

1 INTRODUCCIÓN



- 1.1. Análisis de materialidad
- 1.2. Participantes del proceso de relevamiento de información
- 1.3. Principales resultados de la Encuesta a los grupos de interés
- 1.4. Código de Ética
- 1.5. Campaña "Valores"

1.1. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-26, G4-27

ESTE AÑO REDEFINIMOS EL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD CON FOCO EN LA MIGRACIÓN A LA GUÍA G4 DE GRI. TRABAJAMOS EN LA SELECCIÓN DE LAS ACCIONES Y ASPECTOS DE SUSTENTABILIDAD MATERIALES PARA EL BANCO Y NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS.

En Banco Galicia seleccionamos el contenido del Informe de Sustentabilidad 2013 en base a los principios de la Guía G4 de GRI: Materialidad, Participación de los grupos de interés, Contexto de sostenibilidad y Exhaustividad.

Dentro del proceso de análisis de la información relevante a incluir en este documento tuvimos en cuenta a su vez las directrices del Balance Social de IBASE, el estándar AA1000SES de AccountAbility, la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, y los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

Este ejercicio lo realizamos en cuatro etapas de trabajo conforme a la Guía G4 de GRI, de forma que la elección de los contenidos para el Informe sea interactiva y dinámica, incluyendo la visión del Banco, y las opiniones y expectativas de todos nuestros grupos de interés.

1. Identificación:

En esta etapa identificamos los aspectos y otros asuntos relevantes para el Banco basándonos en los impactos de nuestras acciones en los públicos internos y externos, y sus actividades.

Las herramientas utilizadas para la identificación fueron, entre otras, los contenidos de los Informes de Sustentabilidad del Banco, la Estrategia de Sustentabilidad, la Misión, Visión y

Valores, el Plan Estratégico del Banco y la Memoria Financiera, el Código de Gobierno Societario, y las opiniones de los grupos de interés en base a la Encuesta sobre el Informe de Sustentabilidad 2012.

A su vez, en esta etapa realizamos las siguientes acciones:

I. Ejercicio de análisis de los contenidos publicados en los informes de sustentabilidad anteriores.

II. Análisis de la encuesta a los grupos de interés sobre el Informe de Sustentabilidad 2012.

III. Taller con Directorio y Gerentes de Áreas.

IV. Reuniones individuales con áreas clave para conocer los temas materiales que gestionan con cada grupo de interés.

2. Priorización:

En esta instancia seleccionamos los temas materiales para ser publicados en el Informe de Sustentabilidad 2013 en base al listado de asuntos identificados previamente. En esta actividad participaron miembros de todas las áreas del Banco que conforman el Grupo Operativo, la Comunidad de Líderes, el Directorio y 50 representantes de nuestros grupos de interés clave: empleados que no forman parte de los grupos anteriores, clientes, proveedores y comunidad a través de referentes de organizaciones de la sociedad civil y prensa.

El primer paso fue realizado por el Grupo Operativo quien identificó de la lista mencionada los temas que son “estratégicos”, “relevantes” o “poco relevantes” para la gestión de sustentabilidad del Banco. Luego la Comunidad de Líderes, convocada específicamente para esta tarea, analizó esta priorización y elevó a la categoría de estratégicos aspectos que fueron identificados como relevantes por el Grupo Operativo¹. A su vez, participaron los grupos de interés, a través de una encuesta telefónica realizada por una consultora externa especializada, quienes priorizaron los temas considerados como “estratégicos” para ambos grupos, dando como resultado de este ejercicio la Matriz de Materialidad de temas estratégicos.

Por su parte el Directorio del Banco seleccionó individualmente los temas que consideraban de mayor importancia por grupo de interés, los cuales son referenciados dentro de la Matriz y en el cuadro presentado en este documento.

Conclusiones de la priorización

Estos ejercicios dieron como resultado la Matriz de Materialidad de temas estratégicos que presentamos a continuación y el siguiente cuadro de análisis.

¹ Los temas identificados como estratégicos por la Comunidad de Líderes fueron: Modelo IBASE, por su vinculación con la Transparencia en la Comunicación; Beneficios, por su vinculación con la Gestión del Clima; Sucursales Eco Responsables, por su vinculación con el SGA; y FOCA, por su vinculación con el Uso Racional de la Energía.

	IDENTIFICACIÓN DE TEMAS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN DE SUSTENTABILIDAD DE BANCO GALICIA	DEFINICIÓN DEL NIVEL DE RELEVANCIA POR EL GRUPO OPERATIVO	ASPECTO DE GRI RELACIONADO	GRUPOS DE INTERÉS INVOLUCRADOS EN EL TEMA
ECONOMÍA Y ESTRATEGIA	Presencia en el mercado.*	Estratégico	EC Presencia en el mercado	Accionistas
	Principales resultados e indicadores cuantitativos (Modelo IBASE).**	Relevante	EC Desempeño económico LA Empleo LA Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	Accionistas Colaboradores Clientes Proveedores Comunidad Ambiente
	Respeto por los Derechos Humanos: evaluación e inversión.	Relevante	HR Inversión HR Evaluación	Comunidad
	Transparencia en la comunicación.*	Estratégico	SO Lucha contra la corrupción	Accionistas Colaboradores Clientes Comunidad
	Gestión del riesgo integral.*	Estratégico	SO Lucha contra la corrupción FS Cartera de productos FS Auditoria	Accionistas Colaboradores Clientes Comunidad
	Prevención de delitos financieros programas de capacitación en prevención de lavado de dinero/anticorrupción.	Estratégico	SO Lucha contra la corrupción	Accionistas Colaboradores Clientes Comunidad
	Aspectos legales: multas, sanciones y reclamos ante organismos externos.	Relevante	HR Discriminación HR Libertad de asociación y negociación colectiva HR Trabajo infantil HR Trabajo forzoso HR Derechos de la población indígena HR Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos SO Mecanismos de reclamos por impacto social SO Prácticas de competencia desleal SO Cumplimiento regulatorio PR Cumplimiento regulatorio	Accionistas Colaboradores Clientes Proveedores Comunidad Ambiente
	Impactos económicos indirectos a partir del desarrollo del negocio. ²	Relevante	EC Impactos Económicos Indirectos	Colaboradores Clientes Proveedores Comunidad
	Modelo de Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.*	Estratégico		Accionistas Colaboradores Clientes Proveedores Comunidad Ambiente
	El Banco y su contribución al desarrollo sustentable.*	Estratégico	EC Impactos Económicos Indirectos	Accionistas Colaboradores Clientes Proveedores Comunidad Ambiente

² Los impactos económicos indirectos incluyen los efectos adicionales generados por el negocio, como: desarrollo económico en zonas con elevada incidencia de pobreza, mejora o deterioro de las condiciones sociales o medioambientales, disponibilidad de productos y servicios para personas con bajos ingresos, generación de empleo dependientes de las cadenas de proveedores o de distribución, impacto económico de la utilización de bienes y servicios, etc.

	Diálogo y Compromiso con Nuestros Grupos de Interés.	Relevante		Accionistas Colaboradores Clientes Proveedores Comunidad Ambiente
	Premios y reconocimientos recibidos y entregados.	Poco Relevante		Colaboradores Clientes Proveedores Comunidad
	Adhesiones y trabajo conjunto con organizaciones interdisciplinarias.	Relevante	SO Política pública	Accionistas Colaboradores Comunidad Ambiente
CLIENTES	Universalidad en la atención a todos los segmentos de clientes. ^{3*}	Estratégico		Colaboradores Clientes
	Desarrollo de productos orientados para cada perfil de cliente. ³	Estratégico		Colaboradores Clientes
	Gestión de la Calidad y mecanismos de reclamos.*	Estratégico	PR Etiquetado de los productos y servicios	Colaboradores Clientes
	Seguridad del cliente: personal y de datos.	Estratégico	PR Salud y seguridad del cliente PR Privacidad del cliente	Colaboradores Clientes
	Segmento Éminent.	Relevante		Colaboradores Clientes
	Préstamos a individuos.	Relevante		Colaboradores Clientes
	Seguros.	Poco Relevante		Colaboradores Clientes
	Promociones y beneficios.	Relevante		Clientes
	Canales de atención, comunicación y contacto.	Poco Relevante	PR Etiquetado de los productos y servicios	Colaboradores Clientes
	Empresas vinculadas: tarjetas regionales y Efectivo Sí.	Relevante	PR Etiquetado de los productos y servicios	Colaboradores Clientes
	Accesibilidad para personas con discapacidad.	Relevante	SO Comunidades locales	Clientes Comunidad
	Responsabilidad en las Comunicaciones de marketing y publicidad.	Relevante	PR Comunicaciones de mercadotecnia	Colaboradores Clientes
	Información sobre productos y servicios: en contratos, resumen de tarjetas de crédito, servicios prestados por el banco, etc.	Relevante	PR Etiquetado de los productos y servicios	Colaboradores Clientes
	Comercio exterior.	Relevante		Colaboradores Clientes

³ Los dos temas definidos como "estratégicos" por el Grupo Operativo fueron redefinido por la Comunidad de Líderes en un aspecto (Universalidad en la Atención a todos los segmentos de clientes) que sintetizan dichas acciones.

EMPLEADOS	Gestión del Clima Laboral. *	Estratégico	LA Mecanismos de Reclamos sobre Prácticas Laborales	Accionistas Colaboradores
	Procesos de selección. *	Estratégico	LA Empleo	Colaboradores
	Programas de Capacitación y Desarrollo.	Estratégico	LA Capacitación y educación HR Inversión FS Cartera de productos	Colaboradores
	Programas de Beneficios. **	Relevante	LA Empleo	Colaboradores
	Canales de escucha y diálogo con los empleados y la alta gerencia. *	Estratégico	LA Relaciones entre los trabajadores y la dirección	Accionistas Colaboradores
	Métodos de evaluación de rendimiento y desempeño.	Relevante	LA Capacitación y educación	Colaboradores
	Reconocimientos a colaboradores destacados.	Relevante	LA Capacitación y educación	Colaboradores
	Salud y seguridad Ocupacional.	Relevante	LA Salud y seguridad en el trabajo	Colaboradores
	Canales de comunicación y mecanismos de reclamos.	Relevante	LA Mecanismos de Reclamos sobre Prácticas Laborales	Colaboradores
	Procedimientos de Denuncias anónimas para empleados.	Relevante	LA Mecanismos de Reclamos sobre Prácticas Laborales	Colaboradores
	Fundación, Club y Mutual de Banco Galicia.	Relevante		Comunidad
	Programas y Actividades orientados a la conciliación vida-trabajo.	Relevante		Colaboradores
	Acciones que promuevan la diversidad y la inclusión.	Relevante	LA Diversidad e igualdad de oportunidades	Colaboradores Comunidad
COMUNIDAD	Criterios de definición y gestión de Programas Sociales. *	Estratégico	SO Comunidades locales	Comunidad
	Evaluación y articulación de la inversión. *	Estratégico	SO Comunidades locales	Comunidad
	Programas de Educación. *	Estratégico	LA Diversidad e igualdad de oportunidades	Comunidad
	Voluntariado corporativo (PRIAR)	Estratégico		Colaboradores Comunidad
	Programas de Promoción Laboral	Estratégico	LA Diversidad e igualdad de oportunidades SO Comunidades locales	Comunidad
	Programas de Salud	Estratégico		Comunidad
	Cantidad de beneficiarios impactados y alcance de los programas.	Relevante	SO Comunidades locales	Comunidad
	Diálogo con grupos de interés sobre la acción social.	Relevante	SO Mecanismos de reclamos por impacto social	Comunidad
	Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros.	Relevante	FS Cartera de productos SO Comunidades locales	Cientes Comunidad

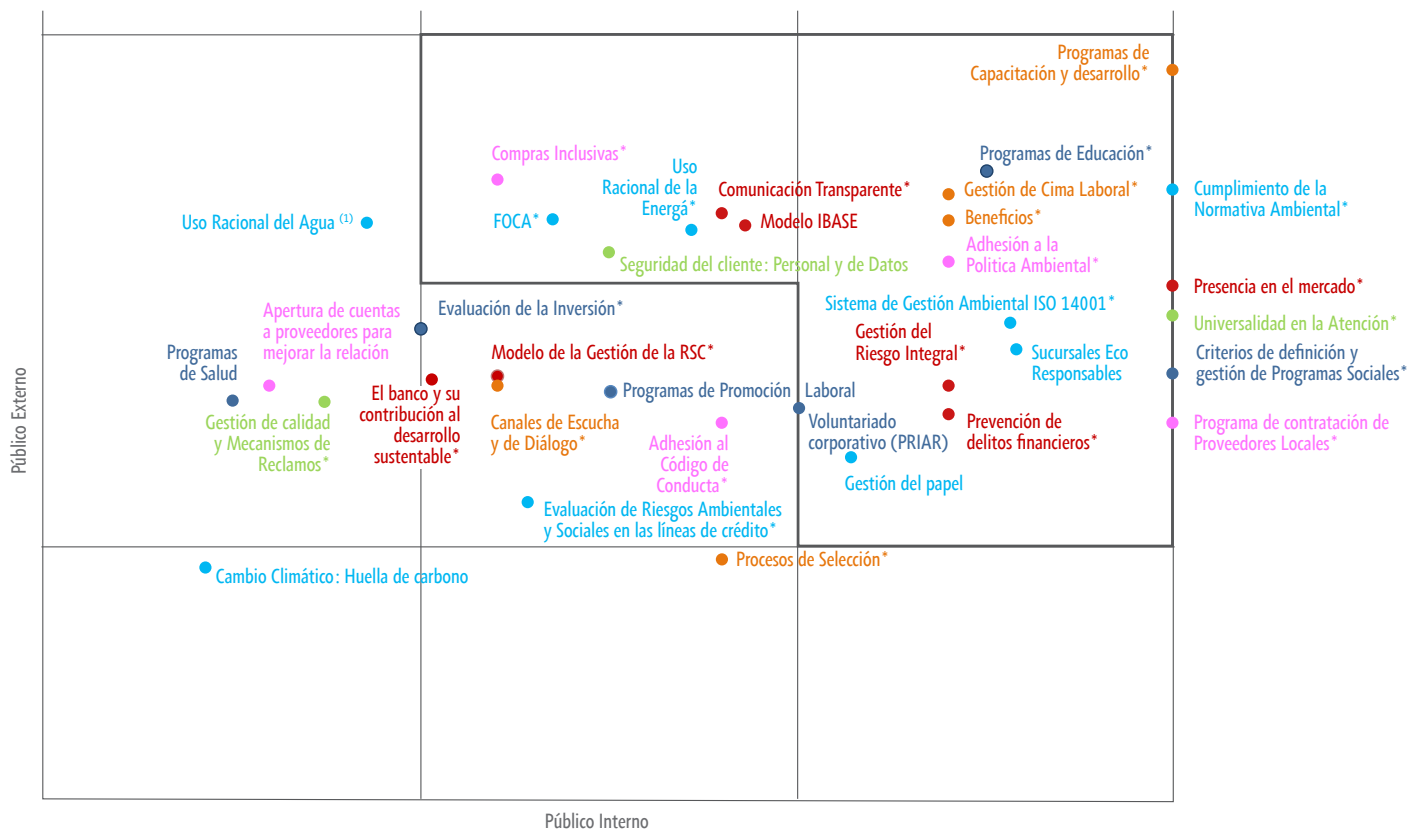
	Programa de Redondeo Solidario en articulación con clientes.	Relevante	FS Cartera de productos	Cientes Colaboradores Comunidad
	Premio a la Gestión Solidaria del Campo.	Relevante		Comunidad
	Acciones sociales destinadas a los indígenas.	Relevante	HR Derechos de la población indígena	Comunidad
	Políticas Públicas: contribución a partidos políticos y ayudas de gobiernos.	Poco Relevante	SO Política pública	Accionistas Colaboradores Comunidad
PROVEEDORES	Proceso de contratación de proveedores locales.*	Estratégico	EC Prácticas de adquisición	Colaboradores Proveedores Comunidad
	Adhesión a la Política Ambiental.*	Estratégico	EN Evaluación ambiental de proveedores	Proveedores Ambiente
	Adhesión al Código de Conducta.*	Estratégico	LA Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores HR Evaluación a los proveedores en materia de Derechos Humanos	Proveedores Comunidad
	Compras responsables.*	Estratégico		Colaboradores Proveedores Comunidad
	Apertura de cuentas a proveedores para mejorar la relación (beneficios financieros).	Estratégico		Proveedores
	Comunicación y diálogo.	Relevante		Colaboradores Proveedores
	Beneficios.	Poco Relevante		Proveedores
	Capacitación y Desarrollo	Relevante		Proveedores
	Evaluación ambiental de proveedores.	Relevante	EN Evaluación ambiental de proveedores	Proveedores Ambiente
	Evaluación social de proveedores (laborales y derechos humanos).	Relevante	LA Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores HR Evaluación a los proveedores en materia de Derechos Humanos SO evaluación del impacto social en los proveedores	Proveedores Comunidad
	Capacitación a personal de seguridad en Derechos Humanos.	Relevante	HR Medidas de seguridad	Proveedores Comunidad
	Mecanismos de reclamos.	Poco Relevante		Colaboradores Proveedores

AMBIENTE	Cumplimiento de la normativa ambiental.*	Estratégico	EN Cumplimiento regulatorio	Accionistas Ambiente
	Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001.*	Estratégico	EN Cumplimiento regulatorio	Ambiente
	Sucursales eco-responsables (Ampliación del alcance del SGA).**	Relevante	EN Productos y servicios	Cientes Comunidad Ambiente
	Sistema de evaluación de riesgos ambientales y sociales en el área de créditos (SGA).*	Estratégico	EN Productos y servicios FS Cartera de productos FS Auditoria FS Activismo Accionarial	Cientes Ambiente
	Uso racional de energía (metas energéticas).*	Estratégico	EN Energía	Ambiente
	Fondo de Conservación Ambiental: energías renovables (uso racional de energía).**	Relevante	FS Cartera de productos	Ambiente
	Uso racional de agua. (SGA)	Estratégico	EN Agua	Ambiente
	Gestión del Papel (separación, reciclado). (SGA)	Estratégico	EN Materiales	Ambiente
	Disposición de cartuchos de toner.	Relevante	EN Efluentes y residuos	Ambiente
	Cambio climático: huella de carbono.	Estratégico	EN Emisiones	Colaboradores Ambiente
	Gestión de residuos electrónicos.	Relevante	EN Efluentes y residuos	Ambiente
	Diálogo con grupos de interés sobre la gestión ambiental de Banco Galicia.	Relevante	EN Mecanismos de reclamos en materia ambiental	Ambiente
	Gastos e inversiones ambientales.	Relevante	EN General	Ambiente
	Créditos para mejoras ambientales.	Relevante	EN Productos y servicios FS Cartera de productos	Cientes Ambiente
	Presencia Internacional: Principios de Ecuador, Naciones Unidas, Corporación Financiera Internacional.	Relevante		Accionistas Ambiente
	Biodiversidad.	Relevante	EN Biodiversidad	Ambiente
	Transporte de bienes, servicios y personal.	Relevante	EN Transporte	Colaboradores Ambiente
Mecanismos de Reclamos ambientales: redes sociales, sitio Web galiciasustentable.	Relevante	EN Mecanismos de reclamos en materia ambiental	Ambiente	

* Tema seleccionado por el Directorio.

** Tema considerado como estratégico por la Comunidad de Líderes en función a su vinculación con un tema estratégico principal.

Matriz de Materialidad de Aspectos Estratégicos



- Estrategia y Gestión del Negocio
- Comunidad
- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Estrategia Ambiental

Los temas referenciados con un * fueron seleccionados por el Directorio como aquellos que no podían dejar de ser incluidos en la versión impresa del informe.

(1) Este aspecto es tratado en ocasión del Sistema de Gestión Ambiental por lo que es incluido de manera completa en la versión impresa.

Todos los temas “estratégicos” ubicados en esta Matriz de Materialidad fueron publicados en el Informe de Sustentabilidad 2013 en su versión impresa. Aquellos que están dentro del cuadrante superior de la Matriz marcados en un recuadro representan la información que Banco Galicia considera más relevante para publicar y la que los públicos clave les resulta más interesante conocer sobre la gestión de la entidad. De esta forma, estos temas están presentados con un mayor grado de detalle, dándoles más prioridad dentro del documento.

Por su parte, los temas relevantes y mayor información sobre temas estratégicos fueron reportados dentro de este informe complementario y en la información publicada dentro de la página de Internet galiciasustentable.

Además, con el fin de respetar el principio de trazabilidad, Banco Galicia decidió que en el informe complementario digital incluirá los temas definidos como “no relevantes”, dándoles a estos un espacio reducido dentro de los documentos.

Es importante destacar que Banco Galicia realizará la Tabla de Contenidos GRI reportando los asuntos que están relacionados con los temas “estratégicos”

que se presentan en el cuadro anterior. A su vez, los aspectos relacionados con el desempeño y gestión del gobierno corporativo como también temas relacionados con el perfil del Banco y alcance del Informe no fueron tenidos en cuenta en este proceso ya que son contenidos obligatorios a comunicar en un Informe según la Guía G4 de GRI.

3. Validación:

La revisión de contenidos del Informe de Sustentabilidad se realiza interna y externamente. Dentro de la entidad, Banco Galicia realiza un borrador que es analizado primero por la Gerencia de RSC y el Grupo de Trabajo, y luego por los mandos del Banco⁴.

Por su parte, la revisión externa es realizada por facilitadores especializados en temas de RSC a lo largo del proceso de recolección de indicadores, en la elaboración del Informe y del documento final.

