apoyo a emprendedores y PyMEs (incluye Programa Naves y otros programas de apoyo a emprendedores) | 1.920 | 24.960 | $ 220.307.053 |
| Educación financiera | Cuentas Sanas | 6.589 | 11.954 | $ 120.095.527 |
| Formación y empleo | Capacitación en Oficios (becas y obras) | 4.535 | 18.786 | $ 451.245.775 |
| Fortalecimiento social | Educación | 16.024 | 64.096 | $ 279.480.292 |
| | Medicina Social | 65.798 | 263.192 | |
| | Integración | 747 | 2.939 | |
| | Nutrición | 150 | 600 | |
| | Otros: (Medio Ambiente, asistencia social, aportes por contingencias, donaciones varias). | 25.750 | 33.475 | |
| Arte y cultura | Acceso al arte y cultura | 18.500 | 74.000 | $ 22.636.825 |
| Voluntariado | Voluntariado | 29.683 | 90.451 | $ 47.363.520 |
| Administración | Soporte Fundación Macro | N/A | N/A | $ 171.781.335 |
| | Programa de ayuda social a colegas Banco Macro | N/A | N/A | $ 53.847.327 |
| **Total Fundación Macro** | | **169.696** | **584.453** | **$ 1.366.757.654** |

# Educación Financiera

Cuentas Sanas 10 AÑOS

**Talleres realizados en los últimos 10 años:**

### Cuentas Sanas sin esfuerzo

Taller básico de economía personal y familiar (manejo de ingresos y gastos, armado de presupuesto, definición de metas y planes financieros).

### Cuentas Sanas Digitales

Taller de economía personal e inclusión financiera digital para clientes de Banco Macro. economía.

### Cuentas Sanas para tu futuro

Taller para jóvenes y adolescentes.

### Cuentas Sanas Gobiernos Digitales

Taller para gobiernos locales (optimización de su gestión financiera).

### Cuentas Sanas para tu negocio

Taller para emprendedores (evaluación de viabilidad del negocio, crecimiento a través de herramientas de marketing).

### Cuentas Sanas para tu organización

Taller para organizaciones de la sociedad civil para un mejor manejo de su economía.

### Cuentas Sanas para tu PyME

Taller para empresas, ONGs y PyMEs.

### Cuentas Sanas para tu primera inversión

Taller para personas mayores de 18 años sin experiencia en el mercado bursátil (identificación del perfil de inversor, conocimiento de riesgos y alternativas de inversión).

### Cuentas Sanas y Seguras

Taller para adultos mayores.

### Cuentas Sanas para la igualdad

Taller que promueven la independencia de las mujeres.



## Fortalecimiento social de comunidades

Banco Macro acompaña iniciativas que promueven el desarrollo integral de las comunidades, articulando con organizaciones especializadas en educación, salud e integración social.

- Educación: El Banco impulsa oportunidades para jóvenes de nivel secundario y universitario a través de alianzas con instituciones como el Colegio María Guadalupe, Fundación Sí, Universidad Católica de Salta, Anpuy, Argentinos por la Educación y TICMAS, entre otras.
- Salud: La Entidad apoya a organizaciones que facilitan el acceso a servicios de salud de calidad, trabajando junto a Fundación Zaldívar, Manos Abiertas, Casa Ronald McDonald y Fundación Hospital de los Niños, entre otras.
- Integración: Banco Macro contribuye al trabajo de instituciones dedicadas a mejorar la calidad de vida y el desarrollo psicofísico de las personas, como ASEMCO, Puentes de Luz, Fundación Empate, Fundación Juntarnos (Bar Inclusivo), Fundación Baccigalupo, Asociación Civil Andar y Fundación Ayuda para el Niño con Autismo, entre otras.

Un año más, el Banco acompañó a la Fundación Zaldívar en su compromiso con la salud visual, acercando atención oftalmológica a quienes más lo necesitan. Gracias a esta alianza, más de 600 personas recibieron controles y asistencia en la provincia de Jujuy, reafirmando que una buena visión es clave para mejorar la calidad de vida.

El trabajo conjunto entre Fundación Zaldívar y Fundación Macro consolida un compromiso compartido orientado a generar impacto social y promover el bienestar integral de las comunidades.



# Eventos, auspicios y patrocinios

## Auspicios Institucionales

El Banco reforzó su presencia institucional al patrocinar y participar en eventos corporativos clave. Auspició el Coloquio de IDEA (Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina), el más importante desarrollado en Mar del Plata, que congregó autoridades de la política y de las grandes empresas de nuestro país. También apoyó eventos de ADEBA (Asociación de Bancos de Argentina). Acompañó a la Cámara Argentina de la Construcción en su evento anual, a la UIA en su 31° Conferencia Industrial, la Cena Anual de CIPPEC y la Fundación Mediterránea, entre otros.

El Banco estuvo presente en encuentros anuales de varias Cámaras y Colegios a nivel país, como El Colegio de Abogados, Anestesiólogos y Escribanos.

## Sector Corporativo

Banco Macro acompañó durante todo el año a la Cámara Argentina de Empresarios Mineros, en congresos y disertaciones en distintas provincias relacionadas con el negocio de la minería.

