

2015

INFORME DE
SUSTENTABILIDAD

BANCO GALICIA

TARJETA NARANJA

TARJETA NEVADA

GALICIA SEGUROS

EFFECTIVO SÍ



Grupo Financiero Galicia

Galicia

Galicia

Naranja

Naranja

Galicia
Seguros

SOMOS UN GRUPO FINANCIERO DE CAPITALS NACIONALES QUE TRABAJA PARA QUE LAS EMPRESAS QUE LO INTEGRAN TRASCIENDAN LA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y GENEREN UN IMPACTO POSITIVO EN LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS CON LAS CUALES NOS RELACIONAMOS.

JUNTO A ACCIONISTAS, CLIENTES, EMPLEADOS, PROVEEDORES Y LA COMUNIDAD TODA, CONSTRUIMOS UN GRUPO FINANCIERO RESPONSABLE Y COMPROMETIDO CON EL DESARROLLO DE NUESTRO PAÍS.

ESTE INFORME ES UN BALANCE QUE MUESTRA NUESTROS VALORES Y LA FORMA EN LA QUE LOS PONEMOS EN PRÁCTICA TRADUCIDOS EN HECHOS CONCRETOS.

ESTAMOS DANDO NUESTROS PRIMEROS PASOS. UNA HISTORIA NOS AVALA. UN FUTURO NOS ESPERA.





14
GRUPO
FINANCIERO
GALICIA EN
NÚMEROS



04
CARTA DEL
PRESIDENTE



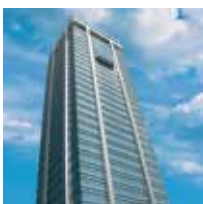
16
LAS COMPAÑÍAS
DEL GRUPO
FINANCIERO
GALICIA



07
MENSAJE
DEL GERENTE
GENERAL DE
BANCO GALICIA



22
GOBIERNO
CORPORATIVO



08
INTRODUCCIÓN
A GRUPO
FINANCIERO
GALICIA



26
CLIENTES



44

COLABORADORES



91

TABLA IBASE



56

COMUNIDAD



92

TABLA DE CONTENIDOS GRI,
ODS, Y PACTO GLOBAL



74

PROVEEDORES



95

INFORME DE
VERIFICACIÓN



80

AMBIENTE

Este Informe contiene los temas más relevantes relacionados con la gestión de Sustentabilidad de las principales Compañías del Grupo Financiero Galicia durante 2015, seleccionados por los grupos de interés en conjunto con la Dirección de la entidad.

Grupo Financiero Galicia así inicia su labor de rendición de cuentas con un nivel de aplicación esencial (Core) según la Guía G4 de GRI. Para conocer más de la gestión de sustentabilidad de las compañías del Grupo, puede visitar nuestro sitio gfgsa.com o galiciasustentable.com/IS2015 donde se desarrolla el total de la información.

Para conocer la labor de rendición de cuentas con nivel de aplicación exhaustivo según la guía G4 de GRI de Banco Galicia, puede visitar nuestro sitio galiciasustentable.com/IS2015/IA



EDUARDO ESCASANY
PRESIDENTE
GRUPO FINANCIERO GALICIA

ES MUY GRATO PARA MÍ PRESENTARLES EL PRIMER INFORME DE SUSTENTABILIDAD EN EL QUE GRUPO FINANCIERO GALICIA DA CUENTA DE LOS RESULTADOS DE LA GESTIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL DEL AÑO 2015 DE: BANCO GALICIA, GALICIA SEGUROS, TARJETA NARANJA, TARJETA NEVADA Y EFECTIVO SÍ DE MANERA INTEGRADA.

EL DESARROLLO DE ESTE INFORME MARCA EL INICIO DE UNA NUEVA ETAPA EN LA COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO PERMANENTE CON LOS GRUPOS DE INTERÉS DE LAS COMPAÑÍAS. ASIMISMO, ES UNA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA LA IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS DE LA GESTIÓN INTEGRADA DEL NEGOCIO QUE PERMITIRÁN ESTABLECER UNA ESTRATEGIA COORDINADA Y DE TRABAJO CONJUNTO EN RELACIÓN AL DESARROLLO SUSTENTABLE.

PARA LA ELABORACIÓN DE ESTE INFORME FUE VALIOSO EL APOORTE DE UN EQUIPO INTERDISCIPLINARIO DE COLABORADORES Y LAS OPINIONES RECIBIDAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS A TRAVÉS DE DIFERENTES CANALES DE DIÁLOGO.

EN 2015 EL CONTEXTO INTERNACIONAL SE CARACTERIZÓ POR UNA CAÍDA SIGNIFICATIVA DE LOS PRECIOS DE LOS ACTIVOS FINANCIEROS, LOS COMMODITIES Y LAS MONEDAS, QUE AFECTÓ NEGATIVAMENTE A LAS ECONOMÍAS EMERGENTES. LA VOLATILIDAD DE LOS MERCADOS Y EL MENOR RITMO DE CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD GLOBAL INCREMENTARON LA AVERSIÓN AL RIESGO DE LOS INVERSORES Y PROVOCARON UNA REVERSIÓN DEL FLUJO DE CAPITALES DESDE EL MUNDO EMERGENTE.

A PESAR DE ESTE CONTEXTO, EL MERCADO ARGENTINO LOGRÓ DIFERENCIARSE DEBIDO A LAS EXPECTATIVAS POSITIVAS QUE CARACTERIZARON UN AÑO MARCADO POR LA POLÍTICA Y LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES.

DESDE SU ASUNCIÓN, LA NUEVA ADMINISTRACIÓN DEFINIÓ TRES GRANDES Y DESAFIANTES OBJETIVOS: POBREZA CERO, TERMINAR CON EL NARCOTRÁFICO Y UNIR A LA ARGENTINA. SE PUEDE APRECIAR EN ESTOS TRES PRIMEROS MESES DE GESTIÓN, A UN GOBIERNO QUE BUSCA CONSTRUIR CONSENSOS Y QUE QUIERE REINSERTAR A LA ARGENTINA EN EL MUNDO.

EN EL EJERCICIO 2015 GRUPO FINANCIERO GALICIA OBTUVO UNA GANANCIA DE \$4.338 MILLONES, 30% SUPERIOR A LA REGISTRADA DURANTE EL EJERCICIO 2014.

LA EXPOSICIÓN CREDITICIA AL SECTOR PRIVADO ALCANZÓ LOS \$115.000 MILLONES, CON UN CRECIMIENTO DEL 45,5% EN EL EJERCICIO 2015, MIENTRAS QUE LOS DEPÓSITOS ASCENDIERON A \$100.270 MILLONES, CON UN AUMENTO DEL 54,4%.

Eduardo J. Escasany: Licenciado en Economía, graduado en la Universidad Católica Argentina. Fue designado miembro del Directorio del Banco en 1975. En 1979 fue elegido Vicepresidente y desde 1989 hasta 2002 fue electo Presidente del Directorio del Banco. Fue también el primer Presidente del Directorio de Grupo Financiero Galicia en 1999, cargo que renovó y mantiene desde el 2010. Es padre de cinco hijos y abuelo de tres nietos.

LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO ESTIMADA DEL BANCO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 CONSIDERANDO LA INTERMEDIACIÓN CON EL SECTOR PRIVADO, FUE DEL 9,6% EN PRÉSTAMOS Y DEL 9,4% EN DEPÓSITOS.

ESTOS RESULTADOS SUPERARON NUESTRAS PREVISIONES DE HACER UN AÑO ATRÁS, TENIENDO EN CUENTA QUE 2015 FUE UN AÑO CARACTERIZADO POR UN CRONOGRAMA ELECTORAL INTENSO, QUE GENERÓ INCERTIDUMBRE SOBRE LA ACTIVIDAD, LOS ASPECTOS FISCALES, MONETARIOS Y LOS NIVELES DE INFLACIÓN. SIN EMBARGO, PESE AL CONTEXTO ECONÓMICO DESAFIANTE Y A UN AMBIENTE REGULATORIO DE CRECIENTE COMPLEJIDAD EN LO QUE RESPECTA AL SISTEMA FINANCIERO, EL BANCO MANTUVO EL FOCO EN SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES CON PASIÓN Y DEDICACIÓN.

EL MAYOR DESAFÍO PARA EL SISTEMA FINANCIERO ARGENTINO PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS SERÁ EL DE MANTENER NIVELES DE RENTABILIDAD QUE PERMITAN AUMENTAR EL CAPITAL REGULATORIO PARA HACER FRENTE AL CRECIMIENTO ESPERADO DE LOS PRÉSTAMOS EN UN ENTORNO DE MAYOR ACTIVIDAD ECONÓMICA, ESPECIALMENTE SI DICHO CRECIMIENTO SE VE ACOMPAÑADO POR UNA PROFUNDIZACIÓN DEL MERCADO FINANCIERO A LOS NIVELES DE PAÍSES COMPARABLES DE NUESTRA REGIÓN.

A TRAVÉS DE UNA VISIÓN SUSTENTABLE INTEGRADA SE BUSCARÁ POTENCIAR LA GESTIÓN DE CADA UNA DE LAS COMPAÑÍAS, MEDIANTE EL FORTALECIMIENTO DE LAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON LOS DISTINTOS SECTORES Y LA AMPLIACIÓN DEL IMPACTO DE LAS INICIATIVAS QUE YA SE IMPLEMENTAN.

EN ESTE DOCUMENTO SE DESCRIBE LA GESTIÓN DE LOS ASPECTOS MÁS RELEVANTES IDENTIFICADOS Y VALIDADOS EN EL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD SIGUIENDO LOS LINEAMIENTOS DE LA GUÍA G4 DE GRI Y OTROS ESTÁNDARES INTERNACIONALES. DE ESTA FORMA, SE CUMPLE CON EL CRITERIO "DE CONFORMIDAD" ALCANZANDO LA OPCIÓN ESENCIAL DE LA GUÍA G4 DE GRI Y CON LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS, INTEGRANDO A SU VEZ LA COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO DE BANCO GALICIA. COMO PUNTO DESTACADO, EN ESTE INFORME CONSIDERAMOS LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, UN CONJUNTO INTEGRADO DE PRIORIDADES MUNDIALES PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE A 2030, LANZADOS EN LA CUMBRE DE NACIONES UNIDAS DE 2015.

QUIERO HACERLES LLEGAR NUESTRO AGRADECIMIENTO A LOS ACCIONISTAS POR SU PERMANENTE CONFIANZA, A LOS 12.000 COLABORADORES POR SU DEDICACIÓN, COMPROMISO Y ENTUSIASMO, A LOS PROVEEDORES POR SU APOYO, Y A LOS CLIENTES, CENTRO DE NUESTRAS DECISIONES, POR ELEGIRNOS CADA DÍA.





Daniel Llambías. Contador Público Nacional graduado en la Universidad de Buenos Aires. Inició sus 50 años de actividad en la entidad en el Departamento Exterior. Le siguieron sucesivos puestos en diferentes áreas hasta alcanzar en septiembre de 2001 el cargo de Director titular. En 2009 fue designado Gerente General del Banco, cargo que ocupa en la actualidad. Está casado y es un orgulloso padre y abuelo.

DANIEL LLAMBÍAS
GERENTE GENERAL



Fabián Kon. Contador Público Nacional por la Universidad de Buenos Aires, graduado en Escuela de Negocios, CEO's Program en Kellogs School of Business de España y Líderes Sociales en la Universidad Torcuato Di Tella. Fue CEO y presidente de Galicia Seguros desde 2006 hasta 2014, cuando asume la Gerencia de Banca Minorista de Banco Galicia. A finales de 2015 fue nombrado Gerente General de Banco Galicia, función que desempeñará desde principios de abril de 2016. Está casado, tiene dos hijas y en su tiempo libre es un fanático tenista.

FABIÁN KON
FUTURO GERENTE GENERAL



ESTE INFORME QUE PRESENTAMOS HOY ES EL PRIMERO QUE ELABORAMOS BAJO EL PARAGUAS DE GRUPO FINANCIERO GALICIA QUE INTEGRAN, PRINCIPALMENTE, BANCO GALICIA, TARJETA NARANJA, TARJETA NEVADA, GALICIA SEGUROS Y EFECTIVO SÍ. LO HACEMOS CON EL ENTENDIMIENTO DE QUE SOMOS TODOS GALICIA, Y QUE EN LA SINERGIA NOS COMPLEMENTAMOS Y FORTALECEMOS PARA DAR UN MEJOR SERVICIO Y OFRECER MAYOR DIVERSIDAD DE PRODUCTOS A MÁS GENTE EN MÁS RINCONES DEL PAÍS.

DESPUÉS DE ACOMPAÑAR POR 10 AÑOS LA PRESENTACIÓN DEL INFORME DE SUSTENTABILIDAD DE BANCO GALICIA, Y CON MÁS DE 50 AÑOS COMO FUNCIONARIO EN EL BANCO, ME TOCA DESPEDIRME COMO GERENTE GENERAL. ME ENORGULLECE PRESENTAR POR ÚLTIMA VEZ NUESTRO PRIMER INFORME INTEGRADO DE SUSTENTABILIDAD, DONDE QUEDA REFLEJADA LA EVOLUCIÓN CONSTANTE EN LA GESTIÓN QUE NOS HA PUESTO A LA VANGUARDIA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE PRÁCTICAS SOCIALES Y AMBIENTALES ALINEADAS CON LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO.

LE DOY PASO A MI SUCESOR, FABIÁN KON, QUIEN COMENZARÁ SU MANDATO EN ABRIL DE 2016. ÉL SEGUIRÁ IMPULSANDO UNA CULTURA ORGANIZACIONAL QUE INTEGRA LA SUSTENTABILIDAD, ENTENDIENDO LA GESTIÓN DESDE LAS POLÍTICAS HASTA LAS PRÁCTICAS DE CADA DÍA.



MAYOR COMPROMISO, MÁS RENDICIÓN DE CUENTAS

G4-2, G4-3, G4-4, G4-7, G4-8, G4-9, G4-18,
G4-21, G4-26, G4-DMA

En el Grupo Financiero Galicia (Grupo) las compañías que lo conforman trabajan bajo una visión de negocios que integra armónicamente la estrategia empresarial, el respeto y los valores éticos, la comunidad y el ambiente. En este marco de acción nos comprometemos con la transparencia en la comunicación de nuestras acciones y el diálogo permanente con nuestros grupos de interés.

Este primer Informe de Sustentabilidad consolidado da cuenta de la gestión de las principales compañías del Grupo: Banco Galicia, Galicia Seguros, Tarjeta Naranja, Tarjeta Nevada y Efectivo Sí. Las mismas fueron seleccionadas por su participación relativa en el volumen del negocio del Grupo.

Con esta renovada visión, el análisis de materialidad se convirtió en un instrumento indispensable para identificar acciones y aspectos relacionados con la gestión de sustentabilidad que son clave para las compañías que lo conforman y sus grupos de interés.

El Informe se elaboró en base a los lineamientos y estándares más reconocidos a nivel internacional: Las directrices del Balance Social de IBASE¹, el estándar AA1000SES² de AccountAbility, la Norma ISO 26000³ de Responsabilidad Social, los 10 principios del Pacto Global y la Guía G4 de Global Reporting Initiative (GRI)⁴ y su Suplemento Financiero. Con relación a esta última herramienta el informe cumple con el criterio “De conformidad” y alcanza la opción esencial (Core).

Como punto destacado de la gestión, se consideraron en el Informe los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, un conjunto integrado de prioridades mundiales para el desarrollo sustentable a 2030, lanzados en la Cumbre de Naciones Unidas de 2015.



1. ibase.br/es

2. accountability.org/aa1000ses

3. Grupo Financiero Galicia reconoce la ISO 26000 como un documento de referencia que proporciona orientación en materia de Responsabilidad Social. [ISO 26000, iso.org/iso/](http://iso.org/iso/)

4. globalreporting.org

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

G4-18, G4-19, G4-21, G4-26, G4-DMA

La selección de los contenidos del Informe surge a partir de la identificación de los aspectos comunes a la estrategia de sustentabilidad de cada una de las compañías y sus respectivos grupos de interés⁵.

Estos aspectos en común conforman los temas estratégicos que gestiona el Grupo a través de sus compañías junto a sus públicos interesados. Resulta necesario tener un entendimiento claro de estos aspectos prioritarios para permitir al Grupo y a sus compañías desarrollar y gestionar su negocio en un marco sustentable que permita un impacto positivo en tres aspectos: Económico, social y ambiental.

Basados en las mejores prácticas y alineados con la metodología sugerida por la Guía GRI G4, el proceso de materialidad se desarrolló en cuatro etapas: Identificación, priorización, validación y revisión.

IDENTIFICACIÓN

La selección de aspectos relevantes fue valorada a partir de documentación específica interna y externa. Allí se incluyen planes estratégicos, memorias financieras, códigos de gobierno societario y normativas, informes de sustentabilidad de años anteriores, estrategias de sustentabilidad, y encuestas a los grupos de interés. Además, se consideró la coyuntura económica, social y ambiental del país.

PRIORIZACIÓN

A partir de la identificación de los temas relevantes para las compañías del Grupo, se definieron los aspectos materiales de acuerdo al análisis realizado por los referentes de las compañías y el grupo operativo de Banco Galicia en diferentes reuniones de trabajo.



REVISIÓN

Finalmente, los contenidos del informe fueron revisados internamente por el Directorio del Grupo y los Gerentes Generales de las diferentes compañías que lo integran, y externamente por la consultora PwC Argentina.

VALIDACIÓN

Se realizaron encuestas a los principales grupos de interés para validar los temas a reportar e incorporar opiniones y expectativas que contribuyeron a fortalecer el análisis de la materialidad.

⁵. Empleados, Clientes Empresas, Clientes Individuos, Proveedores y la Comunidad, representada por Organizaciones de la Sociedad Civil y la prensa.

MATERIALIDAD: TEMAS ESTRATÉGICOS IDENTIFICADOS

G4-DMA, G4-18, G4-19, G4-21, G4-26

Con el análisis de materialidad realizado, se identificó el enfoque estratégico para la gestión sustentable del Grupo. A partir de ahí se identificaron los aspectos de GRI asociados y el indicador a reportar, cumpliendo con los requisitos del criterio de conformidad de la opción esencial (Core) de la Guía G4 de GRI.

Este primer informe es el comienzo de un recorrido donde se identificarán puntos de mejora en la gestión, estableciendo sinergias y prioridades entre las compañías del Grupo con la meta de avanzar articuladamente hacia la opción exhaustiva (Comprehensive).

El siguiente cuadro relaciona los focos estratégicos que fueron priorizados con los aspectos materiales de GRI y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) recientemente presentados públicamente en la cumbre de Naciones Unidas.

Articulación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los ODS definen las prioridades en materia de desarrollo y presentan una oportunidad excepcional para que las empresas implementen procesos, desarrollen productos y capitalicen las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías a favor de los problemas más dramáticos, grandes y urgentes que el mundo enfrenta.

Estas metas desafían al mundo entero a focalizarse en cuestiones que van desde la erradicación de la extrema pobreza a cuestiones vinculadas con el acceso a una educación de calidad, la reducción de las inequidades y el cambio climático.

Por primera vez, para la elaboración de estos principios, se contó con un equipo interdisciplinario e intersectorial. Su definición involucró a representantes de todos los sectores, gobierno, empresa, Sociedad Civil y academia. Del mismo modo que el proceso de formulación fue inclusivo, su éxito depende del involucramiento y la acción de todos los actores.



GRUPOS DE INTERÉS

ACCIONISTAS



CLIENTES



EMPLEADOS



COMUNIDAD



PROVEEDORES



AMBIENTE



DESCRIPCIÓN

FOCOS ESTRATÉGICOS PARA EL GRUPO

ASPECTO MATERIAL DE GRI ASOCIADO

Grupo
Financiero
Galicia

- Consideramos que la actividad económica es fundamental para el crecimiento del Grupo. Cada año presentamos sus resultados y la estrategia de negocios ejecutada en la Memoria y Balance.
- Fortalecemos nuestra presencia en el mercado a través de la contratación local y una relación salarial competitiva, lo cual favorece el desarrollo y bienestar de la comunidad.
- Nos comprometemos a gestionar el riesgo de forma integral, cumpliendo con las normativas establecidas. En materia de prevención de la corrupción desarrollamos mecanismos para garantizar el comportamiento ético en los negocios.

Desempeño económico

Presencia en el mercado

Lucha contra la corrupción

Personas, familias, estudiantes, profesionales, emprendedores, Pymes y grandes empresas, comercios, organismos públicos y privados, y organizaciones sociales.

- Como holding de servicios financieros no llevamos adelante operaciones propias sino que brindamos a través de las compañías subsidiarias productos y servicios financieros para todo tipo de clientes, geografías y sectores económicos.
- Trabajamos para brindar la mejor atención al cliente con programas de gestión de calidad y mecanismos para la administración de quejas y reclamos, así como la elaboración de encuestas de satisfacción.
- La seguridad de la información de los clientes es un aspecto prioritario a la hora de desarrollar la estrategia de negocios. Implementamos las mejores prácticas y estándares relacionados con la privacidad y confidencialidad de la información de nuestros clientes, los productos de banca electrónica y tarjetas de crédito.

Cartera de productos

Información y gestión de productos y servicios.

Salud y seguridad del cliente

Seleccionados sin distinción de raza, color, religión, origen, nacionalidad, edad, sexo o estado civil.

- Reconocemos la importancia de los colaboradores en la concreción de la estrategia de negocios, y nos esforzamos para lograr un excelente clima laboral, el cual se manifiesta en programas de selección, beneficios y resultados de las encuestas de satisfacción.
- Establecemos diferentes canales de escucha y diálogo entre colaboradores y la gerencia para lograr una exitosa comunicación de los valores, políticas y estrategias de negocio.
- Implementamos programas de capacitación y desarrollo de los colaboradores, y evaluamos el desempeño según objetivos y comportamientos esperados para cada puesto de trabajo.
- El respeto por los derechos humanos y laborales es una pieza clave en la relación con nuestros colaboradores, que se expresa a través de la libertad de asociación sindical, la prohibición del trabajo infantil y forzoso, y el respeto por la diversidad de género.

Empleo

Relación entre colaboradores y la dirección.

Capacitación y educación

Libertad de asociación y negociación colectiva, trabajo infantil y trabajo forzoso.

Organizaciones de la Sociedad Civil, beneficiarios de programas sociales, Organismos Internacionales, Organizaciones Públicas, Instituciones Académicas, Organizaciones Empresarias y Medios de Comunicación.

- Buscamos el bienestar y desarrollo de las comunidades a través de la gestión de distintos programas de inversión social con foco en la educación, promoción laboral y salud. El impacto de nuestras acciones se mide en la cantidad de beneficiarios y la participación de colaboradores en iniciativas de voluntariado corporativo.

Desarrollo de comunidades locales

Empresas Pymes y grandes proveedoras de productos y servicios.

- Buscamos integrar las empresas del Grupo en la cadena de valor desarrollando políticas y normativas, y dialogando con los proveedores para incentivar la incorporación de diferentes prácticas sustentables en sus procesos.

Prácticas de adquisición
Evaluación de las prácticas laborales
Evaluación en materia de DDHH

Organismos internacionales y ambientales. Investigadores y academia. Colaboradores, clientes, proveedores y la comunidad.

- Dadas las características de la industria financiera, los materiales más significativos son los insumos de oficina y en especial el papel, por lo que desarrollamos programas destinados a hacer más eficiente su consumo.
- La energía eléctrica es la fuente de energía más importante de todas las empresas del Grupo. Para optimizar su uso y consumo, implementamos diversos programas y planes de infraestructura y mantenimiento.
- Nuestro sistema de gestión ambiental promueve la responsabilidad ambiental en los procesos, productos y servicios que ofrecen las empresas del Grupo a partir de programas de reciclado y concientización, gestión de residuos, optimización de recursos, auditorías y evaluaciones de riesgo indirecto.

Materiales: Papel

Energía

Mitigación del impacto de productos y servicios.

GRUPO FINANCIERO GALICIA

G4-3, G4-4, G4-7, G4-8, G4-9, G4-17, G4-18, G4-19, G4-24, G4-25, G4-56

CINCO COMPAÑÍAS CON UN MISMO VALOR: LA ÉTICA

El 14 de septiembre de 1999 los miembros de las familias Escasany, Ayerza y Braun y la Fundación Banco Galicia, accionistas controlantes del Banco Galicia y de Buenos Aires S.A. conformaron El Grupo Financiero Galicia.

El objetivo del Grupo es exclusivamente financiero y de inversión y su actividad consiste en administrar las participaciones sociales, su patrimonio y recursos. Como holding de servicios financieros, no lleva adelante operaciones propias sino que desarrolla el negocio a través de sus compañías subsidiarias.

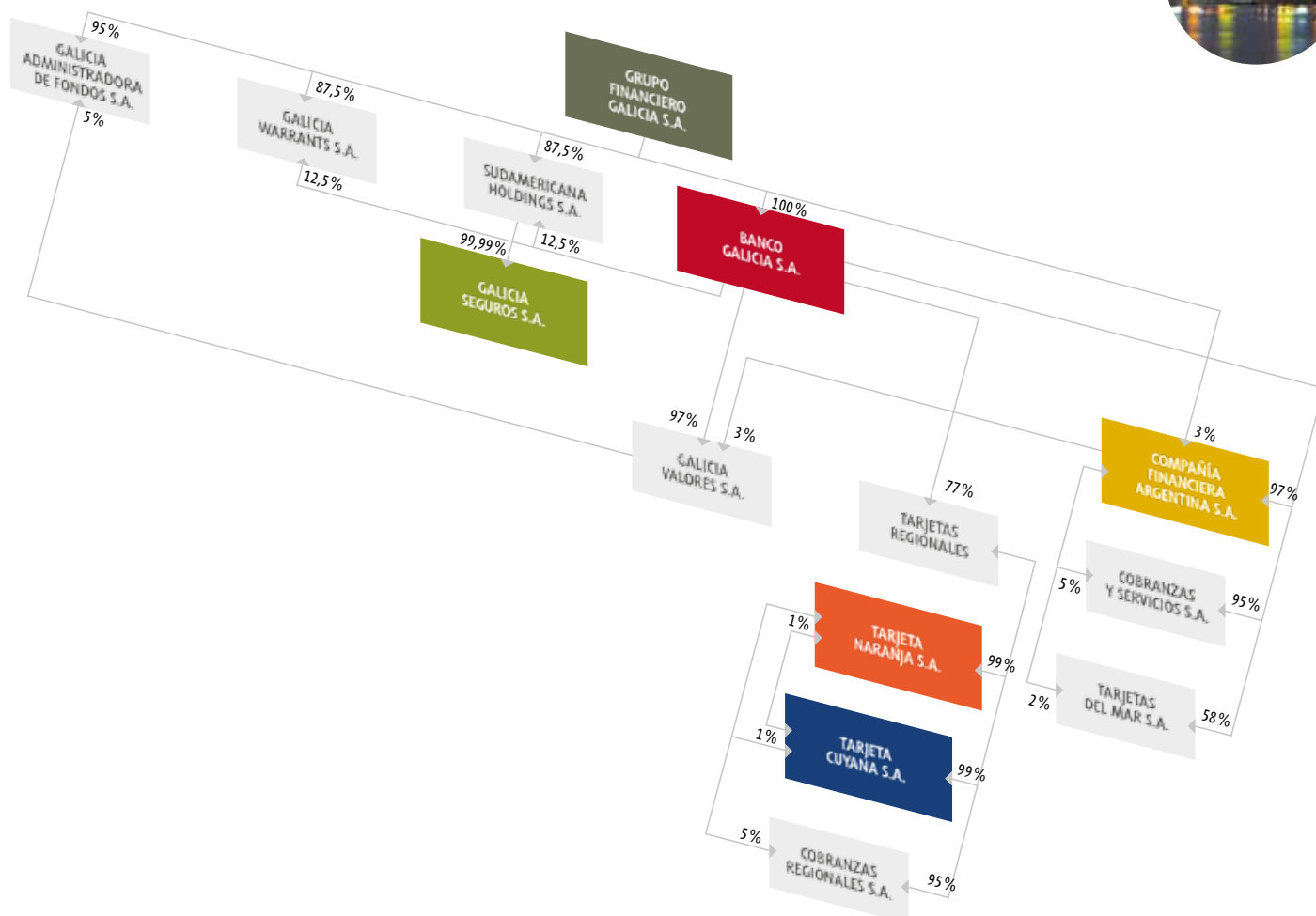
De esta manera brinda servicios financieros a través de Banco Galicia. A su vez, Banco Galicia, por medio de su subsidiaria Tarjetas Regionales, posee participaciones en Tarjeta Naranja y Tarjeta Cuyana, emisora de Tarjeta Nevada. Además, como subsidiaria de Banco Galicia, se encuentra la Compañía Financiera Argentina (CFA), empresa financiera que otorga préstamos personales y cuyo nombre comercial es Efectivo Sí. Finalmente, el Grupo es accionista mayoritario de Galicia Seguros, siendo Banco Galicia su segundo accionista.

El Grupo Financiero Galicia cuenta con un Código de Ética⁶ suscripto por los integrantes de la sociedad, a través del cual se comprometen a desarrollar sus tareas con honestidad, responsabilidad y transparencia.

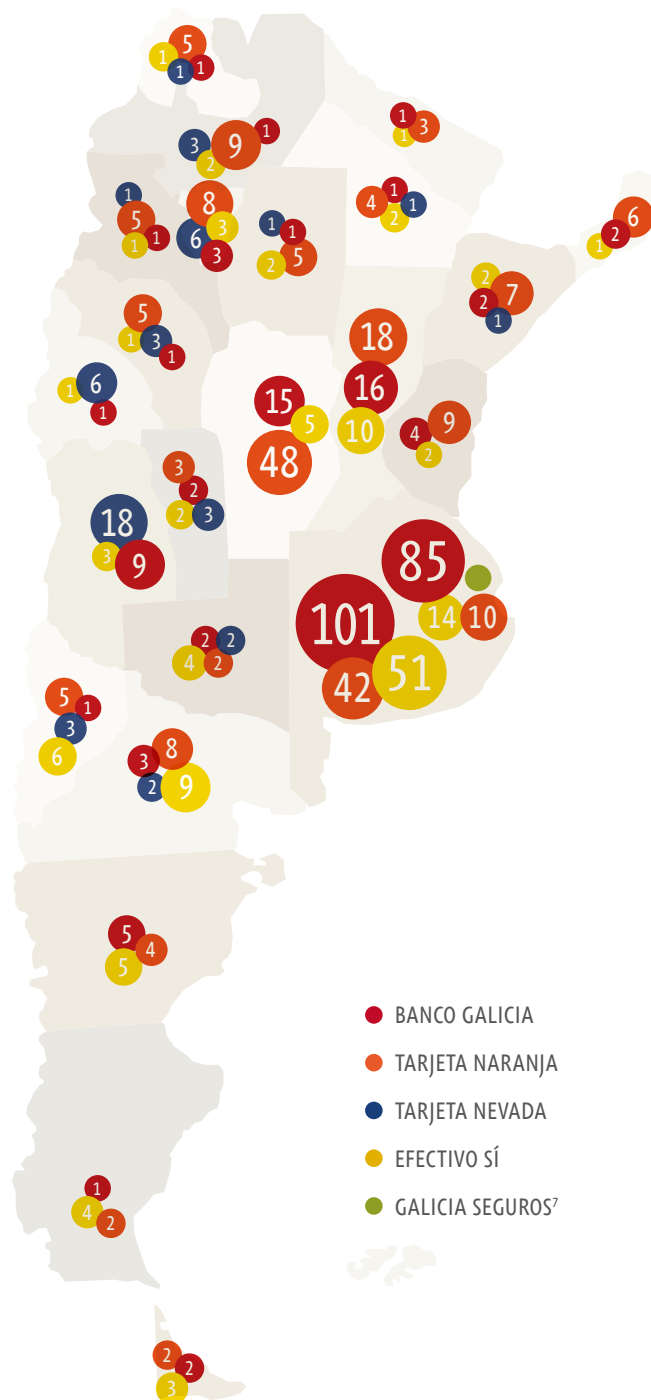
Las compañías que integran el Grupo confían que el éxito depende de la reputación que construyen día a día. Los Principios y Prácticas de Conducta Ética son de adhesión obligatoria por todos los colaboradores y han sido establecidos para fortalecer y realzar el buen nombre del Grupo.