A su vez, la publicación es auditada externamente por la consultora PWC en la Argentina quien realiza las siguientes acciones:

- Certifica la veracidad del 100% de la información publicada en el Informe impreso como en el documento complementario.
- Verifica el proceso de este Análisis de Materialidad, el cumplimiento de los principios de la Guía G4 de GRI y chequea que los indicadores reportados en la Tabla de Contenidos GRI estén referenciados correctamente en las páginas del Informe y documentos complementarios para dar respuesta a cada uno de manera precisa.

4. Revisión:

Una vez publicado este Informe según la Guía G4 de GRI, realizaremos una encuesta telefónica a 300 personas pertenecientes a los grupos de interés definidos para validar el análisis de materialidad realizado en este proceso y relevar opiniones y expectativas para seguir mejorando.

A su vez, al inicio del proceso del Informe siguiente, se realiza como un primer paso un Documento de oportunidades de mejora que se analiza internamente para seguir avanzando en la rendición de cuentas de nuestra gestión de sustentabilidad.

1.2. PARTICIPANTES DEL PROCESO DE RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN

EL INFORME DE SUSTENTABILIDAD SE REALIZA GRACIAS AL APOORTE DE UN GRUPO OPERATIVO CONFORMADO POR 70 COLABORADORES DE TODAS LAS ÁREAS DEL BANCO Y 10 MIEMBROS DE LA COMUNIDAD DE LIDERES, QUIENES SON RESPONSABLES DEL RELEVAMIENTO DE LA INFORMACIÓN A PUBLICAR.

Miembros del Grupo Operativo

1. Abigail Carmio - Comunicación Interna y Gestión del Cambio - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
2. Agustín Araoz - Administración y Servicios al Persona - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
3. Alfredo Sepetich - Seguridad - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
4. Ana I Parimbelli - Compensaciones - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
5. Alejandra Iglesias - Gestión de Capital Humano - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos

⁴ Participan activamente del proceso el Directorio, Presidente, Gerente General y Gerentes de áreas.

6. Ana M Mendoza - Compras y Contrataciones - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
7. Araceli Daga - Gestión de Capital Humano - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
8. Aurora García - Asesoría Impositiva - Gerencia de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión
9. Berta Repetur - Marketing Minorista - Gerencia de Banca Minorista
10. Carlos Dieta - Información y Análisis de Riesgo - Gerencia de Gestión del Riesgo
11. Catalina Jones - Responsabilidad Social Corporativa - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
12. Carolina Palastro - Gerencia de Asuntos Institucionales y Prensa
13. Carlos O Pantano - Calidad - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
14. Carmen Mourelle - Planeamiento Estratégico y Control de Gestión - Gerencia de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión
15. Casandra Giuliano - Asesores de Personal - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
16. Cecilia Vuletich - Gestión Preventiva y Análisis - Gerencia de Créditos
17. Christian Castello - Banca Automática - Gerencia de Banca Minorista
18. Cira Giacomuzzi - Proyecto Beneficios Totales - Gerencia de Banca Minorista
19. Constanza Gorleri - Responsabilidad Social Corporativa - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
20. Cristina Antonuccio - Proveedores y Servicios Propios - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
21. Eliana Mazzoni - Ingeniería y Mantenimiento - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
22. Erica Reynoso - Gestión de Capital Humano - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
23. Etienne Ducrot - Relaciones con Inversores - Gerencia de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión
24. Fabián Selas - Compras y Contrataciones - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
25. Florencia Cambiaso - Responsabilidad Social Corporativa - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
26. Florencia Tinazzi - Productos - Gerencia de Banca Minorista
27. Gabriela Zaffaroni - E-Galicia Desarrollo Comercial - Gerencia de Banca Minorista
28. Giselle González - Productos - Gerencia de Banca Minorista
29. German D'Attellis - Productos Activos y Convenios - Gerencia de Banca Mayorista
30. Hugo A Campisi - Ingeniería y Mantenimiento - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
31. Hernan Caporale - Ingeniería y Mantenimiento - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
32. Ignacio Alonso - Compensaciones - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
33. Jimena Elizondo - Gestión Comercial y Soporte - Gerencia de Banca Mayorista
34. Jorge Casafus - Compras y Contrataciones - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
35. Jorge Pérez Fleming - Riesgo Operacional - Gerencia de Gestión del Riesgo
36. Jorge Dobal - Segmentos - Gerencia de Banca Minorista
37. Julián Vinci - Gestión Preventiva y Análisis - Gerencia de Créditos
38. Jorgelina Palotti - Administración y Servicios al Personal - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
39. Karen A Schachter - Productos - Gerencia de Banca Minorista
40. Karina Calafato - Productos - Gerencia de Banca Minorista
41. Karina Gallop - Segmentos - Gerencia de Banca Minorista
42. Macarena González - Productos - Gerencia de Banca Minorista
43. Laura Fernández - Administración y Servicios al Personal - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
44. Leticia Guolo - Responsabilidad Social Corporativa - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
45. Lucila Andrei - Comunicación Interna y Gestión del Cambio - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
46. Luis Lincevich - Logística de Documentación - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
47. Marcela C Flaquer - Procesamiento Masivo - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
48. Marcela Serrovalle - Gestión de Capital Humano - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
49. Marcelo Chazarreta - Tarjetas Regionales - Gerencia Vinculadas
50. María A Gonzalez - Responsabilidad Social Corporativa - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
51. María Arraztoa - Gestión de Capital Humano - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos

52. Maria E Carlini - Gestión Preventiva y Análisis - Gerencia de Créditos
53. Mariana Minutella - Productos - Gerencia de Banca Minorista
54. Martin Ramírez - Responsabilidad Social Corporativa - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
55. Natalia Pecorelli - Gestión de Capital Humano - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
56. Nicolas Copello - Tesorería - Gerencia de Finanzas
57. Olga G Loureiro - Planeamiento Estratégico y Control de Gestión - Gerencia de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión
58. Rodolfo Zimmermann - Comunicación Interna y Gestión del Cambio - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
59. Rodrigo González - Información y Análisis de Riesgo - Gerencia de Gestión del Riesgo
60. Sebastián Herrera - Administración y Servicios al Personal - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
61. Guadalupe Castellano - Gestión de Capital Humano - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
62. Marcelo Verdugo - Ingeniería y Mantenimiento - Gerencia de Servicios Corporativos Integrados
63. Soledad Prol - Productos Activos y Convenios - Gerencia de Banca Mayorista
64. Teresa Pérez Alati - Administración y Servicios al Personal - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos
65. Victoria Pertine - Productos - Gerencia de Banca Minorista
66. Virginia Nolting - Segmentos - Gerencia de Banca Mayorista
67. Xavier Blanco - Planeamiento Estratégico y Control de Gestión - Gerencia de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión
68. Zunilda R Speroni - Fundación Banco Galicia
69. Sol Muñoz - Unidad Antilavado y Financiación del Terrorismo - Gerencia Unidad Antilavado y Financiación del Terrorismo
70. Yanina D'Elia - Gestión de Capital Humano - Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos

Participantes de la Comunidad de Líderes

1. Claudia Estecho - Gerente de Unidad Antilavado
2. Diego Baccini - Gerente de Rentas Masivas
3. Emiliano Porciani - Gerente de Renta Alta
4. Hector Massa - Gerente de Recupero de Crediticio de Clientes
5. Juan P Cavagna - Gerente de Administración y Seguridad
6. Marcela Fernie - Gerente de Productos y Publicidad
7. Matias Pons Lezica - Gerente de Negocios y Pymes
8. Rodolfo Zimmerman - Jefe de Comunicación y Cultura
9. Jorge Perez Fleming - Jefe de Riesgo Operacional
10. Constanza Gorleri - Gerente de Responsabilidad Social Corporativa

1.3. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS GRUPOS DE INTERÉS

G4-26, G4-27

REALIZAMOS TODOS LOS AÑOS UNA ENCUESTA TELEFÓNICA CON EL OBJETIVO DE CONOCER LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS.

Realizamos una encuesta telefónica sobre el Informe de Sustentabilidad 2012 a 500 representantes de los grupos de interés del Banco: clientes empresas e individuos, empleados, proveedores y comunidad representados por referentes de organizaciones de la sociedad civil y prensa.

Entre los resultados destacamos los siguientes:

- Cuidar el medio ambiente y promover la protección ambiental, junto con ofrecer buenos créditos resultan las acciones principales que debería llevar a cabo el banco como actor responsable en la sociedad.
- 61,7% tenía conocimiento de la valoración que le daba Banco Galicia a los temas de responsabilidad social corporativa antes de leer el informe.
- Educación resulta el principal eje de trabajo con la comunidad que se conside-

ra que el banco debería abordar.

- Entre quienes recibieron informes anteriores, cerca de 87,8% observa una evolución.
- 97,4% considera que existe precisión en los datos y 95,8% que contiene textos claros y comprensibles.
- 82% asegura que el informe aborda desafíos pendientes y presenta un equilibrio entre información positiva y negativa.
- 86,5% considera que comunicar

información sobre la gestión sustentable modifica la imagen del banco, y en forma positiva.

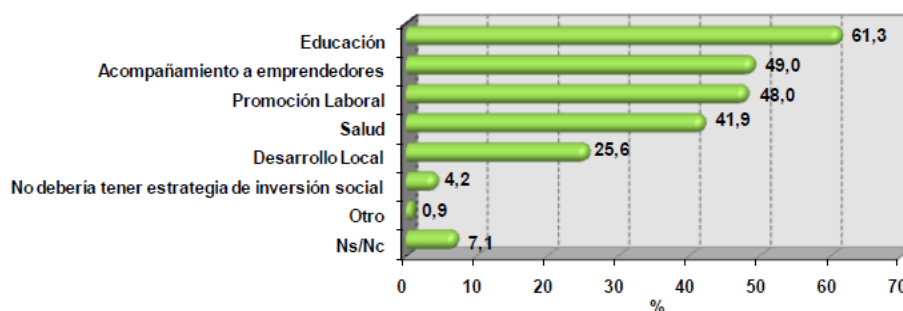
- Respecto de la gestión reportada, el aspecto ambiental es el mejor reflejado.
- 49,1% de los encuestados prefiere recibir sólo una versión digital del informe.

Resultados sobre la acción social de Banco Galicia

En términos generales, la Educación resultó el principal eje de trabajo con la comunidad que se considera que el banco debería abordar. A su vez, al analizar los resultados por segmento, se repite el comportamiento en todos.

9) ENTRE LOS SIGUIENTES-¿CUÁLES EJES DE TRABAJO CON LA COMUNIDAD CONSIDERA QUE BANCO GALICIA DEBERÍA ABORDAR?

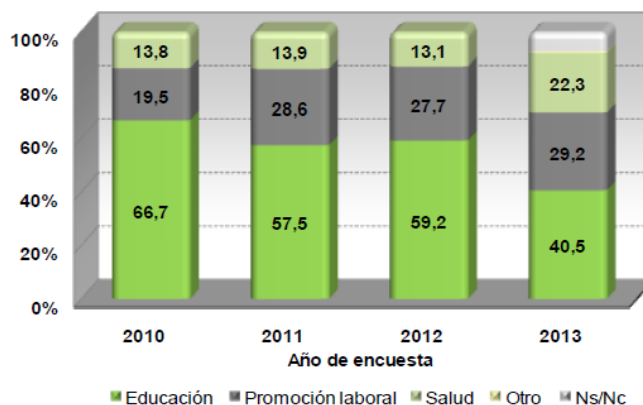
Ejes de trabajo con la comunidad que Banco Galicia debería abordar



Ejes	Individuos	Empresas	Empleados	Proveedores	Comunidad
Educación	43,5%	61,5%	79,8%	64,0%	69,8%
Acompañamiento a emprendedores	36,2%	47,3%	61,9%	60,0%	52,6%
Promoción Laboral	33,3%	53,3%	68,3%	38,0%	51,6%
Salud	31,2%	48,7%	60,7%	34,0%	38,4%
Desarrollo Local	21,7%	27,9%	32,7%	20,0%	25,5%
Otro	0,0%	0,0%	3,8%	0,0%	1,0%
No debería tener una estrategia de inversión social	6,5%	4,2%	5,0%	0,0%	2,1%
Ns/Nc	17,4%	2,5%	0,0%	6,0%	3,1%

17) EN LO QUE SE REFIERE A LAS ACCIONES DEL BANCO CON LA COMUNIDAD.¿A CUÁL DE LOS SIGUIENTES PROGRAMAS CREE QUE BANCO GALICIA LE DEBERÍA DAR MÁS PRIORIDAD EN LA ASIGNACIÓN DE RECURSOS?

Programa prioritario en la asignación de recursos
Evolución 2010-2013



1.4. CÓDIGO DE ÉTICA

4.129 COLABORADORES FIRMARON DIGITALMENTE EL CÓDIGO DE CONDUCTA ÉTICA DURANTE 2013, LO QUE REPRESENTA AL 75% DE LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL BANCO.

Para conocer el Código de Ética completo, ingresar en:

galiciasustentable.com/

[GaliciaSustentable/EMPLEADOS/](#)

[Codigo_de_Etica_Bco_Galicia_BS_As_SA.pdf](#)

1.5. CAMPAÑA “VALORES”

REALIZAMOS LA PRIMERA ETAPA DE LA CAMPAÑA “VALORES” CON EL FIN DE QUE NUESTROS COLABORADORES PUDIERAN APROPIÁRSELOS, VIVIRLOS, TRANSFORMARLOS EN ACCIONES.

Este año publicamos la edición 2013 del Calendario del Entusiasmo, ícono de uno de nuestros valores, el cual fue protagonizado por hijos de colaboradores, de modo de acercar más a las familias a la celebración de nuestras fechas especiales.

A su vez, organizamos talleres de capacitación con los líderes del Banco de niveles de gerencia media, realizamos

una obra de teatro bajo la temática de los valores corporativos, incluimos dentro de la Evaluación de Rendimiento y Desempeño una competencia alineada a los valores donde participaron 16 líderes del Banco, y lanzamos el programa de reconocimiento “Gracias” que premia a los colaboradores que mejor representan con su accionar diario nuestros valores⁵.

⁵ Para mayor información ver la sección de Premios y Reconocimientos

2 GOBIERNO CORPORATIVO



- 2.1. Perfil y experiencia del Equipo de Dirección del Banco
- 2.2. Capacitaciones al Equipo de Dirección en 2013
- 2.3. Organigrama del Banco
 - 2.3.1. Estructura de la Organización
- 2.4. Comités y Comisiones
- 2.5. Mecanismos de comunicación entre la Dirección Estratégica y los grupos de interés
- 2.6. Mecanismos de evaluación
- 2.7. Mecanismos de remuneración
- 2.8. Transparencia en la gestión
- 2.9. Gestión del riesgo
- 2.10. Gestión de riesgos sociales y ambientales
- 2.11. Aspectos legales: multas y reclamos

EL COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD QUE TIENE EL MANAGEMENT DEL BANCO ES FUNDAMENTAL PARA EL CUMPLIMIENTO DE NUESTROS OBJETIVOS Y HACE POSIBLE GESTIONAR EL NEGOCIO CON UNA MIRADA EN EL LARGO PLAZO. ESTA RESPONSABILIDAD SE HACE EVIDENTE EN NUESTRA GESTIÓN DE RIESGOS, QUE NO SOLO ANALIZA IMPACTOS ECONÓMICOS Y OPERATIVOS, SINO QUE TIENE EN CUENTA ASPECTOS AMBIENTALES Y DEL ENTORNO SOCIAL.

2.1. PERFIL Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO DE DIRECCIÓN DEL BANCO⁶

El gobierno corporativo del Banco está compuesto por su Directorio, el Gerente General y el Comité de Gerentes de Área.

Directorio

- El 87,5% de los Directores son argentinos.
- El 100% de los Directores son hombres.
- La edad promedio es 62 años.

Sergio Grinenco

Italiano. 65 años. Licenciado en Economía graduado en la Universidad Católica Argentina y Master en Administración de Empresas de Babson College (Massachusetts, Estados Unidos) y Posgrados en Administración Estratégica en Northern Illinois University y M.I.T. Desde su ingreso al Banco en 1977, se ha desempeñado en: Gerencia Financiera, Planeamiento Comercial, Planeamiento Estratégico, Banca de Inversión y Contraloría de Gestión. Desde 2002 formó parte del Directorio del Banco, ocupando el cargo de Vicepresidente entre 2003 y 2012, fecha a partir de la cual fue designado Presidente.

Pablo Gutiérrez

Argentino. 54 años. Licenciado en Administración de Empresas graduado en la Universidad de Buenos Aires. Se encuentra vinculado al Banco desde 1985, participando de las áreas de Organización, Gerencia de Productos, Gerencia Financiera, Mercado de Capitales, Comercio Exterior, Planeamiento y Gerencia de Crédito. Se desempeñó como Gerente de Banca Privada y Gerente de Riesgo y Director Titular del Banco

desde 2005 a 2012. Desde el 2013 ocupa la vicepresidencia del Banco.

Guillermo Juan Pando

Argentino. 65 años. En el inicio de sus 43 años de trayectoria en el Banco desarrolló funciones en el área de Sucursales pasando en el año 1974 a la Gerencia de Créditos, donde asumió sucesivamente los cargos de Gerente Departamental de Crédito, Gerente de Área de Administración de Créditos y Gerente de Banca de Empresas, hasta abril del 2003 en que es nombrado Director Titular del Banco.

Raul H. Seoane

Argentino. 60 años. Licenciado en Economía. Desde su ingreso al Banco en 1988 hasta 2003, ocupó el puesto de Gerente de Presupuesto y Planeamiento. Luego se desempeñó como Gerente de Contraloría de Gestión hasta 2012, año en el que fue nombrado Director Titular del Banco.

Pablo María Garat

Argentino. 60 años. Abogado graduado en la Universidad de Buenos Aires. Es Director Titular del Banco desde abril de 2004.

Luis María Ribaya

Argentino. 61 años. Abogado graduado en la Universidad de Buenos Aires. Ingresó al Banco en 1971 y desde entonces se desempeñó en las siguientes áreas: Sucursales, Negocios de Exterior, Operaciones Financieras,

Inversiones, Mesa de Dinero, Mesa de Cambios, Negocios Inmobiliarios, Gerente del Área Financiera y es Director del Banco desde 2001.

Ignacio Abel González García

Argentino. 69 años. Contador Público Nacional graduado en la Universidad de Buenos Aires y Posgrado en Auditoría de la Drew University, New Jersey. Es director Titular del Banco desde abril de 2010.

Directores Suplentes:

Directores Suplentes no independientes: Enrique García Pinto y Cirilo E. Martin.
Directores Suplentes independientes: Juan C. Fossatti, Augusto R. Zapiola Macnab⁷ y Oscar J. Falleroni.

Gerente General

Daniel Antonio Llambías

Argentino. 66 años. Contador Público Nacional graduado en la Universidad de Buenos Aires. Inició sus 48 años de actividad en la entidad en el Departamento Exterior, ha participado en el área de Crédito de Grandes Empresas y desempeñado sucesivamente funciones como Gerente de Productos, Gerente del Área Comercial y Director Ejecutivo de Negocios Mayoristas, estando actualmente a cargo de la Gerencia de Área de Negocios Minoristas. Se desempeñó como Director Titular del Banco desde septiembre de 2001 hasta agosto de 2009 fecha en la cual fue designado Gerente General del Banco, cargo que ocupa en la actualidad.

⁶ Ninguna de las personas que integran el Equipo de Dirección pertenece a minorías nacionales, étnicas, religiosas o lingüísticas.
⁷ Ad referendum de la autorización del BCRA.

Gerentes de Área

- El 100% de los Gerentes de área son argentinos.
- El 100% de los Gerentes de área son hombres.
- La edad promedio es 52 años.

Gastón Bourdieu - Gerente de Banca Mayorista

Argentino. 57 años. Licenciado en Administración Agraria en la Universidad Argentina de la Empresa. Realizó el Programa de Desarrollo Directivo en IAE y el Programa en Alta Dirección en la Universidad Torcuato Di Tella. Con 33 años de trayectoria en el Banco, comenzó su carrera como Responsable de Administración de Campos en Este de Tucumán y Oeste de Santiago del Estero y Responsable de la oficina de Tucumán, para luego desempeñarse como: Asesor Agropecuario, Gerente de Sucursal en Concordia y Tucumán, Gerente Zonal, Subgerente y, luego, Gerente de la Red de Sucursales. En 1998 asume como Gerente Departamental del Negocio PyMEs y Agropecuario, en 2004 como Gerente de Banca de Empresas. Desde 2009 desempeña el cargo de Gerente de Banca Mayorista.

Fabián Kon - CEO y Presidente de Galicia Seguros

Argentino. 55 años. Contador Público Nacional en la Universidad de Buenos Aires, graduado en Escuela de Negocios, CEO's Program, en Kellogg School of Business de España y Líderes Sociales en la Universidad Torcuato Di Tella. Es CEO y presidente de Galicia Seguros desde 2006.

Sebastián Pujato - Gerente de Consumo

Argentino. 52 años. Ingeniero Industrial en la Universidad de Buenos Aires. Realizó el Programa de Alta Dirección en IMD Suiza y postgrado en la Universidad Austral. Comenzó su carrera en el Banco realizando una pasantía

en Funciones Comerciales para luego ser Auxiliar y, más tarde, Subgerente Departamental. En 2003 asumió como Gerente Departamental. Desde 2008 es Gerente de Consumo.

Juan Sarquis - Gerente de Banca Minorista

Argentino. 56 años. Licenciado en Economía en la Universidad Católica Argentina. Ingresó al Banco en 1975 ocupando varias posiciones. Desde 1981 desempeñó sucesivamente funciones como: Asistente de Gerente de Sucursales, Oficial de Créditos en Casa Matriz, Gerente de Sucursales y Gerente de Distribución. Actualmente es Gerente de Banca Minorista.