En el ámbito agroindustrial, participó activamente en Expoagro, la feria más importante del sector, en Agroactiva, Congreso de CREA y AAPRESID en sus congresos y encuentros con clientes. Además de estar presentes en varios remates de ganadería, y encuentros con productores agropecuarios.

Banco Macro ofreció a sus clientes de Grandes Empresas charlas para los sectores de RRHH, sobre los beneficios del producto Plan Sueldo y encuentros motivadores con grandes oradores como Jonathan Loidi, Alejandro Melamed, Estanislao Bachrach y Julián Gaita.

A su vez, el Banco realizó múltiples eventos sobre inversiones y promoviendo la educación financiera para clientes estratégicos, sumando también charlas con oradores invitados sobre economía actual como Claudio Zuchovicki, Alejandro Catterberg, Miguel Kiguel, entre otros.

En el sector PyME, el Banco participó en dos exposiciones clave en Buenos Aires, la Expo Industrias y la Expo Franquicias, donde se realizaron rondas de negocios y se establecieron contactos con potenciales clientes.

## Temporada Invernal y Verano

Durante la temporada de invierno, el banco ofreció beneficios especiales y acciones de fidelización en destinos como Bariloche, Cerro Catedral, shoppings y circuitos gastronómicos. Además, se ofrecieron diferentes experiencias para clientes, incluyendo degustaciones de chocolate y catas de vinos.

En verano, se desarrollaron diversos eventos para fidelizar a los clientes en los paradores de Mar del Plata y Pinamar con convenio de sponsoreo. En el ámbito deportivo, también se organizaron torneos de golf en varias ciudades balnearias de la Costa Atlántica.

## Patrocinios de Espectáculos

Banco Macro también ofreció beneficios exclusivos a sus clientes en eventos culturales y de entretenimiento. Esto incluyó cuotas sin interés en la compra de entradas para espectáculos destacados como: Los Piojos (en Córdoba y Mendoza), la gira nacional de Luciano Pereyra, y el evento “El Baile más grande del Universo” de La Mona Jiménez en San Luis. Adicionalmente, la Entidad brindó descuentos en las entradas para las fiestas Bresh que se realizaron en el país durante el verano.

Banco Macro lleva más de tres años auspiciando “Otro Mundo”, el espacio de arte de Cris Morena. Este proyecto se enfoca en la formación de artistas en diversas disciplinas, apuntando al público joven y fomentando el desarrollo cultural y artístico.

## Apoyo a OSCs, actividades de voluntariado y compras inclusivas

Fundación Baccigalupo (Buenos Aires), Fundación Asemco (Buenos Aires), Gino Tubaro - prótesis (Buenos Aires), Asociación Civil Granja Andar (Buenos Aires), Estación Radio Puente (Buenos Aires), Fundación Empate (Córdoba), Fundación Puentes de Luz (Neuquén), Incluss - proyecto inclusivo finalista del programa Naves (Mendoza), Festejo anual del Día internacional del Síndrome de Down, y otras iniciativas.

# Gestión de proveedores

Banco Macro realiza controles mensuales y anuales sobre los proveedores, evaluando su situación impositiva y financiera según su nivel de facturación y grado de criticidad. Asimismo, bloquea automáticamente a aquellos proveedores que no cuenten con la documentación actualizada o que hayan modificado el propósito por el cual fueron dados de alta, evitando su utilización hasta regularizar la situación.

Los procedimientos de compras y de administración de proveedores se encuentran publicados en la intranet normativa. Los principales son: consideraciones generales del proceso de compras, solicitud y compra o contratación de bienes y servicios, recepción de bienes y servicios, alta y modificación de proveedores, pagos centralizados, entre otros.

## Compras y contrataciones inclusivas destacadas en 2025

- Gráfica y cartelería.
- Insumos de librería y papelería.
- Fabricación e instalación de mobiliario.
- Equipamiento (construcción e instalación de tableros eléctricos).
- Impresión de rollos de cajeros.
- Ejecución de obras.
- Servicio de mantenimiento edilicio.
- Fumigación y limpieza de tanques.
- Servicio de limpieza.
- Servicio de vigilancia.
- Provisión de agua mineral.
- Servicio de máquinas de café.
- Servicio de jardinería y poda.
- Provisión de aromatizadores e insumos de limpieza.
- Gestión y compra de uniformes para colegas.

## Proveedores en números

| Cantidad de proveedores activos | | 2024 | | 2025 |
|---|---|---|---|---|
| Proveedores activos | | 4.368 | | 4.326 |
| **Región** | **Total** | **%** | **Total** | **%** |
| Buenos Aires | **1.903** | 44 % | **1.903** | 44 % |
| Norte Grande | **467** | 10 % | **476** | 11 % |
| Centro | **1.561** | 36 % | **1.557** | 36 % |
| Nuevo Cuyo | **223** | 5 % | **217** | 5 % |
| Patagónica | **214** | 5 % | **173** | 4 % |
| **Total** | **4.368** | **100 %** | **4.326** | **100 %** |

## Gastos de proveedores por región [1]

| Región | % |
|---|---|
| Buenos Aires | 81,32 % |
| Norte Grande | 7,55 % |
| Centro | 9,73 % |
| Nuevo Cuyo | 0,89 % |
| Patagónica | 0,51 % |
| **Total** | **100 %** |

[1] Considera únicamente los gastos realizados a proveedres nacionales, que constituyen el 98,74 % de los gastos totales del Banco.

