



BANCO Hipotecario

creador de dueños

Mercado

Aquellos proyectos o aspiraciones que las personas u organizaciones no pueden llevar a cabo debido a restricciones económicas básicas son posibles gracias a la existencia de instituciones bancarias que facilitan su financiación.

El desarrollo del mercado de crédito constituye un importante impulso para la inversión, el consumo y la generación de empleo, entre otros factores fundamentales para el crecimiento económico del país.

Con 120 años de experiencia, Banco Hipotecario es una de las entidades más tradicionales en el mercado de créditos, con presencia en todas las provincias argentinas. Los préstamos otorgados para que cientos de miles de familias accedan a su vivienda lo han convertido en creador de dueños.

Los profundos cambios experimentados en el imaginario de la sociedad actual hicieron que los proyectos y aspiraciones de las personas se diversificaran. Realizar una carrera universitaria o un postgrado en el exterior, comprar un auto o una moto, viajar por el país o el mundo, comenzar con un emprendimiento propio, adquirir una PC o un home theatre, constituyen pequeños anhelos que se suman al de la casa propia. Atento a esas nuevas demandas, Banco Hipotecario incorporó una gran variedad de productos financieros que lo han posicionado como banca universal, minorista y de consumo.

Préstamos personales, tarjetas de crédito, cuentas corrientes, cajas de ahorro, cajas de seguridad, inversiones, plazos fijos, seguros, representan nuevas oportunidades para que el cliente de Banco Hipotecario pueda convertirse en dueño.

De esta forma, el banco capitaliza la experiencia de más de un siglo en el otorgamiento de créditos hipotecarios para familias, en el que es líder absoluto con el 27% del market share, y una originación de una de cada tres hipotecas, para continuar a la vanguardia de la creación de dueños.

Logros

En un contexto económico favorable, Banco Hipotecario ha logrado consolidar su liderazgo en el mercado de créditos para viviendas y posicionarse como una institución líder en el mercado minorista y de consumo.

En 2006 obtuvo ganancias por \$ 344.300.000, lo que representa un alza de un 36% en sus utilidades con respecto al año anterior, con un incremento del 48% en el stock de préstamos al sector privado.

Con el objetivo de impulsar el desarrollo de un mercado secundario de hipotecas capaz de generar liquidez en el mercado primario, se relanzaron con gran éxito las Cédulas Hipotecarias de Ahorro en el mercado de capitales local, respaldadas por una cartera de préstamos hipotecarios de excelente

comportamiento de pago y un rendimiento superior a opciones de similar riesgo.

Asimismo, completó exitosamente la colocación de las Series IV y V de Obligaciones Negociables en el exterior, lo que constituye un hito en



el mercado argentino de los últimos cinco años. La sobresuscripción a ambas series da cuenta de que la calidad crediticia del banco fue altamente valorada en los más exigentes mercados del mundo.

Historia

Creado por ley del Congreso de la Nación en septiembre de 1886, Banco Hipotecario es una de las instituciones financieras más tradicionales de la Argentina.

Desde el inicio de sus operaciones, el 15 de noviembre de aquel año, su principal actividad ha sido otorgar préstamos para la compra, construcción o refacción de viviendas, financiándose, durante sus primeros 60 años, a través de las Cédulas Hipotecarias Argentinas.

La confianza depositada en el Banco Hipotecario y su fuerte respaldo no fueron alterados ni por la crisis de 1890 ni por la Primera Guerra Mundial. Hacia 1930, el 50% de los inmuebles del país estaban gravados a su favor y el volumen de operaciones de las Cédulas Hipotecarias era 31 veces mayor que el inicial.

En la década del 40, en el marco de un nuevo contexto económico, se rescataron las cédulas y el Banco Hipotecario dedicó su actividad a la financiación y construcción de viviendas. Se consolidaba así la presencia de la institución en todas las ciudades



Sucursal Salta

argentinas, permitiendo a miles de familias el acceso a la vivienda propia.

La agitada vida económica argentina en la segunda mitad del siglo XX marcó el ritmo de trabajo de Banco Hipotecario que, a pesar de las dificultades que plantearon las complejas circunstancias de la época, pudo seguir afianzando su arraigo en el mercado local de créditos.

El 28 de septiembre de 1997 el Congreso Nacional decidió transformar al Banco Hipotecario en sociedad anónima, sinergizando las fortalezas del sector público y privado para su funcionamiento.

A partir de este suceso la política de Banco Hipotecario estuvo dirigida a recuperar la estabilidad financiera, fortalecer su posición de liquidez y mejorar la eficiencia operativa.

En 2004 comenzó a transitar por un nuevo desafío: establecerse como banca universal, manteniendo su liderazgo en el sector de los créditos hipotecarios.

En esa línea dio un notable impulso al crecimiento del crédito y al desarrollo de una amplia gama de productos bancarios que permitieron la expansión del negocio hacia la banca minorista.

Producto

Comprometido con su misión histórica, Banco Hipotecario continúa a la vanguardia en el diseño de soluciones crediticias para la compra, refacción, ampliación y construcción de viviendas.