Juan Carlos L'afflitto - Gerente de Gestión de Riesgos

Argentino. 55 años. Contador Público en la Universidad de Buenos Aires. Se encuentra vinculado al Banco desde 1978. Ocupó varias posiciones como Auditor y Analista de Riesgo. En 1997 se desempeñó como Gerente de Riesgo Empresas y en 2004 como Gerente de Área Créditos. Desde 2009 es Gerente de Gestión de Riesgos.

Pablo León - Gerente de Finanzas

Argentino. 49 años. Licenciado en Finanzas en la Universidad de Palermo. Realizó el Programa de Desarrollo Directivo en IAE Business School, el Program for Executive Development en IMD Suiza y el Programa de Dirigencia Empresarial. Ingresó al Banco como Administrativo en 1987, ocupando sucesivamente los cargos de: Operador Senior, Jefe de Derivados, Gerente de Administración de Activos. Desde 2009 se desempeña como Gerente de Finanzas.

Miguel Ángel Peña - Gerente de Servicios Corporativos

Argentino. 52 años. Licenciado en

Sistemas en la Universidad Tecnológica Nacional. Realizó el Programa de Alta Dirección en IAE y Advanced Management Program en Harvard Business School. En 1994 asumió como Gerente de Desarrollo de Sistemas y desde 2004 se desempeña como Gerente de Servicios Corporativos.

Marcelo Poncini - Gerente de Créditos

Argentino. 52 años. Licenciado en Administración en la Universidad de Morón. Realizó el Programa Management en la Universidad San Andrés. Ingresó al Banco como Investigador de Mercado en 1983. Ocupó distintas posiciones en Distribución Directa y Auditoría. Desde 1997 se ha desempeñado en: Gerencia de Administración de Créditos y Gerencia de Créditos Empresas. En 2009 asumió como Gerente de Créditos desde 2009.

Rafael Berges - Gerente de Desarrollo Organizacional y RRHH

Argentino. 50 años. Ingeniero en la Universidad de Buenos Aires. Realizó el MBA - IDEA y el Programa de Alta Dirección en IAE. Se desempeñó sucesivamente como: JP y Jefe de RRHH en Techint, Director de RR en Sheraton Hotel, Director de RRHH en Allergan, Director de RRHH en Telefónica Argentina. En 2010 ingresó a Banco Galicia como Gerente de Desarrollo Organizacional y RRHH.

Bruno Folino - Gerente de Planeamiento y Control de Gestión

Argentino. 47 años. Contador Público Nacional en la Universidad de Buenos Aires. Realizó un Posgrado en Derecho Tributario en la Universidad Austral y la maestría SLOAN en la Universidad Stanford, Estados Unidos. Trabaja en Banco Galicia desde 1997 donde desempeño funciones dentro de la Gerencia de Asesoría Impositiva hasta ser nombrado Gerente de Planeamiento y Control de Gestión en 2003.

2.2.CAPACITACIONES AL EQUIPO DE DIRECCIÓN EN 2013

CAPACITACIÓN	PARTICIPANTES
PREVENCIÓN Y CONTROL DE LAVADO DE DINERO	RAUL SEOANE SERGIO GRINENCO GUILLERMO PANDO LUIS MARÍA RIBAYA PABLO GUTIERREZ DANIEL LLAMBÍAS RAFAEL BERGES JUAN SARQUIS JUAN L'AFFLITTO GARTON BOURDIEU PABLO LEÓN CASTRO MIGUEL PEÑA BRUNO FOLINO SEBASTIÁN PUJATO FABIÁN KON MARCELO PONCINI
DESAFÍOS ESTRATÉGICOS GALICIA - EFICIENCIA DE PROCESOS (DICTADA POR LUIS HUETE)	RAFAEL BERGES JUAN SARQUIS MIGUEL PEÑA MARCELO PONCINI
DESAFÍOS ESTRATÉGICOS GALICIA - DEPÓSITOS TRANSACCIONALES (DICTADA POR LUIS HUETE)	JUAN SARQUIS GARTON BOURDIEU PABLO LEÓN CASTRO
DESAFÍOS ESTRATÉGICOS GALICIA - RENTAS BAJAS (DICTADA POR LUIS HUETE)	JUAN SARQUIS JUAN L'AFFLITTO SEBASTIÁN PUJATO FABIÁN KON MARCELO PONCINI
ELS LANGUAGE CENTER - SUPER INTENSIVE ENGLISH - BOSTON	JUAN L'AFFLITTO

2.3.ORGANIGRAMA DEL BANCO

Gerencia de Responsabilidad Social Corporativa

Es la responsable de la coordinación, comunicación y capacitación de la gestión de sustentabilidad del Banco tanto internamente como fuera de la entidad⁸. En particular su función es integrar a las distintas áreas en una misma visión de la RSC, e impulsarlas a identificar desafíos y oportunidades específicos de sus actividades para la creación de valor social y ambiental.

Está conformada por un equipo de 8 personas y depende de la Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos.

Su Gerente, Constanza Gorleri, tiene una comunicación fluida y constante con la Dirección Estratégica de Banco Galicia donde mantiene al gobierno corporativo informado de las acciones y desempeño en materia de sustentabilidad. Durante 2013 se reunió con la Dirección

Estratégica en 2 oportunidades abordando principalmente los siguientes temas: el proceso de elaboración del Informe de Sustentabilidad, el Análisis de Materialidad y definición de aspectos estratégicos para la gestión de RSC, planificación anual de las acciones a implementar, rendición de cuentas de los programas de inversión social, entre otros.

⁸ Para más información ver el modelo de las tres Cs dentro del capítulo de "Banco Galicia como Actor Social" en el Informe de Sustentabilidad 2013.

2.3.1. Estructura de la organización

El Directorio, con fecha 31 de agosto de 2009, resolvió designar al Contador Daniel A. Llambías como Gerente General de Banco de Galicia y Buenos Aires S.A.. El Gerente General tiene el rol de implementar los objetivos estratégicos establecidos por el Directorio de Banco Galicia. Asimismo, coordina el equipo de Gerentes de Área reportando al Directorio.

Al cierre del Ejercicio, las siguientes gerencias reportan al Gerente General de Banco Galicia:

Gerencia de área de Banca Minorista: tiene como misión diseñar, planificar e implementar la visión, estrategias, políticas y objetivos para los negocios de la Banca Minorista y para cada uno de los segmentos de clientes y de los canales de distribución, así como definir y controlar objetivos comerciales. De esta Gerencia, a su vez, dependen: Banca Privada, Segmentos, Productos y Publicidad, Sucursales, Supervisión Operativa de Sucursales y Planeamiento y Programa de Fidelización Quiero!.

Gerencia de área de Banca Mayorista: tiene como misión diseñar, planificar e implementar la visión, estrategias, políticas y objetivos para los negocios de la Banca Mayorista para cada uno de los segmentos de clientes (empresas corporativas, medianas, agropecuarias y del Sector Público), y de los productos, así como definir y controlar objetivos comerciales. De esta Gerencia, a su vez, dependen: Banca Agropecuaria, Banca Corporativa, Banca Empresas, Sector Público, Productos y Marketing Mayorista, Mercado de Capitales y Banca de Inversión y Análisis y Planeamiento de Negocios Mayoristas.

Gerencia de área de Finanzas: tiene como misión planificar y administrar la correcta utilización de los recursos financieros y demás objetivos de la Tesorería proveyendo la adecuada financiación para el desarrollo de los negocios de Banco Galicia, estableciendo y gestionando las políticas de captación y fondeo dentro de los parámetros

establecidos por las políticas de riesgo de Banco Galicia. Asimismo, administra los recursos de corto plazo y la cartera de inversiones, asegurando la correcta instrumentación de las operaciones. De esta Gerencia, a su vez, dependen: Gestión de Activos y Pasivos, Operaciones Financieras, Relaciones Bancarias Internacionales y Soporte y Gestión de la Información.

Gerencia de área de Gestión del Riesgo: tiene como misión analizar los riesgos en todas sus dimensiones: financiero, operacional, crediticio, reputacional y estratégico asegurando el cumplimiento de las políticas internas y normas vigentes; que el Directorio conozca los riesgos a los que está expuesto, proponiendo las coberturas de los mismos diseñando y proponiendo políticas y procedimientos para su control y mitigación; administrando el proceso que se utilizará para evaluar la relación entre los recursos propios disponibles y los recursos necesarios para mantener un adecuado perfil de riesgo. De esta gerencia a su vez dependen: Riesgo Crediticio y Seguros, Riesgo Financiero, Riesgo Operacional, Información y Análisis de Riesgo y Desarrollo y Administración de Modelos.

Gerencia de área de Créditos: tiene como misión desarrollar y proponer las estrategias de políticas de crédito y de otorgamiento, así como dirigir y controlar las actividades de origen del crédito, su seguimiento, control y recupero de la cartera morosa, con el propósito de asegurar la calidad de la cartera, la eficiencia en costos y tiempos y la optimización del recupero, minimizando las pérdidas por riesgo de incobrabilidad y optimizando la eficiencia en el proceso y la obtención de los negocios. De esta Gerencia, a su vez, dependen: Análisis Crediticio, Otorgamiento Empresas, Otorgamiento Individuos, Recupero Crediticio de Clientes, Recupero de Cartera e Información y Gestión del Área.

Gerencia de área de Servicios Corporativos Integrados:

tiene como misión diseñar, planificar e implementar las estrategias y políticas para las Áreas de Sistemas, Organización, Operaciones, Compra de Bienes y Servicios, Infraestructura y su mantenimiento, así como la seguridad física y de la información de Banco Galicia, con el propósito de garantizar y mantener el soporte logístico para el funcionamiento y la operatoria del mismo. De esta Gerencia, a su vez, dependen: Operaciones, Sistemas, Organización, Ingeniería y Mantenimiento, Seguridad de la Información y Administración y Seguridad.

Gerencia de área de Desarrollo

Organizacional y Recursos Humanos: tiene como misión diseñar, planificar e implementar estrategias y políticas de Recursos Humanos, así como definir y controlar metas de administración de los recursos humanos de Banco Galicia con el propósito de garantizar prácticas homogéneas, la disponibilidad de personal competente y motivado y un adecuado clima laboral. De esta Gerencia, a su vez, dependen: Administración de Recursos Humanos, Asesoría de Recursos Humanos, Comunicación Interna y Gestión del Cambio, Estrategia de Recursos Humanos, Gestión de Capital Humano, Compensaciones, Calidad y Responsabilidad Social Corporativa.

Gerencia de área de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión:

tiene como misión planificar, coordinar y controlar el desarrollo y mantenimiento de las actividades de presupuesto, planeamiento y control de gestión, contabilidad e impuestos, y la comunicación y vinculación con los inversores institucionales, analistas y calificadoras de riesgo. De esta Gerencia, a su vez, dependen: Contaduría, Asesoría Impositiva, Planeamiento y Control de Gestión, Rentabilidad y Asignación de Recursos, Relaciones con Inversores y Desarrollo Estratégico y Nuevos Negocios.

Gerencia departamental de Asesoría Legal:

tiene como misión asesorar y determinar la conducta a seguir para la realización de negocios de Banco Galicia dentro de las normas vigentes, a fin de asegurar su legalidad y evitar pérdida de derechos, indemnizaciones y/o sanciones.

Gerencia de Research:

tiene como misión elaborar análisis estratégicos sobre empresas y segmentos de la economía, para estructurar y evaluar escenarios del mercado de capitales, buscando proyectar la rentabilidad de los activos financieros disponibles para su inversión.

Las siguientes gerencias departamentales reportan al Directorio:

Gerencia departamental de Auditoría Interna:

tiene como misión evaluar y monitorear la efectividad de los sistemas de control interno con el fin de asegurar el cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

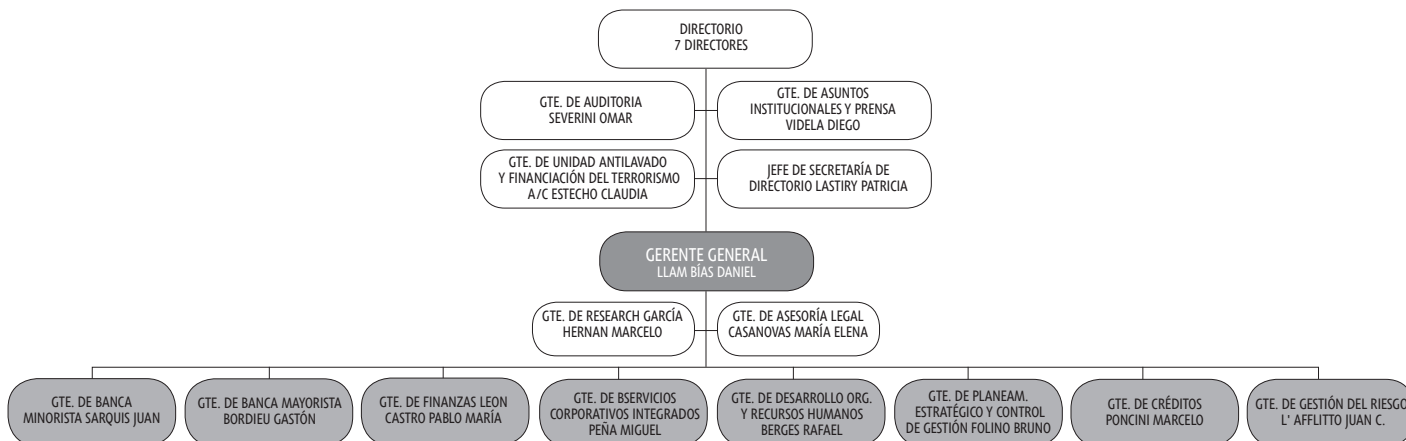
Gerencia departamental de Asuntos Institucionales y Prensa:

tiene como misión dirigir y controlar las actividades de Prensa y Promoción de la Imagen Institucional, asesorando a las distintas áreas.

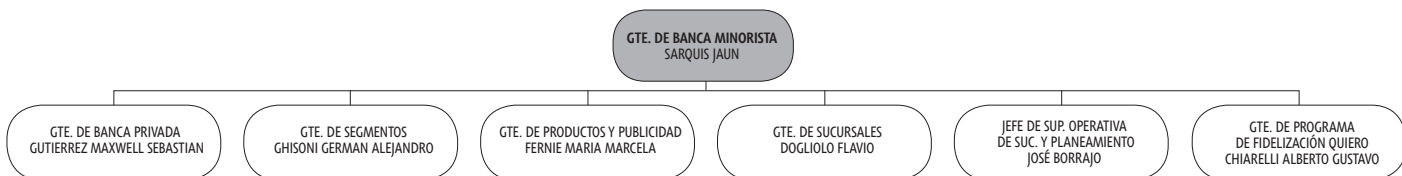
Gerencia departamental de Unidad Antilavado:

tiene como misión coordinar y supervisar el cumplimiento de las políticas establecidas por el Directorio en materia de Control y Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo para minimizar riesgos reputacionales, asegurando el cumplimiento de normas vigentes y estándares internacionales.

Gerencia General



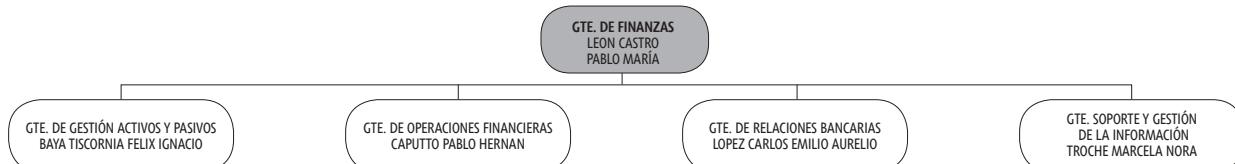
Banca Minorista



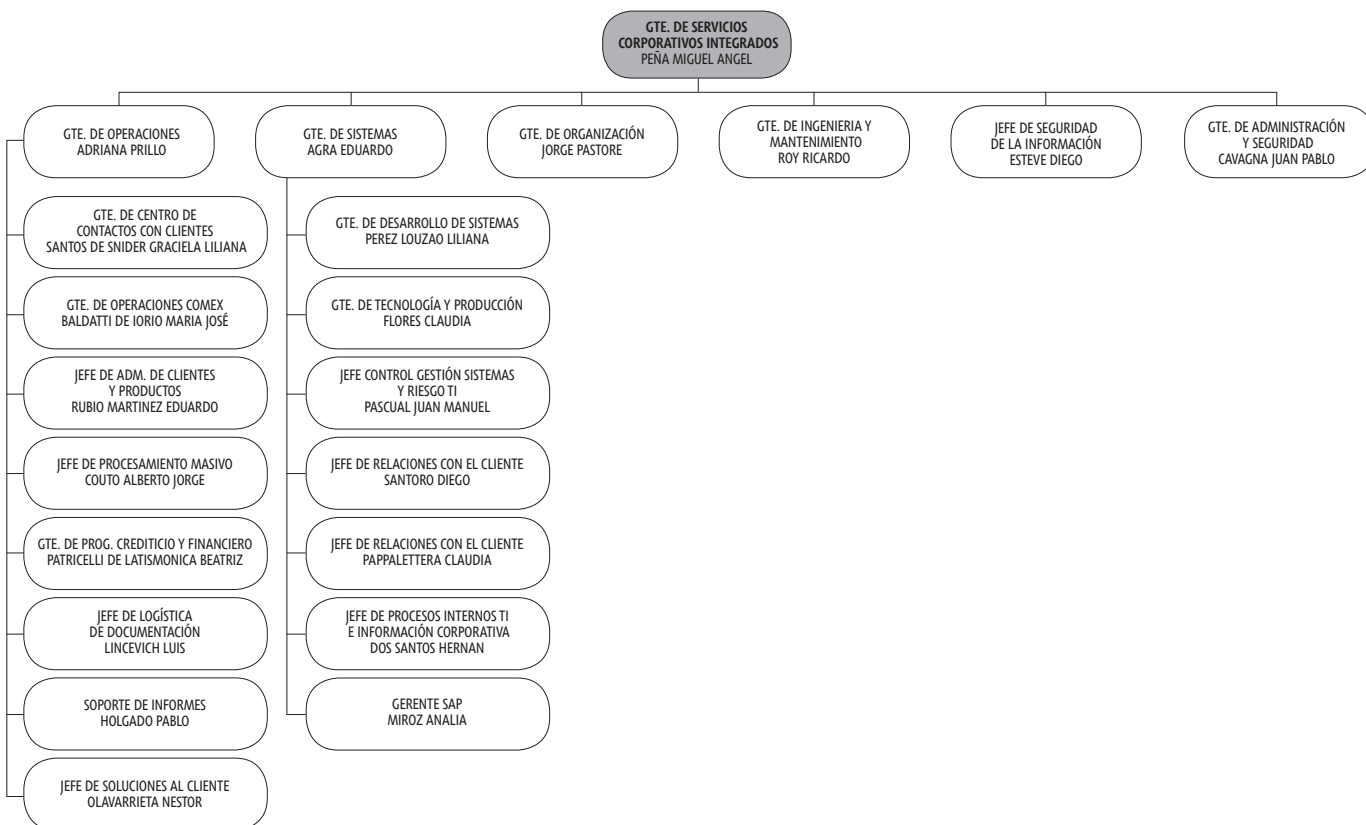
Banca Mayorista



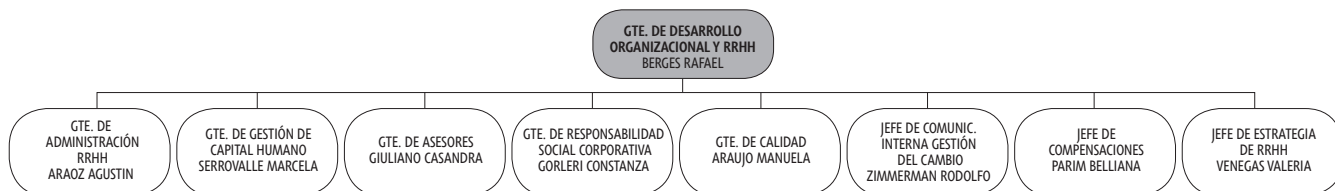
Finanzas



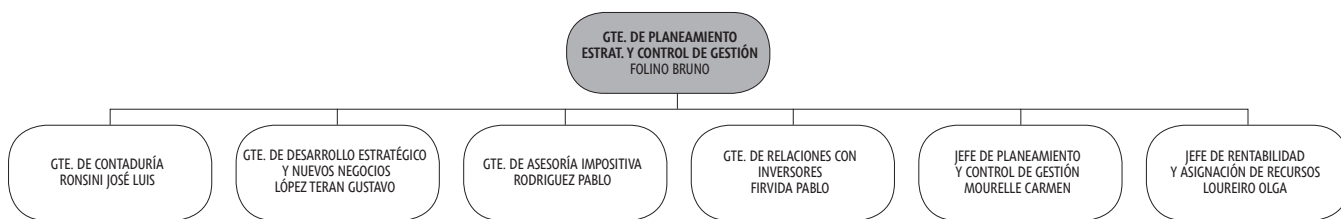
Servicios Corporativos Integrados



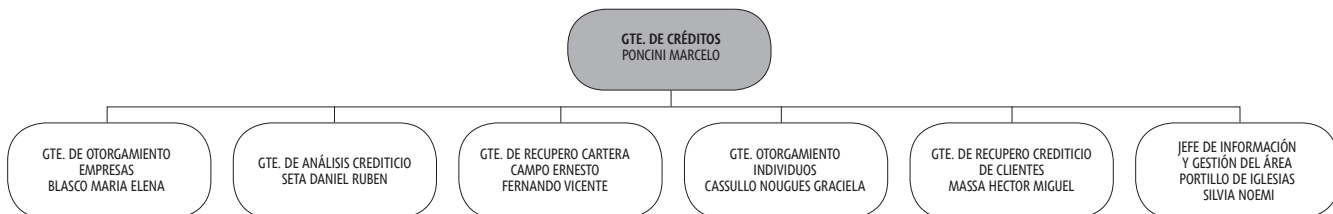
Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos



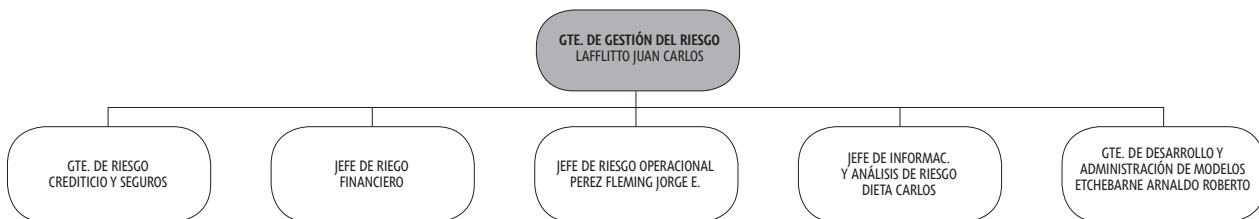
Planeamiento Estratégico y Control de Gestión



Créditos



Gestión del Riesgo



2.4. COMITÉS Y COMISIONES

El Directorio y la Alta Gerencia del Banco se organizan en los siguientes Comités y Comisiones los cuales son espacios de intercambio vinculados con temáticas particulares que abordan todos los aspectos de la conducción del negocio y la implementación de la estrategia de sustentabilidad. Estos están conformados por Directores, Gerente General y Gerentes de área, y no cuentan con miembros independientes. Se reúnen formalmente al menos dos veces por semana e informalmente todos los días y es responsable de la administración general de Banco Galicia, adoptando todas las decisiones necesarias para ese fin. Todos los grupos de interés del Banco están contemplados en los Comités y Comisiones del Banco siendo que a través de estos contemplamos todas sus inquietudes y necesidades.