## Cantidad de proveedores en los 10 principales rubros

| Rubro | 2024 | 2025 |
|---|---|---|
| Transporte | 308 | 304 |
| Servicios profesionales | 384 | 379 |
| Mantenimiento de máquinas y equipos | 35 | 35 |
| Propaganda y publicidad | 444 | 439 |
| Servicios de sistemas | 120 | 119 |
| Seguridad | 52 | 51 |
| Librería y útiles | 27 | 27 |
| Servicios médicos | 32 | 32 |
| Servicios de limpieza | 33 | 33 |
| Reparación y mantenimiento edilicio | 221 | 218 |

Capital Natural

## Sistema de Gestión Ambiental (SGA)

El Sistema de Gestión Ambiental de Banco Macro optimiza el desempeño ambiental mediante el desarrollo, el monitoreo y la revisión continua de sus indicadores de gestión, de la Política Ambiental y de los objetivos establecidos. Su propósito principal consiste en gestionar los impactos ambientales asociados a las actividades del Banco, garantizando el cumplimiento de los requisitos legales y de los compromisos asumidos voluntariamente, bajo un enfoque de riesgos y oportunidades.

Durante 2025, el Banco amplió el alcance del SGA con la incorporación de ocho nuevos sitios, entre ellos:

- el Edificio Divisional Salta y dos sucursales ubicadas en su planta baja,
- dos sucursales en CABA (Casa Central y Colegiales),
- y tres sucursales en la Provincia de Buenos Aires (San Isidro – Carman, Nordelta y Pilar).

La estructura documental del SGA incluye la Política Ambiental, Procedimientos Generales y Específicos, Instructivos de Trabajo y Registros que documentan las evidencias del cumplimiento de los controles operativos.

En este marco, Banco Macro profundizó durante 2025 la implementación de los procedimientos, instructivos y controles vinculados al SGA en todos los sitios incorporados, consolidando así una gestión ambiental más robusta y homogénea en su red operativa.

## Política Ambiental

Banco Macro formaliza su compromiso con el cuidado del ambiente a través de su Política Ambiental, documento que expresa los lineamientos y principios que orientan la gestión sostenible de sus operaciones.

Durante 2025, el Banco amplió el alcance de esta política, que anteriormente aplicaba únicamente a la Torre Macro, para cubrir todas las actividades bancarias y administrativas de la organización.

La Política Ambiental establece cinco compromisos que guían el desarrollo de las actividades del Banco y la gestión de sus impactos ambientales:

- Proteger el medioambiente y prevenir la contaminación a través de la gestión de sus impactos ambientales y la mejora continua de su desempeño ambiental.
- Asegurar el cumplimiento de los requisitos legales ambientales aplicables, así como también aquellos otros requisitos a los que la organización decida voluntariamente adherir.
- Utilizar de forma eficiente los recursos naturales y gestionar responsablemente sus residuos.
- Mejorar en forma continua su sistema de gestión ambiental a través del establecimiento, monitoreo y adecuación de sus objetivos ambientales.
- Concientizar a sus colegas y terceros para que se desempeñen dentro de las instalaciones de la Torre Banco Macro en el cuidado del medioambiente y la prevención de la contaminación, como parte de la sustentabilidad ambiental.

La Política Ambiental se encuentra disponible en el siguiente enlace:

## Gobernanza ambiental

El Comité de Gobierno Societario tiene la responsabilidad de asegurar el cumplimiento y monitoreo de la política ambiental y las funciones allí definidas son realizadas por diversas áreas de manera transversal:

- Salud, Prevención y Medioambiente: administra el SGA, establece metas y objetivos, realiza el análisis de partes interesadas y el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- OyP - Operaciones y Procesos: pública los documentos oficiales del SGA.
- Aprendizaje y Desarrollo: gestiona el programa de capacitaciones del SGA.
- Comunicación Interna: comunica a los colegas las novedades en la implementación del SGA, los temas estratégicos ambientales, las efemérides relativas al medioambiente y la publicación de documentos oficiales.
- Comunicación Externa: responsable de las acciones de marketing, prensa y comunicación dirigidas a los grupos de interés externos.
- Gestión de Mantenimiento TM: realiza los controles operativos de los aspectos ambientales en la torre.
- Legales: responsable de la matriz y la auditoría legales.
- Auditoría Interna: desarrolla el programa anual y realiza las auditorías internas de mantenimiento del SGA.

Para la aprobación de documentos, directivas y objetivos existe una cadena de autoridades detallada en procedimientos internos.

# Anexo III
# Estados Financieros

Estados Financieros correspondientes
al ejercicio económico finalizado
el 31 de diciembre de 2025.

Ver documento

# Anexo IV Lineamientos Internacionales

## Índice de contenidos GRI

### Declaración de uso
Banco Macro ha elaborado el informe en referencia a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2025 y el 31 de diciembre de 2025.