La línea de crédito tradicional, con una tasa de interés del 9,75% fija y en pesos, y la línea crédito combinado, con una tasa fija del 7,75% (la más baja del mercado) los dos primeros años, y una tasa variable los restantes 18 años, son las únicas en el mercado de crédito argentino con un plazo de hasta 20 años.

Asimismo, ha lanzado H Plus, una novedosa línea de financiación a 10 años que permite a los beneficiarios disponer de altas sumas de dinero con destino libre y una tasa accesible, utilizando una propiedad como garantía.

Toda la gama de productos de Banco Hipotecario contribuye al crecimiento del crédito en el sistema



Casa Matriz



financiero argentino, con una cartera crediticia diversificada compuesta en un 58% por créditos hipotecarios y el 42% restante por préstamos personales, tarjetas de crédito y préstamos corporativos.

Desarrollos recientes

Con el objetivo de profundizar su presencia en todo el país, Banco Hipotecario está llevando a cabo una notable expansión de sus canales comerciales.

Durante 2006 ha relanzado todas las sucursales del país, presentando la nueva imagen y posicionamiento del banco.

Para fines de 2007 la entidad tendrá más de 100 puntos de contacto con clientes, entre sucursales y oficinas comerciales.

Asimismo, contará con stands en los palacios municipales de las distintas regiones del país para atender los temas vinculados al Plan Casa Propia, un

en la que Banco Hipotecario se relaciona con el entorno: desestructurada, frontal, sin las barreras que imponen las viejas estructuras bancarias y con la intención de entretener al público antes que venderle un producto específico.

Para la cultura argentina ser dueño es una prioridad, un tema de identidad. Lo que hizo la campaña fue ponerlo de manifiesto de una forma festiva y desprejuiciada, creando las condiciones para que el término "dueño" le pertenezca definitivamente a Banco Hipotecario.

Este notable desempeño hizo que numerosas asociaciones publicitarias y de comunicación premiaran el trabajo conjunto de la agencia Madre y Banco Hipotecario.

Entre los reconocimientos más destacados, Luna Park, el primero de la saga "Dueños", fue premiado con el Lápiz de Oro y con el Ojo de Iberoamérica al

en la que opera.

Para eso ha quintuplicado durante 2006 su inversión en programas y acciones sociales canalizadas a través de su área de Relaciones con la Comunidad, pero con la participación activa y comprometida de toda la organización.

Estas iniciativas benefician a más de 130 hogares, comedores comunitarios, centros religiosos, escuelas, centros de salud y asociaciones de ayuda a discapacitados, respondiendo a las preocupaciones de más de 18.000 personas.

Como parte de su política de responsabilidad social, Banco Hipotecario presentó su primer informe de Acciones Sociales 2006 en el que realiza un recorrido por las distintas instancias que conforman su contribución a la vida comunitaria.

www.hipotecario.com.ar

120 AÑOS CREANDO DUEÑOS



programa inédito en Latinoamérica que financia el total de la construcción de viviendas sobre los terrenos de las familias solicitantes, con el objetivo de convertir a cada vez más argentinos en dueños de sus hogares.

El banco destina para este programa un presupuesto de \$ 1.000.000.000 para la construcción de 14.000 viviendas en todo el país, generando empleo y atendiendo a la demanda de vivienda de los sectores medios de la población.

Promoción

La campaña "Dueños" constituye un verdadero punto de inflexión en la historia comunicacional de Banco Hipotecario.

La Convención de Dueños en el Luna Park, la adquisición de un Samba por parte de un consorcio de propietarios, la resignificación de un mensaje publicitario de los 80 o el relato de la odisea de una persona común de la calle Belgrano hacia el nuevo Puerto Madero, dan cuenta de una nueva manera

mejor comercial categoría Instituciones y Servicios Financieros; la campaña Dueños obtuvo el Oro del Círculo de Creativos en la Categoría TV, y Banco Hipotecario fue segundo finalista como mejor anunciante de la Argentina en el Ojo de Iberoamérica.

Valores de la marca

A los valores de solvencia, seguridad y confianza que lo han posicionado como el banco líder y especialista en créditos, la marca ha sumado uno muy importante: el de la creatividad.

Banco Hipotecario cuenta con más de 1.300 colaboradores que trabajan integral y creativamente para contribuir a que los argentinos sean dueños de concretar sus proyectos.

En los últimos años ha capitalizado su misión histórica para convertirse en un verdadero actor de cambio social, a través de la promoción e implementación de prácticas y acciones concretas tendientes a mejorar la calidad de vida de la sociedad

Lo que usted no sabía sobre Banco Hipotecario

- En sus 120 años de historia, Banco Hipotecario otorgó más de 1.500.000 créditos para viviendas a familias argentinas.
- La Cédula Hipotecaria Argentina, relanzada por Banco Hipotecario en 2004, fue el instrumento de ahorro más importante durante la primera mitad del siglo XX, tanto para pequeños ahorristas como para grandes inversores.
- Luego de ejercer la Presidencia de la Nación entre 1890 y 1892, Carlos Pellegrini se desempeñó como Presidente de Banco Hipotecario desde el 8 de marzo de 1893 hasta el 17 de abril de 1895.