Comisión de Administración del Riesgo: está constituida por cinco Directores Titulares, el Gerente General, los Gerentes de Área de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión y Gestión del Riesgo y el Gerente de Auditoría Interna. Tiene a su cargo la aprobación de las estrategias, políticas, procesos y procedimientos de administración de riesgos, con sus planes de contingencias; el establecimiento de los límites específicos por exposición de cada riesgo y la aprobación, cuando sea pertinente, de los excesos temporarios de los límites así como tomar conocimiento de las posiciones de cada riesgo y el cumplimiento de las políticas. Se reúne al menos una vez por bimestre. Sus resoluciones se resumen por escrito.

Comisión de Crédito: está constituida por cinco Directores Titulares, el Gerente General, los Gerentes de Área de Créditos y de Gestión del Riesgo. Los Gerentes de las Áreas de Banca Mayorista, Banca Minorista y Finanzas están presentes en la medida en que la cuenta bajo aprobación por parte de esta comisión esté radicada en alguna de las mencionadas gerencias. Se reúne al menos una vez por semana. Su función es resolver sobre los créditos mayores a \$90 millones y todos los créditos a instituciones financieras (locales o extranjeras) y clientes vinculados. Las operaciones aprobadas quedan consignadas en planillas fechadas y firmadas.

Comisión de Gestión de Activos y Pasivos (asset and Liability Committee o ALCO):

tiene a su cargo analizar la marcha de los negocios de Banco Galicia, desde el punto de vista financiero, en cuanto a la captación de recursos y su colocación en diferentes activos, y es responsable del seguimiento y el control de los descargos de liquidez, tasas de interés y monedas. También tiene a su cargo analizar y recomendar a las áreas de negocios, medidas relativas a la gestión de los descargos de tasas de interés, moneda y plazo, a fin de maximizar los resultados financieros y cambiarios dentro de parámetros aceptables de riesgo y de utilización del capital, y proponer al Directorio modificaciones de dichos parámetros si resultare necesario. El Comité está integrado por cinco Directores Titulares, el Gerente General, y los Gerentes de las Áreas de Banca Minorista, Banca Mayorista, Finanzas, Gestión del Riesgo y Planeamiento Estratégico y Control de Gestión. El Comité se reúne al menos una vez por mes. Sus resoluciones se resumen por escrito y son firmadas por dos de los integrantes del Comité.

Comité de Sistemas:

está constituido por tres Directores Titulares, el Gerente General, el Gerente de Área de Servicios Corporativos Integrados y el Gerente de Sistemas. Tiene a su cargo supervisar y aprobar los planes de desarrollo de sistemas nuevos y sus presupuestos, supervisar el control presupuestario de los desarrollos, aprobar los diseños generales de la estructura de sistemas, de los procesos principales y de los sistemas que se implementen y supervisar la calidad de las prestaciones. Se reúne al menos una vez por trimestre, pudiendo existir reuniones extraordinarias cuando existan temas que requieran su urgente tratamiento. La convocatoria y la documentación a considerar son normalmente realizadas por la Gerencia de Sistemas, pudiendo ser efectuadas por cualquiera de los miembros del Comité. Sus resoluciones se resumen por escrito.

Comité de Auditoría:

de acuerdo a la normativa del Banco Central, Banco Galicia tiene un Comité de Auditoría compuesto por dos Directores Titulares, uno de los cuales es un Director Independiente, y el Gerente de Auditoría Interna. Asimismo, Banco Galicia, por estar sujeto al régimen de la oferta pública, debe cumplir con el régimen de transparencia de la oferta pública instaurado originariamente por el Decreto N° 677/2001, actualmente reemplazado por la Ley de Mercado de Capitales y normas de la CNV.

En cumplimiento de las normas de la CNV, el Comité de Auditoría se conformó con tres Directores, siendo dos de ellos Directores Independientes. Entre las funciones y responsabilidades se encuentra la de evaluar la independencia profesional, los planes de trabajo y el desempeño de la Auditoría Externa en todos sus trabajos, incluido el ejercicio de auditoría de este Informe de Sustentabilidad.

Comité de Control y Prevención del Lavado de dinero y del Financiamiento del Terrorismo:

es responsable de planificar, coordinar y velar por el cumplimiento de las políticas que, en materia de prevención y control del lavado de dinero y del financiamiento del terrorismo, establezca y haya aprobado el Directorio, teniendo en consideración las normas vigentes. Asimismo, es responsable en esta materia del diseño de controles internos, planes de capacitación al personal y de la verificación de su cumplimiento por parte de la auditoría interna. Está integrado por dos Directores Titulares, el Gerente General, el responsable de la Unidad Antilavado (UAL), los Gerentes de las Áreas de Finanzas, Banca Mayorista, Banca Minorista, Servicios Corporativos Integrados y de Gestión del Riesgo y el Gerente de Auditoría Interna. Los Señores Síndicos podrán ser invitados a concurrir a cualquiera de las reuniones convocadas por este Comité. La Unidad Antilavado reporta directamente al Directorio. Asimismo, y en cumplimiento de las normas del Banco Central, se han designado a los Directores Titulares

Sr. Guillermo J. Pando y Lic. Raúl H. Seoane, como funcionarios responsables titular y suplente, respectivamente, del control y prevención del lavado de dinero y del financiamiento del terrorismo. Asimismo, el Gerente de Área de Finanzas, es el funcionario con competencia en operaciones de intermediación financiera. El Comité tiene un régimen de reuniones de, al menos, una por bimestre y sus decisiones deben ser documentadas en un libro de actas foliado y sellado.

Comité para la Integridad de la Información:

está constituido a fin de dar cumplimiento a lo dispuesto por la Ley Sarbanes-Oxley de los EE.UU. Se encuentra integrado por cinco Directores Titulares (dos de ellos revisten el carácter de independientes), el Gerente General, los Gerentes de Área de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión y de Gestión del Riesgo, el Gerente de Auditoría Interna y los Gerentes de Departamento de Contaduría, de Gestión de Activos y Pasivos, de Relaciones con Inversores y de Asesoría Legal y el Responsable Titular de Relaciones con el Mercado. Los Señores Síndicos podrán ser invitados a concurrir a cualquiera de las reuniones convocadas por este Comité. También está presente, en las reuniones que celebra, un integrante del Comité creado al mismo efecto por Grupo Financiero Galicia. Asimismo, cuando se considere necesario, el Comité podrá convocar a funcionarios de distintas áreas de Banco Galicia. El Comité se reunirá trimestralmente o en la medida que existan temas que requieran su tratamiento.

Comité de Recursos Humanos:

tiene a su cargo los nombramientos y designaciones, las transferencias, rotaciones, el desarrollo, las dotaciones y las retribuciones del personal comprendido en los niveles salariales 9 y superiores. Está integrado por dos Directores Titulares, el Gerente General y el Gerente de Área de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos. El Comité se reúne semestralmente o en la medida que

existan temas que requieran su tratamiento. Sus resoluciones se resumen por escrito.

Comité de Planeamiento y Control de Gestión:

está integrado por cinco Directores Titulares, el Gerente General y los Gerentes de Área de Gestión del Riesgo y Planeamiento Estratégico y Control de Gestión y el Gerente de Auditoría Interna. Los Señores Síndicos podrán ser invitados a concurrir a cualquiera de las reuniones convocadas por este Comité. Tiene a su cargo el análisis, definición y seguimiento del balance y de los resultados consolidados. Se reunirá al menos una vez por mes. El seguimiento presupuestario trimestral por Área, será efectuado en reuniones en las cuales participarán tres Directores Titulares, el Gerente General, el Gerente de Área de Planeamiento Estratégico y Control de Gestión y los Gerentes de Área que sean citados. Sus resoluciones se resumirán por escrito, y serán firmadas por dos de los nombrados precedentemente.

Comité de Gestión de Segmentos y Negocios:

está integrado por tres Directores Titulares, el Gerente General y los Gerentes de Área, Gerentes Departamen-

tales y demás funcionarios cuya participación se considere conveniente en relación a los temas a tratar y sean especialmente convocados. Tiene a su cargo el análisis, definición y seguimiento de negocios y segmentos. Se reunirá al menos una vez por trimestre. Sus resoluciones se resumirán por escrito, y serán firmadas por dos de los nombrados precedentemente.

Comité de Crisis:

está integrado por cinco Directores Titulares y por el Gerente General. Asimismo, el Comité podrá convocar a aquellos funcionarios cuya participación se considere conveniente en relación a los temas a tratar. Tiene a su cargo la evaluación de la situación ante una crisis de liquidez y decidir las acciones a implementar tendientes a su resolución. Se reunirá cuando el Directorio lo convoque y sesionará en forma permanente hasta la finalización de la situación de crisis de liquidez. Sus resoluciones se resumirán por escrito en actas volantes y serán firmadas por dos de los nombrados precedentemente.

Comité Financiero – Banca de Consumo:

está integrado por un Director Titular, el Gerente General, los Gerentes de Área de Finanzas y de Gestión del Riesgo

y los Gerentes de Operaciones Financieras y de Mercado de Capitales. Asimismo, el Comité está integrado por el Gerente General y el Gerente Financiero de Tarjetas Regionales S.A. y por el Gerente Financiero de Compañía Financiera Argentina S.A.. Los integrantes del Comité podrán solicitar la presencia de funcionarios de otras Áreas o de las Compañías por temas que así lo ameriten. Tiene a su cargo realizar un análisis de la evolución financiera y las necesidades de fondeo de las empresas de financiación al consumo, así como analizar la evolución de la cartera y la evolución de la liquidez y sus políticas y evaluar alternativas de fondeo. Se reunirá al menos una vez cada quince días, o cuando uno de los miembros así lo requiera. Sesiona con al menos un funcionario de cada una de las Áreas participantes. Sus resoluciones se resumirán por escrito en actas volantes y serán firmadas por dos de los nombrados precedentemente.

2.5. MECANISMOS DE COMUNICACIÓN ENTRE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y LOS GRUPOS DE INTERÉS

El gobierno corporativo del Banco se mantiene informado permanentemente de las opiniones, niveles de satisfacción y expectativas de los grupos de interés a través de los Gerentes de Área quienes presentan en los espacios de intercambio los resultados de estudios y encuestas que realizamos en el Banco. Esta información es una herramienta más en la toma de decisiones sobre la estrategia del negocio en pos de la sustentabilidad.

Entre ellas, durante 2013 el Gerente de Desarrollo Organizacional y RRHH, presentó la Encuesta de Clima; el Gerente de RSC, el análisis de materialidad, las consultas relacionadas con el Informe de Sustentabilidad y los resultados de la Matriz de Inversión Social; el Gerente de Calidad informó sobre los resultados del Estudio Net Promoter Service y las encuestas de satisfacción de clientes realizadas desde el área de Calidad. Además, presentamos los canales de comunicación con

proveedores, la línea telefónica para denuncias con el Código de Ética, y el diálogo con todos nuestros públicos a través de las redes sociales y sitios de Internet corporativos.

En todos los casos en los cuales los grupos de interés han presentado denuncias ante los canales de comunicación internos del Banco o hacia entidades públicas, el gobierno corporativo fue notificado e informado sobre el seguimiento del caso.⁹

⁹ Para más información sobre las denuncias y sanciones al Banco durante 2013 ver la sección de Aspectos legales: multas y sanciones.

2.6. MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En Banco Galicia la Dirección Estratégica es evaluada a partir del Sistema Hay para la descripción y evaluación de los puestos, a fin de asegurar que la compensación esté asociada a los niveles de responsabilidad.

En materia de sustentabilidad, el gobierno corporativo del Banco es evaluado anualmente a través del cumplimiento de los 16 objetivos planteados en 2011 que alcanzan todos los grupos de interés. De estos objetivos se desprenden acciones concretas con indicadores

de cumplimiento que son analizados anualmente. Si bien el ejercicio de evaluación no es auditado externamente, todos los indicadores relacionados con la gestión de RSC del Banco que son comunicados externamente son revisados por la consultora PWC.

2.7. MECANISMOS DE REMUNERACIÓN

El Comité de Recursos Humanos, integrado por dos Directores Titulares, el Gerente General y el Gerente de Área de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos, es el encargado de fijar la política de compensaciones del personal de Banco Galicia. Cada cambio en la política se eleva al Comité de Recursos Humanos para su consideración. Dicho Comité revisa y valida una vez al año la política de compensaciones.

Utilizamos los siguientes sistemas de remuneración variable:

- 1) Esquema de Incentivos Comerciales y/o por Comisiones para las áreas comerciales.
- 2) Esquema de Bono Anual para los niveles gerenciales, jefaturas y resto

de los colaboradores que no están incluidos en el esquema de incentivos comerciales. El Bono Anual se determina en función al desempeño individual y a los resultados del Banco en general, y se abona en el primer trimestre del ejercicio siguiente. Para determinar la remuneración variable de la Alta Gerencia y la Gerencia Media, se utiliza el Sistema de Evaluación de Gestión Gerencial. El mismo ha sido diseñado con la inclusión de KPI (Key Performance Indicators) tanto cualitativos como cuantitativos. Particularmente los cuantitativos son construidos respetando como mínimo tres aspectos:

- Resultados.
- Volumen o tamaño del negocio.
- Proyección: son indicadores que protegen el negocio a futuro (Ej.: calidad,

satisfacción del cliente interno y externo, cobertura de riesgos, clima laboral, etc.). El peso o la incidencia de cada uno de ellos es monitoreada y ajustada anualmente en función de la estrategia aprobada por el Directorio. La interacción de estos tres aspectos busca darle consistencia a los incentivos de resultados y crecimiento con los umbrales de riesgos definidos por el Directorio. El único instrumento que se utiliza para el pago de remuneración variable es el pago en efectivo. No existen instrumentos basados en acciones.

2.8. TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN

El sistema bancario está altamente regulado. Todas nuestras operaciones se rigen por la normativa del BCRA¹⁰, el Código de Prácticas Bancarias, la Comisión Nacional de Valores y el Código de Autorregulación Publicitaria.

Código de Gobierno Societario de la Comisión Nacional de Valores (CNV)

Nuestros principios de gobierno corporativo responden al Código de Gobierno Societario requerido por las Normas de la Comisión Nacional de Valores (Nuevo

Texto Ordenado 2013). Éste Código incorpora lineamientos y recomendaciones que buscan darle mayor transparencia a la gestión empresarial a través de conceptos de buen gobierno corporativo.

Para ver el Código de Gobierno Societario de Banco Galicia ingresar en:

cnv.gob.ar

Ley Sarbanes-Oxley (SOX)

Elaborada por el senador demócrata Paul Sarbanes y el diputado republicano Michael Oxley en Estados Unidos, la ley Sarbanes-Oxley (SOX) tiene como objetivo generar un marco de transparencia para las actividades y reportes financieros de las empresas que cotizan en Bolsa de Nueva York, y darle mayor certidumbre y confianza a inversionistas y al propio Estado. Afecta directamente a toda empresa pública de los Estados Unidos y sus subsidiarias en todo el

mundo, así como empresas extranjeras que coticen en cualquier Bolsa de Valores en los Estados Unidos.

Asociación de Bancos Argentinos¹¹

Nucleamos las actividades relacionadas con el vínculo con el gobierno y las políticas públicas a través de la Asociación de Bancos Argentinos.

Comunicación responsable

Adherimos al Código de Autorregulación Publicitaria para promover la comunicación responsable.

Para ver el Código completo ingresar en:

conarp.org.ar/docs/Conarp-CodigoEticaAutorregulacionPublicitaria.pdf

Participación de Accionistas Minoritarios en Asamblea

En el particular caso de Grupo Financiero Galicia todo indica que no es necesario promover incentivos para la asistencia a Asambleas de Accionistas porque en los últimos años la presencia ha oscilado alrededor del 75% del capital social, lo cual es considerado una participación muy relevante para una sociedad abierta.

2.9. GESTIÓN DEL RIESGO

Para una mejor gestión tenemos definido con el aval de la dirección del Banco, i) el "apetito a riesgo de la entidad"; y ii) "indicadores de riesgo" claves, que permiten seguir cada uno de los riesgos críticos del Banco bajo tres ópticas diferentes: independiente, estresada e integral.

Asimismo, definimos las políticas corporativas, alineadas con el apetito a riesgo objetivo, a efectos de mitigar los riesgos identificados, a saber:

- **Financieros:** de forma tal de mantener adecuados niveles de liquidez y solvencia. Se han identificado los siguientes factores de riesgo sujetos a gestión y control: Continuidad y estabilidad de las fuentes de fondeo (depósitos, deuda, líneas de financiamiento, otras fuentes de fondeo); precio de mercado de activos financieros

y/o productos derivados con cotización en mercados de valores; cotización de monedas extranjeras; fluctuación de las tasas de interés activas y pasivas.

- **Operacionales:** buscando minimizar el riesgo de pérdidas resultantes de la falta de adecuación o fallas de los procesos internos, de la actuación del personal o de los sistemas o bien aquellas que sean producto de eventos externos (incluye el riesgo legal, pero excluye el estratégico y el de reputación).

El Banco implementó un modelo de gestión del riesgo operacional inherente a sus productos, actividades, procesos y sistemas relevantes, los procesos de tecnología y seguridad de la información así como los riesgos derivados de las actividades subcontratadas y de los servicios prestados por proveedores. Se incorporó una base de datos para registrar eventos y riesgo operacional y

antes de lanzar o presentar nuevos productos, actividades, procesos o sistemas, se evalúa adecuadamente su riesgo operacional inherente. Como estrategia de protección, cuenta con un Plan de Continuidad de Negocios y un Plan de Continuidad de Sistemas, destinados a asegurar una rápida respuesta ante eventuales incidentes que puedan poner en riesgo la continuidad operativa de Banco Galicia.

- **Crediticios:** minimizando el riesgo de incumplimiento total de las obligaciones financieras contraídas con la institución por parte de sus clientes o contrapartidas. Se aprueban las políticas y procedimientos de riesgo crediticio, verifica el cumplimiento de las mismas y evalúa en forma continua e integral el riesgo crediticio del Banco y sus subsidiarias. También se monitorea permanentemente la cartera mediante diversos indicadores.

2.10. GESTIÓN DE RIESGOS SOCIALES Y AMBIENTALES

Banco Galicia se ha comprometido a incorporar criterios para la administración de riesgos ambientales y sociales en sus decisiones vinculadas a operaciones crediticias. Para ello es intención del Banco alinearse con las mejores prácticas internacionales y con la mejora continua

de los procesos de administración de riesgos ambientales y sociales.

A continuación se describen los mecanismos utilizados para llevar a cabo los controles ambientales y sociales.

Política de gestión de riesgos ambientales y sociales

La política para la administración del Riesgo Ambiental describe la visión y misión de Banco Galicia en su compromi-

¹¹ aba-argentina.com

so para la provisión de productos financieros de manera ambientalmente responsable.

Los objetivos específicos de la política ARA (Administración de Riesgo Ambiental) en Banco Galicia son los siguientes:

- ▶ Integrar consideraciones y criterios ARA en el proceso de otorgamiento de productos financieros a clientes;
- ▶ Proporcionar una guía sobre la posición respecto de la gestión ambiental que Banco Galicia adoptará en las actividades del negocio:
- ▶ Asegurar el cumplimiento de los Principios de Ecuador según lo comprometido por el Banco.
- ▶ Asegurar el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales de Instituciones Financieras Internacionales con las que el Banco trabaja;
- ▶ Establecer un efectivo marco de trabajo para la emisión de reportes relacionados con temas ambientales y sociales en el proceso de crédito de Banco Galicia.