### GRI 1 usado
GRI 1: Fundamentos 2021

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **Contenidos Generales** | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | La organización y sus prácticas de presentación de informes | | | |
| | 2-1 Detalles organizacionales | 4, 8, 13<br>La sede principal se encuentra en Buenos Aires, Argentina. | | |
| | 2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad | 4, 13, 51<br>La Memoria Anual Reporte Integrado 2025 presenta las acciones e indicadores relevados por Banco Macro S.A. El reporte no se elabora bajo un enfoque consolidado; sus subsidiarias se mencionan únicamente con fines informativos. Por su parte, los estados financieros se presentan de forma consolidada, incluyendo al Banco y sus subsidiarias. | | |
| | 2-3 Período objeto de informe, frecuencia y punto de contacto | 4<br>Banco Macro presenta su informe integrado reportando su desempeño económico, social y ambiental de forma anual.<br>El período cubierto por el presente informe comprende de enero a diciembre de 2025. Los estados financieros coinciden con esta temporalidad.<br>La fecha de publicación del informe es marzo de 2026.<br>Para consultas o comentarios sobre el contenido del informe, se encuentra disponible el correo electrónico: sustentabilidad@macro.com.ar. | | |
| | 2-4 Actualización de la información | En caso de existir reexpresiones de información respecto de informes anteriores, estas se detallan mediante nota al pie. | | |
| | 2-5 Verficación externa | La información social y ambiental incluida en el reporte no cuenta con verificación externa. Por su parte, los estados financieros y la información presentada en el capítulo de Capital Financiero sí se encuentran sujetos a auditoría externa. | | |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **Contenidos Generales** | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | Actividades y trabajadores | | | |
| | 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 8, 56-57, 67-68, 106-107 | | |
| | 2-7 Empleados | 76<br>El 100 % de los empleados trabaja a tiempo completo y cuenta con un contrato permanente.<br>El Banco utiliza tecnología Qualtrics (*survey y data analytics*) para recopilar y analizar datos, que les permite tomar decisiones informadas y mejorar continuamente la experiencia de las personas.<br>Entre los tableros más representativos que utiliza el Banco se encuentran:<br>-Tablero de Headcount: utilizado para el análisis y la gestión integral de la dotación de personal del banco.<br>-Tablero de Rotación y Dotación: permite realizar análisis detallados sobre las altas, bajas e índices de rotación.<br>-Tablero de Ausentismo: para analizar el ausentismo, segmentado por causa y motivo específico.<br>Adicionalmente, SuccessFactors proporciona varios reportes de lista que ofrecen información detallada de la base de empleados. Estos informes se configuran y se distribuyen considerando las necesidades específicas de las áreas y respetando siempre los permisos de acceso a la información. | | 8.5, 10.3 |
| | 2-8 Trabajadores que no son empleados | La información para los trabajadores que no son empleados no es significativa para el Banco por lo tanto no se encuentra reportada. | | 8.5 |
| | Gobernanza | | | |
| | 2-9 Estructura de gobernanza y composición | 28-29<br>Los accionistas proponen y designan a los miembros del Directorio en Asamblea de Accionistas, conforme lo establecido por la Ley de Sociedades Comerciales N° 19.550 y lo previsto en el Estatuto Social. | | 5.5 |
| | 2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno | 28-29<br>La Política de Gobierno Societario de Banco Macro, establece una política de no discriminación en la composición del directorio. Además, no son consideradas las opiniones de los grupos de interés en el nombramiento del máximo órgano de gobierno.<br>El proceso de selección del nuevo Gerente General incluyó la evaluación de diversos candidatos externos para la cobertura de la posición. En relación con su formación y trayectoria profesional, el Sr. Parma es Licenciado en Administración de Empresas y posee una Maestría en Dirección de Empresas (MBA) de la Universidad del CEMA. Asimismo, realizó el Programa de CEO Empresarial en la Universidad Deloitte de Dallas. Cuenta con más de 28 años de experiencia en la industria financiera, durante los cuales ha desarrollado sólidos conocimientos en distintos mercados —Argentina, México, Brasil, Panamá y Uruguay— y en la gestión y dirección de entidades financieras. Se destaca que se ha desempeñado previamente como CEO y Director de otra entidad financiera en la Argentina. Cabe aclarar que el Gerente General no forma parte del Directorio Estatutario. | | 5.5 |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **Contenidos Generales** | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | Gobernanza | | | |
| | 2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno | Ni el Presidente ni ninguno de los directores de Banco Macro ejerce funciones ejecutivas. Las normas del BCRA establecen lineamientos específicos con relación al ejercicio de funciones ejecutivas por parte de los directores de determinadas entidades financieras, principalmente las más relevantes del sistema financiero, inhabilitando esta posibilidad. | | |
| | 2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos | 14-18; 30; Anexo I | | |
| | 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos | 14-18; 30; Anexo I | | |
| | 2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad | 14-18; 30<br>El Directorio aprueba la Memoria Anual Reporte Integrado. | | |
| | 2-15 Conflictos de interés | 32; Anexo I<br>Durante 2025 no se tomó conocimiento de la existencia de conflicto de interés, por lo cual los grupos de interés no fueron informados. | | |
| | 2-16 Comunicación de inquietudes críticas | 32<br>El protocolo de tratamiento de denuncias establece una clasificación para las denuncias relevantes. Estas denuncias se reportan inmediatamente al Comité de Ética y Cumplimiento para su conocimiento y consideración, a los efectos de definir el tratamiento y plan de acción sobre las mismas. | | |
| | 2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno | 29 | | |
| | 2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno | Anexo I<br>La Entidad cuenta con un proceso de evaluación del desempeño para la Alta Gerencia. Este proceso se lleva a cabo con una periodicidad anual al igual que el proceso de autoevaluación del Directorio Estatutario. | | |
| | 2-19 Políticas de remuneración | Anexo I<br>Actualmente, las políticas de remuneración de los miembros del Directorio y de la Alta Gerencia no se encuentran específicamente vinculadas al desempeño en la gestión de los impactos económicos, ambientales y sociales de la organización.<br>El Banco cuenta con una Política de Remuneración aplicable para todos los colegas que incluye remuneración fija y variable, modelo de bandas y encuestas de mercado. | | |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **Contenidos Generales** | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | Gobernanza | | | |
| | 2-20 Proceso para determinar la remuneración | Anexo I<br>Las políticas de compensación, tanto fija como variable, así como las política de contratación, desvinculación, jubilación, prejubilación y beneficios al personal se encuentran en revisión y redefinición. El Banco estará trabajando en la redefinición de estas políticas para adecuarlas a las mejores prácticas de la industria. | | |