Los seis valores éticos que promueve el Grupo y que complementan los de cada compañía son la responsabilidad, la seguridad, la confidencialidad de la información, el respeto por la ley, la lealtad comercial y la honestidad.

El respeto de los Derechos Humanos se refleja en cada una de sus acciones y está presente en sus valores, y códigos como así también en la adhesión de Banco Galicia al Pacto Global de Naciones Unidas y Principios de Ecuador.



PRESENCIA EN TODO EL PAÍS



GRUPO FINANCIERO GALICIA

UNIDAD

2015

Personal		
Empleados	cantidad	11.993
Inversión en personal ⁸	millones de pesos	4.863
Clientes	cantidad	8.548.541
- Personas	cantidad	8.462.195
- Empresas	cantidad	86.346
Productos y servicios		
Préstamos totales	millones de pesos	98.345
Préstamos al sector privado no financiero ⁹	millones de pesos	97.339
- Personas	millones de pesos	58.267
- Empresas	millones de pesos	13.619
Tarjetas de crédito administradas	cantidad	13.119.619
Participación de mercado ¹⁰		
- Depósitos totales	%	7,44
- Depósitos del sector privado	%	9,41
- Préstamos totales	%	8,89
- Préstamos al sector privado	%	9,60
Plataforma de distribución		
Sucursales, puntos de atención y ventas en la Argentina	cantidad	656
- Capital y GBA	cantidad	267
- Interior	cantidad	389
Canales alternativos ¹¹		
- Cajeros automáticos	cantidad	857
- Terminales de autoservicio	cantidad	857
- Transacciones de e-banking	cantidad	356.054.514
- Transacciones de banca telefónica	cantidad	7.352.363
Impuestos nacionales, provinciales y municipales		
Contribución total propia	millones de pesos	9.219,24
Impuestos por cuenta de terceros	millones de pesos	248.770,02
- Retenciones	millones de pesos	31.968,25
- Recaudaciones	millones de pesos	216.802
Información financiera		
Ingresos operativos netos ¹²	millones de pesos	20.279
Resultado neto del ejercicio	millones de pesos	4.338
Inversión en bienes de uso y otros	millones de pesos	1.907
Capital social	millones de pesos	1.300
Deudas netas (Pasivo)	millones de pesos	147.263
Patrimonio neto	millones de pesos	14.485

6. El Código tiene carácter público y puede ser consultado en gfgsa.com

7. Galicia Seguros tiene su Casa Matriz en Maipú 241, CABA; si bien no cuenta con sucursales propias, dispone de oficiales de atención en los Centros de Banca Empresa de Banco Galicia, de todo el país.

8. Remuneraciones, cargas sociales, servicios de lunch, más beneficios (asistencia médica, uniformes y equipos, capacitación y otros).

9. Incluye residentes en el exterior.

10. Solo Banco de Galicia y Buenos Aires de Argentina. Con base en la información diaria publicada por el Banco Central de la República Argentina.

11. Estos datos corresponden solo para Banco Galicia.

12. Ingresos financieros netos más ingresos por servicios netos. Incluye también el resultado por aforos por operaciones de pase contabilizadas en utilidades diversas.

GRUPO FINANCIERO GALICIA EN NÚMEROS

BANCO GALICIA

29%

DE CRECIMIENTO DE VENTAS
CON TARJETA GALICIA RURAL

16%

DE AHORRO EN CONSUMO
DE PAPEL

1.041

COLABORADORES EN
ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

TARJETA NARANJA

+8

MILLONES DE TARJETAS EMITIDAS

+90.000

COMERCIOS AMIGOS ADHERIDOS

43%

INCREMENTO EN RECAUDACIÓN
A TRAVÉS DE DÉBITO SOLIDARIO

TARJETA NEVADA

768.148

CLIENTES

78,7%

CRECIMIENTO EN LA CANTIDAD
DE VISITAS ONLINE

+26

MILLONES DE TRANSACCIONES
CON TARJETA DE CRÉDITO

GALICIA SEGUROS

95%

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN
DE LOS CLIENTES

+4

MILLONES DE PÓLIZAS VIGENTES

30,64%

DE CRECIMIENTO EN DOTACIÓN
DE COLABORADORES

EFFECTIVO SÍ

341.600

SOLUCIONES FINANCIERAS
PARA CLIENTES

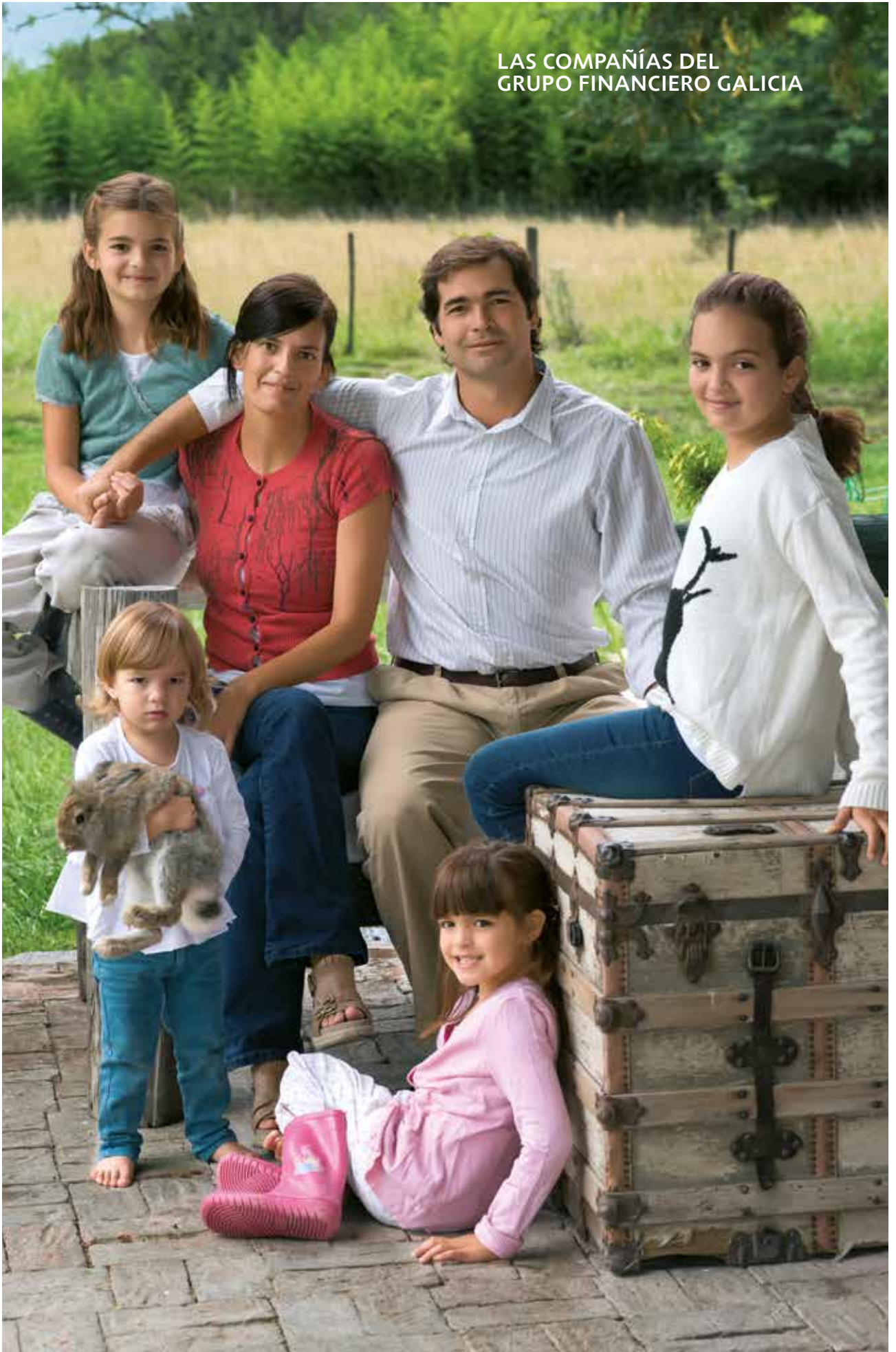
20,75

HORAS PROMEDIO DE
CAPACITACIÓN POR COLABORADOR

60.788

CUENTAS CON SERVICIOS Y
BENEFICIOS PARA JUBILADOS

LAS COMPAÑÍAS DEL
GRUPO FINANCIERO GALICIA





La historia de 110 años de Banco Galicia, tiene una trascendencia social y económica arraigada al desarrollo del país.

Identificado como uno de los principales bancos privados del sistema financiero de la Argentina, su nombre es sinónimo de cercanía e innovación permanente, de experiencia y grandes decisiones.

Una de las claves más importantes está en los vínculos con la comunidad. Colaboradores y clientes fueron sumándose a una trayectoria de gestión y confianza, que permitieron pensar en un Banco sólido, con una decidida política de sustentabilidad.

Galicia está siempre atento a todos los grupos de interés, para abarcar sus necesidades y brindar servicios universales. Por eso, genera alianzas con distintas organizaciones, empresas e instituciones diversas, en la búsqueda de soluciones que logren generar progreso para toda la comunidad, y permita brindar servicios financieros integrales y de excelencia.

Pensar a largo plazo, capacitar a sus colaboradores y escuchar a cada cliente sellan el estilo de este Banco nacional a lo largo de toda su historia.

CON FOCO EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Con el fin de hacer realidad todos estos objetivos, trabaja permanentemente para potenciar la experiencia del cliente, como eje de su política sustentable.

Profundiza el conocimiento de las necesidades financieras, busca rentabilidad para asesorar responsablemente y tiene presente en su mirada, el desarrollo global del país.

Cuatro valores marcan la gestión estratégica de la empresa: El entusiasmo, la innovación, la cercanía y el compromiso, basados en los principios fundamentales de ética y honestidad.

Para Galicia, la Sustentabilidad es un modelo de gestión; y el desafío cotidiano es que atraviese transversalmente toda la gestión del Banco para ser siempre fiel a sus valores y a su trayectoria.





En 1969 David Ruda y Gerardo Asrin, fundan Salto 96, una casa de deportes pionera en Córdoba que dió origen en 1985 a Tarjeta Naranja, hoy la principal emisora de tarjetas de crédito de la Argentina y un referente crediticio para el consumo final en el interior del país. La historia de sus fundadores es la de dos profesores de educación física, que lograron consolidar una compañía de sólida trayectoria y liderazgo, basada en la capacidad de su gente y en una filosofía de trabajo donde la innovación es una premisa insustituible.

En 1995 el Banco Galicia se convirtió en su accionista favoreciendo la expansión hacia todo el país, junto con nuevos planes y servicios financieros para los clientes. Esta confianza en Tarjeta Naranja aceleró y consolidó su crecimiento, hasta alcanzar un liderazgo indiscutido como primer emisor independiente del país, atributo que aún mantiene.

CULTURA NARANJA, FUENTE DE INSPIRACIÓN

Su Visión es ser el emisor líder de tarjetas de crédito de la Argentina, con presencia en todo el país, expandiendo el negocio hacia otros países y brindando servicios financieros orientados al consumo. Estos objetivos solo puede cumplirlos a través de un equipo de colaboradores capaces, alegres y motivados que generen un fuerte vínculo emocional con los clientes.

Asimismo, los valores que inspiran sus acciones son los de una compañía con alegría del trabajo (ser feliz en el puesto de trabajo generando experiencias positivas), de puertas abiertas (siempre dispuestos a escuchar), mejora continua (capacidad de superarse), y pirámide invertida (toda la organización al servicio del cliente).





En 1996 y por iniciativa de Banco Galicia y Angulo Inversora, compañía que era titular de SuperVea, una cadena de supermercados, se funda Tarjeta Nevada. Desde el inicio su objetivo era colocar en el mercado una tarjeta de servicios más que un instrumento de compra y crédito, y que atendiera a la población de la región de Cuyo incluyendo luego al noroeste argentino, y algunas provincias del centro y la Patagonia. En 2004 Banco Galicia y Visa Argentina emitieron la tarjeta Nevada-Visa, ampliando los beneficios para sus clientes y expandiendo la cobertura de comercios a nivel nacional e internacional.

SENTIDO DE PERTENENCIA

Desde los inicios integra a su público creando un fuerte arraigo en la zona de cobertura y un sólido sentido de cercanía con la población. Su Visión es ser una empresa comprometida con la calidad, basada en servicios que cubran las necesidades del mercado regional y de sus clientes, ofreciendo oportunidades de desarrollo profesional a sus colaboradores. Además tiene como objetivo generar valor agregado a sus socios y ayudar a sus Comercios Amigos a tener éxito en el mercado. Con 720 mil tarjetas operativas y 22 millones de transacciones realizadas, su área de influencia son las provincias de Mendoza, San Juan, San Luis, La Rioja, Catamarca, La Pampa, Neuquén, Tucumán, Jujuy, Santiago del Estero, Río Negro y Salta mientras que con Nevada Visa cubre todo el país y el resto del mundo.

Sus atributos diferenciales se basan en la calidez de su gente y la promoción de sus valores: Alegría, respeto y orden en cada una de las tareas que desarrolla.





Su actividad comercial comenzó en 1996 como subsidiaria del Grupo Financiero Galicia. Al comienzo tuvo una orientación hacia los seguros de personas y luego diversificó sus operaciones hasta abarcar también seguros patrimoniales, para comercios y empresas. Actualmente es una de las empresas líderes en seguros de hogar y robo, con más de dos millones y medio de asegurados.

CALIDAD CERTIFICADA

El foco es destacarse por la calidad del servicio y crear vínculos de largo plazo con sus clientes a través del desarrollo de productos y servicios de seguros altamente valorados, obteniendo una rentabilidad adecuada y contribuyendo al desarrollo profesional y personal de los colaboradores de la organización. En gran medida la calidad está definida por la obtención de la certificación ISO 9001 para los procesos de recepción de denuncias, liquidación de siniestros, pago de beneficios, los procesos de cobranzas, la atención de consultas y reclamos recibidos a través de los medios disponibles en el centro de atención al cliente y la suscripción de riesgos patrimoniales y de vida de los seguros. Asimismo, los pilares de la organización son los valores que se transmiten en cada acción de la compañía: Orientación al cliente, adaptación al cambio, profesionalismo, integridad y trabajo en equipo.





Efectivo Sí nació en 1982 como un producto especialmente orientado a satisfacer las necesidades financieras del sector no bancarizado y en 2010 fue adquirida por Banco Galicia. Hoy, con más de 30 años de experiencia logra conectar con un grupo muy amplio de clientes y es una entidad financiera no bancaria líder en el otorgamiento de préstamos personales al consumo. Cuenta con un fuerte desarrollo en los negocios de tarjetas de crédito y débito, seguros y microseguros, cajas de ahorro y depósitos a plazo fijo.

LA FUERZA DE LO SIMPLE

Construyó su reputación con creatividad y flexibilidad. Como entidad financiera tiene el propósito de estar por delante de la dinámica propia del mercado manteniendo esos tres atributos para ser líderes en el rubro. Los valores que impulsan su visión empresarial son el respeto, la responsabilidad, la integridad y la orientación al cliente que se combinan con una actividad que hace simple lo que parece difícil: Prestar dinero.



UN SÓLIDO GOBIERNO CORPORATIVO COMO BASE DE LA GESTIÓN

G4-34, G4-F56

El Directorio de Grupo Financiero Galicia S.A. es el máximo órgano de administración de la sociedad y es el responsable de recibir los planes de negocio de las sociedades controladas para confeccionar un plan de negocios consolidado considerando los objetivos planteados, el contexto y los presupuestos definidos.

Asimismo, el Directorio efectúa controles sobre la aplicación de las políticas de gobierno corporativo en el marco de las regulaciones vigentes, a través de su participación en diferentes Comités.

El Directorio se reúne formalmente 4 veces al mes y en toda otra oportunidad que las circunstancias lo requieren.

DIRECTORIO

EDUARDO J. ESCASANY	PRESIDENTE
PABLO GUTIÉRREZ	VICEPRESIDENTE
ABEL AYERZA	DIRECTOR
FEDERICO BRAUN	DIRECTOR
SILVESTRE VILA MORET	DIRECTOR
ANTONIO R. GARCÉS	DIRECTOR
C. ENRIQUE MARTIN	DIRECTOR
LUIS O. ODDONE	DIRECTOR

LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE GRUPO FINANCIERO GALICIA

Como sociedad holding, el Grupo cuenta con una estructura reducida cuyo principal activo es el control accionario en Banco Galicia.

La dirección estratégica del Banco es la responsable de la toma de decisiones integrales del negocio y su órgano de gobierno está integrado por un Directorio, conformado por Sergio Grinenco como Presidente, que define las políticas económicas, sociales y ambientales; el Gerente General cuya responsabilidad es implementar la estrategia corporativa y tiene participación en los directorios de las empresas subsidiarias y el Comité Ejecutivo integrado por once Gerentes de Área que cumplen los objetivos estratégicos de las compañías.

Con el propósito de fortalecer la orientación del Banco hacia la satisfacción del cliente en 2015 se crea una nueva Gerencia de Área de Experiencia del Cliente con Flavio Dogliolo (ex Gerente de Sucursales) a cargo.

GERENTE GENERAL BGBA
(HASTA ABRIL DE 2016)
DANIEL LLAMBÍAS



GERENTE GENERAL BGBA
(A PARTIR DE ABRIL DE 2016)
FABIÁN KON



PLANEAMIENTO
BRUNO FOLINO



FINANZAS
PABLO LEÓN CASTRO



CONSUMO
MIGUEL PEÑA



GERENTE GENERAL
TARJETAS
REGIONALES



BANCA MAYORISTA
SEBASTIÁN PUJATO



BANCA MINORISTA
GERMÁN GHISONI



SERVICIOS
CORPORATIVOS
INTEGRADOS
GASTÓN BOURDIEU



PRESIDENTE
GALICIA SEGUROS
SEBASTIÁN GUTIÉRREZ



DESARROLLO
ORGANIZACIONAL Y
RECURSOS HUMANOS
RAFAEL BERGÉS



GESTIÓN DEL RIESGO
DIEGO RIVAS



CRÉDITOS
MARCELO PONCINI

GERENTE GENERAL
EFECTIVO SÍ
PABLO CAPUTTO



GERENTE GENERAL
TARJETA NEVADA
PABLO KEMEÇ



DIRECTOR GENERAL
TARJETA NARANJA
JULIÁN BRAVO

RESPECTO POR LAS NORMAS Y REGULACIONES

GRUPO FINANCIERO GALICIA CUMPLE CON LAS REGULACIONES LOCALES APLICABLES Y EN SU CARÁCTER DE SOCIEDAD COTIZANTE EN LOS MERCADOS DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, CON LA LEY SARBANES-OXLEY.

CONFLICTO DE INTERESES

EL COMITÉ DE AUDITORÍA TOMA INTERVENCIÓN EN LOS CASOS DE OPERACIONES EN LAS CUALES EXISTA, O PUEDA EXISTIR, CONFLICTO DE INTERESES SEGÚN LO PREVISTO EN SU REGLAMENTO. ESTE ASPECTO ES TRATADO EN EL CÓDIGO DE ÉTICA.

CAPACITACIÓN

LA CAPACITACIÓN DE LOS DIRECTORES Y GERENTES DEL GRUPO SE REALIZA DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES QUE ANALIZA EL PROPIO DIRECTORIO. PARTICIPAN EN DIFERENTES FOROS Y CONGRESOS ESPECÍFICOS DE LA ACTIVIDAD Y EN ÁMBITOS DE PROMOCIÓN DE LOS PRINCIPIOS DE SUSTENTABILIDAD.

EVALUACIÓN

LA EVALUACIÓN DEL DIRECTORIO LA REALIZAN LOS ACCIONISTAS EN LA ASAMBLEA, CONTANDO ADEMÁS, CON LA OPINIÓN INFORMADA DE LA COMISIÓN FISCALIZADORA. EL DIRECTORIO ES EXHAUSTIVO EN LAS EXPLICACIONES QUE INSCRIBE EN SU MEMORIA Y RESPONDE A TODAS LAS PREGUNTAS QUE SE LE FORMULAN EN EL ACTO ASAMBLEARIO.

SUPERVISIÓN DE LA GESTIÓN

EL DIRECTORIO CUMPLE Estrictamente con la VERIFICACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS, EL CUMPLIMIENTO DEL PRESUPUESTO Y DEL PLAN DE OPERACIONES, ADEMÁS DE SUPERVISAR MENSUALMENTE A LAS GERENCIAS EN TODOS LOS ASPECTOS PREVISTOS POR LAS NORMAS.

REMUNERACIÓN

LA POLÍTICA DE REMUNERACIONES QUE APLICA EL GRUPO CONSISTE EN JERARQUIZAR LOS NIVELES SALARIALES SOBRE LA BASE DE UN SISTEMA DE DESCRIPCIÓN Y EVALUACIÓN DE TAREAS POR FACTORES. SE BUSCA QUE LAS REMUNERACIONES SE ADECUEN A LAS OBSERVADAS EN EL MERCADO LOCAL PARA NEGOCIOS SIMILARES Y FUNCIONES DE SEMEJANTE JERARQUÍA Y RESPONSABILIDAD.

TRANSPARENCIA

A TRAVÉS DE LAS COMPAÑÍAS Y SUS CANALES DE DIÁLOGO, SE GARANTIZA UNA COMUNICACIÓN VERAZ Y COMPLETA CON TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS.

GESTIÓN INTEGRAL DEL RIESGO

G4-14, G4-S04 – ODS 16.5.

El Grupo Financiero Galicia, a través de su Directorio, se compromete a gestionar el riesgo de forma integral, cumpliendo con la totalidad de las normativas establecidas. Desarrolla mecanismos que garantizan el comportamiento ético de los negocios y cuenta con políticas actualizadas y adecuadas a las mejores prácticas en la materia.

El Comité de Auditoría y el Comité de Integridad de la Información supervisan y controlan las informaciones presentadas.

Las tareas relacionadas con la información y el control interno de riesgos de las sociedades controladas, son definidas y ejercidas con criterios de máximo rigor. Banco Galicia cuenta con las Gerencias de Prevención y Control de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo, Gestión del Riesgo y Compliance.

Gerencia de Gestión del Riesgo

A través de esta Gerencia realizamos un monitoreo del cumplimiento de las normas, políticas, regulaciones y códigos en todas sus dimensiones:

Financiero: Para mantener adecuados niveles de liquidez y solvencia.

Operacional: Para minimizar el riesgo de pérdidas resultantes de la falta de adecuación o fallas de los procesos internos, actuación del personal o sistemas, o bien aquellas que sean producto de eventos externos.

Crediticio: Para minimizar el riesgo de incumplimiento total de las obligaciones financieras contraídas por parte de sus clientes o contrapartes.

Reputacional y estratégico: Para generar la máxima confianza y mejor percepción de calidad entre los públicos objetivos.

Ambiental y social: Para la administración en sus decisiones vinculadas a operaciones crediticias alineándose con las mejores prácticas internacionales y con la mejora continua de los procesos de administración de riesgos ambientales y sociales.

Durante el 2015 comenzamos a trabajar en un proyecto que nos permitirá utilizar criterios de rentabilidad ajustada a riesgo en la asignación de capital y recursos a los negocios.

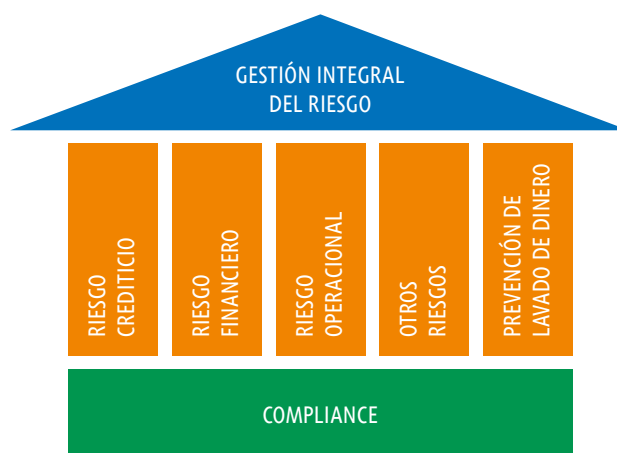
Gerencia de Compliance

G4-14, G4-S04

Desde esta Gerencia se monitorea el cumplimiento de las leyes, regulaciones y políticas internas aplicables al Banco, sus empresas vinculadas y personas físicas, a fin de prevenir sanciones económicas y/o penales y minimizar errores operativos que impacten en los resultados del Banco.

Para ello se trabaja en un Programa que parte del Código de Gobierno Societario y se centra en aspectos fundamentales que apalanca la gestión de Gobierno.

Todos los integrantes de la Gerencia han obtenido la Certificación Internacional en Ética y Compliance otorgada por la Asociación Argentina de Compliance.





Gerencia de Prevención y Control del Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo

G4-PR1

A través de esta Gerencia establecemos políticas, procedimientos y estructuras de control que se corresponden con las características de los diferentes productos que ofrecemos y que permiten monitorear las operaciones, para detectar y, en caso de corresponder, denunciar aquellas prácticas que se consideran inusuales o sospechosas.

Como medida de respaldo a esta gestión del riesgo, Banco Galicia ha designado un Director responsable de este riesgo y ha creado un Comité responsable de planificar, coordinar y velar por el cumplimiento de las políticas establecidas por el Directorio. El principio básico que sustenta la normativa referida a la prevención y control del lavado, se corresponde con la política internacionalmente vigente de “conozca a su cliente” y que sirve de marco para las regulaciones del BCRA.



CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO

	BANCO GALICIA	TARJETA NARANJA	TARJETA NEVADA	GALICIA SEGUROS	EFFECTIVO SÍ
Participantes	1.764	3.575	60	302	1.144
Horas de capacitación	3.459	7.090	240	258	763

CLIENTES

+8

MILLONES
DE CLIENTES

45,5%

DE EXPOSICIÓN
CREDITICIA

1º

EN EMISIÓN
DE TARJETAS



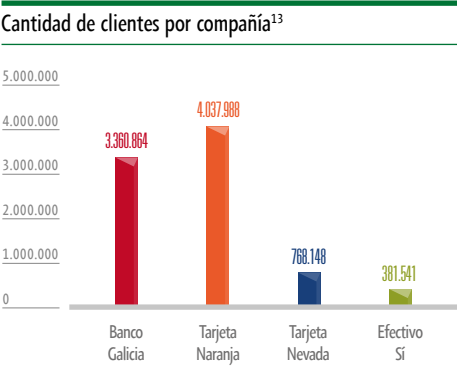
COMPROMISO CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

TRABAJAMOS PARA CONOCER CADA VEZ MEJOR A LOS CLIENTES Y BRINDARLES UNA AMPLIA OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE PUEDAN SATISFACER SUS NECESIDADES. ASPIRAMOS A GENERAR RELACIONES DE LARGO PLAZO CONSTRUYENDO UNA ESTRATEGIA COMERCIAL QUE ACOMPAÑE EL CRECIMIENTO DE JÓVENES, FAMILIAS, PROFESIONALES, EMPRENDEDORES Y EMPRESARIOS.

UNA DE NUESTRAS MAYORES FORTALEZAS ES LA UNIVERSALIDAD EN LA ATENCIÓN. ESTO SIGNIFICA QUE LLEGAMOS A TODOS LOS TIPOS DE CLIENTES CON UNA OFERTA DIFERENCIAL DE SOLUCIONES ACORDES A LOS REQUERIMIENTOS Y EXPECTATIVAS DE CADA UNO.

PERFIL DE NUESTROS CLIENTES

G4-4, G4-8, G4-F56



INDIVIDUOS			EMPRESAS			
BANCO GALICIA			BANCO GALICIA			
RENTAS MASIVAS Personas físicas de rentas medias y bajas que le dan un uso personal a los productos y servicios que ofrece el Banco.			CORPORATIVO Grupos económicos y/o empresas multinacionales y/o nacionales que cotizan en bolsa. Operan en Comercio Exterior y participan activamente en el Mercado de Capitales.			
RENTA ALTA Y BANCA PRIVADA Personas de mayores ingresos que cuentan con un modelo de atención especial, donde se prioriza el contacto directo y personalizado, así como productos y servicios diferenciados.			EMPRESAS Compañías que utilizan productos financieros de corto, mediano y largo plazo, nuestros servicios transaccionales y operan en comercio exterior.			
NEGOCIOS Y PYMES Personas físicas con actividad comercial (Negocios y profesionales) y Pymes.			AGROPECUARIO Personas físicas y jurídicas que se dedican a la producción agropecuaria y/o actividades relacionadas.			
			SECTOR PÚBLICO Entes gubernamentales del ámbito municipal, provincial y nacional. Además presta servicios a través de su área financiera a compañías de seguro, fondos comunes de inversión, entidades financieras y organismos multilaterales.			
PRODUCTOS Y SERVICIOS						
Tarjetas Banco Galicia y Tarjeta Naranja: Visa, Amex, Mastercard. Efectivo Sí: Visa y Mastercard. Tarjeta Nevada: Visa. Tarjeta Naranja, Tarjeta Nevada y La Anónima.	Préstamos Banco Galicia, Efectivo Sí, Tarjeta Naranja, y Tarjeta Nevada.	Seguros Galicia Seguros	Tarjeta Galicia Rural Banco Galicia	Seguros para el patrimonio de empresas y Pymes Galicia Seguros	Financiamiento y Convenios Banco Galicia	Comercio Exterior Banco Galicia
		Inversiones Banco Galicia				
PROMOCIONES Y BENEFICIOS			BENEFICIOS: CAPACITACIÓN A EMPRESAS			
MULTICANALIDAD: ATENCIÓN Y COMUNICACIÓN CON NUESTROS CLIENTES						
GESTIÓN DE LA CALIDAD: MECANISMOS DE RECLAMOS Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						

13. La información refleja los clientes de cada compañía teniendo en cuenta que un mismo cliente puede ser contabilizado en más de una de ellas.