Banco Galicia se compromete a integrar la evaluación de riesgos ambientales y sociales en el marco del proceso de toma de decisiones crediticias.

Banco Galicia se compromete a evaluar y revisar los potenciales riesgos ambientales y sociales de todas aquellas transacciones que involucren actividades de financiación en los cuales la Política ARA sea aplicable.

Para todas las actividades de financiación donde se identifiquen riesgos materiales a través del enfoque ARA, Banco Galicia solicitará al cliente buscar medidas de mitigación y/o compensación y/o desarrollar en conjunto recomendaciones para direccionar estos riesgos.

Banco Galicia se compromete a reportar las actividades ARA de acuerdo a los Principios de Ecuador y considerar los requisitos específicos provenientes de Instituciones Financieras para el Desarrollo internacionales.

Banco Galicia aplicará la política de administración del riesgo ambiental definida en el presente manual a todas

las solicitudes de crédito por montos considerados como Cartera Comercial, de acuerdo a lo así definido por el Banco Central de la República Argentina.

Asimismo, será tenida en cuenta en casos de altas de nuevos clientes, aún sin solicitud de crédito.

Clasificación de transacciones sujetas a administración ambiental

A continuación se describe el enfoque que Banco Galicia adoptará para realizar la evaluación de riesgos ambientales y sociales en las operaciones de crédito.

Las transacciones a ser evaluadas deberán clasificarse dentro de alguna de los siguientes tipos:

1. **Exclusión.**
2. **Alta de nuevos clientes, sin solicitud de crédito.**
3. **Operaciones de capital de trabajo.**
 - 1) Acotadas (monto de cada línea de crédito menor a \$5.000.000).
 - 2) Con monto de alguna de las líneas de crédito igual o mayor a \$5.000.000.
4. **Operaciones de largo plazo** (extraordinarias).
 - 1) Fondo de Organismos internacionales.
 - 2) Acotadas (monto de cada línea de crédito menor a \$5.000.000).
 - 3) Con monto de alguna de las líneas de crédito igual o mayor a \$5.000.000.
5. **Operaciones Principios de Ecuador.**

Sistema de evaluación ambiental

En el año 2011 Banco Galicia adquiere la herramienta de software Sistema de Evaluación Ambiental (SEA) e inicia el proceso personalizado, adaptando las funcionalidades originales de la herramienta a las necesidades específicas de las políticas y procesos de Banco Galicia.

Como resultado, a partir de 2012 implementamos una herramienta “a medida” de los requisitos del área de análisis sectorial y ambiental de la gerencia de créditos de Banco Galicia.

En la versión actual la herramienta de software se encuentra configurada para realizar tres tipos de evaluaciones. El sistema inicia con una “evaluación inicial” para determinar las características del crédito solicitado y su potencial riesgo ambiental y social. Si de dicha evaluación se cumplen determinados criterios pueden realizarse dos tipos de evaluaciones: una “evaluación detallada del cliente” ó una “evaluación de sustentabilidad”.

Desde el punto de vista funcional, la herramienta permite llevar a cabo una gestión de los riesgos a través de una aplicación sistemática de políticas, guías y mejores prácticas que responden a los lineamientos establecidos por diferentes organismos internacionales de crédito (i.e IFC).

Desde el punto de vista técnico, la herramienta se ejecuta en servidores propios de PWC y se accede desde la Web. Banco Galicia tiene asignado un espacio de trabajo exclusivo (no está compartido con otros usuarios) con las características de seguridad necesarias para su operación.

En todos los casos cada evaluación emite un reporte con los resultados de la evaluación realizada el cual se adjunta a la carpeta de crédito.

De esta forma la herramienta se integra al Análisis Ambiental como parte del proceso de Créditos del Banco Galicia.

Se definen cuatro instancias, con tres diferentes tipos de evaluaciones de riesgos ambientales y sociales:

Sin Evaluación (SE):

Primera instancia, en la que se define que no es requisito aplicar una evaluación de riesgo ambiental a la transacción.

Evaluación Inicial (EI):

Evaluación rápida basada en respuestas Si / No a un listado breve de preguntas.

Evaluación Riesgo Ambiental del Cliente (ERAC):

Mediante este proceso se analiza el riesgo ambiental del cliente evaluando su compromiso, capacidad y registro en relación a temas ambientales y sociales.

Evaluación Sustentabilidad del Proyecto (ESP):

Se analizan los riesgos ambientales y sociales del proyecto y del cliente, evaluando su compromiso, capacidad, comportamiento y registro en relación a estos temas.

Manual de gestión de riesgos ambientales y sociales

El Manual PARA (Proceso de Administración del Riesgo Ambiental) describe el marco de trabajo, políticas, normas y procedimiento para la evaluación y administración de riesgos ambientales y sociales dentro del proceso crediticio en Banco Galicia.

Los objetivos específicos del Manual PARA son:

- Establecer las áreas de negocios para las cuales el Manual PARA es aplicable;
- Establecer políticas y procedimientos claros para la identificación, evaluación, gestión, monitoreo y reporte de los riesgos ambientales y sociales dentro de la gestión del crédito en Banco Galicia;
- Especificar los roles y responsabilidades para la administración del riesgo ambiental surgido de la operación de clientes y la relación del Banco con ellos;
- Asegurar que las cuestiones ambientales y sociales relevantes en el negocio

sean rápidamente identificadas y gestionadas;

- Ayudar a identificar necesidades de capacitación y entrenamiento para desarrollar las habilidades requeridas para una eficiente implementación de lo establecido en el mismo;
- Asistir en la definición de requisitos de recursos materiales y humanos para la implementación de lo dispuesto en el mismo.

Principios de Ecuador y organismos de contralor

Adicionalmente al cumplimiento regulatorio local establecido por el Banco Central de la República Argentina y el cumplimiento de la legislación vigente, Banco Galicia se compromete a estar alineado con los "Principios de Ecuador".

2.11. ASPECTOS LEGALES: MULTAS Y RECLAMOS

Durante 2013 se registraron 2 casos de denuncia ante el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. En ambos hemos presentado los correspondientes descargos, no generando consecuencias para el Banco. Por su parte, no recibimos denuncias relacionadas con trabajo infantil y trabajo forzoso.

Además, en 2013 tuvimos las siguientes multas ante los siguientes organismos de defensa del consumidor:

- Capital Federal "Bazterrica Maria Dolores c/ Banco de Galicia y Bs As S.A." por la suma de \$ 3.000.-
- San Miguel de Tucumán "Aleman Gerardo c/Banco de Galicia y Bs As S.A." por la suma de \$ 1.500.-

- Comodoro Rivadavia "Asociación de Clínicas y Sanatorios Privados de la Zona Sud del Chubut c/ BGBA", por la suma de \$ 10.400.-
- Posadas "Zubrycki Armando José Martín c/ BGBA", \$10.000 en concepto de multa; \$6.000 en concepto de daño directo.

	DENUNCIAS	ACUERDO	DESISTIDA	S/ACUERDO	TRÁMITE
CABA	226	19%	27%	13%	41%
INTERIOR	948	20%	21%	5%	54%

3 BANCO GALICIA COMO ACTOR SOCIAL

Galicia

- 3.1. Evolución de la Economía y del Sistema Financiero
- 3.2. Descripción de principales impactos, riesgos y oportunidades dentro de la gestión de sustentabilidad
- 3.3. Identificación, dialogo y compromiso con nuestros grupos de interés
- 3.4. Premios y reconocimientos
- 3.5. Adhesiones y trabajo conjunto con Organizaciones Interdisciplinarias

3.1. EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA Y DEL SISTEMA FINANCIERO

La economía

Durante 2013 en los mercados financieros internacionales se observó una menor volatilidad respecto de los años previos.

El contexto internacional se caracterizó por una mayor presión en términos de competitividad, dada la debilidad de las monedas emergentes -en particular de Brasil- y por un deterioro de los precios de los principales productos de exportación, que en promedio finalizaron un 5,6% por debajo de 2012 según el Índice de Precios de Materias Primas que elabora el Banco Central de la República Argentina (Banco Central).

En esta coyuntura, según estimaciones privadas, la actividad se expandió un 3,1% en 2013 (frente a la caída de 0,3% en 2012).

Por el lado de la oferta, el sector de mejor desempeño fue el de intermediación financiera, (+ 13,5%), seguido por agricultura, ganadería, caza y silvicultura (+ 10,7%).

La tasa de desempleo para el cuarto trimestre de 2013 descendió al 6,4% de la población económicamente activa, desde el 6,9% observado en el mismo trimestre de 2012.

El tipo de cambio de referencia del Banco Central pasó de \$4,917 a \$6,518 por dólar, entre el 31 de diciembre de 2012 y el 30 de diciembre de 2013 (lo que equivale a una depreciación del 32,6%).

La inflación en 2013 fue de 10,9%, según la medición del Índice de Precios al Consumidor (IPC) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), levemente superior al 10,8% de 2012, mientras que según estimaciones privadas el crecimiento sería de aproximadamente 26,4%.

El sector público nacional registró un déficit primario de \$22.479 millones (0,8% del PB), lo que implica un deterioro respecto del déficit primario de \$4.374 millones en 2012 (0,2% del PBI). Luego del pago de intereses, por \$41.998 millones, el déficit financiero ascendió a \$64.477 millones (2,3% del PBI).

La cuenta corriente del balance de pagos registraría un déficit de US\$2.500 millones en 2013, mientras que la balanza comercial registró un superávit de US\$9.024 millones en el año, US\$3.396 millones inferior al resultado alcanzado en 2012.

El Sistema Financiero

En este contexto la intermediación financiera siguió desarrollándose considerablemente durante 2013. El ratio préstamos al sector privado en relación con el PBI, indicador de profundidad del sistema financiero, creció 1,2 p.p. en el año, ubicándose en 16,9%. Con datos a septiembre de 2013, (última información disponible), el sistema financiero empleaba 105.302 personas (60,5% el sector privado), lo que representaba un aumento del 0,8% en el año.

Perspectivas

En 2014 se espera un escenario económico algo más volátil, explicado por la incertidumbre que sobre las economías emergentes genera el retiro del estímulo monetario de la Reserva Federal de los Estados Unidos y por el desarrollo de las tensiones aún presentes en el mercado cambiario local.

El sistema financiero, que goza de excelentes indicadores fundamentales, en 2014 tendría un resultado económico favorable aunque el contexto macroeconómico en el corto y mediano plazo será clave para su evolución futura.

3.2. DESCRIPCIÓN DE PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES DENTRO DE LA GESTIÓN DE SUSTENTABILIDAD

EL SECTOR FINANCIERO CUMPLE UNA FUNCIÓN VITAL PARA EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD, YA QUE ES EL EJE CENTRAL DE LAS ACTIVIDADES VINCULADAS AL AHORRO, LA INVERSIÓN Y EL CRÉDITO, PRESTANDO SERVICIOS NO SÓLO A LAS PERSONAS SINO TAMBIÉN A LAS EMPRESAS, GOBIERNOS Y DISTINTAS ORGANIZACIONES.

El compromiso de Banco Galicia con una gestión sustentable nace de la convicción de que un desarrollo económico sólido sólo puede alcanzarse si se considera el

ambiente y el entorno social. Banco Galicia es el principal banco privado de capitales nacionales del sistema financiero de la Argentina con

108 años de presencia en el país. Su compromiso con el desarrollo de nuestra sociedad tiene una larga trayectoria, ya históricamente se ha trabajado

con la comunidad y promoviendo el desarrollo de los colaboradores y sus familias a través de la Fundación Banco Galicia, creada hace más de 40 años. Desde entonces, se ha ido consolidando una gestión orientada a la sustentabilidad incluyendo la misma en la estrategia de largo y mediano plazo de la entidad así como un modelo de gestión integral y transversal a toda la organización, la Responsabilidad Social Corporativa.

Actualmente existen objetivos de sustentabilidad para orientar la relación con cada uno de nuestros grupos de interés, a partir de los cuales se fijan metas para las distintas Gerencias. El Informe de

Sustentabilidad constituye una herramienta clave para comunicar a nuestros accionistas, clientes, colaboradores, proveedores y la comunidad nuestras políticas, prácticas y programas que generen valor social, y nuestros resultados respecto del cuidado ambiental. El Informe es además una herramienta de gestión ya que en el marco de la elaboración del mismo establecemos los objetivos y metas que orientan nuestro trabajo, a partir de los resultados obtenidos. La evolución en la gestión orientada a la sustentabilidad se refleja en el Informe anual, que en 2012 alcanzó el Nivel de Aplicación de GRI A+.

Gracias al trabajo de nuestros colaboradores, seguimos evolucionando en materia de sustentabilidad y este año migramos a la Guía G4 de GRI, profundizando el análisis de materialidad con la participación de grupos de interés del Banco, y de altos mandos de la entidad.

3.3. IDENTIFICACIÓN, DIALOGO Y COMPROMISO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

G4-24, G4-25, G4-26

IDENTIFICAMOS A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS CON EL FIN DE CONOCERLOS EN PROFUNDIDAD, CONOCER SUS EXPECTATIVAS Y CONSTRUIR JUNTOS ACCIONES PARA BENEFICIO DE TODOS.

GRUPO DE INTERÉS	CANALES DE DIÁLOGO	COMPROMISO ASUMIDO	FUNDAMENTACIÓN DEL GRUPO DE INTERÉS EN BANCO GALICIA
ACCIONISTAS Grupo Financiero Galicia S.A. y accionistas minoritarios.	<ul style="list-style-type: none"> Asamblea de accionistas. Página Web con información legal, estatutaria y reglamentaria. 	COMPROMISO CON EL BUEN DESEMPEÑO	Son el principal sustento de capital del Banco haciendo los aportes correspondientes cuando el negocio o las necesidades regulatorias lo requieren.
CLIENTES Personas y Empresas (Pequeñas, medianas y grandes).	<ul style="list-style-type: none"> Estudios de satisfacción. Estudios de campo. Estudios comparativos de satisfacción al cliente. Centro de Contactos con Clientes. Grupos Focales. Participación en el mercado. Boletines. Encuentros con clientes. Sitio Web buenosnegocios.com 	COMPROMISO CON LA ÉTICA COMERCIAL.	La adquisición de los productos y servicios del Banco por parte de los clientes da razón al negocio y es la fuente de ingresos de la entidad.
COLABORADORES seleccionados sin distinción de raza, color, religión, origen, nacionalidad, edad, sexo o estado civil.	<ul style="list-style-type: none"> Publicaciones anuales. Notigal: revista trimestral. Intranet. Servicios al Personal. Grupos Focales. Encuesta de Clima. Entrevistas de seguimiento de carrera. Reuniones con asesores. 	COMPROMISO CON EL DESARROLLO	Son actores fundamentales para el éxito del negocio y un elemento inherente a la responsabilidad del Banco como generador de empleo y capital social.

<p>PROVEEDORES Empresas pequeñas, medianas y grandes de productos y servicios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Código de Conducta de Proveedores. • Atención de Consultas y Reclamos. • Visitas. 	<p>COMPROMISO CON LA TRANSPARENCIA</p>	<p>Son un eslabón importante en la cadena de valor, de ahí que es prioritario que ofrezcan de manera responsable productos y servicios de calidad y valor.</p>
<p>COMUNIDAD Organizaciones de la sociedad civil (OSCs).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de seguimiento. • Informes de gestión. • Diagnósticos de situación. • Evaluación de los programas. • Visitas de campo. • Participación en Jornadas y Seminarios. • Reuniones periódicas. • Creación de espacios de intercambio. • Redes sociales. 		<p>Son aliados fundamentales que aportan conocimiento específico sobre el contexto socio-económico y las necesidades de las comunidades para implementar eficientemente nuestra inversión social.</p>
<p>Beneficiarios de los programas sociales impulsados por el Banco.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en espacios de Intercambio nacionales e internacionales. • Capacitaciones. • Reuniones de equipo periódicas. • Acciones de concientización. • Intranet. 	<p>COMPROMISO CON EL PROGRESO Y LA EQUIDAD SOCIAL</p>	<p>Son los destinatarios finales de los recursos movilizados por el Banco y de los programas implementados.</p>
<p>Organismos Internacionales. Organizaciones públicas. Instituciones académicas. Organizaciones empresarias. Medios de comunicación.</p>			<p>Son los expertos que nos ayudan a realizar proyectos y programas en beneficio de nuestros grupos de interés.</p>
<p>AMBIENTE Organismos internacionales. Organizaciones ambientales. Investigadores y academia. Colaboradores, clientes, proveedores y comunidad.</p>		<p>COMPROMISO CON LA EFICIENCIA</p>	<p>Es el entorno en el cual desarrollamos nuestras acciones, tanto a nivel corporativo como particular de cada uno de nuestros grupos de interés.</p>

3.4. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- Ganadores del Premio Eikon de Oro en la categoría Social Media por Experiencia Galicia y el Eikon de Plata en la categoría Comunicación Interna por Calendario del entusiasmo y la cultura innovadora.
- Primer lugar entre las entidades financieras de mejor reputación del país según el ranking Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa).
- Puesto 14 en el Ranking de Mejores Empleadores del país que publica anualmente la Revista Apertura.
- Banco Galicia reconocido entre las 10 empresas líderes en gestión orientada a la sustentabilidad en el marco del Premio a la Ciudadanía Empresaria en la categoría Gestión de Empresas Sustentables de AMCHAM.
- Premio de la Cámara de Comercio Franco Argentina al Programa de Responsabilidad Social Corporativa.
- Premio al Mejor Reporte Social de empresas de la Argentina otorgado por el Foro Ecuménico Social.

- Primer puesto dentro del informe de benchmarking realizado por la empresa TBI Unit.
- Distinguido por el Commerzbank de Alemania, que reconoció el procesamiento de pagos comerciales y transferencias internacionales.
- Otros premios y reconocimientos al Banco: de la Fundación Instituto Leloir y Fundación Cimientos.

Premios y reconocimientos a Banco Galicia por acciones de publicidad y marketing

Fuimos premiados por diferentes organizaciones e instituciones nacionales e internacionales por nuestras campañas publicitarias y acciones de marketing:

- Premio Buenos Anuncios: Platino para la publicidad de “PrettyWoman” de Y&R y Anunciar para Banco Galicia; y Premio Jóvenes para “Crisis de pareja”, de Y&R y Anunciar para Banco Galicia.
- EFFIE (Eficiencia Publicitaria) el premio Gran EFFIE para la publicidad “Crisis de pareja”, de Y&R.
- Premio Servicios Financieros: oro para “Crisis de pareja” de Y&R.
- Premio Innovación en medios: plata para “Crisis de pareja” de Y&R.
- Premio LÁPIZ TV de Editorial Dossier: en abril Plata para “Movileros”, en junio Plata para “Doce menos Veinte, Vestidor” y en septiembre Bronce para “te buscare, te encontrare”.
- Premio LÁPIZ de Medios: en el primer cuatrimestre Oro para “Crisis de pareja” y en el primer semestre Bronce para “Crisis de pareja”.
- Premio Martin Fierro para la campaña Películas de Y&R.

Reconocimiento a la excelencia. Premios entregados por el Banco

XI Premio a la Excelencia Agropecuaria La Nación-Banco Galicia 2013

Distingue a hombres y mujeres del campo que se destacan por su trabajo, esfuerzo, e innovación en las distintas actividades vinculadas con el sector.

El premio consta de 17 categorías vinculadas a la cadena agroindustrial.

Los ganadores 2013 para cada categoría fueron:

- Productor porcino: Lartirigoyen y Cía., de Catriló, La Pampa.
- Agricultor: Estanar Estancias Argentinas Sariyc., de Huangeulén, Buenos Aires.
- Avicultor: Sáenz Valiente Hnos. S.A., de Colón, Entre Ríos.
- Bodeguero: Susana Balbo y su bodega Dominio del Plata S.A., de Agrelo, Mendoza.
- Cabañero: Cabaña Tres Marías, de Benito Juárez, Buenos Aires.
- Extensión agropecuaria: Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (Aapresid).
- Educador: Escuela Agropecuaria Coronel Suárez, Buenos Aires.
- Fabricante de maquinaria agrícola: Macquet, de Venado Tuerto.

- Forestador: Alto Paraná, de Misiones y Buenos Aires.
- Frutihorticultor: Entroterra- Olivos Del Valle de Grupo Inplast, de Catamarca.
- Ind. Agroalimentaria: Snack Crops, de Tigre, Buenos Aires.
- Innovación y desarrollo: Aceites del Desierto S.R.L., de Córdoba.
- Ganadero: Ganagring Saag.
- Productor lechero: Llorente hermanos.
- Propuesta agroturística: Estancia Tecka Lodge, Tandil.
- Trabajo de investigación: Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad de La Pampa.
- Gestión ambiental: Pomera Maderas, de Garruchos S.A.

Premio al Periodismo Agropecuario CAPA-Banco Galicia

Identifica y estimula a los mejores periodistas especializados en el sector agropecuario.

- Mejor producto periodístico agropecuario del país en radio 2013: Tiempo Agropecuario
- Mejor producto periodístico agropecuario del país en televisión 2013: Campo en Acción
- Mejor producto periodístico agropecuario del país en medios gráficos 2013: La Voz del Interior
- Mejor producto periodístico agropecuario del país en Internet 2013: Agrositio
- Mejor periodista agropecuario del país en radio 2013: Belisario Saravia Olmos
- Mejor periodista agropecuario del país en televisión 2013: Danilo Gallay
- Mejor periodista agropecuario del país en medios gráficos 2013: Soledad Rica
- Mejor periodista agropecuario del país en Internet 2013: José Iachetta
- Premio revelación 2013: Elida Thiery
- Premio a la Trayectoria 2013: Susana Merlo
- Premio a la Vocación y al Compromiso 2013: Sandra Capocchi

Premio Banco Galicia Revista Chacra a la Gestión Solidaria del Campo

Premia a importantes entidades representativas de distintos puntos del país por su labor social en las categorías Alimentación, Educación, Promoción Laboral, Salud y la nueva categoría Medioambiente; orientados a comunidades rurales con menos de 20.000 habitantes.