| | 2-21 Ratio de compensación total anual | | Restricciones de confidencialidad. Dado el contexto local en el que se desarrollan las actividades del Banco, esta información resulta confidencial para salvaguardar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la Entidad. | |
| | Estrategia, políticas y prácticas | | | |
| | 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | 5-6 | | |
| | 2-23 Compromisos y políticas | 32, 105<br>Para conocer las Políticas de Gobierno Societario, de Prevención de Lavado y de Disciplina de Mercado, ver: https://www.macro.com.ar/relaciones-inversores/gobierno-corporativo/politica-de-gobierno-societario | | |
| | 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas | 32 | | |
| | 2-25 Procesos para remediar los impactos negativos | 32, 34-36, 39 | | |
| | 2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes | 32 | | |
| | 2-28 Afiliación a asociaciones | 26 | | |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **Contenidos Generales** | | | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | Participación de los grupos de interés | | | |
| | 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés | 21-22 | | |
| | 2-30 Convenios de negociación colectiva | 93,85 % de los colaboradores se encuentra bajo convenio colectivo mientras que el 6,15 % se encuentra fuera de convenio. Las condiciones laborales no varían entre las personas que se encuentran fuera y dentro de convenio. | | 8.8 |
| **Contenidos sobre los temas materiales** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-1 Proceso de determinación de los temas materiales | 21-26 | | |
| | 3-2 Lista de temas materiales | 21-26 | | |
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Ética y transparencia** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 21-23, 32 | | |
| GRI 205: Anticorrupción 2016 | 205-2 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción | 32<br>El Banco considera las capacitaciones de prevención de lavado de dinero y financiamiento de terrorismo como referencia a capacitaciones y comunidaciones en relación a prácticas de anticorrupción. | | 16 |
| GRI 417: Marketing y etiquetado | 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios | Banco Macro responde a los siguientes organismos y códigos de control: -Banco Central de la República Argentina (BCRA). -Comisión Nacional de Valores (CNV). -Código de Prácticas de Gobierno Societario de la Comisión Nacional de Valores.-Código de Prácticas Bancarias elaborado por las distintas Asociaciones de bancos y entidades financieras de la Argentina. -Código de Protección al Inversor, que incluye lineamientos y recomendaciones para el cumplimiento de normas de protección al inversor en el ámbito de la oferta pública. -Ley Sarbanes-Oxley (SOX), dado que el Banco cotiza en la Bolsa de Comercio de Nueva York (NYSE). -Manual de Compañías Cotizantes de la NYSE y sus modificaciones, dado que el Banco califica como emisorextranjero privado. -Unidad de Información Financiera (U.I.F.) en materia de prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo. | | |
| | 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios | Banco Macro está sujeto a la supervisión del Banco Central de la República Argentina (BCRA) como organismo de control y no ha recibido observaciones respecto a sus productos o servicios. | | |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Ética y transparencia** | | | | |
| GRI 417: Marketing y etiquetado | 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing | No se registraron casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing en 2025. | | |
| **Gestión integral de riesgos y cumplimiento normativo** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 21-23, 33-35 | | |
| GRI 205: Anticorrupción 2016 | 205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción | Los riesgos relacionados con la anticorrupción están relacionados con el lavado de dinero y financiamiento de terrorismo, es por eso que en este marco, todas las operaciones están evaluadas bajo estos criterios. | | 16 |
| **Desempeño económico positivo** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 21-23, 46-51 | | |
| GRI 201: Desempeño Económico 2016 | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido | 46-51 | | 8 y 9 |
| | 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático | 21-26<br>Hasta el momento, el Banco no ha estimado las implicaciones financieras ni otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático. Si bien se avanzó internamente en la identificación de riesgos, impactos y oportunidades, y en la elaboración del Manual SARAS, aún no se han desarrollado estimaciones cuantitativas sobre dichos riesgos y oportunidades. | | |
| | 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación | El Banco actualmente no cuenta a con un esquema de planes de retiro o fondos de pensión. No obstante, el Banco se encuentra evaluando alternativas para incorporar este tipo de beneficios en el futuro. | | |
| Indicador propio | Market Share | 19 | | |
| **Gobernanza en gestión de sustentabilidad** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-18, 21-23 | | |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Inclusión financiera** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-19, 21-22, 24, 56 | | |
| Indicador propio | Participantes en talleres de educación financiera | 19, 98 | | |
| **Seguridad y privacidad de la información** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-18; 21-22, 24; 34-39 | | |
| GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016 | 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios | 34-39 | | |
| | 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad | En 2025 no se registraron incumplimientos relativos a los impactos de las categorías de productos y la seguridad. | | |
| GRI 418: Privacidad del Cliente 2016 | 418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente | En 2025 no se registraron reclamaciones relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente. | | 16 |
| **Experiencia del cliente** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-19; 21-22, 24; 53-56, 69-71 | | |
| Indicador propio | Cantidad de clientes | 4, 19, 56 | | |
| Indicador propio | NPS clientes individuos y empresas | 19, 69 | | |
| **Transformación digital e innovación** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-19; 21-22, 24; 53-55; 72-73 | | |
| Indicador propio | Usuarios de BancoChat | 73 | | |
| Indicador propio | Usuarios de canales digitales | 19 | | |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Productos financieros con impacto productivo, social y ambiental** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-19; 21-22, 24, 56, 120 | | |
| **Experiencia empleado** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-19; 21-22, 25, 87-88 | | |
| Indicador propio | GPTW Ranking | 88 | | |
| **Gestión del capital humano y desarrollo del talento** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-19; 21-22, 25, 76-81, 83-86, 90 | | |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | 81 | | 5.1, 8.5, 8.6, 10.3 |
| | 401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | 88<br>El 100 % de los colegas trabaja a tiempo completo. | | 8.5 |
| GRI 404: Formación y enseñanza 2016 | 404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado | 83-86 | | 4.3, 4.4, 4.5, 5.1, 8.2, 8.5, 10.3 |
| | 404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición | 83-86<br>Durante 2025 el Banco no realizó programas de pasantías ni jóvenes profesionales.<br>Desde 2023, el Banco lleva adelante el ejercicio de Plan de Sucesión para la Alta Gerencia —tanto en Áreas Centrales como de Negocio—, trabajando junto a cada líder en la identificación de sucesores en distintos horizontes de tiempo (contingencia, preparado, desarrollo a 1–2 años, 3–5 años y talento emergente). Durante 2025, el proceso no se ejecutó debido a cambios organizacionales, y su próxima implementación está prevista para abril de 2026. | | 8.2, 8.5 |
| | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y del desarrollo de su carrera | 83 | | 5.1, 8.5, 10.3 |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Gestión del capital humano y desarrollo del talento** | | | | |
| GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018 | 403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo | 90 | | |
| | 403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes | 90 | | |
| | 403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo | 90 | | |
| | 403-6 Promoción de la salud de los trabajadores | 90 | | |
| | 403-9 Lesiones por accidente laboral | 90 | | |
| | 403-10 Las dolencias y enfermedades laborales | 90 | | |
| Indicador propio | Porcentaje de puestos cubiertos de forma interna | 81 | | |
| Indicador propio | Porcentaje de la dotación capacitada | 83 | | |
| **Derechos Humanos** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-19; 21-22, 25. 82, 105 | | |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-3 Permiso parental | 76 | | 5.1, 8.5 |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Derechos Humanos** | | | | |
| GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016 | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados | 29<br>Miembros del Directorio: 15<br>Mujeres: 14 %<br>Hombres: 87 %<br>Menor a 30 años: 6,7 %<br>Entre 31 y 50 años: 53,3 %<br>Mayor a 50: 40 % | | 5.1, 5.5, 8.5 |
| | 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres | 30, 82<br>El Banco no cuenta con programas de socio y/o participación accionaria. | | 5.1, 8.5, 10.3 |
| **Gestión responsable de proveedores** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-18, 20-22, 25, 106-107 | | |
| GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 | 203-2 Impactos económicos indirectos significativo | 106-107 | | |
| GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales | 25, 106-107 | | 8.3 |
| GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016 | 407-1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo | No se identificaron proveedores que pongan en riesgo la libertad de asociación o negociación colectiva. | | 8 |
| GRI 408: Trabajo infantil 2016 | 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil | No se identificaron proveedores con casos de trabajo infantil. | | 5; 8 y 16 |
| GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016 | 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio | No se identificaron proveedores con casos de trabajo forzoso u obligatorio. | | 5 y 8 |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Desarrollo de las comunidades donde estamos presente** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-18, 20-22, 25, 91-92, 94-100 | | |
| GRI 413: Comunidades Locales 2016 | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | 91-100 | | |
| GRI 413: Comunidades Locales 2016 | 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales | 91-100 | | |
| Indicador propio | Inversión social en FBM | 96 | | |
| Indicador propio | Beneficiarios directos | 96 | | |
| Indicador propio | Cantidad de participaciones en programa de voluntariado | 91-92 | | |
| **Gestión de la Huella de Carbono** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-18, 20-22, 26, 114 | | |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | 114<br>Detalles técnicos del indicador:<br>*En CHC (cálculo de huella de carbono) sólo es tenido en cuenta el CO2eq. Se adopta por convención que todos los gases emitidos en la emisión son CO2.<br>*No se utilizan biocombustibles en la operatoria. Como factor de conversión de la emisión del gasoil se toma el valor 3.17 Kg CO2eq por Lt. Este valor es mayor al de la emisión propia del combustible, ya que en el coeficiente adoptado se tiene en cuenta todo el ciclo de vida incluyendo la extracción y el transporte.<br>* El factor de emisión del gasoil es referido por GHC Protocol (protocolo de gases de efecto invernadero). Las herramientas de cálculo utilizadas son el cálculo matemático directo del consumo del insumo x su factor de emisión. Para verificar la exactitud se hizo el cálculo mediante la calculadora oficial Sec Energía 2023.<br>*Las emisiones biogénicas no aplican ya que no hay procesos que emitan por ende no aplica el contenido 305-1.<br>* El cálculo de la Huella de Carbono abarca el consumo de combustible utilizado en grupos electrógenos de Edificios Divisionales de todo el país. Incluyendo TM, Centro de Cómputos Warnes y Maipú y 21 sucursales de Salta. Para realizar este cálculo se utilizó la Calculadora de la Huella de Carbono oficial del Gobierno de la Pcia de Bs As. Plan de Bioeconomía. | | 12.4 |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Gestión de la Huella de Carbono** | | | | |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) | 114<br>Detalles técnicos del indicador:<br>*En el cálculo no se incluye el consumo del edificio Maipú, que era integramente abastecido por Energia Renovable de origen Eólico - Genneia (se discontinuó su uso en Octubre 2025), ni la totalidad del consumo de la TM, que se abasteció en un 76% con Energia Renovable de origen Eólico - Genneia. Por lo que solo es tenido en cuenta para el cálculo de la Huella de Carbono, Alcance II el 24% del consumo TM más los Edificios Divisionales y 21 sucursales. Se utiliza Factor de Emisión oficialmente generado por la Secretaría de Energía 2023 = 0.429 TCo2/Mwh | | 12.4 |
| | 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) | 114<br>Detalles técnicos del indicador:<br>* En alcance 3 se contemplaron los viajes realizados por los colaboradores en avión. Los datos del kilometraje y cálculo de la emisión de CO2 eq fue realizado por la empresa Travel Services.<br>*El alcance 3 aumentó un 29,3 % producto de que se agregaron items para medir como la gestión de residuos | | 12.4 |
| | 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI | 0,01 Ratio de intensidad de las emisiones de GEI (denominador = M2).<br>El cálculo corresponde a la generación de GEI en la Torre Macro debido al consumo de energía eléctrica proveniente de la red descontando lo provisto por Genneia ( 2135MWh x FE (0,249))/ Sup TM (50.000 M2)= 0,01. En todos los cálculos de la Huella de Carbono los gases incluidos solo son CO2eq | | |
| | 305-5 Reducción de las emisiones de GEI | 20, 114 | | 12.4 |
| | 305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO) | En la Torre Macro no son utilizados gases con CFC-11 (1)<br>(1) El CFC-11 era una sustancia química sintética de amplia producción con diversas aplicaciones: principalmente como propulsor de aerosoles, en la producción de espumas aislantes, como disolvente y como refrigerante para determinados aparatos de aire acondicionado, su utilización y posterior emisión afectaría a la atmósfera | | 12.4 |
| | 305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire | En la Torre Macro no existen fuentes de emisión fijas que requieran la obligatoriedad de inscripción. Las emisiones emitidas por los generadores eléctricos son muy esporádicas y en ocasión de pruebas de mantenimiento preventivo se mide sus emisiones temporarias.<br>El ensayo fue realizado a mediados de diciembre y los resultados de su actividad ponderada no superan los límites de emisión establecidos para el funcionamiento simulado de 8 Hs diarias. | | 12.4 |
| **Eficiencia energética** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-18, 20-22, 113 | | |