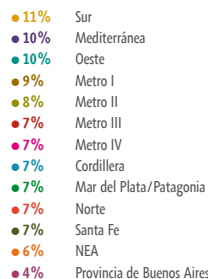




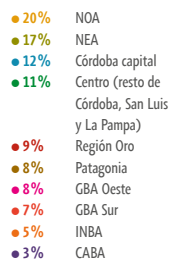
Centro Industrial Juan Manuel Fangio
de Mercedes-Benz Argentina
situada en Virrey del Pino, La Matanza.

Cobertura de negocios por zonas geográficas

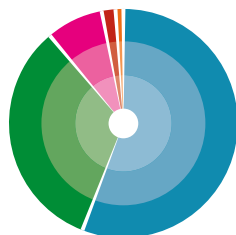
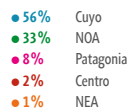
Banco Galicia



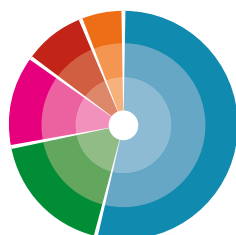
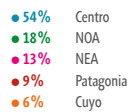
Tarjeta Naranja



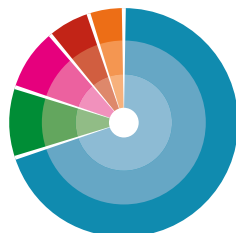
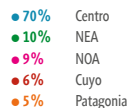
Tarjeta Nevada*



Galicia Seguros*



Efectivo Sí*



* Si bien las compañías no cuentan con una regionalización definida, estos datos fueron agrupados para poder graficar de la siguiente manera:
Región Noroeste: Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero, Catamarca y La Rioja.
Noreste: Formosa, Chaco, Misiones, Corrientes y Entre Ríos. Centro: Córdoba, Santa Fe, La Pampa y Buenos Aires. Cuyo: San Juan, Mendoza y San Luis. Patagonia: Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

INDIVIDUOS

VALORAMOS LA CONFIANZA Y EL VÍNCULO QUE CONSTRUIMOS CON LOS CLIENTES A TRAVÉS DE NUESTRAS COMPAÑÍAS OFRECIENDO PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS DE EXCELENCIA QUE CONTRIBUYEN AL CRECIMIENTO Y BIENESTAR PERSONAL Y DE SUS FAMILIAS.

Banco Galicia cuenta con una estrategia comercial diferenciada por segmentos: Rentas Masivas, Renta Alta y, Negocios y Pymes.

Rentas Masivas

Este segmento está integrado por personas físicas de distintos perfiles, desde jóvenes de rentas medias y bajas, hasta profesionales de ingresos medios altos con un servicio diferencial denominado Galicia Prefer.

Renta Alta

Es un segmento compuesto por personas físicas de mayores ingresos que cuentan con un servicio de atención especial, Éminent y de Banca Privada, para el cual el Banco ofrece una propuesta con productos y servicios diferenciales y atención personalizada.

Servicio Éminent

160.658 CANTIDAD DE CLIENTES

270 CANTIDAD DE OFICIALES ÉMINENT

Galicia Éminent es un servicio orientado a satisfacer las necesidades de los clientes más exigentes con productos especiales y beneficios exclusivos. Este servicio cuenta con oficiales y espacios exclusivos para priorizar el vínculo personalizado y las demandas de cada cliente.

Durante el 2015, el Banco lanzó un nuevo modelo de atención digital bajo el concepto: “Tu Banco más exclusivo está donde vos estás”, que brinda al cliente practicidad y ahorro de tiempo. A su vez permite disminuir el uso de papel y transporte documental.

Negocios y Pymes

G4-FS14

Galicia Negocios y Pymes alienta el crecimiento de comercios, de profesionales y de empresas, a través de una oferta de productos y servicios acorde a su actividad y etapa de desarrollo. Para ello cuenta con oficiales exclusivos para la atención personalizada y especializada en las sucursales. Para potenciar el crecimiento de sus negocios, el Banco les ofrece espacios de relacionamiento como son los “Encuentros de Buenos Negocios” y el sitio < buenosnegocios.com > .

Además, a partir de alianzas con organizaciones e instituciones académicas les ofrece cursos para acompañar el desarrollo de sus proyectos.

Este año se realizaron 6 “Encuentros de Buenos Negocios” en diferentes localidades del país: Mendoza, Rosario, Córdoba, Mar del Plata, CABA y Resistencia; donde 3.477 asistentes presenciaron casos de Pymes exitosas, conferencias y talleres en forma simultánea con temas de gestión empresarial.

BUENOSNEGOCIOS.COM

26.142 USUARIOS

10.860 EMPRESAS REGISTRADAS

PLATAFORMA ONLINE DONDE USUARIOS CLIENTES COMO NO CLIENTES DE BANCO GALICIA PUEDEN INTERCAMBIAR EXPERIENCIAS Y RELACIONES COMERCIALES. ESTE ESPACIO PERMITE ADÉMÁS CAPACITARSE, INFORMARSE SOBRE TENDENCIAS DEL SEGMENTO, ANOTARSE PARA ASISTIR A ENCUENTROS Y OBTENER BENEFICIOS EXCLUSIVOS.



PRODUCTOS Y SERVICIOS

Tarjetas

46% DE CRECIMIENTO EN LA CARTERA DE CRÉDITO DE TARJETAS

A través de nuestras compañías, acompañamos a nuestros clientes financiando el consumo y brindándoles cada día más beneficios haciendo foco en las particularidades regionales. Nuestra oferta de tarjetas integrada por Tarjetas Visa de Tarjeta Naranja, Tarjeta Nevada, Banco Galicia y Efectivo Sí; Tarjetas American Express de Tarjeta Naranja y Banco Galicia; Tarjetas Mastercard de Tarjeta Naranja, Banco Galicia y Efectivo Sí; Tarjetas Naranja Clásica y Oro; Tarjeta Nevada y Tarjeta La Anónima nos posiciona como principal emisor del país consolidando así el liderazgo en este mercado.

El negocio de tarjetas de crédito durante el 2015 mantuvo un elevado crecimiento con un incremento en las compras de más del 46% con respecto al año anterior.

Para responder a las necesidades y expectativas de nuestros clientes en todo el país, diseñamos una oferta que se destaca por su servicio, beneficios y atención de acuerdo a cada perfil de cliente.

En este sentido, acompañamos la independencia financiera de los más jóvenes a través de una oferta innovadora que contribuye con su desarrollo personal y profesional.

- **Tarjeta Move de Banco Galicia:** Es una propuesta pensada para estudiantes universitarios¹⁴ entre 18 y 27 años que incluye una tarjeta de crédito, débito y

acceso al crédito sin necesidad de demostrar ingresos con un modelo de atención virtual.

Para facilitar el consumo de los clientes, **Tarjeta Naranja** incorporó a su sitio de E-commerce, una experiencia de compra ágil y segura con tarjeta de crédito a través de Naranja View. Esta herramienta innovadora permite recorrer de forma virtual el interior de los locales adheridos, convirtiendo a Tienda Naranja en el primer sitio de E-commerce del país.

TARJETAS DE CRÉDITO	2015
Cantidad de clientes	8.548.541
Compras en los comercios en millones de pesos	155.719
Tarjetas titulares emitidas	6.752.526
Tarjetas adicionales emitidas	3.186.844
Transacciones realizadas en millones de pesos	204.154



14. Universidad del Salvador, Universidad Torcuato Di Tella, Universidad de Belgrano, Universidad de Ciencias Empresarias y Sociales (UCES), Universidad Nacional de Tucumán, Universidad de Flores, UBA Medicina y Odontología, y Universidad Nacional del Centro (Tandil).

Préstamos personales

+10.000 MILLONES DE PESOS
OTORGADOS EN PRÉSTAMOS

Basados en una filosofía de mejora continua, ofrecemos préstamos personales acorde a la renta, perfil y necesidad de cada cliente. Durante 2015 **Banco Galicia** continuó profundizando el desarrollo de canales alternativos, especialmente online banking, y obtuvo resultados satisfactorios en Sucursales, Canal Telefónico y Cajeros Automáticos:

- La cartera de préstamos personales creció \$1.100 millones con respecto al 2014.
- El 80 % de los préstamos se otorgaron en forma inmediata dentro de las 24 horas de su solicitud.
- 71 % de crecimiento en monto colocado en préstamos a través de online banking.

Asimismo, en **Efectivo Sí** se implementaron distintas promociones y ofertas especiales por períodos bimestrales o trimestrales con la intención de incentivar la colocación de Préstamos Primarios y Adelantos en Efectivo.

Por otro lado, **Tarjeta Nevada** y **Tarjeta Naranja** ofrecen a sus clientes una línea de préstamos personales con mínimos requisitos por la cual los titulares pueden, en cualquier sucursal, obtener dinero en efectivo y devolverlo en cuotas fijas y en pesos.

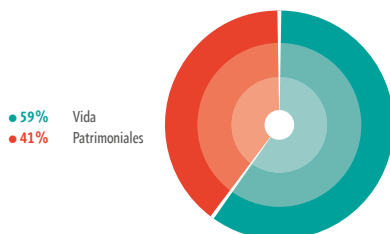
Seguros

4.888.175 PÓLIZAS VIGENTES

A través de **Galicia Seguros** atendemos las demandas del mercado y ofrecemos una amplia variedad de seguros patrimoniales y de vida que protegen los bienes de nuestros clientes y sus familias. En 2015 se incorporaron servicios adicionales, como la cobertura para las mascotas del hogar, una protección para los empleados de casas particulares, seguro de protección tecno portátil, seguro de celulares, la cobertura adicional para bicicletas en el seguro de hogar y un nuevo seguro de desempleo que se comercializa a través de **Efectivo Sí**.

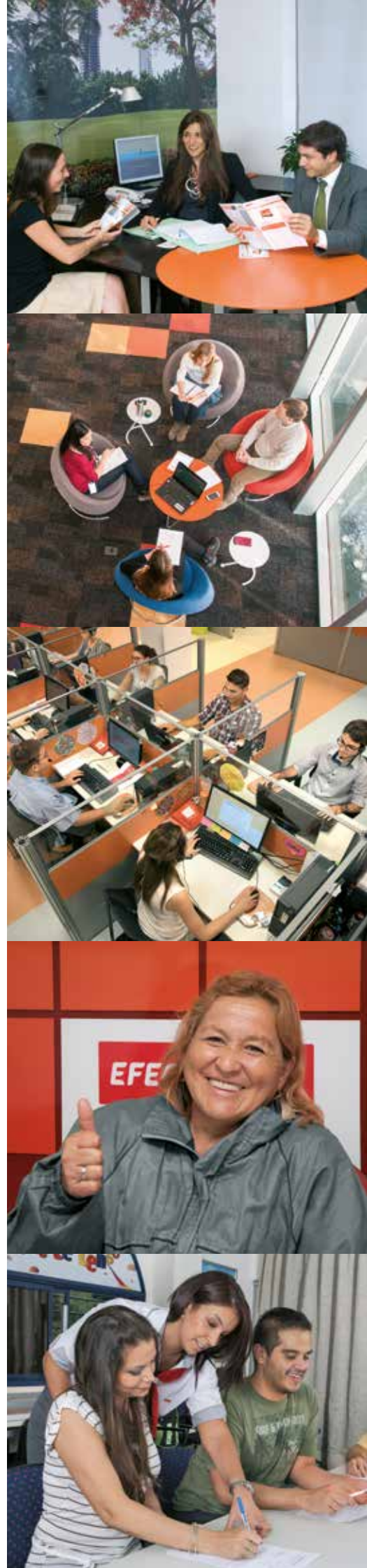
A su vez, tanto **Tarjeta Nevada** como **Tarjeta Naranja** ofrecen en alianza con compañías de primer nivel, el seguro de compra protegida, una solución que cubre los consumos realizados contra robo o accidente.

Distribución por tipo de póliza



Inversiones

En **Banco Galicia** asesoramos en forma integral en todos los productos que se comercializan en Inversiones: Plazos Fijos en pesos y dólares, Títulos y Acciones, Compra-Venta de Moneda Extranjera y Fondos Comunes de Inversión (FIMA); según la necesidad de cada uno de nuestros clientes.



PROMOCIONES Y BENEFICIOS

ESTABLECEMOS ACUERDOS CON DIFERENTES EMPRESAS Y COMERCIOS, OFRECIENDO PROMOCIONES ESPECIALES EN RUBROS CLAVES DE LA ECONOMÍA DOMÉSTICA. ALGUNOS EJEMPLOS SON EL PLAN Z DE TARJETA NARANJA Y NEVAPLAN DE TARJETA NEVADA CON DESCUENTOS EN SUPERMERCADOS Y ESTACIONES DE SERVICIO, Y LOS IMPORTANTES DESCUENTOS EN INDUMENTARIA QUE BRINDA EL PROGRAMA VAMOS LOS JUEVES! DE BANCO GALICIA.

Programa de Beneficios Quiero!

836.180 INSCRIPTOS
ACUMULADOS

339.115 CLIENTES
CANJEADORES

Quiero! El programa universal de beneficios de **Banco Galicia**, permite utilizar los puntos acumulados por operar con los productos del Banco para obtener ahorros según las necesidades y preferencias de consumo. Los clientes disponen de descuentos en más de 400 marcas con ahorros desde el 10% hasta el 40%, que se pueden acumular con otras promociones vigentes como ¡Vamos los Jueves!, Sábados Especiales, entre otras. Además dispone de canjes por productos físicos, entradas de cines y espectáculos.

Durante el 2015 Quiero! propuso nuevos beneficios para todos los clientes. Como primer y gran cambio Quieroviajes se reposicionó ofreciendo una nueva manera de viajar solo con puntos. Existen 16 destinos destacados y hasta el momento 5.000 clientes ya canjearon los puntos por su pasaje.

COMERCIOS AMIGOS¹⁵

134.352 COMERCIOS
ADHERIDOS

TARJETA NARANJA CUENTA CON LOS CLÁSICOS "SMARTES", OFRECIENDO A SUS CLIENTES DESCUENTOS LOS MARTES Y FECHAS ESPECIALES. ADEMÁS LOS CLIENTES CON MÁS DE 10 AÑOS DE TITULARIDAD DISPONEN DE UN DESCUENTO ADICIONAL.

LA CAMPAÑA LUNES DE SHOPPING DE TARJETA NEVADA OFRECE DESCUENTOS Y CUOTAS SIN INTERÉS.

Programa "Entre Amigas" y Campaña "Calor Naranja"

"Entre Amigas": **Tarjeta Nevada** ofrece beneficios y promociones exclusivas para las mujeres especialmente en fechas importantes.

"Calor Naranja": **Tarjeta Naranja** ofrece promociones y descuentos en más de 2.000 hoteles restaurantes y espacios de entretenimiento.

EDUCACIÓN FINANCIERA

ESTE AÑO, EFECTIVO SÍ COMENZÓ A IMPLEMENTAR UN PROGRAMA PILOTO DE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA PROMOVER UNA CULTURA BANCARIA EN LOS ADULTOS MAYORES. OPTIMIZANDO LA ESPERA DE LOS JUBILADOS EN LOS CENTROS DE PAGO, SE OFRECEN ACTIVIDADES LÚDICAS Y EDUCATIVAS QUE BRINDAN INFORMACIÓN SOBRE EL USO ADECUADO DE TARJETAS DE DÉBITO Y CRÉDITO.

A SU VEZ TARJETA NEVADA EN 2015 ORGANIZÓ JORNADAS DE CAPACITACIÓN FINANCIERA PARA CLIENTES, DONDE COLABORADORES DE LA COMPAÑÍA TRANSMITIERON VOLUNTARIAMENTE SUS CONOCIMIENTOS PROFESIONALES Y/O TÉCNICOS, GENERANDO VALOR COMPARTIDO PARA TODOS.

15. Los Comercios Amigos son considerados por Tarjetas Naranja y Nevada como parte del Grupo de Interés Clientes.

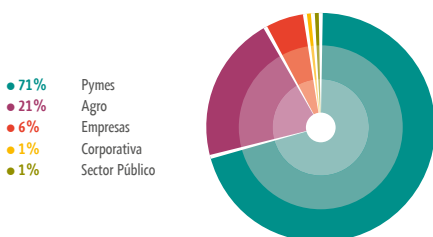
EMPRESA

Banco Galicia acompaña el crecimiento de más de 86.346 empresas consolidando su modelo de atención a través de tres instancias:

- Se identifican las necesidades de cada segmento y se define la estrategia de respuesta y una propuesta de valor.
- Se desarrolla la oferta de productos y servicios acordes a la estrategia definida.
- Se definen los planes de negocio que en la práctica implementan los Centros de Banca Empresas.

Durante el 2015, el Banco lanzó nuevas Gerencias de Segmento Agro y Empresas que desarrollan este modelo de atención implementado a través de los oficiales especializados que se encuentran en los 21 centros de banca empresas distribuidos en todo el país.

Cientes Empresa por segmento



Segmento Corporativo

Este segmento de clientes está comprendido por personas jurídicas que facturan más de \$1.000 millones, y actualmente contamos con 1.000 clientes aproximadamente en todo el territorio nacional.

Entre los productos que ofrece el Banco se encuentran: Préstamos a corto, mediano y largo plazo, descuentos de cheques, facturas, financiamiento, servicio de comercio exterior, tarjetas comerciales y servicio de tesorería integral de clientes. Además los clientes cuentan con una plataforma digital para las transacciones financieras y de comercio exterior.

Actualmente, Banco Galicia es líder en la organización y colocación de bonos corporativos y fideicomisos financieros.

Segmento Empresas

Este segmento está comprendido por 4.600 compañías clientes de todo el país, que facturan entre \$100 y \$1.000 millones, de cualquier actividad excepto agropecuaria.

Los productos que utiliza este segmento son similares a los ofrecidos al segmento corporativo y entre los más valorados destacamos: La operatoria de la banca electrónica, pago de haberes, depósitos, inversiones, pago a proveedores, tarjeta de crédito, préstamos, cobranzas y comercio exterior.

Sector Público

Los clientes de este segmento lo conforman entes gubernamentales, municipales y provinciales que demandan servicios y productos a medida especialmente electrónicos para contribuir con el desarrollo comunal creando un nexo entre el estado y la comunidad.



Segmento Agro

G4-16

+ 7.700 MILLONES DE PESOS EN
VOLUMEN DE VENTAS CON TGR

10.152 COMERCIOS ADHERIDOS
A TGR

Banco Galicia acompaña el desarrollo del sector rural, a través de una amplia oferta de productos y servicios a medida para clientes con actividad comercial dedicada a la producción agropecuaria.

El producto específico para ellos es la Tarjeta Galicia Rural (TGR), diseñada para la compra y financiación de insumos, semillas, agroquímicos, combustible, hacienda, maquinaria y servicios para el campo, cubriendo ampliamente su ciclo productivo agrícola o ganadero.

Los principales beneficios que valoran los clientes son la adecuación del pago mínimo a su ciclo productivo, las tasas y plazos preferenciales en sus compras a través de acuerdos especiales y la extensa red de comercios adheridos.

CONVENIOS

A través de diferentes convenios, capacitaciones y gestiones comerciales, se brinda apoyo a organizaciones agropecuarias y beneficios a sus socios ayudando al fomento de la actividad que desempeñan.

Convenio con AACREA: Durante el 2015 se siguió enriqueciendo el acuerdo a través del apoyo a iniciativas de formación:

- Se realizaron aportes para sostener el desarrollo de los programas Líderes y Educra, cuyos objetivos son fortalecer el entramado social y promover la integración de jóvenes a la educación superior respectivamente.
- Se auspició el Congreso Nacional de Asesores y además se trabajó conjuntamente con los asesores en las mesas de trabajo.
- Se acompañó a 8 congresos Regionales que incluyeron a 10 zonas CREA con participación como auspiciantes y en forma activa por integrantes del Banco.

Convenio con AAPRESID: El Banco realizó aportes para el programa Aula Aapresid cuyo objetivo principal es difundir un modelo de producción agropecuaria sustentable basado en la correcta aplicación del sistema de Siembra Directa y las Buenas Prácticas Agrícolas, así también como en la aplicación de la biotecnología.

Convenio con Fundación Producir Conservando: El Banco como socio fundador de esta Fundación apoya la difusión de técnicas sustentables para la producción.

Convenio con CRA (Confederación Rural Argentina): A través de este convenio está en contacto con más de 240 Sociedades Rurales locales y entidades representativas del sector. Además de realizar aportes económicos, el Banco realiza capacitaciones, gestiones comerciales y charlas sobre coyuntura económica, que ayudan al desarrollo y fomento para la actividades que desarrollan estas instituciones en la sociedad civil.

Convenio con SRA (Sociedad Rural Argentina): El convenio cumplió 10 años y a través del mismo, se brindan beneficios tanto a sus socios como a la institución para continuar desarrollando actividades en pos del desarrollo del sector agropecuario.

BUENAS PRÁCTICAS AGROPECUARIAS

EL BANCO DESARROLLÓ JUNTO A REFERENTES DE LA INDUSTRIA AGROPECUARIA UN DECÁLOGO DE "PRÁCTICAS AGROPECUARIAS SUSTENTABLES" CON EL FIN DE PROMOVER UN SISTEMA DE PRODUCCIÓN SUSTENTABLE A LO LARGO DE LA CADENA AGROINDUSTRIAL, HACIENDO FOCO EN LA GENERACIÓN DE CONCIENCIA SOBRE EL MANEJO DEL SUELO, LA GESTIÓN DEL AGUA, LA APLICACIÓN DE FERTILIZANTES Y FITOSANITARIOS, LA ACTIVIDAD GANADERA Y SIEMBRA DIRECTA, ENTRE OTRAS. ADEMÁS APOYÓ EL "PROYECTO AMBIENTE" DE AACREA, A TRAVÉS DE DISTINTAS INICIATIVAS RELACIONADAS CON ESTA TEMÁTICA.





PRODUCTOS Y SERVICIOS

Seguros patrimoniales para empresas y Pymes

A través de **Galicia Seguros** ofrecemos seguros de todo riesgo operativo, transporte de mercaderías, flotas de autos y maquinarias, cauciones, amparo a directores y altos ejecutivos de empresas frente a reclamos y altos ejecutivos de empresas frente a reclamos de ex empleados, accionistas, órganos de control o de terceros. Además, brindamos seguros de cobertura integral de incendios, robo, responsabilidad civil y programa completo de seguros agrícolas.

Financiamiento a empresas

Banco Galicia busca acompañar el crecimiento de sus empresas clientes con diferentes líneas de financiación para proyectos de inversión destinados a cada uno de sus segmentos. Durante 2015 se colocaron \$11.000.000.000 de pesos en línea productiva, registrando un crecimiento del 121 % con respecto a lo colocado durante el año 2014.

EMPRESAS POR TIPO DE ACTIVIDAD	2015
Agricultura y ganadería	11.341
Comercio	8.721
Construcción	1.034
Industria manufacturera	12.997
Servicios	6.261
Pesca, forestación y minería	1.956
Sector público y financiero	851
Préstamos totales	43.161

Acuerdo de Financiación con el Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)

Financia proyectos de innovación tecnológica correspondientes a las empresas del sector manufacturero/industrial cuya facturación no exceda los 250 millones de dólares.

Programas de Crédito entre el Banco Interamericano de Desarrollo y las Provincias

Desde 2007 ofrecemos a nuestros clientes Pymes de todos los sectores económicos distintas líneas de crédito del BID para financiar el desarrollo de proyectos de inversión de largo plazo.

Línea BICE (Banco de Inversión y Comercio Exterior) - Galicia

Línea de crédito destinada a financiar la adquisición de bienes de capital o proyectos de inversión con impacto social a mediano y largo plazo.

Programa de Financiamiento Calidad San Juan (Línea Verde)

Crédito pensado para sistemas de riego por goteo, teniendo en cuenta la "sustentabilidad" de cada actividad.

Programa de economías regionales (PROCER)

Financiamiento a clientes Pyme dedicados a la producción primaria, fabricación de insumos y equipamiento, realización de mejoras en infraestructura, logística y provisión de servicios complementarios.

Línea con el Instituto Nacional de la Yerba Mate (INYM)

Línea de créditos en pesos a tasa fija, subsidiada por el INYM para asistir financieramente a los molinos yerbateros en la compra y venta de materia prima (yerba mate).



Comercio Exterior

Con el fin de mejorar la experiencia de los clientes que requieran el servicio de Comercio Exterior, **Banco Galicia** incorporó un conjunto de mejoras a lo largo de 2015:

- Sumó la especialización de los oficiales de comercio exterior, implementó herramientas de actualización, como video conferencia quincenal, foro de consultas vía e-mail; biblioteca y sharepoint comex y cursos de capacitación presencial en las escuelas de Oficiales de Empresas y Gerentes.
- Ajustó el modelo de atención con el objetivo de modificar los tiempos de liquidación de las operaciones y orientar el servicio a las necesidades específicas de cada segmento.
- Actualizó la plataforma electrónica, incorporando todas las Declaraciones Juradas anticipadas de AFIP y Excepciones, que permiten brindar una herramienta ágil, rápida y segura.

CAPACITACIÓN A EMPRESAS

En **Banco Galicia** se brindan capacitaciones a empresas en temáticas que contribuyen a la mejora de sus negocios y generan nuevas oportunidades con conocimientos técnicos y estrategias innovadoras de gestión empresarial. Junto con la Universidad Austral el Banco acompaña el Proyecto de Agronegocios que fomenta la investigación en la temática. Además continúa apoyando las capacitaciones que se desarrollan en el Centro de Estudios e Investigación para la Dirigencia Agroindustrial (CEIDA) para los cuadros directivos a la cadena agroindustrial. Por otra parte, el Banco contribuye con el Instituto Vasco Argentino de Formación Tecnológica para promover la capacitación a operarios, técnicos y profesionales.

En materia de Comercio Exterior el Banco ofrece seminarios de normativa cambiaria en diferentes plazas del país, donde asisten clientes de todos los segmentos permitiéndolos estar más cerca y brindar asesoramiento personalizado.

A través de la Plataforma Electrónica, Office Banking, el Banco pone a disposición videos tutoriales para fomentar la capacitación de los clientes en el uso de esta herramienta.

MULTICANALIDAD

Canales de comunicación y atención

NUESTRA PRIORIDAD ES MANTENER UN DIÁLOGO Y COMUNICACIÓN PERMANENTE CON NUESTROS CLIENTES, Y PARA ELLO CONTAMOS CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO PRINCIPAL ALIADO. SU MASIVIDAD E IMPORTANCIA SON PROTAGONISTAS DE UN AMBIENTE MULTICANAL EN EL CUAL CONVIVEN INSTANCIAS PRESENCIALES Y ONLINE, PARA ATENDER Y COMUNICAR DE MANERA PERSONALIZADA.

Cada una de las compañías del Grupo desarrolla distintos medios para informar a cada segmento de clientes acerca de las novedades del negocio, y responder a consultas e inquietudes particulares. Durante 2015 seguimos incorporando nuevos recursos, más beneficios y tecnología innovadora.

En **Banco Galicia** se implementó RTD (Real Time Decision), una herramienta disponible

para online banking que ayuda a conocer mejor a los clientes y permite llegar con una comunicación precisa en el momento justo gracias a información diaria y a un análisis en tiempo real de lo que hacen otros consumidores con un perfil similar.

Nuestra fuerte presencia en redes sociales es un espacio clave de conversación con los clientes para brindarles un servicio de calidad con calidez.



1.003.555 SEGUIDORES DE
FACEBOOK/BANCOGALICIA
25.760 SEGUIDORES DE
FACEBOOK/BANCOGALICIASUSTENTABLE
12.914 SEGUIDORES DE
FACEBOOK.COM/GALICIASEGUROS
1.484.329 SEGUIDORES DE
FACEBOOK.COM/TARJETANARANJA.SITIOOFICIAL
266.174 SEGUIDORES DE
FACEBOOK.COM/TARJETANEVADA.SITIOOFICIAL
82.202 SEGUIDORES DE
FACEBOOK.COM/EFFECTIVOSI



89.927 SEGUIDORES
EN @BANCOGALICIA
4.472 SEGUIDORES
EN @GALICIARSC
26.289 SEGUIDORES
EN @GALICIARESPONDE
128.659 SEGUIDORES
EN @TARJETANARANJA
2.234 SEGUIDORES
EN @TARJETA_NEVADA



7.524 SUSCRITORES EN YOUTUBE.COM/BANCOGALICIA
2.681.729 REPRODUCCIONES.
44 SUSCRITORES EN YOUTUBE.COM/VOSYEFFECTIVOSI
6.000 SUSCRITORES EN YOUTUBE.COM/TARJETANARANJA
254 SUSCRITORES EN YOUTUBE.COM/TARJETANEVADA



164.297 SEGUIDORES EN GOOGLE
PLUS DE BANCO GALICIA
87 SEGUIDORES EN GOOGLE PLUS
DE TARJETA NARANJA



38.928 SEGUIDORES
EN LINKEDIN EN BANCO GALICIA
13.697 SEGUIDORES
EN LINKEDIN EN TARJETA NARANJA
753 SEGUIDORES
EN LINKEDIN EN TARJETA NEVADA



20.305 SEGUIDORES EN
INSTAGRAM.COM/TARJETANARANJA

Además de la atención personalizada en cada sucursal de las compañías del Grupo, nuestros principales canales de atención son líneas gratuitas de atención telefónica, y e-mail de cada compañía, atendidos por los Centro de Contacto con el Cliente. En las distintas páginas corporativas mostramos tips de seguridad, videos tutoriales, información de nuestros productos, y respondemos preguntas online.

Banco Digital

A nivel global y local la tendencia hacia la digitalización hicieron que el **Banco Galicia** profundice su estrategia en el ámbito Digital. Es por ello que en el 2015 se creó la Gerencia Departamental de Digital cuya misión es posicionar al Banco como el mejor banco digital de la Argentina, guiando a la compañía hacia una dinámica que permita competir en esta dimensión con un enfoque 100% orientado al cliente.

En el Banco Galicia aproximadamente el 90% de las interacciones de los clientes se realizan a través de dispositivos digitales, principalmente a través del online banking y office banking. Estos canales se complementa con la aplicación móvil.