Los ganadores recibieron una estatuilla y un estímulo de \$20.000.

Para 2013 fueron:

Alimentación:

- Premio: De comedores infantiles a centros de promoción y desarrollo – Comunidades Infantiles Mendoángeles CIMA. Provincia de Mendoza.
- Mención a la Trayectoria Institucional: Programa Alimentario del PLUS (PAP) – Fundación PLUS Movimiento Ciudadano de Participación Libre por la Unidad y la Solidaridad. Provincias de Chaco, Corrientes, Tucumán, Córdoba, Neuquén, Mendoza, Misiones y Santiago del Estero.
- Mención Especial: No sólo de pan vive el hombre – Fundación Banco de Alimentos Mendoza.

Educación:

- Premio: Leer (Lectura y Escritura en Escuelas Rurales) – Coincidir, Desarrollo de Comunidades Rurales Argentinas, Asociación Civil. Provincias de Chaco, Misiones y Buenos Aires.
- Mención Especial: Caja de Sonrisas – Fundación Nuevas Raíces. Provincia de Tucumán.

Promoción laboral

- Premio: El diseño como agregado de valor – Red Valles de Altura. Provincia de Salta.
- Mención Especial: Chamamé, Algarrobo y Esperanza – Asociación Civil Las Tres Colonias. Provincia de Chaco.

Medioambiente:

- Premio: Proyecto Por una Ciudad Limpia – Asociación Civil Cooperar. Provincia de La Pampa.
- Mención Especial: Mi pueblo limpio, Mi casa limpia – Comisión Municipal de Yala, Departamento Dr. Manuel Belgrano. Provincia de Jujuy.

Salud:

- Premio: El remedio para zonas olvidadas – Banco Comunitario de Medicamentos de la Fundación Tzedaká – Fundación Tzedaká. Provincias de Tucumán, Santiago del Estero, Santa Fe, Salta, Neuquén, Jujuy, Formosa, Entre Ríos, Corrientes, Chubut y Chaco.
- Mención Especial: Vamos por Bermejo – Solidagro Asociación Civil. Provincia de Chaco.

Premio DAIA - Banco Galicia

Reconoce a personas y organizaciones que se han capacitado y que contribuyeron al desarrollo de programas de la Shoá/Holocausto, posibilitando la efectiva incorporación de las temáticas en las currículas escolares.

- Cristyina Galli de Mar del Plata.
Es profesora en Letras, especializada en Literatura Hispanoamericana. Fue investigadora en la UNMDP, y además es escritora para niños y adolescentes y artista plástica y participa activamente en la financiación del curso de Holocausto para perfeccionamiento Docente que se dicta en Mar del Plata.
- Ariela Szpanin de Córdoba.
Participa en las clases brindadas a las escuelas municipales con contenido sobre Shoa, y colabora en la firma de la adhesión de la Municipalidad de Córdoba a la Ley Provincial de incorporación de la temática de la Shoá en las currículas.
- Alejandra Giselle Schwartz de Tucumán.
Es Historiadora, joven y en permanente formación. Realizó trabajos en el Ministerio de Educación de la Provincia de Tucumán y en la Secretaría de Derechos Humanos de la Provincia. En su actividad cotidiana, capacita docentes de toda la provincia y participa también en programas nacionales, en su permanente esfuerzo para que lo sucedido en Europa entre 1933 y 1945 llegue a esferas docentes antes impensadas.
- Equipo interdisciplinario para la transmisión de la Shoa en Entre Ríos.
Este equipo, conformado por 6 docentes se constituyó para cumplimentar la iniciativa de la Asociación Israelita de Paraná, DAIA Filial Paraná y el Consejo General de Educación de la Provincia de Entre Ríos. Su trabajo es voluntario y ad honorem.
DOCENTES: Marisa Mazza, Silvina Frenkel, Tania Quiroz, Paola Falico, Eric Seigorman, Julio Kovalsky.

Premio Mentores

Este premio busca reconocer el potencial de crecimiento sostenible de las micro, pequeñas y medianas empresas argentinas y contribuir al mismo, evaluando el negocio y las capacidades de los empresarios para llevarlo adelante.

En su edición 2013, los MENTORES fueron Banco Galicia, Telefónica de Argentina, MATERIABIZ y Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

De los más de 500 empresarios que se inscribieron, fueron elegidos los siguientes finalistas:

- Evaristo Ales – Transportes Automotores 20 de junio (GANADOR)
- Carlos Levin – Establecimiento Apícola Río Negro
- Gastón Schwimmer – La Bolsa de Oro
- Martín Ramos Monso – Infocomercial.com
- Guillermo Guida - Productos La Delfina SRL
- Claudio Angrigiani – Woodpecker
- Matías Poggio – Wagon
- Enzo Marchionni - Muebleando.com
- Luis Chiodo - Fish & Lakes
- Mario Gallo – Comenfar
- Ricardo Parra - Estancia Las Quinas

3.5. ADHESIONES Y TRABAJO CONJUNTO CON ORGANIZACIONES INTERDISCIPLINARIAS

MEDIANTE NUESTRAS ALIANZAS CON INSTITUCIONES ACADÉMICAS, INSTITUCIONES PÚBLICAS, CÁMARAS Y GRUPOS EMPRESARIOS, ORGANISMOS INTERNACIONALES Y MULTILATERALES, ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL Y EMPRESAS PRIVADAS ESTAMOS PRESENTES EN ESPACIOS DE INTERCAMBIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN NEGOCIO SUSTENTABLE.

En 2013, Banco Galicia continuó consolidando su trabajo en la Asociación Civil Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE).

A lo largo del año, se profundizó el trabajo que GDFE realiza en pos de cumplir con aquello que constituye su principal labor: promover y movilizar de forma estratégica y eficiente recursos privados en pos del bien público en Argentina.

Principalmente se trabajó en la promoción de las mejores prácticas del sector a

través de diferentes actividades. Entre ellas se pueden mencionar:

- Jornada de Reflexión Institucional: Se realizaron dos jornadas de reflexión Institucional junto a los socios para empoderar el trabajo a realizarse a lo largo del año.
- Fortalecimiento de la “Confederación de la Sociedad Civil” – CSC: Se destaca como hito principal la conformación de una mesa de trabajo entre la CSC y la Jefatura de Gabinetes de Ministros con el fin de articular agendas.
- Consolidación del Consejo Estratégico Consultivo – CEC: Brinda una visión

estratégica a la organización de la mano de quienes ejercen el liderazgo del sector privado en nuestro país, a los fines de potenciar el impacto de su labor en pos del bien público en la Argentina.

- Mecanismo de transparencia en la gestión - Código de Autorregulación de la IS: Se presentó este documento para continuar con el aporte en la difusión y promoción de los valores y principios de la inversión social, y la gestión ética y transparente de los recursos privados destinados al bien público. El Código hace hincapié en la veracidad y coherencia, el compromiso, la eficiencia, la

cooperación, la no discriminación y el cumplimiento de las acciones de inversión social.

- Seminario Relaciones con la Comunidad: Insumos para generar mayor impacto en la ISP: Se realizó la IX edición de este seminario que tuvo como objetivo formar recursos humanos especializados en gestión de inversiones sociales.
- Grupo de Afinidad en Educación – GAE: Se realizaron jornadas y talleres donde se abordaron las distintas etapas que suponen las intervenciones sociales en el ámbito educativo.

- Grupo de Afinidad en Desarrollo Local – GADL: Se trabajaron en distintas estrategias que ayuden a integrar el desarrollo local a la cultura corporativa.
- Grupo de Afinidad en Voluntariado Corporativo: Fue creado con el objetivo de promover actividades de voluntariado corporativo, fortalecer los programas que ya se estén implementando, y explorar oportunidades de articulación público-privada.
- Almuerzos con Referentes Clave: En los almuerzos se generan canales de diálogo para facilitar, enriquecer y

generar puentes, intercambiando visiones y experiencias con distintos referentes del ámbito público y privado.

- Participación y apoyo a encuentros del Sector tanto en el ámbito nacional como internacional.

Para más información, ingresar en:

gdfe.org.ar

4 CLIENTES

4.1. Universalidad en la atención a todos los segmentos de clientes

- 4.1.1. Rentas Masivas
- 4.1.2. Galicia Éminent
- 4.1.3. Lanzamiento de MOVE
- 4.1.4. Empresas

4.2. Calidad

- 4.2.1. Sistemas de Gestión de Calidad
- 4.2.2. Capacitación interna en calidad
- 4.2.3. Foro Pasión por el Cliente
- 4.2.4. Programa "Cumplimiento de estándares en sucursales"
- 4.2.5. Encuesta de satisfacción del cliente
- 4.2.6. Programa Cliente Interno
- 4.2.7. Gestión del tiempo de espera

4.3. Productos y Servicios

- 4.3.1. Préstamos

4.3.2. Tarjetas

- 4.3.3. Seguros
- 4.3.4. Comercio exterior
- 4.3.5. Líneas de financiación
- 4.3.6. Capacitación a empresas
- 4.4. Promociones y beneficios
- 4.5. Canales de comunicación y contacto
- 4.5.1. Redes Sociales
- 4.5.2. Día del cliente
- 4.5.3. Encuentros con empresas clientes
- 4.6. Canales de atención
- 4.6.1. Nuestra plataforma electrónica
- 4.6.2. Accesibilidad en sucursales
- 4.7. Financiamiento al consumo
- 4.7.1. Tarjetas Regionales
- 4.7.2. Efectivo Sí



4.1. UNIVERSALIDAD EN LA ATENCIÓN A TODOS LOS SEGMENTOS DE CLIENTES

CONTAMOS CON UNA ESTRATEGIA, PRODUCTOS Y SERVICIOS A LA MEDIDA DE CADA PERFIL DE CLIENTE, ATENDIENDO ASÍ SUS NECESIDADES PARTICULARES.

4.1.1. Rentas Masivas

El 85% de los clientes individuales del Banco pertenecen al Segmento de Rentas Masivas, dividido en Rentas Medias y Rentas Bajas, que representa el 41% de los depósitos de la Banca Minorista y que generó en 2013 el 42% de los ingresos.

Las personas que componen este segmento tienen diferentes perfiles y, como tal, demandan productos y servicios acorde a sus necesidades. En este marco, creamos servicios de Cuentas flexibles y personalizadas, dándole la oportunidad al cliente de elegir que componentes tener en su cuenta. Continuando en esta línea, y para que más personas puedan acceder a los servicios del Banco, disminuimos los requisitos de ingresos mínimos para acceder a una Tarjeta de Crédito, posibilitando así el consumo y financiación de estos clientes de bajos recursos.

4.1.2. Galicia Éminent

233 OFICIALES ÉMINENT
94 OFICIALES PLUS
126.000 CLIENTES ÉMINENT
36 ESPACIOS EXCLUSIVOS
110 BOXES CERRADOS

Desde 2011 contamos con un servicio diferencial para los clientes de Renta Alta: Galicia Éminent. Orientado a satisfacer las necesidades de los clientes más exigentes y destacados, está basado en un modelo de atención más eficiente y cercano -uno de los atributos más valorados por los clientes de este segmento-, con nuevos productos, una plataforma de beneficios diferenciales, y una nueva marca e identidad.

Siendo los pilares el vínculo personalizado, recompensa y simplicidad, cada cliente cuenta con un Oficial Éminent que atiende sus demandas en los

espacios exclusivos y boxes cerrados de nuestra red de sucursales, para poder brindarles mayor confort y privacidad.

Dentro de los beneficios exclusivos del segmento destacamos los descuentos sin tope en marcas prestigiosas y los más de 500 establecimientos adheridos.

4.1.3. Lanzamiento de MOVE

En Banco Galicia valoramos y entendemos que los estudiantes aspiran a una independencia financiera. Por eso, buscamos acompañarlos con propuestas que exceden el ámbito bancario para fortalecer su formación y desarrollo profesional. Es así que este año lanzamos MOVE, un banco sin sucursales, orientado jóvenes universitarios entre 18 y 27 años. Esta propuesta consiste en una aplicación Mobile y una tarjeta de débito, una nueva identidad y un modelo de atención eficiente y cercano a través de las redes sociales.

MOVE trasciende los límites físicos del banco, generando cambios en el modelo de atención, en los canales comerciales y en los procesos, basándose en tres pilares:

- 100% online y móvil
- Simplicidad y flexibilidad en los procesos
- Compromiso social

Para su implementación, durante 2013 desarrollamos alianzas con la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT), Universidad del Salvador (USAL) y la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES), lo que nos permitirá un alcance aproximado de 40.000 alumnos en el primer semestre de 2014; y trabajamos en conjunto con ISIC (International Student Identity Card) con el objetivo de potenciar esfuerzos en el desarrollo cultural y social de los jóvenes universitarios

sumando más de 50.000 beneficios de interés para este segmento, en la Argentina y en el mundo.

4.1.4. Empresas

Trabajamos día a día para que nuestros clientes empresa tengan productos y servicios financieros diferenciales para cada perfil y necesidad, que los ayuden a crecer y generar nuevas oportunidades de desarrollo.

Este año realizamos las siguientes acciones para seguir mejorando la atención en cada segmento¹².

- **Corporativo:** Alcanzamos el primer puesto en el ranking de calidad percibida Business to Business que publica la Revista Mercado en el segmento de Banca Corporativa; inauguramos el Banco en Planta en Mercedes Benz Argentina.
- **Empresas:** Lanzamos el modelo de gestión de los Centros Banca Empresas (CBE); y abrimos 2 nuevos CBE en Río Cuarto y Junín, sumando un total de 13 CBE.
- **Sector Público:** Participamos de la puesta en valor del Teatro Alberdi de Tucumán, a cargo de la Universidad Nacional de Tucumán, a través de la donación de un piano.

¹² Para conocer las acciones realizadas en el segmento Agropecuario y Pyme ver dentro del capítulo de "Clientes" en el Informe de Sustentabilidad 2013.

4.2. CALIDAD

Luego de haber realizado durante tres años consecutivos la autoevaluación respecto de las bases del modelo para una gestión empresarial de excelencia, en el marco del Premio Nacional a la Calidad (PNC), y en base a las oportunidades detectadas y aprendizajes, este año el Banco decidió avanzar en la mejora continua de los procesos con mayor impacto en el cliente mediante iniciativas como LEAN y NPS.

4.2.1. Sistemas de Gestión de Calidad

Durante 2013, se mantuvieron todas las certificaciones ISO 9001/2008, superando con éxito ya sea auditorías de mantenimiento o de recertificación. El Programa de Certificaciones le permite a Banco Galicia incorporar en forma secuencial diversos alcances y procesos. A partir de las políticas, objetivos e indicadores, estos sistemas de calidad alinean a los distintos sectores y proveedores involucrados con el objetivo de mejorar los procesos y enfocarse en la satisfacción del cliente. Los procesos y productos certificados fueron:

- Modelo de atención de Banca Privada
- Capacitación de la red de Sucursales
- Análisis y desarrollo Normativo
- Oficios e Informe Jurídicos
- Cobranza integrada Galicia y el Portal web
- Leasing
- Galicia Warrants
- Galicia Administradora de Fondos (FIMA)

Asimismo, en 2013 se trabajó en el desarrollo de capacidades de los responsables de las certificaciones ISO 9001 que impactan en el cliente.

4.2.2. Capacitación interna en Calidad

Buscamos entender la experiencia del cliente con nuestro servicio y la contribu-

ción de cada uno de los colaboradores para que esa experiencia supere las expectativas del cliente. En este sentido, realizamos cursos de e-learning sobre temas de calidad para los ingresantes al Banco, como así también los correspondientes a los contenidos de la Norma ISO 9001 para los participantes de los sistemas de gestión de calidad.

A su vez, desarrollamos capacitaciones en temas relacionados con Calidad en distintos talleres y se desarrolló un nuevo taller abierto a todos los niveles, “Compromiso con la Calidad”, que trabaja sobre una de las competencias comunes a todos los puestos del Banco.

También participamos en la formación de los equipos de Mejora Continua de las células LEAN, específicamente con el tema de Acuerdos de Servicio, e incluimos NPS dentro de un módulo en 7 escuelas Éminent y Negocios y Pymes, y en capacitaciones a Gerentes, alcanzando a 226 participantes.

4.2.3. Foro Pasión por el Cliente

En el marco del Programa Pasión por el Cliente, realizamos tres foros con la participación de 95 líderes del Banco. Estas jornadas invitaron a los participantes a reflexionar y pensar en cómo podemos mejorar la experiencia de nuestros clientes, reforzando un aspecto clave para el Banco: el cliente es responsabilidad de todos. En estos encuentros brindamos herramientas para que cada uno desde su rol en el Banco colabore con el cliente esté cada día más satisfecho.

4.2.4. Programa “Cumplimiento de estándares en sucursales”

G4-26

137 SUCURSALES VISITADAS.

Creado con el objetivo de asegurar un nivel homogéneo de atención en sucursales y cuidar la imagen corporativa,

durante 2013 realizamos una Auditoría de Imagen y Servicio abarcando a 90 sucursales de todo el país, en la cual se revisó el estado de mantenimiento de nuestras filiales y se realizaron planes de mejora.

Además se llevaron a cabo tres olas de Cliente Fantasma Éminent en las 52 principales sucursales de país, para evaluar el cumplimiento de estándares de atención y del modelo de atención del servicio. También se visitaron 5 filiales dentro del programa de gestión de NPS.

4.2.5. Encuesta de Satisfacción del Cliente

G4-26, G4-27

Realizamos anualmente una encuesta para conocer la satisfacción de nuestros clientes de todos los segmentos dentro del Banco. Este año, se modificó la meta Éminent (de 8,80 a 9) lo cual impactó en la meta total, la cual pasó de 8,80 a 8,90.

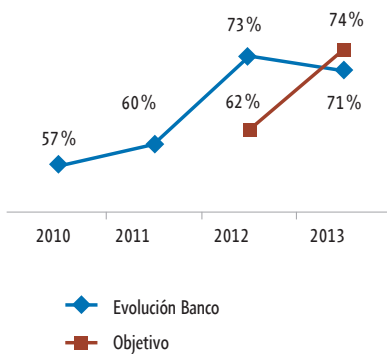
4.2.6. Programa Cliente Interno

G4-26, G4-27

Con el objetivo de mejorar y consolidar las relaciones entre clientes y proveedores internos, desarrollamos el Programa Cliente Interno (PCI).

La medición de la satisfacción del Cliente Interno se realiza mediante la Encuesta de Nivel de Servicio Interno (ENSI), cuyos resultados están incluidos en el sistema de KPIs de la Evaluación de Gestión Gerencial (EGG). En base a las oportunidades de mejora detectadas, los sectores elaboran planes de acción para el periodo siguiente. Este año se evaluaron los servicios de 45 sectores del Banco. La tasa de respuesta fue de 86% y arrojó los siguientes resultados:

Evolución satisfacción general del Banco



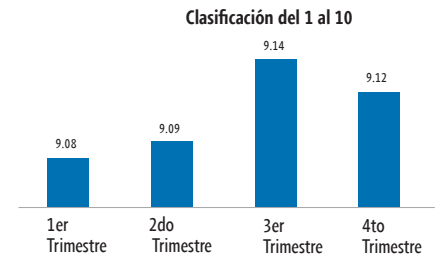
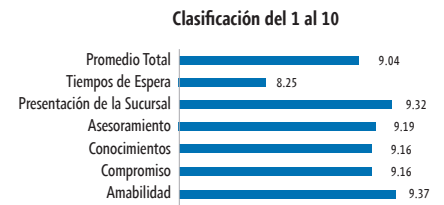
4.2.7. Gestión del tiempo de espera

G4-26, G4-27

A partir del programa Nemo Q, gestionamos la atención en sucursales contemplando prioridades por segmentos.

En 2013, el indicador de tiempo de espera superó el objetivo propuesto de un puntaje promedio de 8, alcanzando 8,25 puntos.

Nivel de satisfacción del Cliente



RESULTADOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD	2012		2013	
	RESULTADOS	META PROPUESTA	RESULTADOS	META PROPUESTA
Encuesta de Servicio Interno - Tasa de respuesta	87%	NO APLICA	86%	No aplica
Encuesta de Servicio Interno - promedio general del Banco	73%	63%	71%	74%
Percepción tiempo de espera (Encuesta de Satisfacción)	8,09	8,00	8,25	8,00
Banca Mayorista - Satisfacción General	3,66	3,00	3,24	3
Banca Minorista - Satisfacción General	2,98	3,00	3	3
Banca Financiera - Satisfacción General	3,92	3,00	4	3
Indice integrado de Satisfacción de Clientes Mayorista/Minorista/Financiera)	3,42	3,00	3,26	3

4.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS

CONTAMOS CON PRODUCTOS Y SERVICIOS A LA MEDIDA DE CADA PERFIL DE CLIENTES, PARA BRINDARLE LA POSIBILIDAD DE MEJORAR SU CALIDAD DE VIDA Y ACOMPAÑARLOS EN EL CRECIMIENTO.