| Estándar GRI | Contenido | Ubicación en Reporte Principal | Omisión | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) |
|---|---|---|---|---|
| **TEMAS MATERIALES** | | | | |
| **Eficiencia energética** | | | | |
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1 Consumo energético dentro de la organización | 113 | | 7.2, 7.3, 8.4, 12.2 |
| | 302-4 Reducción del consumo energético | 113 | | 7.3, 8.4, 12.2 |
| | 302-5 Reducciones de los requerimientos energéticos de productos y servicios | Dada la naturaleza del tipo de negocio de Banco Macro, el consumo de energía total de la organización está relacionado con el servicio brindado. | | 7.3, 8.4, 12.2 |
| **Gestión de recursos materiales y residuos** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-18, 20-22, 115-116 | | |
| GRI 301: Materiales 2016 | 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen | 115-116 | | 8.4, 12.2 |
| | 301-2 Insumos reciclados | 115-116 | | 8.4, 12.2, 12.5 |
| GRI 303: Agua y efluentes 2018 | 303-5 Consumo de agua | 15.189,68 M3<br>El dato informado corresponde al consumo de la Torre Macro (6.738,48 M3) y al Edificio Central de Salta (8451,2 M3) | | |
| GRI 306: Residuos 2020 | 306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos | 115-116 | | 12.5 |
| | 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos | 115-116 | | 12.5 |
| | 306-3 Residuos generados | 115-116 Residuos Sólidos Urbanos (RSU): 167,05 toneladas (El resultado es proveniente solo de Torre Macro, total 167.054 kilos).<br>Residuos peligrosos: 1,1 toneladas (El resultado es proveniente solo de lo generado en Torre Macro, total 1.101 kilos). | | 12.5 |
| | 306-4 Residuos no destinados a eliminación | 115-116 | | 12.5 |
| | 306-5 Residuos destinados a eliminación | 115-116<br>Total de residuos destinados a eliminación: 168.1 toneladas | | 12.5 |
| **Concientización y educación ambiental** | | | | |
| GRI 3: Temas materiales 2021 | 3-3 Gestión de los temas materiales | 14-18, 20-22, 109, 117-118 | | |
| Indicador propio | Campañas de concientización ambiental | 117-118 | | |