Naranja online

Este canal brinda diferentes funcionalidades que permite la autogestión de los clientes en relación a solicitudes de tarjetas, generación de pin y suscripción de resumen de cuenta digital entre otras.

Este año tuvo un crecimiento del 83% en cantidad de visitas, llegando a 2,2 millones de usuarios activos.



Una publicación para toda la familia

Buscamos estar cerca de nuestros clientes manteniendo una comunicación estrecha y amigable a través de diferentes canales. De esta manera, nuestras compañías **Tarjeta Naranja**, **Tarjeta Nevada** y **Efectivo Sí** desarrollan una publicación mensual que los clientes pueden adquirir mediante una suscripción para recibirla en su domicilio.

A través de estas revistas no solo se promocionan los productos y servicios de cada compañía sino también se publicitan las promociones y descuentos vigentes. Además contienen temas relacionados a la actualidad.

El contenido de las publicaciones es seleccionado en función de los gustos del público con notas sobre salud, deporte, noticias, moda, decoración, autos, cocina, entrevistas, y entretenimientos entre otros.

Este medio constituye otro canal para que los clientes puedan enviar sugerencias, opiniones y consultas.

La revista **Convivimos de Tarjeta Naranja** tiene alcance nacional, y se destaca por ser moderna, actual y diferente, pensada para los clientes y toda la familia. Con más de 630.000 ejemplares mensuales que circulan en 6.000 localidades argentinas, se consolida como líder entre las publicaciones por suscripción del país.

La revista **Cima de Tarjeta Nevada** refleja la actividad cultural y social de cada provincia donde llega. Con más de 180 números editados, alcanza un promedio de 423.000 hogares y más de 1,4 millones de lectores.

La revista **Ahora más de Efectivo Sí** es una revista de interés general destinada a la familia, con contenidos dinámicos y sesiones de entretenimiento para todas las edades. A un año y medio de su lanzamiento hoy editamos 40.000 ejemplares al mes.

GESTIÓN DE LA CALIDAD

G4-26, G4-27, G4-PR5

TRABAJAMOS PARA TENER UN CONOCIMIENTO PROFUNDO DE LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES Y ASÍ PODER BRINDARLES SOLUCIONES FOCALIZÁNDONOS EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN Y LA CERCANÍA.

Satisfacción de los clientes

La satisfacción de los clientes es clave para la gestión de nuestros negocios y trabajamos en mejorar la experiencia del cliente a través del desarrollo de programas de mejora continua, certificaciones y mecanismos para la resolución de quejas y reclamos. Además monitoreamos estos procesos a través de encuestas de satisfacción.

Como parte de la estrategia planteada para los próximos cinco años, durante el 2015 en **Banco Galicia** se creó la Gerencia de Experiencia del Cliente con el propósito de brindar un servicio que combine la mejor experiencia digital con una atención personalizada y asesoramiento profesional de excelencia. Para ello, se comenzó a trabajar en función a cuatro desafíos:

- Construir junto a todas las áreas del Banco una cultura orientada al cliente.
- Liderar los proyectos prioritarios y transversales para mejorar la Experiencia del Cliente.
- Diseñar y gestionar un sistema de mejora continua sólido e integral con metodologías NPS, LEAN e Innovación.
- Liderar el ciclo de aprendizaje para que se compartan mejores prácticas.



Gerencia de Experiencia del Cliente:
José Borrajo, Flavio Dogliolo, Santiago Lacasia,
Ariel González y Agustín Aráoz.

En este sentido, **Banco Galicia**, **Galicia Seguros** y **Tarjeta Naranja** utilizan la metodología Net Promoter Score (NPS), una herramienta que permite escuchar las opiniones de todos los clientes, entender sus necesidades y poder actuar rápidamente para generar soluciones.

RESULTADOS DE NPS EN LAS COMPAÑÍAS

2015	BANCO GALICIA	GALICIA SEGUROS	TARJETA NARANJA
NPS	27%	37%	68%

Para complementar este proceso **Tarjeta Naranja** aplica otra herramienta de medición, “La voz del cliente” que le permite identificar las expectativas y necesidades de los clientes para mejorar su experiencia. Durante el año, escuchamos a 6.129 clientes obteniendo un índice de satisfacción del 68%.

Asimismo, **Banco Galicia** realizó un estudio de mercado donde resultó ser el Banco más recomendado en 7 de los 8 segmentos de clientes evaluados.

Además, **Galicia Seguros** fortaleció este proceso con el desarrollo de 3.400 encuestas de satisfacción efectiva, divididas en objetivos por productos lo que representó aproximadamente 300 encuestas por segmento.

MÉTRICAS

	2015
Nivel de servicio: Llamadas entrantes que se responden antes de un plazo específico	70,35%
Tasa de abandono: Llamadas abandonadas	10,08%
Average Speed of Answer (ASA): Minutos promedio de espera del cliente en ser atendido	29 seg.
Satisfacción de clientes	94%

Por su parte, **Tarjeta Nevada** aún no implementa la herramienta NPS pero confecciona mensualmente una encuesta de satisfacción a 1.000 clientes cuyos resultados obtenidos en el 2015 fueron:

- 50% calidad en el servicio
- 50% confiabilidad en colocación de productos





Metodología Lean para la mejora de procesos

G4-26, G4-27, G4-PR5

La metodología Lean busca satisfacer las necesidades de los clientes optimizando los procesos claves y poniendo en práctica un sistema de mejora continua con una gestión a través de indicadores.

Banco Galicia implementa esta metodología desde el 2011, mejorando los procesos en distintos sectores, contribuyendo por un lado con la experiencia del cliente y por el otro con la mejora del clima, compromiso y sinergia entre los colaboradores.

Durante el 2015, se implementó el modelo Lean en las siguientes áreas del Banco: Unidad Antilavado, Organización y Sistemas; y Compras y Contrataciones. Se lanzaron los pilotos en la Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos y en el Proceso de Financiera, con el objetivo de continuar ampliando el alcance de esta metodología. Para ello, los equipos de

las distintas áreas intervinientes trabajaron sobre la experiencia del cliente con los servicios que ofrece el banco, la comunicación y la calidad a través de cursos online y talleres presenciales.

Tarjeta Naranja incorporó la metodología Lean en 2013. Este año, trabajó fuertemente en Comercios Amigos, cuyo principal objetivo fue mejorar la cobertura de servicio y la eficiencia. Entre las mejoras implementadas se destacan una nueva segmentación de comercios, un nuevo modelo de atención y la disponibilidad de otras herramientas para la gestión eficiente de promotores y conductores.

Tarjeta Nevada al igual que **Galicia Seguros** comenzaron a trabajar bajo la metodología Lean a partir del 2015 para los procesos de pedidos y reclamos y de originación.



ACCESIBILIDAD EN SUCURSALES¹⁶

G4-FS14 – ODS 1.4., 8.10., 10.2.

Cuidamos la seguridad física de cada cliente que visita nuestra red de sucursales, entendiendo a la accesibilidad como el derecho a todas las personas a entrar, circular y permanecer en nuestros espacios de atención con comodidad, seguridad y autonomía.

Nos comprometemos a brindar instalaciones adecuadas que permitan transitar a todas las personas con movilidad reducida, ya sea porque están en silla de ruedas, usan muletas, o son ancianos, embarazadas, mujeres con coche o niños en brazos, y niños pequeños.

TARJETA NARANJA Y TARJETA NEVADA DISPONEN DE DOCUMENTACIÓN Y RESÚMENES DE TARJETA EN BRAILLE.

CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD	BANCO GALICIA	TARJETA NARANJA	TARJETA NEVADA	EFFECTIVO SÍ
Sucursales acondicionadas con rampas	251	142	30	11
Porcentaje de sucursales acondicionadas con rampas sobre el total de sucursales	96% ¹⁷	87%	59% ¹⁷	12%
Sucursales acondicionadas con ascensores y elevadores para discapacitados	53	1 ¹⁷	No aplica	1
Porcentaje de sucursales acondicionadas con ascensores y elevadores para discapacitados sobre el total de sucursales	20%	0,61% ¹⁸	No aplica	1%
Sucursales acondicionadas con baños especiales	146	80	7	19
Porcentaje de sucursales acondicionadas con baños especiales sobre el total de sucursales	56%	49%	14%	20%

16. Galicia Seguros no se incluye en el cuadro de accesibilidad por no contar con sucursales propias.

17. El resto de las sucursales no necesita rampa por encontrarse el acceso principal al nivel del suelo.

18. Solo cuando lo requiere y cuenta con el servicio (local del subte).

SEGURIDAD DEL CLIENTE

G4-PR1, G4-DMA

La protección de la información personal de los clientes es un aspecto prioritario, el cual garantizamos a través de la implementación de distintas políticas, herramientas y procesos en todas las compañías del Grupo, con foco en:

- Controles permanentes para la identificación temprana de riesgos reales o potenciales.
- Capacitación a los colaboradores.
- Autenticación de los accesos para prevenir la fuga de Información.

En nuestra gestión 2015, destacamos:

- Alineación a la norma 27001 de seguridad de la información en **Galicia Seguros**, **Tarjeta Nevada** y **Tarjeta Naranja**.
- Adhesión de **Tarjeta Naranja** a la Normativa BS ISO/IEC 27005 de “Gestión de Riesgos en Seguridad de la Información”, que incluye la implementación de un “Plan de Concientización en Seguridad” haciendo foco en las nuevas modalidades utilizadas por el ciber crimen.
- **Efectivo Sí** lleva adelante un Plan anual de Capacitación a fin de concientizar a todos los colaboradores en la necesidad de seguir buenas prácticas de seguridad. En

“Aula Efectiva” realizó un curso de capacitación y concientización sobre los principios de seguridad de la información.

- **Banco Galicia** adhiere al Código de Prácticas Bancarias para afianzar los derechos del usuario de servicios y productos financieros, y al Código de ética y autorregulación publicitaria (CONARP) con el fin de promover una comunicación responsable hacia sus clientes.

Respecto a la seguridad en sucursales, trabajamos respetando la regulación vigente que incluye vigilancia, servicios de ambulancia, controles de higiene, simulacros de evacuación y mecanismos de prevención de incendios en todos nuestros puntos de atención a clientes.

PLAN DE SISMOS DE TARJETA NEVADA

DADO QUE TARJETA NEVADA OPERA PRINCIPALMENTE EN ZONA SÍSMICA, EL COMITÉ DE SEGURIDAD E HIGIENE CUENTA CON UN PROCESO DE EMERGENCIA ESPECIAL, EN EL CUAL UN GRUPO DESIGNADO DE COLABORADORES ENTRENADOS COORDINAN LA SECUENCIA DE ACTIVIDADES PARA LA CORRECTA EVACUACIÓN DE LAS SUCURSALES.

ASPECTOS LEGALES: MULTAS Y RECLAMOS

G4-PR1, G4-PR2, G4-PR4

Durante el 2015 no se registraron denuncias ante el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación¹⁹. Además, no se recibió ninguna solicitud de análisis sobre mensajes publicitarios de Banco Galicia en el Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONARP).

Ante la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, **Banco Galicia** recibió 220 denuncias en la Ciudad de Buenos Aires y 853 en el interior del país, **Tarjeta Naranja** 1.391 y **Tarjeta Nevada** 278. Las denuncias y reclamos están relacionados con la operatoria de desconocimientos de cargos, contratación de seguros y otorgamiento de tarjetas preembozadas.

Galicia Seguros registró 29 incidentes relacionados con la tecnología de la información.

¹⁹ Ninguna de las compañías del Grupo ha tenido conocimiento de reclamos formales ante el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación en relación con las temáticas de violencia laboral, discriminación y derechos humanos.



Mampara de seguridad en Banco Galicia, Sucursal 391 - Cañuelas.

COLABORADORES

33,75

HORAS DE
CAPACITACIÓN
PROMEDIO POR
COLABORADOR

11.993

COLABORADORES

3

COMPAÑÍAS
EN TOP 10
DE GPTW



COMPROMISO CON EL CRECIMIENTO

EN GRUPO FINANCIERO GALICIA RECONOCEMOS LA IMPORTANCIA DE LOS COLABORADORES EN EL ÉXITO DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS. A TRAVÉS DE LOS PROGRAMAS DE BENEFICIOS, OPORTUNIDADES DE FORMACIÓN Y DE CRECIMIENTO PROFESIONAL NOS ESFORZAMOS PARA LOGRAR UN EXCELENTE CLIMA LABORAL, EL CUAL SE MANIFIESTA EN LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN.

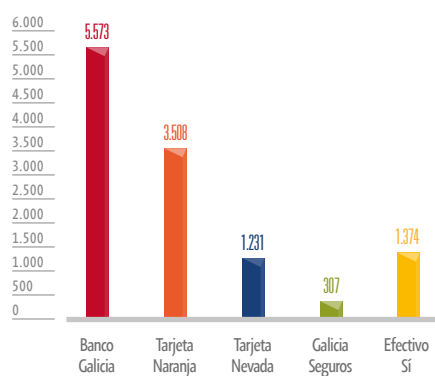




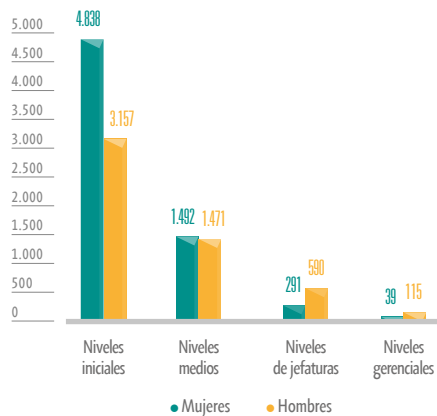
EL PERFIL DE NUESTROS COLABORADORES

G4-10, G4-LA1

Distribución de colaboradores por compañía



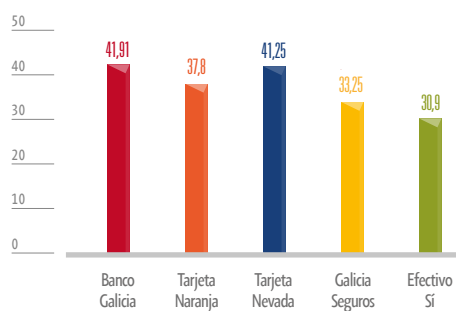
Distribución de colaboradores por género y cargo



TASA DE ROTACIÓN⁹⁹

	GRUPO FINANCIERO GALICIA
Menores de 30	21%
Entre 31 y 50	7%
Mayores de 50	6%
Oficinas centrales	10%
Puntos de atención al cliente (sucursales, minibranches, otros)	14%
Rotación total promedio	12%

Edad promedio de colaboradores por compañía



GESTIÓN DEL CLIMA LABORAL

G4-26, G4-27

Cada año a través de la consultora global Great Place to Work (GPTW), conocemos la opinión -de manera anónima- de nuestros colaboradores sobre clima laboral. La metodología de GPTW mide y evalúa a las empresas en 5 dimensiones: Credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería. Según este modelo, cada uno de los líderes de las mejores compañías para trabajar establece un vínculo de confianza con el colaborador que define el éxito de la organización. Para garantizar la proyección en el tiempo de esta práctica se definen políticas e iniciativas que dan sustento a este vínculo y que se definen dentro del modelo conceptual llamado Giftwork²¹.

Resultados GPTW 2015

4º PUESTO	BANCO GALICIA (+1.000 EMPLEADOS)
5º PUESTO	TARJETA NARANJA (+1.000 EMPLEADOS)
7º PUESTO	GALICIA SEGUROS (DE 251 A 1.000 EMPLEADOS)

Somos el único grupo empresario de la Argentina que logró incluir tres empresas en el ranking de las 10 primeras compañías del listado Great Place to Work. Es un logro sin antecedentes en nuestro país en materia de gestión de políticas hacia los colaboradores.

En **Tarjeta Nevada** la encuesta de clima interno la efectuamos cada dos años. La última edición fue realizada en 2014, donde obtuvimos el puesto N°16 para empresas de más de 1.000 colaboradores.

TARJETA NARANJA INAUGURA CASA NARANJA

LA NUEVA SEDE CORPORATIVA EN CÓRDOBA REÚNE A 700 COLABORADORES EN UN MISMO ESPACIO Y GENERA UNA EXPERIENCIA DE TRABAJO DIFERENTE, SINÓNIMO DE UNIÓN Y COMPAÑERISMO. EL EDIFICIO TIENE 18.800 M² QUE SE INTEGRAN -A TRAVÉS DE SUS ESPACIOS DE USO COMÚN- CON OTROS INMUEBLES DE TARJETA NARANJA EN LA MISMA MANZANA, CONVIRTIÉNDOSE EN UN GRAN COMPLEJO QUE ALBERGA A 1.400 COLABORADORES.

20. Metodología de cálculo utilizada corresponde al promedio de ingresos y egresos del año sobre la dotación final del período del Informe.

21. El modelo Giftwork recorre las 9 áreas claves para construir y sostener un excelente ámbito de trabajo: Seleccionar y dar la bienvenida, inspirar, hablar, escuchar, agradecer, desarrollar, cuidar, celebrar y compartir.



SELECCIONAR Y DAR LA BIENVENIDA

G4-DMA, G4-LA1 – ODS 5.1., 8.5., 8.6.



Procesos de selección

En las compañías del Grupo los mecanismos de reclutamiento y selección son claros y transparentes y se basan en el repeto por la diversidad. Como política general de empleo damos preferencia a la contratación local, y a la movilidad interna de los colaboradores que cumplan los requisitos de cada búsqueda.

En el caso de las contrataciones externas, además de las tradicionales entrevistas realizamos evaluaciones psicotécnicas que permiten detectar los perfiles que mejor se adaptan a las competencias requeridas y a la cultura de cada compañía.

Para las posiciones de Liderazgo, **Banco Galicia**, **Galicia Seguros**, y **Tarjeta Naranja** evalúan exhaustivamente las competencias de conducción y otras habilidades necesarias para la posición.

RECONOCEMOS CUÁLES SON LAS PRÁCTICAS QUE PERMITEN UNA COMUNICACIÓN ABIERTA Y FLUIDA ENTRE LOS COLABORADORES Y SUS JEFES, LA CAPACIDAD DE LOS LÍDERES PARA COORDINAR Y DELEGAR TAREAS Y SU HABILIDAD PARA TRANSMITIR CON INTEGRIDAD LA VISIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Pasos: Seleccionar y dar la bienvenida e inspirar

Mecanismos de búsqueda 2.0

Las redes sociales y su penetración en el mercado laboral se convirtieron en un medio prioritario para la comunicación de las búsquedas de personal que realizan las compañías del Grupo. Es por esto que junto con las páginas corporativas y otros sitios de internet, incorporamos Facebook, Twitter y LinkedIn para la difusión masiva de las búsquedas de nuevos talentos.

Otros canales que utilizamos para compartir las oportunidades con los futuros postulantes son:

- Sitios de empleos como por ejemplo www.postularse.com o www.trabajando.com



- Carteleras de Universidades (**Efectivo Sí**).
- Ferias de empleos presenciales y virtuales en universidades para público joven (**Banco Galicia**).
- Recomendaciones de nuestros colaboradores (amigos, familiares no directos o conocidos).

EL PROCESO DE BÚSQUEDA EN TARJETA NEVADA SE BASA EN PRIMERA INSTANCIA EN REFERENCIAS DE SUS COLABORADORES, PROVEEDORES Y CLIENTES. COMO TÉCNICA INNOVADORA SE INVITA A LOS POSTULANTES A REALIZAR UN VIDEO PARA PRESENTARSE Y EXPLICAR POR QUÉ ELIGIERON A LA COMPAÑÍA.



Búsquedas internas

481 BÚSQUEDAS PUBLICADAS

3.010 COLABORADORES POSTULADOS

19,34% DE MOVILIDAD INTERNA²²



Banco Galicia publica todas las posiciones disponibles y los requisitos que debe reunir el postulante en el portal Oportunidades Galicia y, de esta manera, brinda la posibilidad de desarrollo de carrera y movilidad interna y entre las compañías del Grupo Financiero Galicia.

En caso de que no se registren postulantes espontáneos, se realizan búsquedas direccionadas en donde se invita puntualmente a aquellos colaboradores que cumple con el perfil deseado a que se postulen. En esta instancia, a su vez se comparten las búsquedas con **Galicia Seguros** y **Efectivo Sí** con el fin de que también puedan presentar candidatos. En el caso que no se encuentren candidatos ajustados al perfil, se avanza con la búsqueda externa.

Esta misma rotación aplica a nuestra comunidad de líderes, a fin de ocupar posiciones gerenciales en cualquiera de las empresas vinculadas, lo cual permite asegurar la trazabilidad de las mejores prácticas.

LAS BÚSQUEDAS INTERNAS EN TARJETA NARANJA SE LLEVAN A CABO A TRAVÉS DE CONCURSOS ABIERTOS A TODA LA ORGANIZACIÓN. AQUELLOS CANDIDATOS QUE CUMPLEN CON LOS REQUISITOS DE LA BÚSQUEDA, DEBEN REALIZAR DISTINTAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN GRUPAL DE RESOLUCIÓN DE CASOS, REALIZACIÓN Y EXPOSICIÓN DE TRABAJOS Y EVALUACIÓN PSICOTÉCNICA CUYOS RESULTADOS SON ANALIZADOS POR RRHH Y EL ÁREA QUE TIENE LA VACANTE.

UNA VEZ DEFINIDO EL CANDIDATO, SE HACEN LAS DEVOLUCIONES CORRESPONDIENTES Y SE COMUNICA OFICIALMENTE LA PERSONA QUE FUE SELECCIONADA. DE ESTA MANERA, TODOS LOS COLABORADORES CUENTAN CON LAS MISMAS POSIBILIDADES DE HACER CARRERA.

INICIATIVAS DE INCLUSIÓN LABORAL

CON EL COMPROMISO DE BRINDAR IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO PROMUEVEN INICIATIVAS DE INCLUSIÓN LABORAL.

BANCO GALICIA Y TARJETA NARANJA OFRECEN OPORTUNIDADES CONCRETAS DE INSERCIÓN LABORAL A PERSONAS CON DISCAPACIDAD. PARA LLEVAR ADELANTE ESTA INICIATIVA, EL BANCO REALIZA ALIANZAS CON ORGANIZACIONES ESPECIALISTAS, QUE ACOMPAÑAN A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN LA FORMACIÓN DE HABILIDADES Y COMPETENCIAS QUE FACILITEN SU INSERCIÓN EN EL MERCADO DE TRABAJO.

TANTO BANCO GALICIA COMO TARJETA NARANJA COMPARTEN ESPACIOS DE INTERCAMBIO DONDE SE PROMUEVE LA INCLUSIÓN LABORAL, COMO ES EL CLUB DE EMPRESAS COMPROMETIDAS (CEC).



INSPIRAR

56 LÍDERES DE INNOVACIÓN

Para las compañías del Grupo, la figura de líder es considerada la fuente principal de inspiración para los colaboradores. En este sentido, es que se implementan programas especializados para el desarrollo de las habilidades de conducción y para acompañar a los líderes en su misión de motivar a sus equipos para que den lo mejor de sí.

En Banco Galicia contamos con líderes e impulsores de innovación que a través de espacios exclusivos trabajan en generar soluciones diferentes e innovadoras a los problemas que se plantean logrando agregar valor a la estrategia de negocio.

²² Este porcentaje corresponde solo a Banco Galicia.



MEDIMOS LAS PRÁCTICAS DE RECONOCIMIENTO Y APOYO DE LA ORGANIZACIÓN AL DESARROLLO DE LOS COLABORADORES, CÓMO SE SIENTEN RESPETADOS CUANDO SE LOS PARTICIPA EN LAS DECISIONES RELEVANTES Y DE QUÉ MANERA SE LOS CUIDA COMO INDIVIDUOS MANTENIENDO UN EQUILIBRIO ENTRE SU VIDA LABORAL Y PERSONAL.

Pasos: Hablar, Escuchar, Desarrollar y Cuidar



HABLAR: La comunicación con los colaboradores

519

COLABORADORES PARTICIPARON DE LOS ENCUENTROS PRESENCIALES

Cada compañía del Grupo cuenta con diferentes vías de comunicación mediante las cuales se comparte información con los colaboradores, persiguiendo un objetivo común: Generar un espacio para transmitir novedades, escuchar y responder inquietudes.

Para ello, se disponen de canales online como newsletters e intranet, instancias presenciales donde interactúan los equipos con sus líderes y comunicaciones impresas que llegan a todos los colaboradores del país.

Canales de diálogo destacados en nuestra gestión 2015

- Banco al Día TV es una innovadora herramienta de comunicación audiovisual de **Banco Galicia** para transmitir el mensaje del gerente general acerca de los temas más relevantes de la compañía de una forma clara y cercana. En 2015, sumamos a este canal la sinergia con distintas empresas del Grupo Financiero Galicia. La primera experiencia fue con Galicia Seguros, al realizar una edición de Banco al Día TV en su casa central, que luego fue publicada en su Intranet.
- Líder al Día: Teniendo en cuenta la necesidad de reducir la cantidad de mails que los gerentes de sucursal reciben y, a su vez, con el objetivo de acercarles información clave para puedan compartir con sus equipos, Red al Día consolida en un solo mail semanal los temas más importantes del negocio y de RRHH.
- Red Naranja: Es una intranet de **Tarjeta Naranja** que conecta a colaboradores de todo el país y permite intercambiar buenas prácticas y agilizar las comunicaciones.
- Red Naranja Móvil: Es una herramienta para que todos los colaboradores puedan acceder al sitio desde su Smartphone o Tablet.
- **Galicia Seguros** realizó un focus group con los colaboradores para escuchar sus opiniones, y en consecuencia se implementaron nuevas funcionalidades en la intranet corporativa.
- Equipo al día: Se trata de una parada semanal de 10 minutos cara a cara que promueve **Efectivo Sí** para que los colaboradores reciban la misma información de sus líderes de forma dinámica y cercana. Además se realizan desayunos con la gerencia general para conocer las acciones que se están desarrollando en la empresa y plantear en forma directa los temas de interés.





ESCUCHAR

Procedimientos de denuncias anónimas para empleados

G4-56

Banco Galicia dispone de un canal para que todos sus colaboradores puedan realizar denuncias anónimas sobre cualquier situación anormal o incumplimiento de normas de conducta establecidas en el Código de Ética que se produzcan dentro del ámbito laboral, ya sean cuestiones relacionadas con el negocio, las personas y/o las empresas vinculadas con el Banco. Este canal tiene acceso restringido y reservado, y pertenece al Gerente de Relaciones Laborales. Durante 2015 no se tomó conocimiento, ni se recibió denuncia alguna.



DESARROLLAR

G4-LA10, G4-DMA – ODS 5.1, 8.5

Con la convicción de que el crecimiento individual de los colaboradores potencia el resultado de nuestros negocios y alimenta el sentido de pertenencia, promovemos diferentes programas de capacitación que cubren las necesidades identificadas, e implementamos procesos de evaluación que buscan la mejora continua.

Evaluación de rendimiento y desempeño

G4-LA11

90% DE COLABORADORES
EVALUADOS

Las compañías del Grupo, cuentan con procesos de evaluación de rendimiento y desempeño a través de los cuales, se analizan las responsabilidades y objetivos asignados durante el período de un año, a la vez que se acuerdan acciones de mejora entre el colaborador y su líder.

Este proceso se desarrolla en tres etapas: La primera es de fijación de objetivos y competencias, la segunda, de revisión semestral y la tercera, de evaluación anual. En cada etapa, los colaboradores cuentan con una instancia presencial de feedback con sus líderes y realizan la aprobación a través de medios electrónicos.

EVALUACIÓN DEMOCRÁTICA EN TARJETA NARANJA

A PARTIR DE ESTA HERRAMIENTA LOS COLABORADORES EVALÚAN A SUS JEFES DIRECTOS CONTRIBUYENDO A FORTALECER SU ROL DE LÍDER.

Nuevo modelo de competencias en Banco Galicia

Durante el 2015, se diseñó un nuevo modelo de competencias alineadas a la estrategia y cultura Galicia. El modelo busca simplificar el proceso de asignación y comprensión de las mismas, apuntar a un alto rendimiento a través de competencias más desafiantes, y acompañar el comportamiento de los colaboradores para apalancar la nueva estrategia del negocio.

Para ello se realizaron con los líderes diferentes encuentros de capacitación para acompañar el proceso de implementación de este nuevo modelo.

386 LÍDERES CAPACITADOS



PERSONAL	Quiero movimiento! 	Comprometido con mi desarrollo 	Con espíritu emprendedor 	Elijo hacerlo bien
NEGOCIO	Busco hacerlo distinto 	Pasión por el cliente 	Con estilo Galicia 	
LIDERAZGO	Liderando personas 	Liderando el negocio 		
RELACIONAL	Decidido a conversar 	Construyendo con los otros 		

Capacitación y Desarrollo

G4-LA9, G4-LA10 – ODS 4.3., 4.4., 4.5., 5.1., 8.5.

Buscamos acompañar el crecimiento profesional y el desarrollo de las capacidades para el ejercicio del puesto de los colaboradores con diferentes herramientas de formación presencial y virtual. Cada compañía evalúa y coordina sus propios planes de capacitación anual alineados bajo los mismos ejes: Inducción a la compañía para los nuevos integrantes, desarrollo de competencias técnicas necesarias para el puesto, y formación de líderes.

DIMENSIÓN	EMPRESA	PROGRAMA	CANTIDAD DE PARTICIPACIONES	HORAS DE CAPACITACIÓN
NUEVOS INTEGRANTES	Compañías del Grupo Financiero Galicia	Jornadas de Inducción	1.317 ²³	22.841
DESARROLLO DE COMPETENCIAS TÉCNICAS	Banco Galicia	Escuelas de Sucursales	1.192 ²⁴	77.201 ²⁴
		Escuelas de áreas centrales	7.120 ²⁴	42.516 ²⁴
		Programa de idiomas	2.054	20.643
		Cursos externos	504	7.776
		Proyectos e iniciativas especiales	28.263	45.621
		Capacitación en sustentabilidad	1.077	1.655
	Tarjeta Naranja	Capacitaciones para el desarrollo de competencias técnicas (incluye capacitaciones por puesto, planes de desarrollo y programas de formación de futuros líderes y capacitaciones de comunicación y técnicas de expresión, taller de herramientas office, gestión de conflictos y gestión financiera y organizacional).	7.641	45.100
	Galicia Seguros	Capacitaciones online y presenciales en comunicación, finanzas y calidad de atención, entre otros.	182	2.382
	Efectivo Sí	Talleres de negociación, administración del tiempo, comunicación eficaz, feedback y selección de personal. Plan anual de capacitación en seguridad informática y de la información.	105	916
	Tarjeta Nevada	Formación en habilidades blandas, entre las que se destacan calidad de atención, LEAN, morosidad y vínculos efectivos.	747	2.984
FORMACIÓN DE LÍDERES	Banco Galicia	Escuela de liderazgo y management	2.859	23.534
		Escuela de desarrollo profesional	908	12.164
		Programas de integración	219	1.872
		Programas de becas para posgrados y maestrías	776	23.816
	Tarjeta Naranja	Coaching, programas de formación externa, evaluaciones de potencial, programa de formación de facilitadores creativos y programa de liderazgo co-participativo.	662	5.296
	Galicia Seguros	Gestión de proyectos, cursos de liderazgo y negociación.	134	1.964
	Efectivo Sí	Taller de liderazgo	81	3.240
	Tarjeta Nevada	Coaching y Programa mandos medios	127	4.196

23. Participantes.

24. Áreas centrales y sucursales: Comercial + Operativo - Presencial y a distancia.