4.3.1. Préstamos

8,6% SOBRE EL TOTAL DE PRÉSTAMOS OTORGADOS FUERON DESTINADOS PARA FINANCIAR PERSONAS DE BAJOS INGRESOS
82,4% DE PRÉSTAMOS PARA FINANCIAR EMPLEADOS EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA

Los Préstamos Personales están basados en una filosofía de gestión que trabaja sobre la mejora continua, orientada a brindar el mejor servicio a nuestros clientes.

Alineados al cumplimiento de nuestros objetivos de crecimiento, profundizamos los esfuerzos en el proceso de asigna-

ción de límites de crédito, logrando brindar una oferta online donde más del 80% de las solicitudes se otorgan en forma automática. También hemos realizado esfuerzos en disponibilizar la oferta de Préstamos Personales en TM, favoreciendo el acceso a clientes de bajos ingresos: los clientes pueden acceder al dinero que necesitan desde

cualquier cajero automático en cualquiera de nuestras sucursales sin gastos de originación.

Con el mismo enfoque, el canal Home Banking también ha crecido sensiblemente: los clientes pueden tomar su Préstamo Personal desde la comodidad

de su hogar o su lugar de trabajo, en una operación segura y rápida.

Durante este año seguimos con las ofertas orientadas a la compra y construcción de la vivienda, que buscan poder atender y satisfacer las necesidades de cada cliente.

PRÉSTAMOS DE CONSUMO	2012	2013
Préstamos personales de consumo		
Monto total (millones de pesos)	3.100	3.207
Cantidad de operaciones/personas	90.038	79.103
Monto promedio (pesos)	34.299	40.589

4.3.2. Tarjetas

41% INCREMENTO DE TRANSACCIONES CON TARJETAS
\$421,14 MILLONES EN COMPRAS REALIZADAS
1,1 MILLÓN DE RESÚMENES
210 MILLONES DE TRANSACCIONES
360.000 TARJETAS TITULARES EMITIDAS
321.000 TARJETAS ADICIONALES EMITIDAS

El negocio de tarjetas de crédito y de débito mantuvo un elevado crecimiento en 2013 con un incremento en las compras del 41% respecto a 2012 y más de 200 millones de transacciones en el año, lo cual representó un crecimiento del 10%, manteniendo una participación del 13,2% en el mercado de medios de pago bancarios.

Durante 2013 emitimos más de 360 mil tarjetas titulares y 320 mil tarjetas adicionales, llegando a un total de 4 millones de tarjetas. Con 1.300 acuerdos comerciales, otorgamos beneficios a nuestros clientes en 12 mil locales de diversos rubros de todo el país.

4.3.3. Seguros

G4-22

152.875 MILLONES DE PESOS ASEGURADOS

A través de nuestros servicios de seguros ofrecemos a nuestros clientes la posibilidad de contar con un respaldo que los proteja ante diferentes eventualidades personales y patrimoniales: Seguro de Auto, Protección Integral Galicia, Seguro de Vida, Seguro de Accidentes Personales y Cobertura Integral de Comercio. Este año, en sintonía con la política de segmentos del Banco, se incorporó la venta del Seguro Automotor Allianz exclusiva para clientes renta alta con paquete de productos Éminent, logrando así una propuesta diferencial. Del mismo modo incorporamos a la oferta el Seguro de Celulares, brindando cobertura ante robo en todo el país.

PRINCIPALES DATOS DE SEGUROS	2011	2012	2013
Cantidad de pólizas vigentes	1.090.000	1.228.000	1.405.719
Monto de pesos de suma asegurada	46.140.000.000	64.200.000.000	152.875.216.813 ^(*)
Cantidad de pólizas para viviendas	150.500	155.000	193.106
Cantidad de pólizas de seguros de vida	266.000	313.000	331.486
Cantidad de pólizas de seguros patrimoniales	824.000	915.000	1074591
Cantidad promedio de reclamos de clientes de seguros activos registrados por mes	2.278	2.432	3.595

(*) Este dato corresponde a la cartera de Galicia Seguros y Zurich, sin contar a los seguros comercializados por las compañías: La Caja, Allianz, Assurant e IKE.

RECLAMOS EN SEGUROS	2012	2013
RECLAMOS DESDE EL CALL CENTER		
Bajas	798	7.286
Bajas / Modificaciones	14.999	(*)
Envío de Póliza / Tarjeta de circulación	3.468	3.929
Modificaciones / Reintegros	433	8.538
Siniestros e inspecciones	4.516	4.056
RECLAMOS EN SUCURSALES		
Bajas	568	7.046
Bajas / Modificaciones	9.550	1
Envío de Póliza / Tarjeta de circulación	2.770	3.177
Modificaciones / Reintegros	323	5.317
Siniestros e inspecciones	1.332	1.367
TOTAL	38.757	40.717

(*) Tanto en las postventas de seguros de sucursales como en los de áreas centrales las modificaciones en los valores reportados en 2012 y 2013 se deben a que el subtipo 'Bajas/Modificaciones' dejó de utilizarse. Entonces, los ingresos correspondientes a la antigua tipología fueron re-absorbidos por los tipos: 'Bajas' y 'Modificaciones/reintegros'.

4.3.4. Comercio exterior

El volumen de comercio exterior gestionado por Banco Galicia fue de 17.758 millones de dólares, lo que representa el 11 % de la balanza comercial del país.

Novedades 2013:

- Sumamos nuevos oficiales de comercio exterior para el segmento Pymes y Corporativo con mayor presencia en las zonas.

- Dentro del programa LEAN¹³, comenzamos analizar el servicio operativo de Comex con los diferentes segmentos buscando mayor conocimiento y servicio al cliente.

- Implementamos el proceso de operaciones conformes permitiendo que el cierre de cambio se realice una vez que la operación está aprobada para su liquidación, mejorando y haciendo más eficiente el proceso.

- Realizamos 8 seminarios para más

de 500 personas, y capacitaciones in company con el objetivo de estar alineados a las últimas novedades normativas y asesoramiento especializado.

- Seguimos renovando y actualizando Galicia Comex, nuestro sitio especializado de Comercio Exterior. Incrementamos 4 puntos de share en las transacciones que se realizan por la banca electrónica, llegando en 2013 al 47% donde también fuimos incorporando mejoras en el formulario de cara al cliente para continuar brindando seguridad, rapidez y comodidad para liquidar las operaciones.

4.3.5. Líneas de financiación

LÍNEAS DE FINANCIACIÓN A EMPRESAS	
Préstamo de la Corporación Financiera Internacional (CFI)	<p>Durante 2013 continuamos ofreciendo las líneas del IFC a nuestros clientes.</p> <p>Objetivo: Brindar una alternativa de financiamiento en dólares para financiar capital de trabajo incremental, bienes de capital y proyectos de inversión a las empresas del sector Pyme y Agro de todos los sectores productivos con el requisito que sean amplias generadoras de dólares.</p> <p>Características comerciales: Línea a 36 meses destinada a financiar capital de trabajo incremental y bienes de capital en dólares, a tasa fija en dólares y a un plazo de 36 meses. Línea a 60 meses para financiar la adquisición de bienes de capital o el desarrollo de proyectos de inversión que conlleven un beneficio ambiental.</p> <p>Resultados: Durante 2013, se instrumentaron 6 préstamos por 6.778.355 dólares.</p>
Acuerdo de Financiación con el Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)	<p>Objetivo: Financiar proyectos de innovación tecnológica correspondientes a las empresas del sector manufacturero/industrial cuya facturación no exceda los 250 millones de dólares.</p> <p>Características comerciales: Financiación de bienes de capital nuevos, nacionales o importados que generen una modernización o innovación tecnológica de productos o procesos productivos. Financiación en pesos, tasa fija y un plazo de hasta 5 años, con un período de gracia para el pago de capital según el flujo de fondos del proyecto. Uno de los requisitos es que la empresa, además de adquirir maquinarias y equipos, incorpore bienes intangibles como, por ejemplo, estudios de mercado y tecnologías, desarrollo de actividades de diseño e ingeniería, introducción de sistemas de gestión de la calidad, incorporación de tecnologías de la información y desarrollos tecnológicos necesarios para pasar de la etapa piloto a la etapa industrial, entre otros. El monto máximo por proyecto es de 4 millones de dólares y se financia el 80% neto de IVA.</p> <p>Resultados: Durante 2013 se instrumentaron \$ 988.750 en líneas destinada a financiar Proyectos de Inversión que contemplen una instancia de desarrollo de producto, de proceso, modificación y/o mejora tecnológica.</p>
Programas de Crédito entre el Banco Interamericano de Desarrollo y las Provincias	<p>Desde comienzos de 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.</p> <p>Resultados: Durante 2013 se aprobaron operaciones por \$500.000 en una línea destinada a financiar proyectos de inversión a 10 años de plazo para proyectos radicados en la Provincia de San Juan y \$1.600.000 en una línea para capital de trabajo en la temporada de cosecha y elaboración de la campaña 2013.</p>
Línea BICE (Banco de Inversión y Comercio Exterior) - Galicia	<p>Línea de crédito destinada a financiar proyectos de inversión a mediano y largo plazo.</p> <p>Objetivo: Financiar la adquisición de bienes de capital o proyectos de inversión. Se financia el 80% neto de IVA y hasta un monto máximo de 3 millones de dólares o su equivalente en pesos.</p> <p>Características comerciales: Préstamo financiero o leasing a tasa variable en pesos o en dólares a 3, 4 o 5 años de plazo.</p> <p>Resultados: Durante el 2013 se instrumentaron 2 préstamos por \$5.750.000 en financiamiento destinado a empresas de todos los sectores económicos.</p>

¹³ Para más información sobre este programa, ver la sección de "Calidad" dentro del capítulo de "Clientes" en el Informe de Sustentabilidad 2013.

4.3.6. Capacitación a empresas

BRINDAMOS CAPACITACIÓN A EMPRESAS PARA ACOMPAÑARLAS DESDE LA INCORPORACIÓN DE CONOCIMIENTO TÉCNICO HASTA EL DESARROLLO DE SUS NEGOCIOS, PARA ASÍ PODER GENERAR NUEVAS OPORTUNIDADES CON EL APRENDIZAJE DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE GESTIÓN EMPRESARIA.	
<p>Instituto Vasco Argentino de Formación Tecnológica</p>	<p>Continuamos difundiendo las actividades del IFT, una institución que cuenta con el apoyo de la Fundación de Banco Galicia y que, desde el año 1994 ofrece capacitación técnica para operarios, técnicos y profesionales. En su Centro de Enseñanza ubicado en la Ciudad de Buenos Aires se dictan más de 60 cursos por año sobre diseño por computadora, automatización y mecanizado convencional y con control numérico C.N.C., entre otros.</p> <p>El IFT brinda la posibilidad concreta de acceder a nuevas tecnologías de diseño y fabricación de piezas y conjuntos mecánicos, facilitando el ingreso al mercado laboral y mejorando la competitividad de las empresas PYMES empleadoras.</p> <p>Resultados: Se dictaron 43 cursos regulares con aproximadamente 360 alumnos. 9 cursos reducidos que son prácticas de un día con 70 alumnos. Participaron en el dictado de los cursos 7 profesores.</p>
<p>Universidad Austral</p>	<p>El Banco y la Universidad Austral comparten objetivos comunes en cuanto al fomento de la investigación en nuestro país. Desde agosto de 2006 está vigente un acuerdo Marco de Cooperación entre ambas entidades a través del cual el Banco participa en el Proyecto Agronegocios de la Universidad, en carácter de empresa fundadora y como única institución bancaria de capital nacional. En este sentido, durante 2013 continuamos participando en el Proyecto Agronegocios de la Universidad Austral que abarca la Maestría Ejecutiva en Agronegocios y una serie de Programas Especiales y Seminarios Especiales. El Banco ofrece descuentos especiales a los clientes y empleados interesados en participar.</p> <p>Programas: PGR Ag – Programa de Gestión de Riesgo en la Empresa Agropecuaria: 10 participantes. PCG Ag – Programa de Control de Gestión en Agronegocios: 17 participantes. PDA Ag – Programa de Dirección en Agronegocios: 21 participantes. PDA – Programa de Dirección en Agronegocios, dictado en Tucumán: 19 participantes. Programa de Alta Gerencia en Agronegocios, In Company con DuPont: 20 participantes. Programa en Mercados de Futuros y Opciones: 5 participantes. Programa Liderazgo Institucional en el Agro: 12 participantes. Programa Liderazgo Estratégico en Agronegocios: 24 participantes. Programa en Mejoramiento y Gestión de Empresas de Semillas: 22 participantes.</p> <p>Curso y novedades 2013: Estrategia de Comerciantes de Granos: 17 participantes de Noble Argentina. Maestría en Agronegocios 2013: Este año fue “rankeada” en el puesto 17 a nivel mundial, siendo la mejor posicionada de la Argentina. Experiencia internacional: Nuevamente este año, el grupo de segundo año de la MBA en Agronegocios realizó su residencia académica internacional en el cinturón maicero de los Estados Unidos. De la mano de Purdue se recorrieron varios casos de negocios con valiosas experiencias y aprendizajes de índole académica pero también social y cultural. Licenciatura en Agronegocios 2013: carrera de grado en Rosario de duración es de 4 años. Inscriptos en el 2013: 8 alumnos. Austral Agroperspectivas 2013: un newsletter semanal elaborado por el CEAg mediante la cual se brinda información con opinión acerca del comportamiento de la oferta, demanda y todas aquellas variables que puedan influir en la determinación de los precios en los mercados agrícola-ganaderos. El objetivo es ayudar a la toma de decisiones de los actores en dichas cadenas. Micro radial de Agronegocios: Desde el CEAg comenzamos a emitir 4 micros diarios en la radio LT3 (AM.680) de Rosario sobre los mercados agropecuarios y otras noticias relativas a los Agronegocios.</p> <p>Resultados: Cantidad de alumnos que cursaron la maestría en 2013: 44 Cantidad de alumnos que finalizaron la maestría desde sus inicios hasta 2013: 165 Cantidad de docentes de la maestría en 2013: (25 del claustro y 17 invitados) Programas y seminarios especiales en 2013: 9</p>
<p>ISEA a Distancia (ex programa EGEA)</p>	<p>Cursos y Carreras a distancia realizados por ISEA en 2013: 19 Cursos a distancia dictados 572 alumnos inscriptos en cursos a distancia 2013 Los cursos tienen 2 meses de duración y se dictan a lo largo de todo el año cumpliendo con un cronograma. 3 ediciones de carreras a distancia dictadas en 2013</p>

<p>CEIDA¹⁴</p>	<p>El CEIDA busca formar y capacitar cuadros dirigenciales vinculados a la cadena agroindustrial -producción, comercialización de granos y carnes, proveedores de servicios e insumos, exportadores, periodistas, educadores, funcionarios públicos- que tengan interés en los asuntos públicos y en participar en entidades gremiales empresarias, ONG's, partidos políticos, ámbito gubernamental.</p> <p>Además de los cursos intensivos de 14 encuentros (un año y medio) que conforman el curso, se efectúan diversas actividades, como talleres, conferencias, seminarios, jornadas de actualización y debates con dirigentes. Además se realizó:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuentro anual de egresados, en la Exposición Rural de Palermo: en julio 2013 y patrocinado por Banco Galicia. • Seminario en Rosario, en la BCR (Bolsa de Comercio de Rosario) con DENDE (Desarrollo en Democracia – Paraguay): octubre 2013. • Dentro del marco de la Jornada Final del curso 2012 – 2013, el 22 noviembre 2013 (último día del curso), se llevaron a cabo una serie de actividades. Una de ellas fue un almuerzo informal en el Banco Galicia, que contó con la apertura del Lic. Gastón Bourdieu y la disertación de la economista Luciana Monteverde. • Posteriormente tuvo lugar en la sede de SRA, una conferencia del Ing. Juan José Aranguren, presidente de Shell y al finalizar la misma, la entrega de diplomas a los egresados. <p>Datos cuantitativos: Cantidad de egresados desde los inicios del programa en 2005 hasta diciembre de 2013: 723. Cantidad de cursantes desde los inicios del programa en 2005 hasta diciembre de 2013: 758. Cantidad de egresados 2013: 38. Cantidad de cursantes 2013: El curso es uno, dividido en primero y segundo año. Primer año: 38 y Segundo año: 35. Total: 73. Cantidad de docentes 2013: 12.</p>
<p>Seminario de Cobros y Pagos de Servicios</p>	<p>En forma presencial en la Torre corporativa en la Ciudad de Buenos Aires, y con el objetivo de lograr más cercanía e integrar a las economías regionales, implementamos el sistema de videoconferencias con los clientes de Rosario, Córdoba, Mendoza, Neuquén, Mar del Plata, Corrientes, quienes presenciaron el seminario desde sus respectivos CBE. La jornada contó con más de 177 asistentes.</p>

4.4. PROMOCIONES Y BENEFICIOS

1.306 PROMOCIONES
 720 PROMOCIONES EN EL INTERIOR DEL PAÍS

BUSCAMOS ACOMPAÑAR A LOS CLIENTES NO SÓLO DESDE LOS BENEFICIOS COMERCIALES SINO DESDE LO PERSONAL Y HUMANO, A TRAVÉS DE PLANES DE BENEFICIOS Y DESCUENTOS E INVITÁNDOLOS A PARTICIPAR DE PROGRAMAS COMO REDONDEO SOLIDARIO, QUE TIENE COMO OBJETIVO LA RECAUDACIÓN DE FONDOS PARA FINANCIAR PROYECTOS DE BIEN PÚBLICO.

¡Vamos los Jueves!

A través de una oferta de promociones y beneficios con más de 150 marcas y 1.300 comercios adheridos, durante 2013 nuestros clientes realizaron a través de este beneficio más de 5.5 millones de transacciones en promoción, por \$4.300 millones de consumo. Los clientes Galicia recibieron casi \$800 millones en bonificaciones, sin incluir el Programa Quiero!.

Quiero!

140.798 CLIENTES INSCRIPTOS
 285.000 CLIENTES CANJEADORES
 70.040 CLIENTES JUGADORES
 35.000 CLIENTES QUE VIAJARON

Este Programa de beneficios en el cual cada cliente tiene la libertad de utilizar sus puntos en descuentos según sus necesidades y preferencias de consumo, dentro de un catálogo abierto de más de 600 marcas, con ahorros desde 10% a 40% que se pueden sumar con otras promociones vigentes como la de Falabella o ¡Vamos los Jueves!.

En el marco del Programa desarrollamos sorteos de 20.000 y 50.000 puntos, y subastas para determinadas fechas especiales, como aniversarios, días del niño, madre, entre otros.

En 2012 lanzamos Quiero Viajes brindando la posibilidad al cliente de obtener pasajes, contratar hoteles, paquetes

turísticos y todos los servicios relacionados a nivel nacional e internacional con el solo canje de puntos, o combinarlo entre puntos y pagando el resto con cuotas sin interés. Este año ampliamos la oferta de beneficios incorporando Cruceros y Autos, y mayor diversidad de hoteles y paquetes turísticos.

Programa Aerolíneas Plus

Durante el año 2013, 45.000 clientes optaron por mantener al menos una de sus tarjetas adheridas al programa AR Plus (para lo cual abonaron la membresía anual).

¹⁴ Centro de Estudios e Investigación para la Dirigencia Agroindustrial

En el mes de octubre, se comunicó que dicha posibilidad se discontinuará a partir del mes de febrero de 2014. Se prevé en ese momento realizar de manera automática el cambio de grupo de afinidad para los clientes que aún no lo hubieran hecho. Esto representará un mayor beneficio para los clientes ya que el programa Quiero! no requiere el pago de membresía y permite canjear sus puntos acumulados por pasajes sin limitación de línea aérea, de destino o fechas de black-out, por reservas en hoteles de cualquier ciudad del mundo, o por una amplia variedad de paquetes turísticos.

Adicionalmente, ofrece la posibilidad de realizar canjes combinando puntos con pesos, y pagando con tarjetas de crédito de Banco Galicia en cuotas sin interés.

A la vez y a partir de esta novedad, el Programa Quiero! se prepara para ampliar su alcance y comenzar a entregar beneficios a las Tarjetas Business y Corporate emitidas por el Banco

Propuesta integral para mujeres¹⁵

Pensando en beneficios dirigidos hacia

nuestras clientas con una comunicación cercana, simple y diferencial, contamos con una propuesta integral acorde sus inquietudes. Ofrecimos beneficios bajo el slogan de Vamos los Jueves “para nosotras”, y creamos un espacio virtual en bancogalicia.com donde ellas pueden encontrar asesoramiento impositivo, información para planificar viajes y tips de ahorros, entre otros temas de interés. Contamos con diferentes canales de comunicación y atención que se renuevan para estar a la vanguardia en tecnología e innovación con el objetivo de agilizar el contacto con cada cliente.

4.5. CANALES DE COMUNICACIÓN

G4-26, G4-27

TRABAJAMOS PARA PODER LLEGAR A CADA PERFIL DE CLIENTE CON UN MENSAJE CLARO Y EFECTIVO, ESCUCHAR SUS NECESIDADES, Y PODER BRINDARLES HERRAMIENTAS PARA QUE REALICEN OPERACIONES Y CONSULTAS DE FORMA PERMANENTE Y FÁCIL.

Contamos con diferentes canales de comunicación y atención que se renuevan para estar a la vanguardia en tecnología e innovación con el objetivo de agilizar el contacto con cada cliente.

4.5.1. Redes Sociales

825.000 SEGUIDORES DE FACEBOOK/BANCOGALICIA

18.740 SEGUIDORES DE FACEBOOK/BANCOGALICIASUSTENTABLE

74.216 SEGUIDORES EN @BANCOGALICIA

3.760 SEGUIDORES EN @GALICIARSC

16.495 SEGUIDORES EN @GALICIARESPONDE

1.130 SUSCRIPTORES EN YOUTUBE.COM/BANCOGALICIA

16.773 SEGUIDORES EN LINKEDIN

71.924 SEGUIDORES EN GOOGLE PLUS

Dentro de Facebook, este año lanzamos Facebook Banking, una nueva aplicación que permite a nuestros seguidores ingresar a Galicia Home Banking sin salir de esta red social.