## Estándares SASB

Banco Macro publica, en esta Memoria, información relacionada con los Estándares SASB - *Sustainability Accounting Standards Board,* haciendo referencia en las siguientes tablas a los contenidos comunicados a lo largo del documento. Este año la Entidad da respuesta a dos de los estándares para el sector financiero que son los más significativos: el estándar para bancos comerciales y el de financiación al consumo.

| Estándar SASB | Nombre del Indicador | Ubicación en el informe |
|---|---|---|
| **BANCOS COMERCIALES** | | |
| FN-CB-230a.1 | (1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de titulares de cuentas afectados. | No se registraron casos de este tipo en 2025. |
| FN-CB-230a.2 | Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos. | 37-39 |
| **Generación de inclusión y capacidad financieras** | | |
| FN-CB-240a.3 | Número de cuentas corrientes minoristas sin coste proporcionadas a clientes previamente no bancarizados o infrabancarizados. | Por normativa del BCRA las cuentas de programas de ayuda social no tienen costo de mantenimiento. |
| FN-CB-240a.4 | Número de participantes en iniciativas de educación financiera para clientes no bancarizados, infrabancarizados o desatendidos. | 58, 98 |
| **Incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión en el análisis crediticio** | | |
| FN-CB-410a.2 | Descripción del enfoque para la incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa (ESG) en el análisis de crédito. | 119 |
| **Ética empresarial** | | |
| FN-CB-510a.1 | Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con el fraude, uso de información privilegiada, antimonopolio, competencia desleal, manipulación del mercado, mala praxis u otras leyes o reglamentos relacionados de la industria financiera. | Información confidencial. |
| FN-CB-510a.2 | Descripción de las políticas y los procedimientos de denuncia de irregularidades. | 32 |
| **Parámetros de actividad** | | |
| FN-CB-000.A | (1) Número y (2) valor de las cuentas corrientes y de ahorro por segmento: (a) personales y (b) pequeñas empresas. | Cuentas corrientes: 890.447<br>Cajas de ahorro: 8.812.500 |
| FN-CB-000.B | (1) Número y (2) valor de los préstamos por segmento: (a) personales, (b) pequeñas empresas, y (c) corporativos. | 5, 19, 47, 49, 60 |

| Estándar SASB | Nombre del Indicador | Ubicación en el informe |
|---|---|---|
| **FINANCIACIÓN AL CONSUMO** | | |
| **Privacidad del cliente** | | |
| FN-CF-220a.2 | Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la privacidad del cliente. | No se registraron casos de este tipo en 2025. |
| **Seguridad de los datos** | | |
| FN-CF-230a.3 | Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos. | 37-39 |
| **Prácticas de venta** | | |
| FN-CF-270a.1 | Porcentaje de remuneración total de los empleados cubiertos que es variable y está vinculado a la cantidad de productos y servicios vendidos | El porcentaje depende mucho del segmento y del perfil comercial. En sucursales, los perfiles comerciales oscilan entre 5% y 10%, y los Gerentes de Sucursal entre 10% y 20% (depende del tamaño de sucursal). En segmentos de empresas o corporativos los porcentajes de remuneración variable suelen ser superiores (alineado a prácticas de mercado, complejidad y volúmenes de negocio). |
| FN-CF-270a.4 | (1) Número de quejas de clientes presentadas, (2) porcentaje con alivio monetario o no monetario. | 70 |
| FN-CF-270a.5 | Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la venta y el mantenimiento de los productos. | Información confidencial. |
| **Parámetros de actividad** | | |
| FN-CF-000.B | Número de (1) cuentas de tarjeta de crédito y (2) cuentas de tarjeta de débito de prepago. | 62 |

Macro

**Memoria Anual.**
Reporte Integrado 2025