Programas de Talento de Banco Galicia

G4-LA10

El Banco acompaña con capacitación en cada momento de la carrera laboral de los colaboradores. Los programas Jóvenes Profesionales, Futuro Galicia, Talento Galicia y Desarrollar T, persiguen el objetivo de desarrollar competencias claves, incorporar herramientas de autoconocimiento y lograr una visión integral del negocio bancario.

Programa de Liderazgo Co-participativo

A través de esta iniciativa **Tarjeta Naranja** busca generar espacios de reflexión para intercambiar perspectivas sobre el modelo de liderazgo en la compañía. Además promueve nuevos estilos de conversación y de desarrollo como “facilitadores” para co-crear respuestas junto a sus equipos y a los desafíos de la compañía.

Desarrollo Gerencial

La comunidad de líderes está formada por la alta gerencia de las compañías del Grupo Financiero Galicia, que participa de espacios exclusivos de integración, intercambio y capacitación con el objetivo de fortalecer el equipo gerencial en sus habilidades de liderazgo. Buscamos impulsar en ellos la pasión por brindar el mejor servicio al cliente, desarrollarlos, mejorar su rendimiento y alinearlos a la estrategia del negocio.



1 Entretenimiento, Cultura y Deporte

2 Salud

G4-LA2 – ODS 8.5



CUIDAR: Programas de Beneficios

G4-EC2, G4-LA2 – ODS 8.5., 13.1.

Construimos una relación de confianza con nuestros equipos de trabajo reconociendo su esfuerzo a través de un esquema de beneficios atractivo orientado a garantizar una mejor calidad de vida. Las propuestas que ofrecemos son consistentes con las necesidades e intereses de cada compañía, y se articulan sobre cuatro categorías:



Ofrecemos descuentos especiales en espectáculos, gimnasios y comercios, y organizamos distintas actividades de esparcimiento y torneos deportivos que contribuyen a la integración de los colaboradores.

BENEFICIARIOS +BIP 2015

Actividad	Participantes
Nuestros hijos visitan el Banco	212
Funciones privadas de teatro	271
Torneos de fútbol	1.579
Torneos de rugby	21
Torneo de tenis y squash	86
Actividades (teatro, cocina, baile, coro, running team)	18
After office en todo el país	29

240 ENTRADAS A RECITALES, EVENTOS Y PARTIDOS DE FÚTBOL SORTEADOS POR TARJETA NARANJA

Organizamos la semana de la salud con una agenda de actividades y charlas para concientizar sobre hábitos saludables, e implementamos campañas de nutrición, vacunación y donación voluntaria de sangre. Superando a la cobertura de la obra social, Tarjeta Nevada pone a disposición ayuda profesional psicológica de manera ética y confidencial.

BENEFICIARIOS +SALUD 2015

Actividad	Participantes
Semana de la Salud:	
- Consultas médicas	1.193
- Masajes y reflexología	1.681
- Diversas actividades	496
Cursos de primeros auxilios y RCP	268
Donación voluntaria de sangre	54
Campaña de vacunación	588
Espacio +Salud (Promedio mensual de consultas)	1.003

LA CAMPAÑA DE VACUNACIÓN ANTIGRIPIAL TAMBIÉN ALCANZÓ A 1.589 COLABORADORES EN TARJETA NARANJA Y 136 COLABORADORES EN GALICIA SEGUROS.



3 Futuro

G4-EC2, G4-EC3, G4-LA2 – ODS 8.5.



Disponemos de un paquete de beneficios que impactan en el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores. Consiste en apoyos educativos, bonificaciones en distintos seguros individuales y productos bancarios como préstamos hipotecarios y personales a tasa preferencial, y tarjetas de crédito bonificadas. La Fundación Banco Galicia dispone de programas de becas de grado para sus colaboradores. **Efectivo Sí** y **Tarjeta Nevada** cuentan además con un programa que ofrece desde el área de Recursos Humanos, la gestión de los trámites ante Anses.

PRÉSTAMOS PARA EMPLEADOS LIQUIDADOS EN 2015

Tipo de préstamos	Cantidad de préstamos	Monto total en pesos
Personal	1.548	121.475.530
Hipotecario	96	49.738.148
Leasing	1	344.699,74
Total préstamos	1.645	171.558.377,92

1.322 COLABORADORES DE TARJETA NARANJA RECIBIERON ASesoramiento IMPOSITIVO

TARJETA NARANJA OFRECE EL iPACK DE HORAS DE ESTUDIO!, HORAS EXTRAS PARA QUIENES ESTÉN TERMINANDO SU CARRERA DE GRADO O POSGRADO.

4 Bienestar

G4-EC2, G4-LA4 – ODS 8.8.

Ofrecemos diferentes iniciativas para mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores como por ejemplo clases de yoga y sesiones de masajes. Además se promueven jornadas de trabajo flexibles para ocasiones especiales. También contamos con la entrega de kits escolares y presentes en fechas destacadas. Además brindamos beneficios para acompañar la maternidad antes y después del nacimiento a través de jornadas laborales reducidas, retorno gradual al trabajo, lactario y hora adicional de lactancia entre ellos.

Tarjeta Nevada tiene un convenio con OSDE para brindar la leche sin cargo a todos los bebés durante su primer año de vida.

BENEFICIARIOS +BIENESTAR 2015

Actividad	Participantes
Kits de lactancia entregados	78
Programa Mejor en Bici	96
Taller de yoga	63
Taller de familia	130

1.714 COLABORADORES DE TARJETA NARANJA UTILIZARON EL BENEFICIO DE HORAS LIBRES EN EL DÍA DE CUMPLEAÑOS DE SUS HIJOS



OBSEQUIOS ENTREGADOS EN OCASIONES ESPECIALES

COMPAÑÍA	CELEBRACIÓN	CANTIDAD
Tarjeta Naranja	Navidad	3.685
	Día del amigo	3.690
	Nacimiento	317
Tarjeta Nevada	Día de la madre	1.208
	Día del trabajador	1.238
	Día del amigo	1.228
	Pascuas	1.241
	Día del niño	1.019
	Primavera	1.230



Apoyo a ONGs que promueven la empleabilidad

Galicia Seguros contrata a “En Buenas Manos” una organización social que trabaja con personas con discapacidad visual y que ofrece servicios de masajes. Durante el 2015 fueron alcanzados con el beneficio 175 colaboradores.

COMUNIDAD

+1,6

MILLONES DE
BENEFICIARIOS

121

ORGANIZACIONES
ALIADAS

+ 30

MILLONES DE PESOS
EN INVERSIÓN SOCIAL



COMPROMISO CON EL PROGRESO Y LA EQUIDAD SOCIAL

EL COMPROMISO DE LAS EMPRESAS CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE IMPLICA RECONOCERSE COMO ACTORES SOCIALES RELEVANTES Y GESTIONAR EL NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LOS IMPACTOS RECÍPROCOS QUE SE PRODUCEN EN LA INTERACCIÓN CON LOS DIFERENTES GRUPOS DE INTERÉS, A FIN DE PROMOVER MEJORAS EN LAS CONDICIONES DE VIDA DE LAS PERSONAS, BASE PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL.

DESDE GRUPO FINANCIERO GALICIA SE TRABAJA BUSCANDO LA SINERGIA ENTRE LOS SECTORES PÚBLICO, PRIVADO Y DE LA SOCIEDAD CIVIL. BANCO GALICIA, CON SUS 110 AÑOS DE EXISTENCIA Y PRESENCIA EN TODO EL PAÍS, TIENE UN LARGO CAMINO RECORRIDO EN LA TEMÁTICA; Y CADA EMPRESA DEL GRUPO COMPLEMENTA ESTE TRABAJO DE ACUERDO A LOS TEMAS QUE MÁS SE RELACIONAN CON SU NEGOCIO Y SUS ZONAS DE INFLUENCIA, ARTICULANDO A SU VEZ CON ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO.



GESTIÓN DE LOS PROGRAMAS

Las compañías del Grupo cuentan con una estrategia de inversión social que se basa en ejes esenciales de trabajo con la comunidad:

- EDUCACIÓN
- PROMOCIÓN LABORAL
- SALUD

Estas temáticas son consideradas como pilares claves para la inclusión social y la construcción de una sociedad con equidad.

En cada uno de los programas, las compañías del Grupo trabajan junto a Organizaciones de la Sociedad Civil (OSCs) o voluntarios que realizan el trabajo de campo, aportando su especialidad en la temática y profesionalismo.

Establecemos alianzas entendiendo que una inversión social estratégica debe tener en cuenta la:

EFICIENCIA:

En abordar los temas relevantes y evitar la dispersión de los recursos

ARTICULACIÓN:

Con especialistas en la temática para profesionalizar la intervención

INCIDENCIA:

Para generar transformaciones reales con escalabilidad

Ciclo de gestión de programas

Banco Galicia gestiona las iniciativas partiendo de la identificación y valoración de las necesidades y potencialidades de cada población. Es a partir de ese análisis que se define el abordaje de la problemática, se establecen los objetivos y la metodología de intervención. Durante la implementación de cada programa, es fundamental el seguimiento en el progreso de la actividad y del consecuente nivel de cumplimiento de los planes establecidos. Una vez alcanzada la etapa final, se realiza una evaluación que determina si las acciones que implementó lograron los objetivos propuestos tanto en relación al alcance como al impacto. Estas etapas integran un ciclo que se retroalimenta de manera continua buscando una mejora permanente en la gestión.

Banco Galicia tiene definido tres tipos de abordaje en su trabajo con la comunidad: [Programas Insignia](#), [Alianzas Estratégicas](#) y [Apoyos Institucionales](#)



Matriz de Análisis de la Inversión Social

G4-SO1, G4-DMA

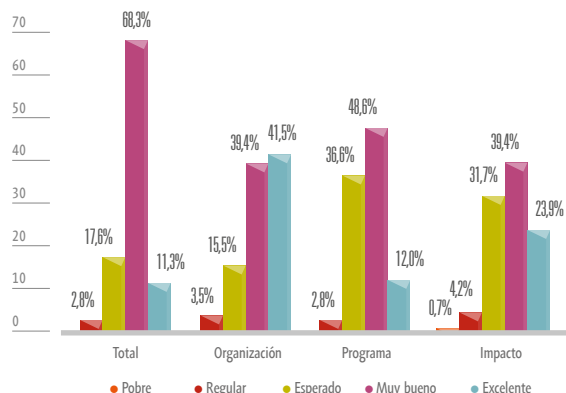
100% OSCs EVALUADAS

40% DE AUMENTO DE OSCs EVALUADAS QUE PASAN DE ESPERADO A MUY BUEN DESEMPEÑO RESPECTO A 2014

La evaluación y medición de los programas es un aspecto esencial de la gestión sustentable que impulsa el **Banco Galica**. Esto permite gestionar de manera eficiente la inversión social, identificar a los mejores socios estratégicos para cada iniciativa, alcanzar un mayor impacto transformacional y también detectar las expectativas y necesidades de las OSCs en relación al trabajo realizado.

Con este fin, desde 2011 utiliza la Matriz de Análisis de la Inversión Social (MAIS), una herramienta creada especialmente por el Banco siguiendo los estándares internacionales de Retorno Social de la Inversión (SROI) y las Normas Relativas a Inversiones (IRIS), que le permite realizar una evaluación integral de los proyectos en tres dimensiones clave (Organización, Programa y Beneficiarios) a través de 70 indicadores. Los resultados arrojados facilitan tener un conocimiento más profundo de las organizaciones aliadas además de brindar información cualitativa y cuantitativa del alcance de la inversión social.

Evaluación bajo MAIS (en %)



Fortalecimiento institucional de OSCs

La aplicación de la Matriz nos permite identificar necesidades concretas de las OSCs con las que articulamos y ofrecerles espacios de capacitación y fortalecimiento institucional.

A lo largo del año, se acompañó a las OSCs con becas y capacitaciones específicas en desarrollo de fondos, trabajo en red, articulación público-privada, planeamiento estratégico y comunicación junto con AEDROS, Aportes de Gestión para el Tercer Sector, Potenciar Solidario y Comunia.

INDICADORES CUANTITATIVOS

	TOTAL		EDUCACIÓN		PROMOCIÓN LABORAL		SALUD	
	2014 Banco Galicia	2015 GFG	2014 Banco Galicia	2015 GFG	2014 Banco Galicia	2015 GFG	2014 Banco Galicia	2015 GFG
Presencia en provincias	24	24	24	24	24	24	24	24
Programas	36	34	15	14	11	11	10	9
Alianzas con organizaciones	123	121	48	57	34	26	41	39
Apoyo a OSCs	63	65	0	0	0	0	0	0
Destinatarios								
Entidades	833	541	384	77	61	73	388	391
Escuelas	610	1.048	582	1.042	7	6	21	0
Alumnos	106.711	75.708	58.002	21.472	165	1.051	48.544	53.185
Docentes	243.315	139.107	241.855	137.260	258	258	1.476	1.589
Emprendedores	6.193	3.836	0	0	6.193	3.836	0	0
Desempleados	742	1.170	0	0	742	1.170	0	0
Pacientes	720.946	1.513.909	0	0	0	0	720.946	1.513.909

EDUCACIÓN

LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO ASÍ COMO SUS GRUPOS DE INTERÉS, CONSIDERAN A LA EDUCACIÓN COMO UN EJE PRIORITARIO DE SU ESTRATEGIA DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA. EL DESARROLLO DE INICIATIVAS QUE APOYEN Y FACILITEN EL ACCESO A LA EDUCACIÓN ES ENTENDIDO COMO UNA VARIABLE CRÍTICA PARA ROMPER CON EL CÍRCULO DE POBREZA Y PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS. LA INVERSIÓN EN PROGRAMAS QUE PROMUEVAN UNA EDUCACIÓN EQUITATIVA Y DE CALIDAD, SE TRADUCE EN UN FACTOR RELEVANTE QUE FAVORECE EL DESARROLLO SOCIAL, CULTURAL Y ECONÓMICO DEL PAÍS.

A TRAVÉS DE DIFERENTES INICIATIVAS SE IMPULSAN ACCIONES QUE ABARCAN TODO EL CICLO EDUCATIVO: NIVEL PRIMARIO, SECUNDARIO Y UNIVERSITARIO.



EDUCACIÓN PRIMARIA, SECUNDARIA Y UNIVERSITARIA

Apoyo escolar

115 ALUMNOS
BECADOS

6.383 KITS ESCOLARES
ENTREGADOS

Para contribuir con la calidad educativa de niños y jóvenes, **Tarjeta Naranja** impulsa diferentes iniciativas bajo una modalidad participativa que, además del aporte que hace la compañía, le suman el aporte de los Comercios Amigos Padrinos y de los colaboradores voluntarios. De esta manera llevan a cabo los siguientes programas:

Programa Apadrinando Escuelas:

Desde 1999 Tarjeta Naranja lleva adelante este programa, brindando un aporte económico mensual para que los directivos de escuelas públicas primarias de todo el país puedan cubrir las necesidades de los alumnos y las instituciones. Desde su inicio se sumaron a la iniciativa los Comercios Amigos Padrinos, que realizan su aporte económico.

Programa de entrega de Kits escolares:

Para acompañar el inicio de clases y la vuelta de las vacaciones de invierno se entregan kits escolares a los niños que asisten a los comedores apadrinados. Un alto porcentaje de la inversión económica viene de la venta de papel en desuso. Este año se entregaron 6.383 kits escolares.

Becas para Nivel Primario y Secundario:

En una acción conjunta con la Fundación Fondo de Becas (FONBEC) y la Liga Solidaria, Tarjeta Naranja implementa el Programa de Becas de Nivel Primario y Secundario a fin de facilitar la terminalidad escolar de alumnos que se encuentran en situación de vulnerabilidad social. La compañía y un colaborador padrino realizan un aporte mensual a las organizaciones sociales aliadas, donde 80% de la cuota la absorbe Tarjeta Naranja y un 20% aporta el colaborador padrino. Durante 2015, se brindaron becas a 115 alumnos entre niños y jóvenes.

Educación financiera

+14.000 ALUMNOS CAPACITADOS
DESDE 2007

438 INSTITUCIONES
PARTICIPANTES DESDE 2007

Los servicios financieros que ofrece el mercado bancario se han incorporado como el principal instrumento de los consumidores para adquirir bienes y servicios a través del acceso a diferentes productos como las tarjetas de crédito, los préstamos y otras alternativas financieras. Por esto es que la relación entre los consumidores y el mundo financiero debe ser no solo informada sino también educada, de manera que asegure que el consumidor pueda actuar con seguridad y conocimiento.

Desde el 2007, **Banco Galicia** lleva adelante el Taller de Educación Financiera orientado a jóvenes que cursan el último año de educación media en escuelas públicas y privadas con subvención estatal para que incorporen conceptos de la planificación económica personal, conozcan la función de las entidades bancarias y del Sistema Financiero en la sociedad y fortalezcan los valores ciudadanos como la responsabilidad, la solidaridad, el respeto y la cooperación. Mediante tres jornadas se acompaña a los jóvenes en la identificación y la forma de poder alcanzar metas personales para que puedan aplicarlas a su realidad y la de su entorno.

Este programa se realiza en alianza con Asociación Conciencia.



Becas universitarias

318 BECADOS
UNIVERSITARIOS

20 ORGANIZACIONES
ALIADAS


Desde el 2008, **Banco Galicia** cuenta con un Programa de Becas Universitarias que implementa bajo dos modalidades de intervención para acompañar a jóvenes de 17 a 24 años que poseen alto potencial y cuentan con escasos recursos económicos para continuar con sus estudios.

A través de "Potenciamos tu Talento" nos focalizamos en acompañar a jóvenes que estudian en universidades públicas tanto en lo económico como en el seguimiento a lo largo de la carrera. Para la selección de los becados establecemos alianzas con 13 OSCs de todo el país especialistas en la temática, que tienen a cargo la presentación de los postulantes y la designación de un tutor para su mentoreo.

A su vez, el Banco realiza "Aportes a Fondo de Becas" de las universidades privadas con las que tiene alianza: ITBA, UDESA, Di Tella y UCA.

El Banco además promueve con ellos espacios de intercambio para fortalecer su formación profesional y los invita a participar de los distintos programas de promoción laboral.





EL DEPORTE ES FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LOS NIÑOS PORQUE INFLUYE POSITIVAMENTE EN SU SALUD FÍSICA Y MENTAL. LA EDUCACIÓN A TRAVÉS DEL DEPORTE PERMITE TRANSMITIR Y PONER EN PRÁCTICA VALORES FUNDAMENTALES PARA LA FORMACIÓN DE LOS CHICOS. EN EL CASO DE LOS NIÑOS PROVENIENTES DE BARRIOS DE VULNERABILIDAD SOCIAL, LAS ÁREAS DE JUEGO Y RECREACIÓN SON ESPACIOS DE CONTENCIÓN Y ADAPTACIÓN SOCIAL QUE LOS ALEJAN DE PRÁCTICAS QUE NO CONTRIBUYEN A SU SALUD Y LES PERMITE FORMAR PARTE DE UN ENTORNO FAVORABLE PARA SU DESARROLLO.

Un Gol, un Potrero

242

POTREROS ENTREGADOS
DESDE 2011

+20.000

CHICOS
BENEFICIADOS

En este marco y siendo Sponsor Oficial de la Selección Argentina de Fútbol, **Tarjeta Naranja** lanzó en el 2011 el programa “Un Gol, Un Potrero” con el objetivo de promover el deporte.

Esta iniciativa establece que por cada gol oficial convertido por la Selección, la compañía acondiciona el espacio de juego de una escuela pública, club barrial o centro vecinal y brinda el equipamiento necesario para desarrollar prácticas deportivas. Este programa además contribuye a fortalecer valores como el trabajo en equipo, el respeto, la amistad, que son justamente los pilares que sostienen la cultura de Tarjeta Naranja.

Previo a Copa América 2015, se invitó a los 210 potreros a participar del concurso para acceder al último entrenamiento del equipo Argentino antes de que hicieran rodar la pelota por la cordillera chilena. Como premio, los dos ganadores pudieron pisar el mismo campo que los jugadores y ser testigos de los goles y consejos tácticos. Las organizaciones beneficiadas fueron el Centro Educativo José María Paz (Oncativo) y Encuentro de Fútbol para Integrar (Colonia Caroya).

Este año, Tarjeta Naranja renovó su acuerdo con la Asociación de Fútbol Argentino (AFA) para continuar como Sponsor Oficial de la Selección hasta 2019, extendiendo su apoyo a grandes eventos deportivos entre los que se destacan la Copa América Chile 2015, los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro 2016 y el Mundial de Fútbol de Rusia 2018. En 2015 entregaron 34 potreros que beneficiaron a 3.000 niños.

INICIATIVAS EN EDUCACIÓN

PROGRAMAS INSIGNIA

INICIATIVAS BANCO GALICIA	NOMBRE DEL PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS	UBICACIÓN
APOYO A LA EDUCACIÓN SUPERIOR	Potenciamos tu talento	Marista, Demos, Fonbec, Forge, Agrupar, Anpuy, Brazos Abiertos, León, Integrar, Reciduca, Puentes, Liga Solidaria, Reiventar	Promoción del desarrollo de la educación superior a jóvenes en situación de vulnerabilidad, a través de becas y acompañamiento mediante tutorías personalizadas.	262 alumnos	Santa Fe, Mendoza, Buenos Aires, Córdoba, La Pampa, Entre Ríos, Jujuy, Neuquén, Chaco, Corrientes, Misiones, Salta, Tucumán.
	Aporte a fondo de becas	UTDT, UDESA, UCA, ITBA, UMET, Cascos Verdes, Conciencia	Apoyo a jóvenes de bajos recursos en sus estudios superiores, a través de aportes a los Fondos de Becas propios de las Universidades / Organizaciones Sociales.	56 alumnos	CABA, Buenos Aires
EDUCACIÓN FINANCIERA	Programa de Educación Financiera	Conciencia	Capacitación sobre la importancia de la planificación personal, las finanzas y el sistema bancario, incorporando y fortaleciendo los valores ciudadanos.	71 escuelas 2.835 alumnos 60 docentes	Nacional
RETENCIÓN ESCOLAR	Programa de becas escolares	Cimientos, Conciencia, Reciduca, Asociación Argentina de Cultura Inglesa, Voy con vos	Acompañamiento a alumnos secundarios mediante becas. Servicio gratuito de apertura y mantenimiento de cajas de ahorro para la gestión de las becas.	2.919 alumnos 120 docentes	Nacional
ACTIVIDADES DE FORMACIÓN	Certamen escolar	FADAM, Fundación La Nación	Apoyo a certámenes orientados a acompañar la labor docente y los esfuerzos de las escuelas, incentivando el interés de los alumnos y el desarrollo de proyectos participativos.	412 escuelas 1.750 alumnos 110 docentes	Nacional
	Acercamiento al Arte	AAMNBA, Fundación Teatro Colón	Promoción del arte entre niños y jóvenes a través de talleres y becas de especialización.	1.410 alumnos	Nacional
	Jornadas educativas	Fundación Lúminis, Museo del Holocausto, Misiones Rurales Argentinas	Apoyo a jornadas presenciales de capacitación y perfeccionamiento docente e institucional. Publicación en web de videos pedagógicos sobre las jornadas educativas realizadas en la Feria del Libro.	12 escuelas 4.616 docentes	Nacional
	Formación en Valores	Fundación Horacio Zorraquín, Ruta 40, Valores para Crecer, Manos Abiertas	Promoción en la comunidad educativa sobre la importancia de educar en valores como eje para la formación integral de la persona y la sociedad.	6 escuelas 761 alumnos 19 docentes	San Juan, Salta, Tucumán, La Rioja.
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	Las 400 clases	CIPPEC	Publicación en la web de videos de alta calidad conceptual y didáctica para fortalecer el currículum docente e inspirar la enseñanza. Capacitación a docentes en el uso de los videos.	132.049 docentes	Nacional
	Formación y apoyo continuo para profesionales	Enseñá por Argentina	Capacitación a jóvenes profesionales seleccionados por Enseñá por Argentina que son preparados para liderar en las aulas y escuelas de contextos de vulnerabilidad social.	25 escuelas 2.500 alumnos 20 docentes	Buenos Aires, CABA
	12° Maratón de lectura	Fundación Leer	Concientización de la población sobre la importancia que tiene la lectura para el desarrollo personal y crecimiento de sociedades. Capacitación a ganadores, establecimiento de rincones de lectura y asesoramiento pedagógico a distancia para instituciones ganadoras.	16 escuelas 3.200 alumnos 16 docentes	Nacional
	Sustentabilidad y Políticas Públicas	CIPPEC, Fundación RAP, Confederación General de la Sociedad Civil, CIAS, Universidad Austral, Educar 2050, Fores, Conferencia Episcopal Argentina - Comisión de Pastoral Social, Foro del Sector Social	Articulación con organizaciones de la sociedad civil y los sectores público y privado, a fin de promover políticas públicas que fomenten la equidad, el crecimiento y el desarrollo sustentable.	9 organizaciones 30 alumnos	CABA, Buenos Aires
	Infraestructura y equipamiento	Asociación Cristiana de Jóvenes, UCA (Escuela de Educación), Cimientos, Fe y Alegría, Ford, Obra de Don Bosco, Arzobispado de Buenos Aires	Mejora de las condiciones edilicias, de equipamiento, plataforma online e insumos de escuelas y universidades.	78 escuelas 5.645 alumnos 250 docentes	Nacional
FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES PARA OSCs	Capacitación a OSCs	AEDROS, Los Grobo, Aportes de Gestión para el Tercer Sector, Potenciar Solidario, Oprenar, Comunia	Fortalecimiento e instalación de capacidades en OSCs en desarrollo de fondos, trabajo en red, planeamiento estratégico, comunicación institucional y manual de buenas prácticas para OSCs.	68 organizaciones 104 alumnos	Nacional

ALIANZAS ESTRATÉGICAS



PROMOCIÓN LABORAL

G4-FS14 – ODS 1.4., 8.10., 10.2.

LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO GENERAN INICIATIVAS QUE ACOMPAÑAN EL DESARROLLO DEL PAÍS GENERANDO INICIATIVAS QUE PROMUEVAN LA EMPLEABILIDAD; DESDE PASANTÍAS LABORALES, CAPACITACIÓN A EMPRENDEDORES, PROMOCIÓN DE LAS MICROFINANZAS Y LAS MEZZOFINANZAS Y LA CAPACITACIÓN EN OFICIOS.

Inserción laboral de jóvenes

156

ALUMNOS PARTICIPARON DEL PROGRAMA

39

COLEGIOS

Con el fin de facilitar la inserción laboral de los jóvenes que están próximos a egresar de la escuela secundaria, **Tarjeta Naranja** ofrece pasantías de 21 días de duración en los meses de abril a octubre a los alumnos del último año de colegios secundarios públicos y privados. Esta iniciativa busca acompañar la transición del ámbito escolar al laboral brindándoles a los jóvenes la oportunidad de desarrollar tareas tanto en sucursales como en áreas internas de la compañía.

Formación de oficios

600

INSCRIPTOS

15

COLABORADORES VOLUNTARIOS

Tarjeta Nevada lleva a cabo desde 2007 el “Centro de Formación Nevada” (CFN) a través del cual los colaboradores asumen el rol de formadores y transmiten los conocimientos de sus puestos de trabajo a los miembros de la comunidad para facilitar su inserción laboral. Como complemento a estas capacitaciones y en alianza con Adecco, se brindan talleres motivacionales con el fin de fortalecer las competencias laborales. Durante 2015 se dictaron 470 horas de formación.



Capacitación a emprendedores

G4-FS14 – ODS 1.4., 8.10., 10.2.

3.951 EMPRENDEDORES INSCRIPTOS DESDE LA PRIMERA EDICIÓN

38.870 HORAS DE CAPACITACIÓN

Este año, **Banco Galicia** en alianza con Fundes, lanzó la 5ta. Edición del “Programa del Emprendimiento a la Pyme” destinado a emprendedores que poseen un proyecto en marcha, con el objetivo de brindarles herramientas para el crecimiento del negocio, incrementar su competitividad y acompañar el proceso de formalización de su actividad.

Este programa de alcance nacional y de dos años de duración, contempla 4 etapas de participación de los emprendedores.

La primera etapa consiste en plan de 5 encuentros presenciales mensuales de capacitación donde se desarrollan contenidos sobre Planificación Estratégica, Plan de Negocios, Comercialización, Comunicación digital y herramientas 2.0, Aspectos contables, impositivos y legales y Recursos Humanos.

La segunda etapa consta de mentorías virtuales con un consultor de Fundes para la elaboración del Plan de Negocio. Concluida esta instancia, se inicia la tercera etapa donde se ofrece a los emprendedores que estén dispuestos a formalizar su emprendimiento bajo una figura jurídica, el asesoramiento y acompañamiento para la presentación de la documentación.

Por último, en la cuarta etapa los emprendedores que hayan pasado por las instancias anteriores pueden solicitar un crédito con condiciones especiales.

En 2015, se desarrollaron las capacitaciones en 11 localidades de todo el país donde participaron 860 emprendedores.

Efectivo Sí se sumó a esta iniciativa, difundiendo la actividad y postulando candidatos para la quinta edición del programa.

En la primera etapa de la 5ta. Edición, participaron 860 emprendedores de 19 provincias del país y se dictaron 1.390 horas de capacitación.

Promoción de las microfinanzas

+25 MILLONES DE PESOS ACUMULADOS EN FONDOS DESTINADOS A IMFS

Banco Galicia cuenta con un programa que promueve las microfinanzas a través de una línea de crédito para instituciones de microfinanzas. El Banco estableció una alianza con la Red Argentina de Instituciones de Microcrédito (Radim) que se renueva cada año con el fin de fortalecer el trabajo con estas instituciones.



FUNDACIÓN
Pro Vivienda Social

ESTE AÑO, EL BANCO OTORGÓ ASISTENCIA FINANCIERA POR \$3.000.000 AL FONDO DE FIDELCOMISO QUE LA FUNDACIÓN PROVIVIENDA SOCIAL CONSTITUYÓ CON EL FIN DE FINANCIAR PROYECTOS DE GASIFICACIÓN INTEGRAL. EL PROYECTO COMPRENDE LA CONSTRUCCIÓN DE TENDIDO DE GAS DE 3.600 LOTES EN EL BARRIO UNIÓN Y FUTURO EN LA LOCALIDAD DE MORENO, PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Lanzamiento de la línea de Mezzofinanzas

G4-FS14 – ODS 1.4., 8.10., 10.2.

10 PROYECTOS FINANCIADOS

5.000.000 PESOS DE INVERSIÓN EN INICIATIVAS DE ALTO IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL



La línea de Mezzofinanzas es una respuesta a la escasa oferta crediticia existente para el segmento compuesto entre los destinatarios de los microcréditos y las Pymes ya consolidadas. Esta línea lanzada en 2015 financia a emprendimientos y proyectos sustentables e innovadores, con vocación de escala, que busquen soluciones a problemas sociales y/o ambientales con abordaje de mercado y que cumplan con criterios de sustentabilidad previamente establecidos por el Banco. Los destinatarios son tanto personas físicas, personas jurídicas u Organizaciones de la Sociedad Civil y podrán acceder a un monto máximo de \$1.000.000 para ser destinados tanto a inversión productiva como a capital de trabajo.

Desde el lanzamiento de la línea en mayo, recibimos más de 50 consultas de interesados y otorgamos créditos que van entre los \$150.000 y \$1.000.000 a 9 solicitantes; y estamos en proceso avanzado de otorgamiento en 7 casos más.

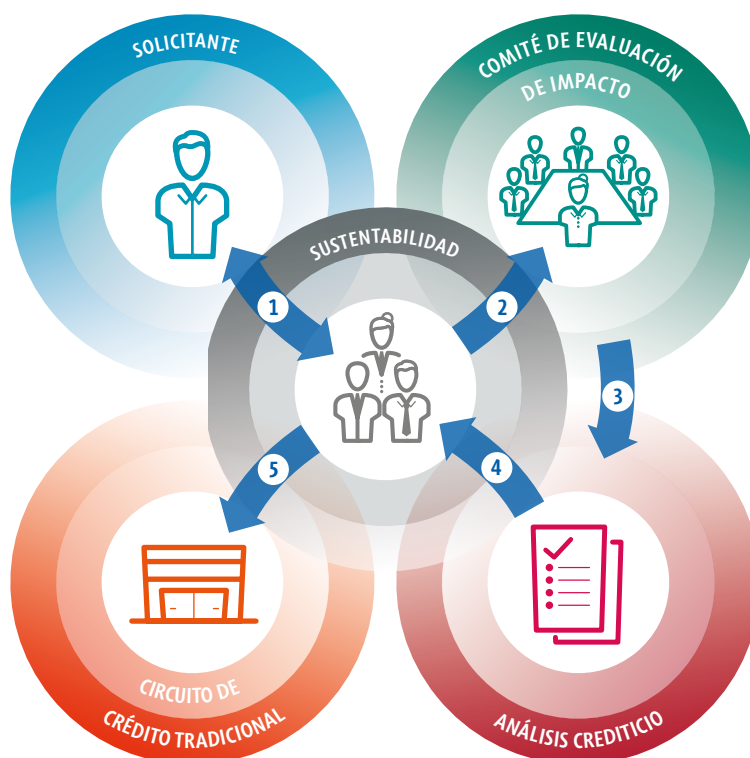
CASOS ACOMPAÑADOS:

- GOOD ENERGY SRL - ENERGÍAS RENOVABLES
- MAGGACUP - COPAS MENSTRUALES REUTILIZABLES DE SILICONA
- JARVA - CERVEZA ARTESANAL SUSTENTABLE
- GOGREEN - PAÑALES Y TOALLITAS FEMENINAS ECOLÓGICOS
- VERDE TEXTIL - TELAS DE ALGODÓN ORGÁNICO
- MUBMI - SILLAS DE RUEDAS TODO TERRENO
- DIAGNÓSTICO GOYA - CENTRO DE DIAGNÓSTICO POR IMAGEN ÚNICO EN MÁS DE 300 KM A LA REDONDA
- QÜEM - BOLSAS RECICLABLES PARA TRANSPORTAR ELEMENTOS CONGELADOS
- ENERGE S.A. - DESARROLLO, FABRICACIÓN Y DISEÑO DE SISTEMAS DE ENERGÍA SOLAR PARA USO DOMÉSTICO E INDUSTRIAL

SOCIALES

- Genere valor social a través de un producto o servicio que brinda soluciones o mejoras en lo social, habitacional, en la salud, educación, movilidad y transporte en poblaciones de alta vulnerabilidad.
- Cree puestos de trabajo en zonas de baja oferta de empleo.
- Contrate a personas o proveedores con foco en la inclusión de personas (discapacidad, género, pueblos originarios).
- Contribuye a la reducción de la pobreza.
- Promueve valores de honestidad, cooperación, ética del trabajo.
 - Aliente la asociatividad.
 - Mejore la educación, capacitación y jerarquización del mercado laboral actual.
- Recupere oficios, valores y culturas locales.
- Genere capital social y cultural local, ligando el trabajo y la producción con el acervo cultural y el conocimiento local.
- Produzca bajo los parámetros o certifica bajo comercio justo.
- Facilite el acceso a bienes y servicios públicos -agua, transporte, salud, educación- y a los mercados.

Círculo del programa



AMBIENTALES

- Ofrece servicios o productos que promueven las 3Rs: Reducir, reutilizar y reciclar.
- Incorpora el concepto de producción limpia utilizando insumos y procesos de menor huella de carbono o hídrica.
- Implementa programa interno de 3r: Reducir, reutilizar y reciclar.
- Ofrece servicios, tecnologías o productos que promueven la restauración de ecosistemas, de cauces de agua, bosques o pastizales.
- Comercializa o produce productos con certificación orgánica o biodinámica.
- Promueve el cuidado ambiental.

INICIATIVAS EN PROMOCIÓN LABORAL

G4-15, G4-S01

PROGRAMAS INSIGNIA

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

INICIATIVAS BANCO GALICIA	NOMBRE DEL PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS	UBICACIÓN
ACOMPANIAMIENTO A EMPRENDEDORES	Del emprendimiento a la Pyme	Fundes	Capacitación a emprendedores para mejorar la gestión de sus negocios, abriendo perspectivas para la futura formalización de sus emprendimientos. Acompañamiento a aquellos emprendedores que deciden formalizar su emprendimiento.	860 emprendedores	Nacional
	Financiamiento a instituciones de microfinanzas	RADIM	Fortalecimiento de entidades de microfinanzas para que puedan desarrollar sus actividades de microcréditos, a través de una línea de financiamiento y de jornadas y capacitación técnica.	64 organizaciones 228 líderes sociales 14 alumnos	Salta, Jujuy, Santa Fe, Misiones, Mendoza, Buenos Aires, CABA.
PROMOCIÓN DE LAS MICROFINANZAS	Mezozofinanzas	Contribuir	Fortalecimiento de emprendimientos y proyectos sustentables e innovadores que buscan soluciones a problemas sociales y ambientales con abordaje de mercado, a través de una línea de mezzofinanzas.	9 organizaciones	CABA, Buenos Aires, Mendoza.
	Apoyo a Emprendedores	Fundación Junior Achievement, Fundación Simoca, Fundación Marzano, De todos para todos, Impulsar, Contribuir, Obra	Formación de emprendedores en gestión de emprendimientos, con apoyo económico y mentoría. Adquisición de productos de emprendedores para actividades del Banco y para regalos empresariales.	828 emprendedores	Buenos Aires, Neuquén, Chubut, Santa Cruz, Córdoba, Jujuy, Mendoza, CABA, Tucumán.
IMPULSO A EMPRENDEDORES	Economía social	Cáritas Argentina	Desarrollo, en comunidades en situación de exclusión, un modelo de economía sustentada en relaciones asociativas y solidarias, promoviendo las capacidades, creando fuentes de ingreso y fortaleciendo vínculos sociales.	20 emprendedores	Río Negro
	Servicio de Empleo	AMIA, Fundación Pescar	Apoyo a talleres para incrementar las oportunidades laborales y las condiciones de empleabilidad.	767 desempleados	CABA
CAPACITACIÓN PARA LA EMPLEABILIDAD	Talleres de formación en oficios	Media Pila, Manos Abiertas, Pilares, Fundación Oficios	Capacitación para mujeres, jóvenes y adultos de escasos recursos con el fin de brindarles herramientas y una formación integral que les permita superarse como personas y como potenciales emprendedores. Capacitación técnica para facilitarles el acceso al empleo.	785 emprendedores	Buenos Aires, CABA
	Formación laboral para jóvenes	Reciduca, Colegio Madre Teresa	Acompañamiento a jóvenes para la finalización de sus estudios, favoreciendo la transición entre la etapa escolar y la etapa laboral.	20 desempleados	Buenos Aires
INTEGRACIÓN LABORAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Educación y apoyo para el empleo	Fundación PAR, Discar	Desarrollo de un perfil laboral para personas con discapacidad acorde a los requerimientos del mercado para favorecer la búsqueda de empleo, y seguimiento mediante profesionales capacitados.	383 desempleados	CABA
DESARROLLO RURAL	Recuperación de pueblos en riesgo de desaparecer	Responde	Desarrollo social y económico de pequeños pueblos, haciendo un relevamiento de su perfil social, económico y de sus recursos naturales y culturales, y dando a conocer su historia. Se realizan capacitaciones para sus emprendimientos y se hace acompañamiento en la promoción y difusión tanto del pueblo como de sus emprendimientos.	312 habitantes	Entre Ríos
	Fortalecimiento de comunidades rurales	Cruzada Patagónica, Fundación Bunge y Born, Profesorado Ciencias Agrarias y Protección Ambiental (PROCAPA), Niwok	Promoción de oportunidades de desarrollo a familias de comunidades rurales, fomentando la Agricultura Familiar Sustentable a través de la diversificación y mejoras productivas y capacitación técnica y jurídica.	1.031 emprendedores 6 escuelas 1.037 alumnos 30 docentes	Buenos Aires, Córdoba, Misiones, Formosa, Neuquén, Río Negro, Chubut.

SALUD

Programa de Prevención de la Desnutrición Infantil



CONTRIBUIR CON LA SALUD Y EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS ES OTRA DE LAS PRIORIDADES ESTABLECIDAS EN LA ESTRATEGIA DE INVERSIÓN SOCIAL DE GRUPO FINANCIERO GALICIA. BASADOS EN GARANTIZAR UNA VIDA SANA Y PROMOVER EL BIENESTAR, SE BUSCA CONTRIBUIR CON LA REDUCCIÓN DE LA MORTALIDAD INFANTIL Y PROMOVER EL ACCESO UNIVERSAL A SERVICIOS DE SALUD ESENCIALES Y DE CALIDAD.

EN ESTE MARCO ES QUE BANCO GALICIA IMPULSA EL PROGRAMA DE MEJORAS DE HOSPITALES Y CENTROS DE SALUD Y EL PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE LA DESNUTRICIÓN INFANTIL.

Mejoras de Hospitales y Centros de Salud



76 HOSPITALES Y CENTRO DE SALUD BENEFICIADOS

+2.700.000 BENEFICIARIOS DIRECTOS DESDE 2009

Desde el año 2009 el Banco implementa este Programa que busca contribuir con la mejora en la calidad de atención de los usuarios del Sistema de Salud de la Argentina y fortalecer la labor médica.

Las propuestas de mejora contemplan la adquisición de aparatología, de recursos hospitalarios y mejoras en infraestructura para entidades de salud pública de todo el país.

Para la implementación de este programa se cuenta con la colaboración del gerente de la sucursal del Banco que detecta necesidades prioritarias en su localidad, identifica la institución beneficiaria y recibe los pedidos de ayuda concreta. Además, el Banco establece una alianza con Cáritas quien le brinda asesoramiento no vinculante evaluando las necesidades identificadas según criterios de sustentabilidad y urgencia.

En 2015, el Banco contribuyó con 10 Hospitales de diferentes localidades del país beneficiando de forma directa a 1.434.138 personas.



189 CAPACITACIONES

5.967 LÍDERES SOCIALES CAPACITADOS

11 PROVINCIAS DEL PAÍS

Con el fin de contribuir con la promoción de los hábitos de nutrición y el desarrollo saludable de los niños y mujeres embarazadas, **Banco Galicia** impulsa este programa de alcance nacional en alianza con CONIN. Esta iniciativa está orientada a capacitar a líderes sociales locales (docentes, agentes sanitarios, representantes de asociaciones intermedias y referentes barriales entre otros) para que actúen como agentes multiplicadores en temas vinculados con la prevención de la desnutrición infantil.

Se realizan capacitaciones presenciales y se entrega material, donde se desarrollan contenidos relacionados a hábitos alimenticios, desarrollo afectivo, estimulación temprana y crecimiento de los niños.

Este año, como complemento a este programa, el Banco sumó un capítulo más a la iniciativa a través de la entrega de filtros potabilizadores de agua en instituciones de Tres Isletas y Pampa del Indio, en la provincia de Chaco donde previamente se había realizado una jornada de capacitación a los líderes sociales de la localidad.

Estas acciones se encuentran alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) recientemente establecidos por las Naciones Unidas.

INICIATIVAS EN SALUD

G4-15, G4-S01

INICIATIVAS BANCO GALICIA	NOMBRE DEL PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS	UBICACIÓN
PROGRAMAS INSIGNIA	Mejoras en Hospitales y Centros de Salud	Cáritas Argentina, Fundación Los Grobo, Asoc. Coop. del Hospital Gutiérrez, COAS, Damas Rosadas, Fundación del Hospital de Clínicas, Fundación Dr. Juan A. Fernandez, Fundación Policía Federal Argentina, Lalcec, Ayres de Esperanza, Fundación Trauma	Mejora en la atención de pacientes de instituciones de salud pública, mediante aportes de aparatología, recursos hospitalarios y reformas de infraestructura. Los aportes se realizan directamente o por medio de organizaciones de la sociedad civil.	21 centros de salud 1.500.749 pacientes	Nacional
	Prevenición de la desnutrición Infantil	CONIN, Haciendo Camino, Redinfa	Capacitación de líderes sociales para que puedan replicar lo aprendido en sus áreas de influencia. Capacitación, atención y seguimiento domiciliario a mujeres y niños con riesgo social y nutricional.	748 líderes sociales 226 organizaciones 2.408 pacientes	Entre Ríos, Salta, Buenos Aires, Santa Fe, Tucumán, Mendoza, Formosa, San Luis, Corrientes, Chaco, Córdoba, Santiago del Estero.
ALIANZAS ESTRATÉGICAS	Redes de apoyo, capacitación y contención	Solidagro	Apoyo a redes de distribución de alimentos, medicamentos, equipamiento, vestimenta y conocimientos.	125 líderes sociales 600 pacientes 1 organización	Santa Fe, Chaco, Formosa, Corrientes, San Juan, CABA.
	Formación para el tratamiento de enfermedades	Sociedad Argentina de Diabetes (SAD), Fleni, Cesni	Capacitación y equipamiento para profesionales de áreas de salud e investigación, para optimizar sus conocimientos y habilidades.	1 organizaciones 3 alumnos 5 investigadores	Buenos Aires, Corrientes
PROMOCIÓN DEL BIENESTAR DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Acción social	ALPI, Fundaleu, Asociación Distrofia Muscular (ADM), Fundaleu, Esclerosis Múltiple Argentina (EMA), Aciapo, Fundación Natali Dafne Flexer, Hospice Buen Samaritano, Hospice San Camilo, Ineco, Asociación Argentina de Esclerosis Lateral Amiotrófica (ELA)	Apoyo para el tratamiento de pacientes con patologías neuro-ortopédicas, enfermedades oncológicas, cardiológicas, oftalmológicas, neurológicas, asma, esclerosis múltiple, distrofia muscular, esclerosis lateral amiotrófica y enfermedades terminales.	51 organizaciones 9.321 pacientes 641 líderes sociales	Nacional
	Enfermedades zoonóticas	FABA	Promoción de la prevención de enfermedades transmitidas por mascotas y la tenencia responsable de animales.	49.020 alumnos	Buenos Aires
INTEGRACIÓN DE GRUPOS VULNERABLES	Estimulación temprana	Las Lomas Oral Asociación Civil, Comisión para las Personas con Discapacidad	Atención terapéutica y educación integral de niños con problemas de desarrollo.	5 pacientes	Buenos Aires, CABA
	Integración a través del deporte	Fundación Baccigalupo, Nuevas Olimpiadas Especiales, CILSA	Apoyo a actividades deportivas que promueven integración a través de torneos nacionales e internacionales.	50 organizaciones 700 atletas 70 docentes	CABA, Buenos Aires, Salta, Santa Cruz, Córdoba, Misiones, Santa Fe.
	Integración a través de espacios de contención y apoyo personalizado	Padres de Schoenstatt, Fundación Tzedaká, Parroquia Santa María del Camino, Fundación Amigos de Comunidades del Arca	Creación de espacios artísticos, talleres de oficios, y apoyo escolar. Promoción de la educación no formal, con acompañamiento psicológico, psicopedagógico, de salud y alimentación.	126 pacientes 1 organización	Buenos Aires, CABA

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Las empresas del Grupo consideran al voluntariado como una posibilidad concreta y tangible de impulsar mejoras en la sociedad, cumplir con un deseo de contribución social de sus colaboradores y atender a las necesidades de desarrollo local. El acompañamiento institucional de iniciativas de voluntariado permite a las compañías del Grupo fortalecer sus

valores organizacionales de compromiso, cercanía y entusiasmo.

A su vez las acciones de voluntariado tienen como objetivo dejar capacidades instaladas en instituciones de bien público con necesidades vinculadas a educación, promoción laboral y salud.



Tarjeta Naranja

A través del “Programa Apadrinando Comedores” que los voluntarios promueven, este año se beneficiaron a 3.290 niños y a 40 comedores con un aporte de \$485.373.

Las Misiones Solidarias son acciones concretas que emprenden los colaboradores de todo el país. El objetivo es dar respuesta a una necesidad puntual surgida en alguna de las comunidades en las que está presente Tarjeta Naranja. Desde hace ya varios años, tres grupos de voluntarios vienen trabajando en distintas iniciativas que ayudan a resolver necesidades sanitarias a través del programa Una Gota de Salud; necesidades alimentarias de comedores, escuelas y otras instituciones a través de Directo al Corazón; y también realizan actividades de entretenimiento a diferentes instituciones para alegrar y sorprender a grandes y chicos con el Circo Pocoloco.

Como complemento a estas acciones, para determinadas fechas festivas como Reyes, Día del Niño y Navidad se realizan campañas internas para reunir juguetes que son entregados en las distintas entidades que vienen acompañando.

A lo largo de 2015, 600 colaboradores de Tarjeta Naranja participaron de las actividades de voluntariado.

DE COLABORADOR A COLABORADOR

ANTE LAS INUNDACIONES OCURRIDAS EN EL MES DE FEBRERO EN DISTINTAS PROVINCIAS DE NUESTRO PAÍS, LOS VOLUNTARIOS ORGANIZARON UNA CAMPAÑA DE RECOLECCIÓN DE FONDOS ENTRE TODOS LOS COLABORADORES PARA AYUDAR A COMPAÑEROS Y SUS FAMILIAS QUE FUERON AFECTADOS. ADEMÁS DEL DINERO RECAUDADO Y ENTREGADO QUE SE SUMÓ A LOS APORTES DE LA EMPRESA, ENTRE TODOS SE BRINDÓ CONTENCIÓN Y AYUDA A SUS COMPAÑEROS.



Tarjeta Nevada

Las acciones de voluntariado de Tarjeta Nevada están destinadas a las familias, especialmente a la niñez y ancianidad. Los voluntarios son los que votan las fechas para realizar las actividades, participan en la selección de la comunidad beneficiaria y organizan la jornada de trabajo.

En 2015, 94 colaboradores de Tarjeta Nevada participaron de estas actividades.

Cada 21 de septiembre se celebra el Día Internacional de la Paz. Los voluntarios de Tarjeta Nevada visitan escuelas, comedores y otras organizaciones de la Sociedad Civil en distintas provincias como Mendoza, San Juan, Jujuy; donde realizan actividades voluntarias de lectura, mejora de infraestructura y equipamiento.

CAMPAÑA DE DONACIÓN DE ÓRGANOS

LOS VOLUNTARIOS DE MENDOZA, SALTA, CATAMARCA, SAN JUAN, SAN LUIS Y SAN RAFAEL REALIZARON UNA CAMPAÑA CON EL FIN DE CONCIENTIZAR A LOS TRANSEÚNTES DE LAS LOCALIDADES MENCIONADAS SOBRE LA IMPORTANCIA DE SALVAR UNA VIDA MEDIANTE LA DONACIÓN DE ÓRGANOS.



Banco Galicia

206 PROYECTOS DESDE
EL INICIO DE PRIAR

63.247 BENEFICIARIOS DESDE
EL INICIO DE PRIAR



Desde su origen en 2002, PRIAR, el programa de voluntariado corporativo del Banco, lleva impulsados 206 proyectos solidarios. Nació por iniciativa de los colaboradores y funciona en el marco de la “Asociación Civil Ayudando a Ayudar” con la misión de dar soluciones sustentables a necesidades de los sectores más vulnerables de la sociedad.

Con el objetivo de dejar capacidades instaladas, los voluntarios PRIAR impulsan proyectos de mejoras de infraestructura, equipamiento y capacitación en comedores, escuelas, hogares y hospitales de todo el país. Solo en 2015 se iniciaron 17 nuevos proyectos en: Salta, Buenos Aires, Mendoza, Córdoba, Santa Fe, CABA, San Juan, Formosa, Chubut y Neuquén.

Los voluntarios también desarrollan 9 actividades denominadas “Todos Somos Protagonistas”. Se trata de iniciativas que, con tareas previas, se concretan en un día. Los voluntarios leyeron cuentos en escuelas primarias, construyeron viviendas en barrios vulnerables, realizaron tareas de plantado en espacios públicos, fabricaron juguetes, pintaron y equiparon instituciones de bien público, y clasificaron medicamentos junto a Fundación Leer, TECHO, Fundación Sí, Fundación SUMA y Fundación Tzedaká.



CONCURSO DE PROYECTOS SOLIDARIOS

EL 26 DE AGOSTO, CON MOTIVO DEL DÍA DE LA SOLIDARIDAD, MÁS DE 1.300 COLABORADORES VOTARON SU PROYECTO PRIAR PREFERIDO. EL PROYECTO GANADOR FUE IMPULSADO POR LOS VOLUNTARIOS DE LA GERENCIA DE PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y CONTROL DE GESTIÓN, EN BENEFICIO DEL JARDÍN DE INFANTES MANITOS DE COLORES, DEL BARRIO LOMAS DE MARILÓ, MORENO, BUENOS AIRES. LA INICIATIVA DE MEJORAS DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO RECIBIÓ UN PREMIO EN PESOS, GRACIAS A LO RECAUDADO A TRAVÉS DE LA VENTA DE PAPEL DE ARCHIVO, COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA AMBIENTAL DEL BANCO.





Galicia Seguros

Desde 2011 Galicia Seguros unió sus voluntarios a PRIAR tanto en la metodología de proyectos de mediano y largo plazo, como así también en las jornadas “Todos Somos Protagonistas”. Desde entonces, Banco Galicia y Galicia Seguros no solo comparten el programa de voluntariado y reúnen voluntarios de ambas empresas para actividades en común, sino que además cooperan entre sí en la gestión de los voluntarios, en las campañas de donaciones, en los contactos con organizaciones de la sociedad civil, en los eventos de recaudación de fondos y en la medición de las actividades solidarias.

Efectivo Sí

Los voluntarios de Efectivo Sí participaron en dos construcciones de TECHO. En 2015 39 colaboradores participaron de estas actividades.

Débito Solidario

Desde hace 20 años **Tarjeta Naranja** facilita la donación de sus clientes a través del débito automático a entidades de bien público. En 2015 se recaudaron \$76.024.091 correspondientes a 354 organizaciones de todo el país, lo que representó un aumento del 43 % respecto del año anterior.

Redondeo Solidario

45 OSCs ACOMPAÑADAS DESDE EL INICIO DEL PROGRAMA

46.690 CLIENTES ADHERIDOS

A través de este programa el **Banco Galicia** invita a sus clientes a acompañar proyectos de entidades de bien público mediante el redondeo de hasta \$5 del saldo a pagar de su tarjeta de crédito.

En la X Campaña 2014/2015 fueron beneficiados los proyectos de Fundación Tzedaká, Fundación Cuerpo y Alma y Asociación Argentina de Fibrosis Quística (FIPAN).

Se recaudaron \$485.942 entre el aporte de los clientes y el del Banco que fueron distribuidos en partes iguales.

En esta XI Campaña 2015/2016 los fondos serán distribuidos entre Fundación Garrahan, Fundación para la Lucha contra las Infecciones Nosocomiales (FLIN), Fundación Franciscana y Voy con Vos Asociación Civil por la Educación.



PROVEEDORES

10.510

PROVEEDORES
ACTIVOS

+10.000

MILLONES DE
PESOS EN PAGO
A PROVEEDORES

2.220

PRODUCTOS
COMPRADOS A
PROVEEDORES
SUSTENTABLES



COMPROMISO CON LA TRANSPARENCIA

CON EL FIN DE ESTABLECER LAZOS DURADEROS, BASADOS EN LA TRANSPARENCIA, RESPETO Y CONFIANZA MUTUA, SEGUIMOS PROFUNDIZANDO NUESTRO TRABAJO CON LA CADENA DE VALOR. CADA INICIATIVA QUE DESARROLLAMOS ESTÁ ORIENTADA A MEJORAR EN FORMA RESPONSABLE LA EFICIENCIA DE NUESTRAS PRÁCTICAS HABITUALES DE COMPRAS, MANTENIENDO LA CALIDAD Y REDUCIENDO LOS COSTOS INNECESARIOS.

BASADOS EN LOS PRINCIPIOS Y LA ÉTICA DESARROLLAMOS UN CÓDIGO DE CONDUCTA DONDE ESTABLECEMOS CRITERIOS Y BASES COMUNES CON NUESTROS PROVEEDORES PARA CONTRIBUIR JUNTOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE. DE ESTA MANERA, LOS INVITAMOS A ADHERIRSE Y COMPROMETERSE A TRABAJAR RESPETANDO ASPECTOS DE INTEGRIDAD COMERCIAL, CALIDAD DE EMPLEO, DERECHOS HUMANOS, HIGIENE Y SEGURIDAD, PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE, ENTRE OTROS.





EL PERFIL DE NUESTROS PROVEEDORES

G4-12, G4-EC9 – ODS 12.7.

Consideramos a nuestros proveedores como parte importante del éxito de nuestra gestión, y por eso buscamos generar un intercambio genuino que nos permita conocer en profundidad sus procesos internos y compartir nuestros principios y valores como compañía.

PERFIL DE PROVEEDORES GRUPO FINANCIERO GALICIA					
	BANCO GALICIA	TARJETA NARANJA	TARJETA NEVADA	EFFECTIVO SÍ	GALICIA SEGUROS
Cantidad de proveedores activos	3.204	4.625	1138	943	600
Pagos a proveedores 2015 (gasto en \$)	5.861.472.025	2.370.353.351	578.000.000	545.888.963	1.617.545.437

DISTRIBUCIÓN DE PAGOS A PROVEEDORES POR REGIÓN					
	BANCO GALICIA	TARJETA NARANJA	TARJETA NEVADA	EFFECTIVO SÍ	GALICIA SEGUROS
CABA y provincia de Bs. As.	75,49%	66,40%	48,50%	87,17%	N/D
Centro	11,98%	26,84%	12,12%	5,41%	N/D
Patagonia	4,01%	1,77%	1,52%	1,34%	N/D
Cuyo	3,55%	1,12%	32,33%	1,11%	N/D
NEA	3,13%	1,43%	0,42%	0,58%	N/D
NOA	1,84%	2,44%	5,03%	4,39%	N/D

PRÁCTICAS DE SELECCIÓN, CONTRATACIÓN Y EVALUACIÓN

G4-S6, G4-LA14, G4-LA15, G4-HR4, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR10, G4-HR11, G4-DMA - ODS 5.2, 8.8, 16.1, 16.2

Contamos con distintas herramientas para garantizar la transparencia en los procesos de selección y contratación de proveedores, otorgando igualdad de posibilidades. Al mismo tiempo, procuramos que los proveedores locales acompañen a las principales sucursales, en cada provincia del territorio nacional. Esto se refleja tanto en la cantidad de proveedores por provincia como en la distribución por rubros de compras.

El proceso de selección de un proveedor, incluye políticas y lineamientos que aseguran el cumplimiento de nuestras normativas, principios y valores. En particular, muchos de nuestros proveedores deben atravesar un proceso de evaluación a partir de diferentes mecanismos que nos permitan conocer su comportamiento comercial²⁵.

En **Banco Galicia**, se destacan los siguientes instrumentos para evaluar y elegir a sus proveedores:

1. Auditorías interna y externa en el proceso de compras, contrataciones y monitoreo.
2. Manual de compras, donde se especifican los procedimientos para la adquisición de productos y servicios, e incluye un Código de Ética de Compras, los pasos administrativos y la Política Comercial de Tratamiento de Proveedores. Los colaboradores que realizan compras tienen la obligación de conocerlo y actuar bajo sus lineamientos.

3. Código de Conducta, que deben firmar los proveedores cuando reciben el alta, junto a la Política Ambiental de la compañía. Esto implica un compromiso a cumplir con los valores de Banco Galicia, la ley, la lucha contra la corrupción, los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y con el cuidado de los recursos naturales dentro de sus operaciones. Los proveedores deben además presentar una declaración jurada dando fe de su cumplimiento con la ley y la normativa laboral vigente.

663 NUEVOS PROVEEDORES FIRMARON EL CÓDIGO DE CONDUCTA Y POLÍTICA AMBIENTAL EN 2015

4. Visitas a proveedores: Para garantizar el cumplimiento del contrato firmado con el Banco, se realizan visitas a proveedores teniendo en cuenta aspectos relacionados con estándares sociales y ambientales.

Galicia Seguros también coordina reuniones con determinados proveedores para conocer sus operaciones, analizar la información económica financiera, condiciones de entrega, y cumplimiento de requisitos de producto.

Tarjeta Naranja comenzó un proceso de trabajo con proveedores acompañados por especialistas de el IARSE²⁶ con la intención de mejorar la gestión y afirmar la comunicación con este público. Realizó el primer taller de sensibilización sobre Responsabilidad Social Corporativa dirigido a proveedores estratégicos de la empresa.

LEAN COMPRAS EN BANCO GALICIA

CONTINUANDO CON LA POLÍTICA DE EFICIENCIA EN EL MANEJO DE LOS RECURSOS, BANCO GALICIA INICIÓ DURANTE EL AÑO UN PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN DENOMINADO LEAN COMPRAS. EL OBJETIVO FUE ESTABLECER UNA METODOLOGÍA ESTÁNDAR PARA TODA LA ORGANIZACIÓN EN CUANTO AL ABASTECIMIENTO, CON ROLES Y PROCESOS CLAROS.

A TAL FIN SE CREÓ UNA GERENCIA DE ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO PARA FACILITAR EL CUMPLIMIENTO DE ESTOS OBJETIVOS. ESTE NUEVO EQUIPO FUE EL RESPONSABLE DE EVALUAR CÓMO OPERABA EL ÁREA DE COMPRAS E IDENTIFICAR LOS DESPERDICIOS DE TIEMPO EN LOS PROCESOS Y SISTEMAS, PARA LUEGO TRABAJAR EN LAS MEJORAS A IMPLEMENTAR. FINALMENTE, SE DISPUSO UN COMITÉ ENCARGADO DE CONTROLAR PERIÓDICAMENTE EL CUMPLIMIENTO DE ESTA METODOLOGÍA.

PLAN DE DESARROLLO DE PROVEEDORES DE TARJETA NARANJA

EN EL TRANSURSO DE 2015, TARJETA NARANJA INICIÓ UN PROCESO DE MAPEO DE PROVEEDORES COMO PRIMER PASO PARA ELABORAR EN LOS PRÓXIMOS AÑOS UN PLAN DE DESARROLLO DE PROVEEDORES EN MATERIA DE SUSTENTABILIDAD.

EL TRABAJO CONSISTIÓ EN PROFUNDIZAR LA EVALUACIÓN DE CRITERIOS ÉTICOS, DE DERECHOS HUMANOS, DERECHOS LABORALES Y AMBIENTALES A INCLUIR EN LA GESTIÓN GENERAL DE PROVEEDORES A PARTIR DE 2016. ASIMISMO, COMPRENDIÓ EL ANÁLISIS COMPARATIVO CON OTRAS EMPRESAS SOBRE GESTIÓN SUSTENTABLE DE LA CADENA DE VALOR; PROCESOS DE CONTRATACIÓN Y SELECCIÓN, ASÍ COMO FORMULARIOS UTILIZADOS PARA EL ALTA, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES.

25. Si bien no se ha realizado a los proveedores un análisis formal y exhaustivo sobre prácticas laborales y derechos humanos, ninguna de las compañías del Grupo ha tomado conocimiento de un impacto negativo significativo con respecto a estos temas en la cadena de suministros.

26. Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria.





Apuntamos a fortalecer las relaciones con nuestros proveedores a través de un diálogo fluido, regular y entre pares, que nos permita ir construyendo vínculos comerciales de largo plazo. Al mismo tiempo, generamos distintas instancias de capacitación con el fin de aumentar la productividad de nuestra cadena de valor. Ejemplos de ello son la destacada participación de Banco Galicia en el Programa Valor, y las jornadas de formación que lleva adelante Tarjeta Nevada para ayudar a desarrollar la competitividad de sus proveedores, e implementar mejoras en sus procesos de producción.

PROGRAMA VALOR DE BANCO GALICIA

ES UN PROGRAMA EJECUTADO POR LA AMIA Y PATROCINADO POR EL BID A TRAVÉS DEL FOMIN, PARA PROMOVER LA GESTIÓN SUSTENTABLE EN LA CADENA DE VALOR Y FAVORECER SU DESARROLLO.

A TRAVÉS DE ESTE PROGRAMA NOS PROPONEMOS TRABAJAR EN TEMAS DE SUSTENTABILIDAD CON EMPRESAS PROVEEDORAS Y CLIENTES, CON EL OBJETIVO DE COMPARTIR LOS VALORES DEL BANCO, FORTALECER LOS VÍNCULOS, INCREMENTAR LA EFICIENCIA OPERATIVA Y CONSTRUIR RELACIONES DE LARGO PLAZO BASADAS EN LA CONFIANZA, LA TRANSPARENCIA Y EL RESPETO.

EN 2015 SE REALIZARON 3 TALLERES DE CAPACITACIÓN A EMPRESAS DE LA CADENA DE VALOR DEL BANCO EN ROSARIO. SE SUMARON COMO ALIADOS EN ESTA INICIATIVA LA UNIVERSIDAD AUSTRAL, NZR S.A. COMUNICACIONES Y MOVEUSE.

PARTICIPARON 25 REPRESENTANTES DE 19 EMPRESAS, Y SE ABORDARON LOS SIGUIENTES TEMAS:

- GOBIERNO EMPRESARIAL Y GESTIÓN DE LA RSE.
- MATRIZ DE MATERIALIDAD.
- GESTIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS.
- PRÁCTICAS LABORALES/GESTIÓN AMBIENTAL.
- CADENA DE VALOR (CLIENTES/PROVEEDORES).
- COMUNICACIÓN Y REPORTING.

EL PROGRAMA CONTINÚA EN 2016 EN 6 ENTIDADES QUE PARTICIPARON DE LA CAPACITACIÓN, LAS QUE TOMARÁN UNA CONSULTORÍA PARA LA ADOPCIÓN DE MEJORES PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN SUSTENTABLE DE LA EMPRESA.



COMPRAS RESPONSABLES

G4-56

2.220 PRODUCTOS SUSTENTABLES
COMPRADOS DURANTE 2015

En los últimos años hemos comenzado un proceso que promueve el consumo responsable. Esto significa elegir productos elaborados con algún criterio de sustentabilidad o bien que generen un impacto positivo desde el punto de vista económico, social y ambiental.

Este año compramos productos, entre otras, de las siguientes organizaciones:

- En Buenas Manos
- Fundación Pro Yungas
- Fundación Marzano
- Obra
- Ondulé
- San José Providente
- Ludiedro

GUÍA DE PROVEEDORES SUSTENTABLES²⁷

Desde el año 2013, **Banco Galicia** promueve el consumo responsable a través de la Guía de Proveedores Sustentables. Esta publicación ofrece tanto al Banco como al público externo, un listado de empresas sociales, emprendimientos individuales, organizaciones sociales y Pymes que brindan productos y servicios con criterios de sustentabilidad social y/o ambiental.

Las políticas de selección y evaluación de proveedores que contempla la Guía, se encuentran a disposición del resto de las compañías del Grupo como una herramienta de referencia en el camino de consolidar paulatinamente un modelo sustentable de gestión de proveedores.



27. Para más información, ver:

www.galiciasustentable.com/home/GS_Guia_Proveedores_Sustentables.pdf

AMBIENTE

110.170

KILOS DE RESIDUOS
TECNOLÓGICOS
DISPUESTOS EN FORMA
AMBIENTAL

510

TONELADAS DE
PAPEL RECICLADO

3%

DE REDUCCIÓN DE
CONSUMO DE ENERGÍA
EN EDIFICIOS CENTRALES
EN BANCO GALICIA



NUESTRO COMPROMISO AMBIENTAL

LA PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES ES PARTE DE NUESTRO COMPROMISO QUE SE REFLEJA EN LOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE UNA GESTIÓN SUSTENTABLE. TRABAJAMOS EN LOS IMPACTOS DIRECTOS E INDIRECTOS IDENTIFICANDO LOS RIESGOS QUE GENERA NUESTRO NEGOCIO CON UN ENFOQUE DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE LOS MISMOS.

EN RESPUESTA A LAS NECESIDADES CADA VEZ MÁS CRECIENTES DE HACER UN USO MÁS EFICIENTE DE LA ENERGÍA Y DISMINUIR EL CONSUMO DE PAPEL -RECURSOS CRÍTICOS UTILIZADOS POR LAS COMPAÑÍAS QUE INTEGRAN EL GRUPO-, SE HAN PUESTO EN MARCHA INICIATIVAS DESTINADAS A TOMAR ACCIÓN EFECTIVA PARA LA GESTIÓN AMBIENTAL DE DICHOS CONSUMOS.



LA GESTIÓN AMBIENTAL EN NUESTRAS COMPAÑÍAS

LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO TIENEN DISTINTOS AVANCES EN MATERIA DE GESTIÓN AMBIENTAL, BUSCAN CONSTRUIR UNA VISIÓN COMPARTIDA QUE POTENCIE LOS RESULTADOS DEL GRUPO EN GENERAL.

EN ESTE SENTIDO, BANCO GALICIA, EN EL MARCO DE SU POLÍTICA AMBIENTAL, DESDE EL 2009 CUENTA CON UN SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA), MIENTRAS QUE EL RESTO DE LAS COMPAÑÍAS REALIZAN ACCIONES RELACIONADAS CON EL CUIDADO DE LOS RECURSOS QUE SE IRÁN PROFUNDIZANDO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.

SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA)

G4-14, G4-DMA - ODS 1.4., 5.1., 8.3.

El sistema de gestión ambiental de Banco Galicia abarca toda la organización y se gestiona a través de 4 programas:

- Uso racional de energía, agua y gas
- Optimización de recursos
- Concientización ambiental
- Riesgos indirectos

A lo largo de 2015, se priorizaron las acciones de concientización y seguimiento de las actividades del sistema de gestión ambiental a fin de profundizar sus aspectos operativos y de compromiso de los colaboradores.

RECERTIFICACIÓN ISO 14001

ESTE AÑO BANCO GALICIA OBTUVO LA SEGUNDA RECERTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL PARA LA TORRE CORPORATIVA, BAJO LA NORMA ISO 14001:2004, OTORGADA POR BUREAU VERITAS.



Uso Racional de la Energía, Agua y Gas Natural

G4-EN3, G4-EN6 – ODS 7.2., 7.3., 8.4., 12.2., 13.1.





A través del Programa de Uso Racional de la Energía, Agua y Gas Natural, Banco Galicia gestiona distintos consumos, entre ellos el de energía eléctrica.

3% DE MEJORA EN LA EFICIENCIA DE CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA EN EDIFICIOS CENTRALES DE BANCO GALICIA

En 2015 se mejoró la medición de energía eléctrica reportando los consumos del 99% de las sucursales, lo que implica un avance importante en relación con los datos relevados en 2014, que cubría solo el 86% del total de consumo real en sucursales.

Si bien en el resto de las compañías del Grupo no cuentan con metas de reducción de consumos de energía y agua, realizan algunas acciones de concientización para el consumo de estos recursos.

GESTIÓN DE INSUMOS GRUPO FINANCIERO GALICIA - CONSUMO 2015

GESTIÓN DE INGRESOS ENERGÉTICO FINANCIERO SUTRIAT - CONSUMO 2023							
	Unidad	BANCO GALICIA ²⁸	TARJETA NARANJA ²⁹	TARJETA NEVADA ²⁸	EFFECTIVO S ³⁰	GALICIA SEGUROS	
	GAS NATURAL ⁽ⁱ⁾	m ³	180.429,37	15.272,94	0 ³¹	Dato no disponible	2.111,68
		GJ	7.036,75	595,64	0 ³¹	Dato no disponible	82,33
	ELECTRICIDAD ⁽ⁱⁱ⁾	MWh	54.014,35	5.494,00	3.042,62	Dato no disponible	1.301,68
		GJ	194.451,64	19.778,40	10.953,40	Dato no disponible	4.686,05
	GASOIL ⁽ⁱⁱⁱ⁾	Litros	8.906	10.870,00	60	Dato no disponible	7.551,68
		GJ	324,18	395,70	2,18	Dato no disponible	274,86
	NAFTA ^(iv)	Litros	2.332	40	0	Dato no disponible	0
		GJ	76,96	1,30	0	Dato no disponible	0

(i) 1 m³ de gas natural = 0,0390 GJ. (ii) 1 MWh = 3,6 GJ. (iii) 1 litro de gasoil = 0,0364 GJ. (iv) 1 litro de nafta = 0,0330 GJ.

28. Alcance: Edificios Centrales y sucursales.

29. Alcance: Edificios Centrales.

30. Efectivo Si no posee los datos disponibles para reportar.

31. Los edificios no poseen conexión de gas o en los edificios no hay artefactos que requieran el consumo de gas.

METAS ENERGÉTICAS EN BANCO GALICIA

G4-EN3, G4-EN6

EN EL ANÁLISIS DE HUELLA DE CARBONO CORPORATIVA DE BANCO GALICIA, SE IDENTIFICÓ QUE LA MAYOR EMISIÓN CORRESPONDE AL CONSUMO ELÉCTRICO. POR ESE MOTIVO, EN 2015 SE CONTINUÓ PROFUNDIZANDO EL PROYECTO DE METAS ENERGÉTICAS.

Iniciado en 2013, el Proyecto de Metas Energéticas fue incorporando distintas acciones para generar ahorros de energía y minimizar las emisiones de gases de efecto invernadero. Desde entonces, los resultados de la meta energética se basaron en reducir el promedio general de intensidad energética³², a través de la implementación de acciones para mejorar el impacto de uso de energía eléctrica, tanto en sucursales como en edificios centrales. Estos son los resultados alcanzados durante 2015:



Sucursales

Sobre un total de 258 sucursales relevantes, que representa el 99% del total de sucursales de Banco Galicia, se registró un consumo de 30.944.025 kWh en el año.

EFICIENCIA ENERGÉTICA		
Promedio de intensidad energética 2014	211	kW/m ² /año
Promedio de intensidad energética 2015	232	kW/m ² /año

Edificios Centrales³³

En Edificios Centrales, durante el 2015, se mejoró un 3% la reducción de eficiencia energética, logrando una mejora total del 4% desde inicios del Proyecto.

EFICIENCIA ENERGÉTICA		
Promedio de intensidad energética 2014	311	kW/m ² /año
Promedio de intensidad energética 2015	302	kW/m ² /año

Acciones implementadas en sucursales

- Desarrollo de un nuevo plan de mantenimiento en forma conjunta con el Grupo.
- Refuerzo de las medidas implementadas en el 2014: Regulación de set point de equipos de aire acondicionado en 24 °C.
- Apagado y encendido programado de cartelera exterior, con horario diferenciado de acuerdo con la época del año.
- Apagado de equipos informáticos al cierre de la jornada.
- Regulación en el lavado de veredas y patios.
- Concientización del uso del agua.
- Adecuación de cartelera institucional con iluminación LED.
- Reemplazo de equipos de aire acondicionado con gas ecológico.
- Implementación de iluminación por medio de lámparas LED.

32. La intensidad energética es una medida promedio de energía que refleja el consumo energético según un nivel de actividad o superficie. Banco Galicia considera su actividad en términos de kW/m²/año.

33. Los Edificios Centrales fueron incluidos en su totalidad.

- Reducción de la incidencia solar mediante la utilización de cortinas o film de control solar.

Acciones implementadas en Edificios Centrales

- Optimización de los horarios de ocupación/desocupación en Torre Corporativa.
- Monitoreo sistemático de temperaturas de set point de aire acondicionado en Torre Corporativa.

CASA NARANJA: INTELIGENCIA SUSTENTABLE

INAUGURADA EN 2015, EL EDIFICIO DE CASA NARANJA POSEE UN CONJUNTO DE SISTEMAS INTEGRADOS EN UNA COMPUTADORA CENTRAL QUE SE ENCARGA DE REGISTRAR EL CONSUMO DE LOS RECURSOS EN LOS DIFERENTES SECTORES:

- **GESTIÓN RESPONSABLE DEL AGUA:** SE REUTILIZA EL AGUA PROVENIENTE DEL GOTEO DE LOS AIRES ACONDICIONADOS, DE LAVABOS, DE LLUVIA O SUBTERRÁNEA, PARA USARLA EN LOS INODOROS Y EN EL RIEGO DE LOS PATIOS Y JARDINES. ADEMÁS, CUENTA CON BOTONES DE DOBLE ACCIÓN EN LOS INODOROS, Y AIREADORES EN LOS GRIFOS, LOS CUALES AHORRAN UN 40% DEL AGUA RESPECTO A LOS SISTEMAS TRADICIONALES.
- **USO EFICIENTE DE LA ELECTRICIDAD:** SE MIDE LA CALIDAD DEL AIRE EN LAS OFICINAS Y SE INYECTA LA CANTIDAD NECESARIA DE AIRE EXTERIOR QUE PERMITE TRABAJAR MEJOR. EN CUANTO A LA ILUMINACIÓN, LOS 4.800 ARTEFACTOS DEL EDIFICIO SON TUBOS FLUORESCENTES DE BAJO CONSUMO Y LÁMPARAS LED. SU SISTEMA DE ASCENSORES TAMBIÉN ES EFICIENTE PORQUE AGRUPA A LOS COLABORADORES QUE VAN A UN MISMO PISO, PARA EVITAR QUE CADA ASCENSOR PARE SIN SENTIDO Y GASTE ENERGÍA EN VOLVER A ARRANCAR.
- **FACHADA VENTILADA:** SE REDUCE EN UN 30% EL CONSUMO DE AIRE ACONDICIONADO DEL EDIFICIO.
- **SISTEMA INTELIGENTE DE CALEFACCIÓN:** EL 95% DE LOS DÍAS DEL AÑO CUENTAN CON CALEFACCIÓN GRATIS YA QUE SE REUTILIZA EL AIRE CALIENTE QUE LOS APARATOS DE AIRE ACONDICIONADO ENVÍAN AL EXTERIOR, CONCENTRÁNDOLOS MEDIANTE RADIADORES DE AGUA.



OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

A través del Programa de Optimización de los Recursos, Banco Galicia gestiona el tratamiento de los residuos y el uso de los insumos de oficina significativos en materia ambiental.

EN 2015 BANCO GALICIA REDUJO EN UN 16 % SU CONSUMO DE PAPEL.

Actualmente, el resto de las compañías del grupo no posee metas en este sentido, pero realizan distintos esfuerzos de gestión en reducción y disposición de residuos, así como acciones de concientización entre sus colaboradores sobre el uso responsable del papel.

EFFECTIVO SÍ DONÓ BIENES TECNOLÓGICOS A LA ASOCIACIÓN CIVIL MARÍA DE LAS CÁRCELES QUE, POR MEDIO DEL PROGRAMA 2° POSIBILIDAD, CAPACITA A INTERNOS DE LA UNIDAD PENITENCIARIA N°32 DE FLORENCIO VARELA PARA QUE LOS REPAREN Y LUEGO SEAN DONADOS A ESCUELAS CARENCIADAS.

TARJETA NARANJA DONÓ 32 EQUIPOS TECNOLÓGICOS A LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL DE CÓRDOBA Y OTRAS INSTITUCIONES.

Gestión de residuos

- **Reciclado de plástico:** A través de una campaña de recolección de tapitas de plástico, en 2015 **Banco Galicia** juntó 830 kg de tapitas para el Programa de Reciclado de la Fundación Garrahan. **Tarjeta Naranja** y **Efectivo Sí** también colaboran con la Fundación donando 460 kg y 112 kg, respectivamente.
- **Separación y reciclado de material seco (reciclable):** **Efectivo Sí** y **Banco Galicia** responden a la Ley de Basura Cero impulsada por el Gobierno de la Ciudad. Inscriptos en el Registro de Generadores Especiales en el Ministerio de Ambiente y Espacio Público (MAyEP), controlan la separación y clasificación de sus residuos, para luego entregarlos a las Cooperativas.
- **Residuos electrónicos:** **Banco Galicia** dispuso 104.014 kg de residuos electrónicos a través de un proveedor especializado y donó 8.421 bienes a organizaciones sociales a través de la Fundación Banco Galicia. **Tarjeta Nevada** recicló 1.086 kg de residuos tecnológicos, mientras que **Tarjeta Naranja** recicló 5.070 kg de residuos electrónicos.
- **Residuos especiales:** Por un lado, En el Banco se dispusieron 659 kg de lámparas y tubos fluorescentes, 1 tonelada de residuos especiales de la Torre Corporativa, Casa Matriz y edificio de Perón 518, y 320 litros de aceites vegetales usados fueron entregados para su tratamiento y disposición final a empresas especializadas. Por otro lado, **Tarjeta Naranja** y el Banco realizaron la correcta disposición final de tarjetas plásticas en desuso que quedaron en poder de la compañía por errores de impresión o que no fueron retiradas por los clientes.
- **Residuos de cartuchos de tóner:** Este año, fueron devueltos a proveedores del Banco 1.595 cartuchos, quienes los reutilizan para fabricar cartuchos nuevos, con el fin de evitar el consumo de más recursos. En **Tarjeta Naranja** se compraron 1.710 cartuchos remanufacturados, que, una vez utilizados, fueron devueltos al proveedor. En **Tarjeta Nevada** se entregaron 2.132 cartuchos utilizados al proveedor, que se encarga de su reutilización.

CONSUMO ANUAL 2015						
INDICADOR	UNIDAD	BANCO GALICIA	GALICIA SEGUROS	TARJETA NARANJA	TARJETA NEVADA	EFFECTIVO SÍ
Cartuchos de impresión	Unidades	5.857	114	4.669	2.132	19



Banco Galicia: Gestión de residuos, reciclado de tapitas.



Desde hace varios años, **Tarjeta Nevada** recicla papel, revistas y cartón, y los entrega a Papelera Favorable, que se encarga de adjudicar el dinero correspondiente a la Fundación CONIN, según los kilos de papel retirados. En 2015 se entregaron 40.207 kg, que significaron \$44.601.

34. En 2015 se amplió la medición al consumo de papel blanco (formato A4, carta, oficio y bobinas) y papel membretado (preimpreso de bobinas y carta). Debido a esto es que se realizó el recálculo del consumo 2014 a fin de mantener la trazabilidad de la información.

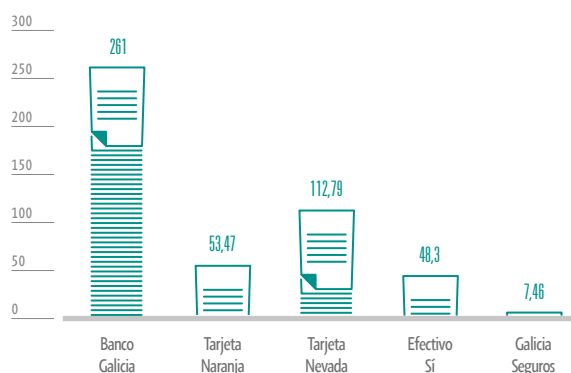
GESTIÓN DE INSUMOS DE OFICINA

G4-EN1, G4-EN2 – ODS 8.4., 12.2., 12.5.

El papel y los cartuchos de impresión son los materiales de oficina que más uso tienen en nuestras actividades diarias. Para minimizar el consumo de ambos recursos y disponerlos de manera responsable, implementamos en 2015 distintas iniciativas:

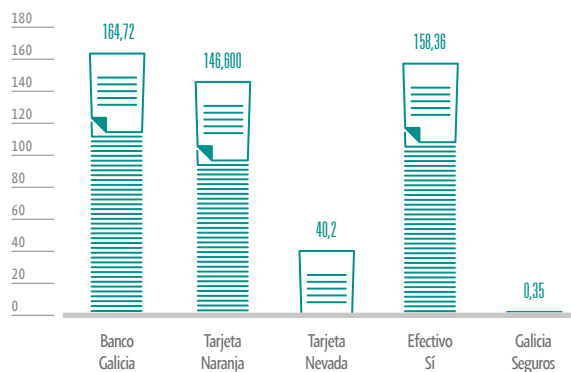
- **Consumo de papel certificado y cartuchos de impresión:** Todas las compañías del Grupo utilizan papel certificado FSC o bagazo de caña de azúcar tanto para uso interno como para resúmenes de tarjetas de crédito y terminales de autoservicios.

Consumo de papel³⁴ - 2015 - Toneladas



- **Consumo de sobres reutilizables:** En Banco Galicia se reutilizaron 252.050 sobres, y para aumentar su capacidad de reutilización se modificó el formato pasando de 4 a 6 casillas aumentando su capacidad de reutilización.
- **Reciclado de papel:** Desde las compañías promovemos el reciclado de papel en todas las oficinas y sucursales. En Banco Galicia y Tarjeta Naranja se recicla el papel proveniente de archivo y, durante el año, se alcanzan unas 123,36 toneladas recicladas.

Papel reciclado - 2015 - Toneladas



- **Consumo de bolsas:** En 2015 el Banco utilizó 430.330 bolsas de polietileno de uso interno oxibiodegradables para el transporte de documentación interna, y Tarjeta Naranja usó bolsas institucionales ecológicas de fliselina en reemplazo de las bolsas de papel.



CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL

Banco Galicia a través de su Programa de Concientización Ambiental promueve entre los colaboradores iniciativas y actividades relacionadas con el uso eficiente de los recursos naturales para mejorar el desempeño ambiental de la compañía.

SEGÚN LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA DE CLIMA GREAT PLACE TO WORK, EL 89% DE LOS COLABORADORES DEL BANCO TIENE CONOCIMIENTO DE LOS ASPECTOS DE LA POLÍTICA AMBIENTAL.

Las principales iniciativas realizadas durante 2015 en las compañías del Grupo fueron:

- **Visitas a la Torre Corporativa de Banco Galicia:** Se realizaron 6 recorridos a la Torre, de las cuales participaron 104 colaboradores del Banco, lo que logró fomentar una mayor toma de conciencia acerca de los aspectos e impactos ambientales de la actividad.
- **7^{ma} edición del Concurso de Dibujo Ambiental:** Con el objetivo de sensibilizar a los chicos en temas de medio ambiente, se convocó a los hijos de colaboradores del Banco y niños de escuelas de PRIAR a participar en el concurso de dibujo. La convocatoria este año contó con la participación de 464 chicos.
- **Cursos online de Gestión Ambiental:** En los últimos 3 años, 522 colaboradores incrementaron su conocimiento en la aplicación de la Norma ISO 14001.
- **Reducción del uso de vasos plásticos:** Banco Galicia realizó una campaña de ecovasos, en la cual se distribuyeron vasos reutilizables a todos los colaboradores de edificios centrales, logrando disminuir en un 8,54% la cantidad de vasos plásticos utilizados en las máquinas de café de la Torre Corporativa. En Galicia Seguros y Tarjeta Naranja también se gestiona el uso del vaso plástico. Galicia Seguros consume 19.500 unidades de vasos plásticos al mes.

- **Campaña de Concientización del cuidado de los Recursos naturales en Banco Galicia:** Como todos los años, en el Día Internacional del Medio Ambiente, se invitó a todos los colaboradores a participar de una Trivia interna orientada al conocimiento del cuidado del ambiente.
- **Actividad de voluntariado de Banco Galicia junto a PRIAR:** Este año se participó de la Campaña “Limpiá el aire, plantá un árbol” en el Centro de Primera Infancia “Semillitas de Esperanza”. Esta iniciativa es organizada por la Secretaría de Hábitat e Inclusión de la Ciudad de Buenos Aires junto a Fundación Suma, que tiene como misión impulsar la forestación de zonas vulnerables en gestión asociada.

PROGRAMA INTERNO DE COMPOSTAJE EN EFECTIVO SÍ

CONSISTE EN QUE LOS COLABORADORES DE CASA CENTRAL SEPARAN LOS DESECHOS ORGÁNICOS EN COMPOSTERAS UBICADAS EN LA TERRAZA DEL EDIFICIO PARA SU POSTERIOR RECICLADO Y REÚSO COMO TIERRA FÉRTIL.

- En **Tarjeta Nevada** se concientiza a los colaboradores a disminuir el consumo de energía apagando monitores, CPU, registradoras, luces, impresoras y todo lo que pueda estar relacionado al consumo.

CAPACITACIÓN Y RESPUESTA ANTE EMERGENCIAS

A FIN DE MANTENER CAPACITADOS A SUS COLABORADORES, TODAS LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO CUMPLEN CON PLANES DE SIMULACROS DE EVACUACIÓN ANTE EMERGENCIAS. ADemás, BANCO GALICIA Y GALICIA SEGUROS CUENTAN CON DIFERENTES CURSOS DE FORMACIÓN PARA SUS COLABORADORES Y PERSONAL CONTRATADO DE LIMPIEZA, ORIENTADOS A UNA GESTIÓN SUSTENTABLE.

GESTIÓN DE RIESGOS INDIRECTOS EN BANCO GALICIA

G4-EN27, G4-DMA – ODS 6.4., 8.4., 12.2., 12.4., 12.5., 13.1., 14.3., 15.2.

A lo largo de 2015, **Banco Galicia** dio continuidad al análisis del riesgo ambiental en operaciones de crédito de sus clientes.

Para la gestión de este riesgo, se mantuvo la utilización del aplicativo “Sistema de Evaluación Ambiental”, operativo en todas las sucursales del Banco, así como en Áreas Centrales. De esta manera se optimiza el proceso acortando los tiempos de análisis, evaluación y diagnóstico final con mayor eficiencia.

Se ha realizado el Análisis de Riesgo Ambiental a un total de 107 operaciones de crédito, por un monto total de \$1.176,30 millones de pesos.

EVOLUCIÓN EN CANTIDAD Y MONTO DE PROYECTOS			
	2013	2014	2015
Monto (en millones de pesos)	1.714,73	817,15	1.176,30
Cantidad de proyectos	368	156	107

PARTICIPACIÓN POR MONTO Y CANTIDAD						
	PARTICIPACIÓN - MONTO			PARTICIPACIÓN - CANTIDAD		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Producción primaria	24%	22%	14,23%	33%	32,05%	20,56%
Industria manufacturera	37%	37,23%	32,05%	27%	26,92%	33,64%
Construcción	7%	5,12%	7,78%	6%	6,41%	5,61%
Comercio mayorista	7%	3,95%	6,42%	9%	7,69%	4,67%
Comercio minorista	8%	11,26%	9,71%	7%	5,13%	11,21%
Servicios	17%	20,45%	29,81%	18%	21,79%	24,30%

Principios de Ecuador

Banco Galicia es el único banco argentino adherido a esta iniciativa internacional. Desde el año 2007 el Banco participa de esta asociación voluntaria, que propone lineamientos para la gestión del riesgo ambiental en operaciones de “Project Finance”, cuando el monto de inversión es igual o mayor a diez millones de dólares, así como a préstamos corporativos relacionados a proyectos de inversión. En este caso, el Galicia aplica estos parámetros cuando el monto solicitado es igual o superior a cien millones de pesos. Durante el 2015 no ha habido ningún caso durante el año de “Project Finance”.

CRÉDITOS BAJO LOS PRINCIPIOS DE ECUADOR			
CATEGORÍA PRINCIPIO DE ECUADOR	CANTIDAD DE PROYECTOS EVALUADOS		
	2013	2014	2015
A (alto)	0	0	0
B (mediano)	1	0	0
C (bajo)	4	5	1
Total	5	5	1

DISTRIBUCIÓN DE PROYECTOS EVALUADOS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA 2015		
CATEGORÍA PRINCIPIOS DE ECUADOR	PARTICIPACIÓN POR CANTIDAD DE PROYECTOS	PARTICIPACIÓN POR MONTO
Industria manufacturera	0%	0%
Comercio minorista	0%	0%
Servicios	100%	100%



GASTOS AMBIENTALES

G4-EN27

Desglose por tipo total de gastos e inversiones ambientales

35. Si bien Galicia Seguros, Tarjeta Nevada y Efectivo Sí cuentan con algunos gastos ambientales, aún no poseen un presupuesto formal.

36. Los gastos e inversiones de Tarjeta Naranja corresponden a:

1. Eliminación y disposición segura de residuos generados en el depósito por actividades de área que incluyen embalajes y desarmes; 2. Destrucción y tratamiento seguro de plásticos que se imprimen con errores o no son retirados por los clientes; 3. Envío para reciclado y destrucción segura de los palets de carcasas de tóner; 4. Reciclaje y disposición final de residuos tecnológicos.

GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES (MONTO EN PESOS) ³⁵	
	BANCO GALICIA + TARJETA NARANJA ³⁶
Costos de eliminación de residuos, tratamiento de emisiones y costos de remediación	1.454.341,20
Costos de prevención y gestión medioambiental relacionados con la operación del Banco	992.081,57
Costos de prevención y gestión medioambiental relacionados con proyectos externos al Banco	1.461.451,62
Total gastos e inversiones ambientales	3.907.874,39

FONDO PARA LA CONSERVACIÓN AMBIENTAL, SEXTA CONVOCATORIA "PRÁCTICAS AGROPECUARIAS SUSTENTABLES"

G4-EN27

121 PROYECTOS RECIBIDOS

16 PROVINCIAS REPRESENTADAS A TRAVÉS DE LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES

5 PRESTIGIOSOS ESPECIALISTAS ACTUARON COMO JURADO

El Fondo para la Conservación Ambiental (FOCA) nace en 2010 con el objeto de financiar proyectos de investigación que procuren la conservación del ambiente, contribuyendo a un real desarrollo del conocimiento científico y de manera directa a la sustentabilidad global.

Este año se lanzó la sexta edición de FOCA, en la cual investigadores y organizaciones de la sociedad civil presentaron sus proyectos sobre "Prácticas agropecuarias sustentables". Se recibieron 121 proyectos de distintos investigadores y organizaciones de todo el país. Esta iniciativa cuenta a partir de 2012 con el apoyo institucional de la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación y de la Administración de Parques Nacionales.

Para la 6^{ta} edición de este Fondo, Banco Galicia propuso la temática "Prácticas Agropecuarias Sustentables" apoyando la Declaración de Naciones Unidas: "2015 - Año Internacional de los Suelos". La promoción de la gestión sustentable de los suelos y las tierras es fundamental para un sistema alimentario productivo, mejores medios de vida rurales y un medio ambiente sano.

Debido a la creciente necesidad de producir alimentos, las áreas destinadas a la agricultura y a la ganadería están incrementándose. Este manejo territorial genera importantes cambios ambientales que pueden ser mitigados parcialmente con prácticas adecuadas y medidas conservacionistas.



En 2015, además, Banco Galicia lanzó el análisis de la cuarta edición 2013 y principales resultados de los proyectos financiados a través de FOCA, bajo la temática "Fuentes renovables de energía". Este es el cuarto tomo de una serie de ejemplares coleccionables que se lanzan a partir de los dos años de otorgados los fondos, tiempo de finalización de los Proyectos de cada edición, con los resultados del trabajo realizado.

Proyectos ganadores:

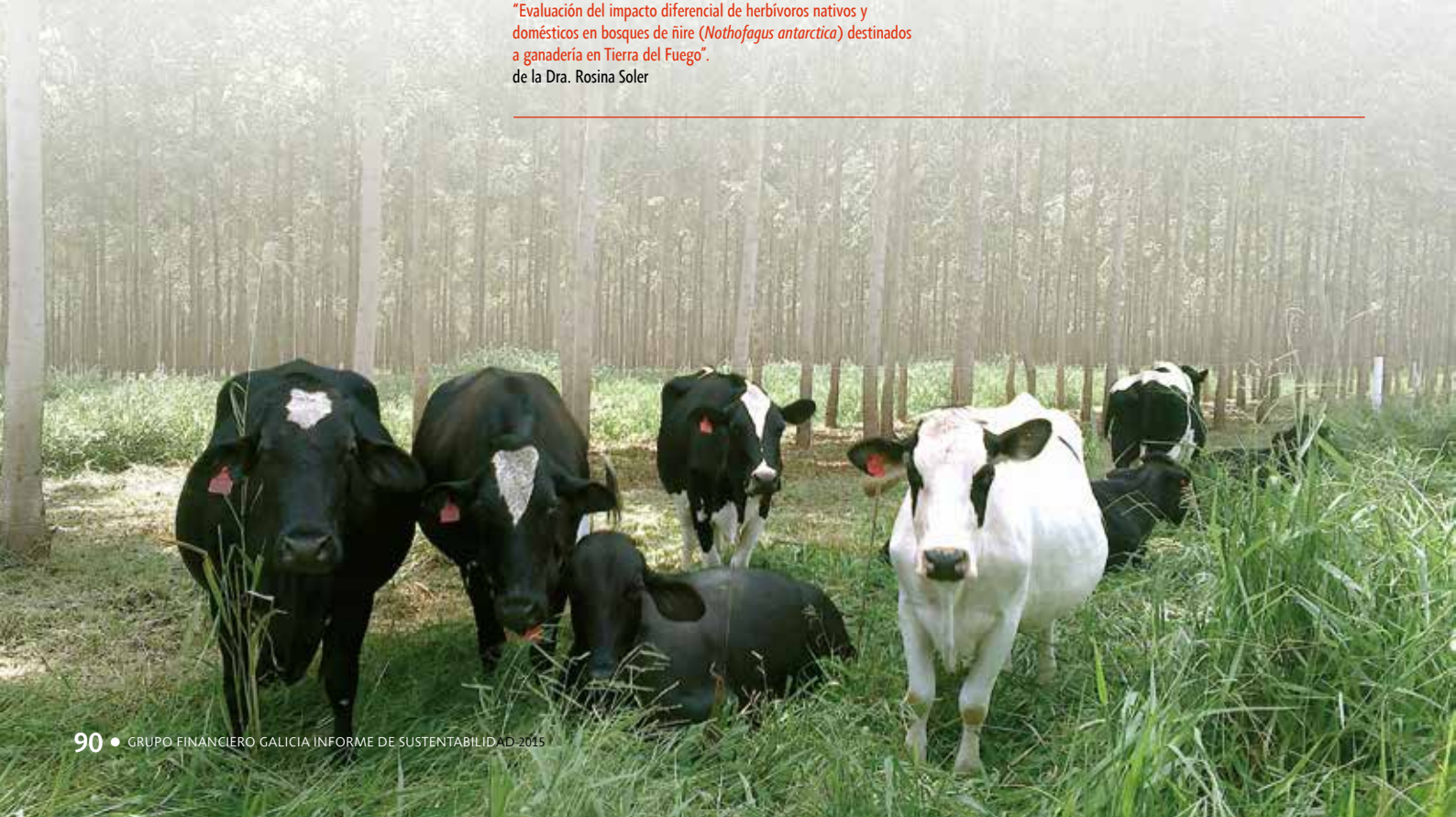
"Alternativas tecnológicas para la mitigación del impacto ambiental provocado por los residuos y efluentes de la cría intensiva de cerdos".
del Mgr. Ignacio Roberto Huerga

"Hacia paisajes multifuncionales: El turismo rural como integrador de servicios ecosistémicos de producción de alimentos, recreación y provisión de hábitat para vida silvestre".
del Dr. Federico Weyland

"Evaluación del impacto diferencial de herbívoros nativos y domésticos en bosques de ñire (*Nothofagus antarctica*) destinados a ganadería en Tierra del Fuego".
de la Dra. Rosina Soler

"El rol de los bordes de cultivo en la conservación de la biodiversidad en agroecosistemas. Un enfoque estructural y funcional".
del Dr. Mariano Devoto

"Conservación de los mallines patagónicos: Variación de la productividad forrajera y de la invasión por plantas exóticas".
del Dr. Gonzalo Irisarri



Indicadores Primarios de Desempeño (IBASE)

G4-9, G4-11, G4-22, G4-EC1, G4-EC3, G4-LA12, G4-HR1, G4-FS6 - ODS 5.4., 7.A., 7.B., 8.1., 9.1., 9.4., 9.5., 9.A.

2015

Base de cálculo	Monto (pesos)		
Ingreso neto (IN)	4.338.000.000,00		
Ingreso operativo (ION)	20.279.000.000,00		
Nómina de pago bruto (NPB)	3.759.193.545,14		
Indicadores sociales internos	Monto (pesos)	% de NPB	% de ION
Cargas sociales obligatorias	1.171.123.465,30	31,15	5,78
Salud	34.120.383,61	0,91	0,01
Educación	1.536.000,00	0,04	0,01
Cultura	13.579.768,11	0,36	0,07
Desarrollo profesional y capacitación	29.796.186,24	0,79	0,15
Guarderías y asistencia para el cuidado infantil	20.924.548,20	0,56	0,10
Total indicadores internos	1.271.080.351,46	33,81	6,27
Indicadores sociales externos	Monto (pesos)	% de NPB	% de ION
Educación	27.468.931,42	0,73	0,14
Promoción laboral	5.009.596,15	0,13	0,02
Salud e inclusión social	8.270.714,21	0,22	0,04
Voluntariado corporativo	856.727,69	0,02	0,00
Restauración de patrimonio cultural	679.000,30	0,02	0,00
Apoyos institucionales	1.635.907,75	0,04	0,01
Contribución total a la sociedad	43.920.877,52	1,17	0,22
Impuestos (sin incluir cargas sociales)	9.219.243.853,77	245,25	45,46
Total indicadores externos	9.263.164.731,29	246,41	45,68
Indicadores ambientales	Monto (pesos)	% de NPB	% de ION
Total de las inversiones en medio ambiente	3.907.874,39	0,10	0,02
Indicadores del personal			
Número de empleados al final del ejercicio	11.993		
Número de admisiones durante el ejercicio	1.511		
Tasa de rotación (%)	12,3		
Cantidad de empleados mayores a 45 años	1.428		
Cantidad de empleados mujeres	6.660		
% de cargos gerenciales ocupados por mujeres	23		
Información relevante acerca de RSC			
Total de accidentes relacionados con el trabajo	194		
Los proyectos sociales y/o ambientales fueron definidos por (áreas involucradas en definición)	Gerencia de Sustentabilidad, RSE y RR.HH. de las compañías		
Los estándares de salud y seguridad en el trabajo fueron definidos por (áreas involucradas en definición)	Directores y Gerentes		
En relación con asuntos sindicales y negociación colectiva, la entidad...	sigue las normas de la OIT		
Días perdidos por huelgas	0		
Cantidad de delegados sindicales	140		
Al seleccionar proveedores, los mismos estándares de responsabilidad ética, ambiental y social de la entidad:	son exigidos en diferentes grados dependiendo de la compañía		
Para empleados involucrados en actividades voluntarias, la entidad...	apoya e incentiva		
Valor agregado total (cifras en miles de pesos)³⁷			
Valor agregado total	12.849.588,00		
Valor obtenido de los accionistas reinvertido en la empresa	0,00		
Valor agregado neto	12.849.588,00		
Valor agregado distribuido			
- Gobierno (impuestos)	6.452.480,00		
- Dividendos de accionistas	0,00		
- Reinversión de ganancias ³⁸	800.588,00		
- Empleados ³⁹	7.197.696,00		

37. El valor agregado total representa la riqueza en términos monetarios que genera el Grupo y que distribuye entre los distintos grupos de interés. Así, los empleados reciben parte del valor agregado a través de su remuneración, de los aportes de seguridad social y de los beneficios otorgados; el Estado lo hace por medio de los impuestos, tasas y contribuciones percibidas; los accionistas, a través de la distribución de utilidades; y el Grupo reinvierte

parte del valor agregado que genera, destinándolo a mantener y/o incrementar la capacidad de generación de riqueza e invirtiendo en la comunidad.

38. Incluye reinversión de ganancia y el resultado del ejercicio neto de dividendos en efectivo.

39. Incluye servicios administrativos contratados.

Índice de Contenido de GRI G4

G4-32

A partir de la información publicada en este documento elaboramos la siguiente Tabla de Contenidos de la Guía G4 de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) con los Suplementos Sectoriales para la industria financiera.

El Informe de Sustentabilidad fue preparado siguiendo los requisitos de la opción esencial "de conformidad" con la Guía G4 del Global Reporting Initiative y el Suplemento Sectorial para la industria financiera obteniendo la verificación de PWC Argentina. Adicionalmente, GRI realizó una verificación sobre el índice de contenidos de la Guía G4 en base al contenido básico general G4-32 mediante el servicio "The GRI Content Index Service"⁴⁰. A su vez, Banco Galicia presenta la comunicación sobre el Progreso 2015 dando cumplimiento a los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

40. GRI no verifica el contenido de estos indicadores, sino su correcta inclusión en la Tabla GRI y su ubicación en el texto del Reporte.



GRI Guía G4 - Contenidos Básicos Generales

Contenidos Básicos Generales	Página/ Respuesta	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Omisiones	Verificación Externa
Estrategia y análisis				
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión.	4, 5		-
G4-2	Describa los principales efectos, riesgos y oportunidades.	7, 8, 11		-
Perfil de la organización				
G4-3	Nombre de la organización.	8, 12		-
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	8, 11, 12, 13, 14, 15, 27, 28		-
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	Buenos Aires, Argentina		-
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se abordan en la memoria.	GFG, a través de sus compañías, no realiza actividades significativas en el exterior.		-
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	8, 12		-
G4-8	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	8, 12, 13, 14, 15, 27, 28		-
G4-9	Determine la escala de la organización, indicando: • número de empleados; • número de operaciones; • ventas netas (para las organizaciones del sector privado) o ingresos netos (para las organizaciones del sector público); • capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado); y • cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	8, 12, 13, 14, 15, 91		-
G4-10	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores (por ejemplo, las contrataciones estacionales en la temporada turística o en el sector agrícola).	45, 46	8.5	-
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	91 95,17% de empleados convenio colectivo de trabajo.	8.8	-
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	76 Ver p. 18 - 19 del IS 2013 de B. Galicia y p. 45 del RS 2014 de T. Naranja.		-
G4-13	Comuniqué todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el período objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización; por ejemplo: • cambios en la ubicación de los centros, o en los propios centros, tales como la inauguración, el cierre o la ampliación de instalaciones; • cambios en la estructura del capital social y otras operaciones de formación, mantenimiento y alteración de capital (para las organizaciones del sector privado); y • cambios en la ubicación de los proveedores, la estructura de la cadena de suministro o la relación con los proveedores, en aspectos como la selección o la finalización de un contrato.	No se realizaron cambios significativos.		-
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	24, 82		-
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	63, 67, 69		-
G4-16	Elabore una lista de las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: • ostente un cargo en el órgano de gobierno; • participe en proyectos o comités; • realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias; • considere que ser miembro es una decisión estratégica.	35		-
Aspectos materiales y cobertura				
G4-17	Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	12, 17-21 El Informe de Sustentabilidad 2015, al igual que la memoria y balance del Banco Galicia, alcanza a las principales compañías que integran GFG: Banco Galicia, Galicia Seguros, Tarjeta Naranja, Tarjeta Nevada y Efectivo Sí.		-
G4-18	Describa el proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la memoria y la Cobertura de cada Aspecto. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	8-12		-
G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	9-12		-
G4-20	Indique la cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: • Indique si el Aspecto es material dentro de la organización. • Si el Aspecto no es material para todas las entidades de la organización (tal como se describen en el apartado G4-17), elija uno de los siguientes enfoques y facilite: - una lista de las entidades o los grupos de entidades incluidas en el apartado G4-17 que no consideran material el Aspecto en cuestión; o - una lista de las entidades o los grupos de entidades incluidas en el apartado G4-17 que sí consideran material el Aspecto en cuestión. • Indique cualquier limitación concreta que afecte a la cobertura de cada Aspecto dentro de la organización.	El análisis de materialidad alcanza a las principales compañías que integran GFG: Banco Galicia, Galicia Seguros, Tarjeta Naranja, Tarjeta Nevada y Efectivo Sí.		-
G4-21	Indique la Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material. Hágalo de la siguiente manera: • Indique si el Aspecto es material fuera de la organización. • Si el Aspecto es material fuera de la organización, señale qué entidades, grupos de entidades o elementos lo consideran así. Describa también los lugares donde el Aspecto en cuestión es materiales para las entidades. • Indique cualquier limitación concreta que afecte a la Cobertura de cada Aspecto fuera de la organización.	8, 10, 11		-
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	En todos los casos en los cuales la reexpresión de la información afectó la comparabilidad interanual de las tablas presentadas, se detalla su modificación en una nota al pie respectivamente.		-
G4-23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	No se realizaron cambios significativos.		-
Participación de los grupos de interés				
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	11, 12		-
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	11, 12		-



Red Pacto Mundial Argentina

Contenidos Básicos Generales		Página/ Respuesta	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Omisiones	Verificación Externa
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	8-11, 40, 47			-
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave se han identificado a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	11, 40			-
Perfil de la Memoria					
G4-28	Período objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	2015			-
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	Este es el primer Informe de Sustentabilidad de GFG.			-
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Anual			-
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	96			-
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación. GRI recomienda la verificación externa, aunque no es obligatoria para que la memoria sea «de conformidad» con la Guía.	92-95 El Informe de Sustentabilidad fue preparado siguiendo los requisitos de la opción esencial "de conformidad" con la guía G4 de Global Reporting Initiative (GRI) y el Suplemento Sectorial para la Industria Financiera.			-
G4-33	Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sustentabilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sustentabilidad de la organización.	95 Carta de verificación de PWC Argentina.			-
Gobierno					
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	22, 23			-
Ética e Integridad					
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	12, 16-21, 51, 75, 77-79	16.3		-

GRI Guía G4 – Contenidos Básicos Específicos

Aspectos materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/ Respuesta	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Omisiones	Verificación Externa
ECONOMÍA					
Desempeño económico	G4-DMA	a. Indique por qué el Aspecto es material. Señale qué impactos hacen que este Aspecto sea material. b. Describa cómo gestiona la organización el Aspecto material o sus impactos. c. Facilite la evaluación del enfoque de gestión, entre otros: • los mecanismos para evaluar la eficacia del enfoque de gestión; • los resultados de la evaluación del enfoque de gestión; y • cualquier modificación relacionada del enfoque de gestión.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77		
	G4-EC1	Valor económico directo generado y distribuido.	13-15, 91	5.4. - 7.a. - 7.b. - 8.1. - 9.1. - 9.4. - 9.5. - 9.a.	✓ p. 95
	G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	54, 55	13.1.	✓ p. 95
	G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	55	8.5.	✓ p. 95
Presencia en el mercado	G4-DMA	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77	1.1.- 5.1.	✓ p. 95
	G4-EC5	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Todos los salarios de los colaboradores de GFG se encuentran por encima del SMVM. El salario inicial estándar supera en un 87 % el SMVM.	8.5.	✓ p. 95
Prácticas de adquisición	G4-DMA	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77	12.7.	✓ p. 95
	G4-EC9		76		
MEDIO AMBIENTE					
Materiales	G4-DMA	Materiales por peso o volumen.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77	8.4. - 12.2.	✓ p. 95
	G4-EN1	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	86	8.4. - 12.2. - 12.5.	✓ p. 95
	G4-EN2		86		
Energía	G4-DMA	Consumo energético interno.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77	7.2. - 7.3. - 8.4. - 12.2. - 13.1.	✓ p. 95
	G4-EN3	Reducción del consumo energético.	83, 84	7.3. - 8.4. - 12.2. - 13.1.	✓ p. 95
	G4-EN6		83, 84		

Aspectos materiales	Información sobre el enfoque de gestión e Indicadores	Página/ Respuesta	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Omisiones	Verificación Externa
Productos y servicios	G4-DMA G4-EN27 Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 88, 90	6.4. - 8.4. - 12.2. - 12.4. - 12.5. - 13.1. - 14.3. - 15.2.		✓ p. 95
DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO					
Empleo	G4-DMA G4-LA1 Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, por sexo y por región. G4-LA2 Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 45, 46, 48 54, 55	5.1. - 8.5. - 8.6. 8.5.		✓ p. 95 ✓ p. 95
Relaciones entre los trabajadores y la dirección	G4-DMA G4-LA4 Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 Los periodos de preaviso contemplan lo establecido en las leyes laborales argentinas, y tienen relación con el nivel de cambio que tiene la persona en relación al puesto y locación de su nuevo trabajo.	8.8.		✓ p. 95
Capacitación y educación	G4-DMA G4-LA9 Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral. G4-LA10 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales. G4-LA11 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 53 52, 53 52 El 89 % recibió evaluación.	4.3. - 4.4. - 4.5. - 5.1. - 8.5. 5.1. - 8.5.		✓ p. 95 ✓ p. 95
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	G4-DMA G4-LA14 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales. G4-LA15 Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 77 77	5.2. - 8.8. - 16.1.a 5.2. - 8.8. - 16.1.		✓ p. 95 ✓ p. 95
DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS					
Libertad de asociación y negociación colectiva	G4-DMA G4-HR4 Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 Las compañías de GFG no han tenido conocimiento respecto a este tema.	8.8.		✓ p. 95
Trabajo infantil	G4-DMA G4-HR5 Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 Las compañías de GFG no han tenido conocimiento respecto a este tema.	8.7. - 16.2.		✓ p. 95
Trabajo forzoso	G4-DMA G4-HR6 Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 Las compañías de GFG no han tenido conocimiento respecto a este tema.	8.7.		✓ p. 95
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	G4-DMA G4-HR10 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos. G4-HR11 Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 77 77			✓ p. 95 ✓ p. 95
DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD					
Comunidades locales	G4-DMA G4-SO1 Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local. G4-FS14 Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 58 30, 42, 64-66	1.4. - 8.10. - 10.2.		✓ p. 95 ✓ p. 95
Lucha contra la corrupción	G4-DMA G4-SO4 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. G4-SO5 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 24 Durante 2015 no se registraron casos vinculados a hechos de corrupción en ninguna de las operaciones de las compañías de GFG.	16.5.		✓ p. 95 ✓ p. 95
DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS					
Salud y seguridad de los clientes	G4-DMA G4-PR1 Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras. G4-PR2 Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 25, 43 43	16.3		✓ p. 95 ✓ p. 95
Etiquetado de los productos y servicios	G4-DMA G4-PR4 Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado. G4-PR5 Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 43 40, 41			✓ p. 95 ✓ p. 95
Privacidad de los clientes	G4-DMA G4-PR8 Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 No se reportaron incidentes.	16.3. - 16.10		✓ p. 95
Productos	G4-DMA FS6 Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión y el sector de actividad.	8-11, 26, 48, 52, 58, 77 14, 15, 22, 27-29, 91			✓ p. 95



Informe De Seguridad Independiente

A los señores Presidente y Directores de
Grupo Financiero Galicia S.A.
Tte. Gral. Juan D. Perón 456
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Introducción

Hemos sido contratados por los directores de Grupo Financiero Galicia S.A. para realizar un encargo de seguridad limitada sobre cierta información contenida en el “Informe de Sustentabilidad 2015” (en adelante el “Informe de Sustentabilidad”) por el ejercicio finalizado el 31 de Diciembre de 2015. La preparación del Informe de Sustentabilidad es responsabilidad del Directorio de la Sociedad. Nuestra responsabilidad consiste en emitir un informe de seguridad limitada e independiente sobre el Informe de Sustentabilidad con el alcance detallado en el presente Informe.

Información sujeta a análisis

Nuestro trabajo de seguridad limitada consistió en la revisión de la siguiente información contenida en el Informe de Sustentabilidad:

- indicadores claves detallados en la Tabla de Indicadores GRI, identificados con el símbolo √;
- la autodeclaración realizada por Grupo Financiero Galicia S.A. respecto a que se ha cumplido con los contenidos básicos recomendados en la Guía para la elaboración de reportes de sustentabilidad del “Global Reporting Initiative”, versión G4 (en adelante “GRI G4”) para una opción de conformidad esencial.

Responsabilidad del Directorio

El Directorio de Grupo Financiero Galicia S.A. es responsable por:

- el contenido del Informe de Sustentabilidad;
- haber establecido como criterio para el Informe de Sustentabilidad los lineamientos del GRI G4 y los indicados en el Informe de Sustentabilidad;
- realizar la medición del desempeño basados en la guía GRI G4;
- el diseño, la implementación y el mantenimiento de controles internos para que la preparación de la información sujeta a análisis esté libre de errores materiales, ya sea debido a fraude o error; y
- mantener registros adecuados para respaldar el proceso de información.

Responsabilidad del profesional interviniente

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una conclusión independiente, con base en nuestros procedimientos de seguridad limitada, acerca de la existencia de algún tema que nos haya llamado la atención para indicar que la información de sustentabilidad, identificada en la sección “Información sujeta a análisis”, contenida en el Informe de Sustentabilidad no se ha manifestado, en todos los aspectos significativos, de acuerdo con los criterios de presentación de la información. Llevamos a cabo nuestro trabajo de acuerdo con la Resolución Técnica N° 35 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE) en lo que respecta a las Normas Internacionales de Compromisos de Seguridad 3000 (ISAE 3000 por sus siglas en inglés) “Compromisos de aseguramiento diferentes de auditoría o revisión de información financiera histórica”. Esta norma requiere que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo para obtener un grado de seguridad limitado

Independencia y Control de Calidad

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la Federación Internacional de Contadores (IFAC por sus siglas en inglés).

Nuestra firma mantiene, de acuerdo con la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (ISQC 1 por sus siglas en inglés), un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados en relación con el cumplimiento de requisitos éticos, normas profesionales y regulación aplicable sobre la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro Informe.

Resumen del trabajo realizado

Nuestros procedimientos incluyen el examen, en función de pruebas sobre bases selectivas, de la evidencia relacionada con la información de sustentabilidad alcanzada por nuestro Informe. También se incluye una evaluación de las estimaciones o juicios significativos realizados por el Directorio para preparar esa información. Los procedimientos para obtener información fueron más limitados en comparación con una auditoría y, por ello, el nivel de seguridad es menor que el que se habría obtenido en un trabajo de auditoría o de seguridad razonable.

Nuestro trabajo consistió, entre otros procedimientos, en:

- evaluar el diseño de los procesos claves y controles para monitorear, registrar y reportar la información seleccionada. Nuestro trabajo no incluye el testeado de la efectividad de los controles operativos para el período bajo análisis;
- realizar pruebas, sobre bases selectivas, para verificar la exactitud de la información presentada;
- realizar entrevistas con la gerencia y altos directivos para evaluar la aplicación de los lineamientos GRI G4;
- inspeccionar, sobre bases selectivas, la documentación para corroborar las manifestaciones de la gerencia y altos directivos en nuestras entrevistas;
- revisar la tabla resumen de GRI para considerar la afirmación de la gerencia en relación con la aplicación de los lineamientos del GRI G4.

Creemos que la evidencia que obtuvimos es suficiente y adecuada para brindarnos una base para nuestra conclusión de seguridad limitada. La información no financiera está sujeta a limitaciones propias distintas que la información financiera, dada su naturaleza y los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar valores. Las interpretaciones cualitativas de relevancia, materialidad y exactitud de los datos están sujetas a suposiciones y criterios individuales.

No hemos llevado a cabo ningún trabajo sobre información presentada correspondiente a períodos anteriores o con relación a objetivos y proyecciones futuras. No hemos realizado ningún trabajo fuera del alcance acordado y por ello, nuestra conclusión se limita solamente a la información de sustentabilidad identificada y revisada.

Conclusión

Sobre la base del trabajo descripto en el presente Informe, nada llamó nuestra atención que nos hiciera pensar que la información sujeta a análisis, incluida en el Informe de Sustentabilidad 2015 de Grupo Financiero Galicia S.A., referente al ejercicio finalizado el 31 de Diciembre de 2015, no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los lineamientos GRI G4 y con los registros y archivos que sirvieron de base para su preparación.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 8 de abril de 2016

PRICE WATERHOUSE & CO.
ASESORES DE EMPRESAS S.R.L.

(Socio)

C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 F° 18

Jorge C. Bacher

Contador Público (UBA)

C.P.C.E.C.A.B.A. T° 87 F° 233

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L., Bouchard 557, piso 8°, C1106ABG - Ciudad de Buenos Aires
T: +(54.11) 4850.6000, F: +(54.11) 4850.6100, www.pwc.com/ar

Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. es una firma miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Cada una de las firmas es una entidad legal separada que no actúa como mandataria de PwCIL ni de cualquier otra firma miembro de la red.



AGRADECEMOS LA COLABORACIÓN DE TODOS LOS REPRESENTANTES DE CADA UNA DE LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO. DE IZQUIERDA A DERECHA: IVANA CÓRDOBA, ALEJANDRA GONZÁLEZ, MARÍA JULIA ZAPATA, PAZ GÓMEZ CENTURIÓN, ALDANA SÁNCHEZ, CECILIA ORTEGA, TULIO MARTILOTTI, SUSANA BERGERO, CONSTANZA GORLERI, MARCELA SERROVALLE, LUCIANA JUVE, MÓNICA PARODI, MARÍA LAURA TORTORELLA, EUGENIA PATIÑO Y MARÍA BELÉN ALONSO.

G4-31

Esta publicación fue elaborada por la Gerencia de Sustentabilidad de Banco Galicia en articulación con las compañías Tarjeta Naranja, Tarjeta Nevada, Galicia Seguros y Efectivo Sí.

Constanza Gorleri
Gerente de Sustentabilidad
de Banco Galicia

SUS COMENTARIOS Y SUGERENCIAS SOBRE EL INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2015 NOS AYUDAN A SEGUIR MEJORANDO EN LA RENDICIÓN DE CUENTAS DE NUESTRAS ACTIVIDADES CON VALOR SOCIAL Y AMBIENTAL.

PARA ELLO LO INVITAMOS A COMPLETAR UNA ENCUESTA EN:
WWW.GALICIASUSTENTABLE.COM/IS2015

TAMBIÉN PUEDE ESCRIBIRNOS POR CORREO ELECTRÓNICO A:
GALICIASUSTENTABLE@BANCOGALICIA.COM.AR, O POR CORREO POSTAL A:
TTE. GRAL. J. D. PERÓN 430, 10° PISO - C1038AAI - CABA - ARGENTINA

@BancoGalicia

BancoGalicia



@GaliciaRSC



BancoGaliciaSustentable

@TarjetaNaranja

TarjetaNaranja.SitioOficial

@Tarjeta_Nevada

TarjetaNevada.SitioOficial

@GaliciaSeguros

EfectivoSi

GaliciaSeguros

Todos los derechos reservados.
Abril 2016





Este informe está impreso
en papel desarrollado con pulpa
derivada de madera de bosques
FSC (Forest Stewardship Council),
organismo internacional que
certifica que la madera proviene
de prácticas forestales social
y ambientalmente responsables.



Grupo Financiero Galicia