MEDIANTE @GALICIARESPONDE RESPONDEMOS TODAS LAS CONSULTAS DE LOS CLIENTES SIENDO EL PRIMER BANCO EN LATINOAMÉRICA EN CONTAR CON UN CANAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE VÍA TWITTER.

4.5.2. Día del cliente

Con el objetivo de poner la mirada en el cliente, colaboradores de todo el país experimentaron cómo es un día de trabajo en las sucursales y cómo se vive el día a día allí. El objetivo del programa es lograr que los colaboradores claves comprendan el impacto que tiene el cliente final y tomen conciencia sobre el impacto de su trabajo diario y el servicio que brindan. Permite conocer el ciclo completo del negocio, en el cual cada cliente tiene sus necesidades puntuales y requiere de una asistencia personalizada.

¹⁵ Propuesta en reemplazo del programa Tu Estilo Galicia.

4.5.3. Encuentros con empresas clientes

Como parte de nuestra vocación de estar cerca, durante 2013 generamos, en todo el país, encuentros individuales y grupales con nuestros clientes de los segmentos empresas, corporativa y agro con el objetivo de conocer mejor su problemática.

Realizamos 8.940 visitas a empresas clientes de todo el país. Allí nuestros oficiales de Negocios, el Oficial Comex y el Oficial de Soluciones de Tesorería establecen un vínculo especial con nuestro cliente. Este es un aspecto diferencial que sustenta nuestro liderazgo.

Centro de Banca Empresas

65 OFICIALES EMPRESA EN LOS CENTROS BANCA EMPRESA DURANTE 2013.

Los Centros Banca Empresas son unidades de negocio regionales conformadas por un equipo de profesionales especializados en los diferentes productos y segmentos del negocio de Empresas, que brindan servicios a los clientes de sus zonas de influencia.

Este año lanzamos el Modelo de Gestión de los Centros de Banca Empresas, con el objetivo de extender el posicionamiento en la Ciudad de Buenos Aires a lo largo de todo el país, y buscar optimizar la eficiencia, donde Sucursales y Centros trabajen en forma coordinada para lograr sinergias comerciales.

El modelo se caracteriza por desarrollar al máximo el potencial de los Centros, con un equipo de profesionales especializados en Comex, Soluciones de Tesorería, Agro y Empresas, que brinda soluciones diseñadas según las necesidades de la zona donde la empresa desarrolla su negocio.

Durante 2013 abrimos dos nuevos Centros Banca Empresas en las ciudades de Río Cuarto y Junín, que se suman a los Centros actuales en: Tucumán, Corrientes, Gran Buenos Aires Norte, Gran Buenos Aires Oeste, Córdoba, Rosario, Mendoza, Microcentro, Quilmes, Mar del Plata y Neuquén.

4.6. CANALES DE ATENCIÓN

G4-26, G4-27

CONTAMOS CON DIFERENTES CANALES DE ATENCIÓN ADAPTADOS A CADA PERFIL DE CLIENTE Y CONTACTO.

Nuestro Centro de Contacto con Clientes (CCC) es propio del Banco donde nuestros colaboradores especializados atienden reclamos y consultas conociendo el negocio.

En el primer semestre de 2013 atendimos 2.009.747 llamados, mientras que en el segundo 1.969.311, registrando una disminución del 2.01 %.

4.6.1. Nuestra plataforma electrónica

201.443 MILLONES DE PESOS EN OPERACIONES¹⁶ DE GALICIA OFFICE
5.382.230 OPERACIONES DE GALICIA OFFICE

En Galicia Office los volúmenes transaccionados se incrementaron un 70 % respecto del Ejercicio anterior. Con

el objeto de continuar trabajando en la mejora de los procesos, implementamos nuevas funcionalidades que buscaron perfeccionar la calidad de la información que recibe el cliente y el modo de acceder a ella. Asimismo, brindamos capacitaciones sobre el canal a clientes de diversas zonas del país.

Estas son las principales mejoras y novedades en Galicia Office:

- Implementamos un sistema que aprende el comportamiento de los usuarios y determina qué medida de seguridad aplicar para cada operación convirtiéndonos así en el único banco del mercado con un esquema de seguridad adaptativa.
- Actualizamos el Centro de Seguridad de Galicia Office brindando recomendaciones y tests.
- Perfeccionamos la usabilidad de

consultas existentes y unificamos opciones de menú para que el cliente llegue a la funcionalidad que necesita en menos pasos.

- Brindamos la posibilidad de consultar los resúmenes y extractos hasta 5 años hacia atrás.
- Mejoramos los formularios de Comercio Exterior para que su carga sea más intuitiva y con menos discrepancias.
- Mejoramos el circuito de envío de documentos digitalizados para operaciones de Comercio Exterior.
- Generamos instructivos y manuales de funcionalidades de Galicia Office, para el Call Center y las sucursales.

Galicia Home Banking

A través de este canal, nuestros clientes acceden a consultas de saldos, transfieren

¹⁶ Las operaciones monetarias o 'transacciones' son todas aquellas operaciones que impliquen un movimiento de saldos.

y pagan servicios, solicitan préstamos online, constituyen inversiones a plazo, obtienen seguros para hogar o vehículo, pagan tarjetas y realizan otras operaciones de forma fácil, rápida, cómoda y segura. Procesamos mensualmente 21,8 millones de operaciones monetarias y 326.7 millones de consultas. Durante 2013 continuamos con la implementación de mejoras en los canales existentes: la incorporación del Asesor Virtual en los canales digitales mejoró el tiempo de respuesta a las consultas realizadas por los clientes. El asesor es un agente virtual que incluye características de inteligencia artificial para interactuar con humanos de manera simple y amena, entendiendo el lenguaje natural.

Galicia Servicios Móviles

Brindamos a nuestros clientes la posibilidad de realizar operaciones a través de sus teléfonos celulares: pagos, transferencias, consultas, inversiones a plazo y recargas de celulares. A fines de 2013 utilizaron el servicio unos 197.000 usuarios.

4.6.2. Accesibilidad en sucursales

Alcanzamos un total de 878 ATMs, subiendo un 9% con respecto al año anterior, distribuidos en: 872 en sucursales y 16 en los bancos en planta. Además, reemplazamos 238 nuevos equipos. El nivel de transacciones alcanzó los 90 millones de operaciones.

Instalamos nuevas Terminales de Autoservicio Inteligentes (TASi), cerrando el año con 360 dispositivos distribuidos en las 261 sucursales de todo el país. En total contamos con 878 terminales (518 TAS y 360 TASi).

Instalamos 80 Kits para no videntes en ATMs cubriendo todas las zonas del país donde está presente el Banco.

BANCO GALICIA.COM

DESDE BANCO GALICIA NOS PUSIMOS UNA META QUE ENTRE TODOS PODREMOS LOGRAR: REDUCIR EL USO DE PAPEL Y APROVECHAR AL MÁXIMO LOS MEDIOS DIGITALES. ES POR ESO QUE DURANTE TODO EL AÑO, HEMOS DISCONTINUADO EL ENVÍO DE LOS NEWSLETTERS IMPRESOS, QUE NUESTROS CLIENTES RECIBÍAN DENTRO DE LOS RESÚMENES DE TARJETAS Y EXTRACTOS DE CUENTAS, Y LOS HEMOS CAMBIADO POR UNA VERSIÓN DIGITAL, MUCHO MÁS ÁGIL, MODERNA Y CON MÁS CONTENIDO. ESTE NUEVO NEWSLETTER ES PÚBLICO Y LO PUEDEN ENCONTRAR EN NUESTRO SITIO BANCO GALICIA.COM. ADEMÁS, YA HAY MÁS DE 521.000 CLIENTES QUE RECIBEN SU EXTRACTO DE CUENTA O RESUMEN DE TARJETA EN FORMA ELECTRÓNICA PROMOVRIENDO EL CAMBIO EN LA CULTURA DE SUSTENTABILIDAD.

ACCESIBILIDAD

	2010	2011	2012	2013
Sucursales con baños especiales				
Cantidad total	93	98	116	135
% sobre total de sucursales	39	40	45	52
Sucursales con rampa*				
Cantidad total	119	122	133	232
% sobre total de sucursales	50	50	52	89
Sucursales con ascensores y elevadores para discapacitados				
Cantidad total	50	51	57	57**
% sobre total de sucursales	21	21	22	22
% sobre total de sucursales que requieren***				28

* Se considera como "Sucursales con rampa" aquellas sucursales que tienen garantizado el ingreso a sucursal para personas con discapacidad (movilidad reducida/silla de ruedas). Esta situación puede estar resuelta tanto por rampas, como por elevadores de sillas de rueda.

** Se contabilizan 50 ascensores, considerando que existen al menos 7 elevadores para discapacitados. No se efectuó relevamiento de este ítem, solo se relevó la accesibilidad a la sucursal (Ver *).

*** No se considera para el cálculo del % de incidencia en la red, aquellas sucursales que solo tienen Planta Baja (no tienen otros niveles, ni sub suelo, ni entre piso ni otros pisos).

4.7. FINANCIAMIENTO AL CONSUMO

OTORGAMOS SOLUCIONES DE FINANCIAMIENTO CON PRODUCTOS ESPECIALMENTE DISEÑADOS, PARA RESPONDER A LAS EXPECTATIVAS Y NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES EN TODO EL PAÍS A TRAVÉS DE LAS COMPAÑÍAS VINCULADAS TARJETAS REGIONALES Y EFECTIVO SÍ.

4.7.1. Tarjetas Regionales

NUESTRAS TARJETAS REGIONALES NARANJA, NEVADA Y LA ANÓNIMA SON RECONOCIDAS EN TODO EL PAÍS POR NUESTRA CALIDAD DE ATENCIÓN Y LA AMPLIA GAMA DE SERVICIOS Y BENEFICIOS QUE BRINDAMOS A MÁS DE 4 MILLONES DE CLIENTES.

Novedades en las Tarjetas regionales

La Anónima

- 267 mil tarjetas habilitadas, incluidas Tarjeta La Anónima Visa y Tarjeta La Anónima clásica.
- Mayor presencia a nivel nacional con un total de 131 puntos de contacto.
- Más de 5.300 préstamos personales.
- Incorporación de un nuevo producto: Seguros de Salud, una alternativa brindada a través de un acuerdo logrado con Swiss Medical Group.

Tarjetas Cuyanas

- Continúa el crecimiento de las operaciones y montos facturados a través del sitio de Internet: *preciosbajos.com*
- La revista CIMA superó los 462 mil ejemplares, aumentando su penetración casi del 94% de los resúmenes emitidos.
- Más de 150 mil fans en Facebook en el sitio oficial de Tarjetas Cuyanas, posicionándose entre las marcas nacionales con más seguidores en la red.
- Se realizó un aumento de límite en forma masiva a los colaboradores titulares de Tarjeta Nevada que constó de un 30% en el LSM para mejorar su poder de compra y financiación.
- Se realizaron 4 encuentros nacionales de calidad con los empleados para mejorar las prestaciones ofrecidas a los clientes.

Tarjeta Naranja

- Relanzamos la campaña “Financieramente Incorrectos” lanzada en 2012, orientada a comunicar nuestros productos. La campaña, reflejó un mensaje central: “es posible cambiar un No por un Zi con el Plan Z”, un producto innovador que brinda a nuestros Titulares más libertad a la hora de tomar la decisión de compra, reforzando la propuesta de valor que brindamos a nuestros más de 2.5 millones titulares de todo el país.
- Como Sponsor Oficial de la Selección Argentina de Fútbol, Tarjeta Naranja acompañó este año al equipo nacional en los partidos oficiales por eliminatorias del Mundial Brasil 2014 y encuentros amistosos. Con el fin de seguir consolidando la marca en todo el país, realizamos acciones de branding en 7 partidos, y ofrecimos promociones y beneficios especiales para Titulares como la preventa exclusiva a través del sistema Ticketek en todos los encuentros.
- Continuamos trabajando en el programa “Un Gol, un potrero”, por tercer año consecutivo como Sponsor Oficial de la Selección Argentina de Fútbol. A través de esta iniciativa, desde su implementación llevamos refaccionado 78 espacios deportivos de escuelas, centros vecinales y clubes de barrio para que más de 15 mil chicos de todo el país disfruten de la práctica deportiva.
- Tienda Naranja, un sitio de compra on line, alcanzó un total de \$ 15 millones en ventas realizadas.
- Como nuevo servicio a Titulares implementamos la recarga de saldo de celulares a través de los servicios web de *tarjetanaranja.com*. A lo largo del 2013, se realizaron recargas de saldo por más de \$ 100 millones.

- Ofrecemos una amplia gama de productos en materia de seguros personales. Al cierre del ejercicio se alcanzó el número de 2,4 millones de pólizas vigentes.
- En 2013, reforzamos el espacio de innovación abierta “Ideas Naranja”, una plataforma colaborativa que permite a la comunidad, a partir de una consigna lanzada por Tarjeta Naranja, proponer ideas y votar o comentar las ideas de otros. Este año realizamos convocatorias en junio y septiembre con dos nuevas consultas. En el mes de junio el disparador fue: ¿Qué nuevo producto o servicio te gustaría que ofrezca Tarjeta Naranja?, y durante septiembre propusimos: ¿Cómo te gustaría que una marca te sorprenda cuando visitas sus locales? apuntando a generar ideas innovadoras para continuar mejorando la calidad de atención. La participación de la gente fue muy importante, recibiendo más de 10.000 ideas y 260.000 visitas, en el sitio web.
- Este año comenzamos la transformación LEAN en los procesos de Tarjeta Naranja. El objetivo es simplificar la operación, aumentar la eficiencia y mejorar la experiencia del cliente asegurando la calidad de nuestros productos y servicios.

Tarjeta Naranja Perú

La compañía continuó desarrollando el negocio en Perú, donde inició operaciones en 2011.

Al final del ejercicio, la filial cuenta con 11 sucursales en Lima, un equipo de 500 colaboradores y 72.500 tarjetas activas. Tarjeta Naranja Perú se concreta mediante una asociación con el Banco de Crédito del Perú (BCP), principal banco privado del país.

TOTAL DE TARJETAS REGIONALES	2012	2013
Cantidad de Clientes	4.242.386	4.382.878
Compras en comercios en millones de pesos	26.538	36.771
Préstamos otorgados en millones de pesos	1.989	1.614
Número de empleados	5.901	5.296
Cartera de créditos en millones de pesos	10.502	14.752

4.7.2. Efectivo Sí

A TRAVÉS DE EFECTIVO SÍ OFRECEMOS PRODUCTOS Y SERVICIOS COMO FINANCIAMIENTO DEL CONSUMO, SEGUROS, PLAZOS FIJOS Y CAJAS DE AHORRO ACOMPAÑAMOS A MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA A CLIENTES DE MENORES INGRESOS Y DE MENOR FORMALIDAD LABORAL QUE NO ACCEDE AL MERCADO FINANCIERO TRADICIONAL.

EFECTIVO SÍ EN NÚMEROS	2012	2013
Cantidad de Clientes	523	536
Compras en comercios en millones de pesos	242	334
Préstamos otorgados en millones de pesos	1.676	2.101
Número de empleados	1.233	1.170
Cartera de créditos en millones de pesos	2.331	3.248

5 EMPLEADOS



- 5.1. Tabla de datos cuantitativos interanual
- 5.2. Programas de capacitación y desarrollo
- 5.3. Comunicación interna y diálogo
 - 5.3.1. Procedimientos de Denuncias anónimas para empleados
 - 5.3.2. Gestión del cambio
- 5.4. Métodos de evaluación de rendimiento y desempeño
- 5.5. Reconocimientos
- 5.6. Salud y seguridad ocupacional
- 5.7. Fundación, Club y Mutual del Banco

5.1. TABLA DE DATOS CUANTITATIVOS INTERANUAL

INDICADORES DE EMPLEADOS	MUJERES 2013	HOMBRES 2013	TOTAL 2013	MUJERES 2012	HOMBRES 2012	TOTAL 2012	MUJERES 2011	HOMBRES 2011	TOTAL 2011
Total Empleados	2.794	2.693	5.487	2.913	2.821	5.734	2.839	2.686	5.525
Inversión en personal (millones de pesos)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Distribución por zonas geográficas									
CABA	1.410	1.338	2.748	1.455	1.401	2.856	1.504	1.374	2.878
METRO I	184	144	328	196	144	340	214	149	363
METRO II	137	83	220	146	88	234	137	88	225
METRO III	103	70	173	105	77	182	102	68	170
METRO IV	108	87	195	118	89	207	117	87	204
OESTE	133	75	208	144	74	218	120	53	173
NORTE	110	72	182	122	80	202	113	72	185
SUR	153	80	233	158	80	238	144	72	216
MEDITERRÁNEA	108	161	269	109	176	285	91	174	265
MDP/PATAGONIA	81	135	216	90	139	229	79	120	199
PROVINCIA DE BS. AS.	71	118	189	71	127	198	45	103	148
SANTA FE / NEA*	77	101	178	135	189	324	122	173	295
CORDILLERA	64	151	215	64	157	221	51	153	204
NEA	55	78	133						
Distribución por edad									
Entre 18 y 20 años	0,36%	0,15%	0,26%	0,33%	0,23%	0,56%	0,36%	0,13%	0,49%
Entre 21 y 25 años	8,02%	8,65%	8,33%	5,65%	5,51%	11,16%	6,33%	5,76%	12,09%
Entre 26 y 30 años	24,27%	24,29%	24,28%	12,40%	12,31%	24,71%	12,60%	11,33%	23,93%
Entre 31 y 35 años	20,01%	16,97%	18,52%	9,52%	7,43%	16,95%	9,61%	7,38%	16,99%
Entre 36 y 40 años	19,08%	14,78%	16,97%	9,07%	7,32%	16,39%	8,71%	7,62%	16,33%
Entre 41 y 45 años	10,06%	12,18%	11,10%	4,73%	5,47%	10,20%	4,62%	5,25%	9,87%
Entre 46 y 50 años	7,91%	8,28%	8,09%	4,17%	4,10%	8,27%	4,45%	4,16%	8,61%
Entre 51 y 55 años	6,84%	6,98%	6,91%	3,24%	3,33%	6,57%	2,90%	3,55%	6,45%
Entre 56 y 60 años	3,19%	5,98%	4,56%	1,57%	2,60%	4,17%	1,61%	2,52%	4,13%
Entre 61 y 65 años	0,29%	1,63%	0,95%	0,12%	0,87%	0,99%	0,20%	0,87%	1,07%
Más de 65 años	0,00%	0,11%	0,05%	0,00%	0,02%	0,02%	0,00%	0,05%	0,05%

Distribución por cargo									
Niveles iniciales	1.590	1.162	2.752	1.767	1.295	3.062	1.789	1.300	3.089
Niveles medios	1.020	1.035	2.055	968	1.032	2.000	882	898	1.780
Niveles de jefaturas	169	440	609	161	442	603	152	438	590
Niveles gerenciales	15	56	71	17	52	69	16	50	66
Edad promedio por Cargo									
Niveles iniciales	35	35	35	34	34	34	33	34	33
Niveles medios	39	38	39	38	37	38	38	38	38
Niveles de jefaturas	47	46	43	44	44	44	43	44	43
Niveles gerenciales	53	55	54	49	51	50	48	51	50
Tasa de rotación (%)									
Menores de 30	7,98	9,50	8,73	-	-	5,53	-	-	-
Entre 31 y 50	2,62	3,79	3,17	-	-	2,03	-	-	-
Mayores de 50	7,24	6,34	6,72	-	-	0,59	-	-	-
Oficinas centrales	4,12	5,35	4,72	-	-	4,32	-	-	-
Sucursales	5,54	6,69	6,11	-	-	3,83	-	-	-

* En 2013 el indicador representa solo Santa Fe.

	DISTRIBUCIÓN POR EDAD Y CARGO				2013		2012	
	Niveles Iniciales	Niveles Medios	Niveles de Jefatura	Niveles Gerenciales	Niveles Iniciales	Niveles Medios	Niveles de Jefatura	Niveles Gerenciales
Mujeres								
Entre 18 y 20 años	10	0	0	0	19	0	0	0
Entre 21 y 25 años	204	15	0	0	300	24	0	0
Entre 26 y 30 años	482	191	0	0	549	158	4	0
Entre 31 y 35 años	307	236	16	0	308	226	12	0
Entre 36 y 40 años	231	252	53	1	231	235	52	2
Entre 41 y 45 años	123	128	32	3	115	125	27	4
Entre 46 y 50 años	92	93	32	4	110	92	34	3
Entre 51 y 55 años	87	77	24	4	84	76	20	6
Entre 56 y 60 años	51	26	10	2	49	28	12	2
Entre 61 y 65 años	3	2	2	1	2	4	0	0
Mayor a 66 años	0	0	0	0	0	0	0	0

Hombres								
Entre 18 y 20 años	4	0	0	0	13	0	0	0
Entre 21 y 25 años	197	27	0	0	279	37	0	0
Entre 26 y 30 años	406	239	6	0	448	254	4	0
Entre 31 y 35 años	168	251	45	0	138	236	52	0
Entre 36 y 40 años	78	200	113	5	94	208	114	4
Entre 41 y 45 años	85	131	111	6	87	122	97	8
Entre 46 y 50 años	61	74	68	18	73	70	81	11
Entre 51 y 55 años	71	54	52	13	77	53	48	13
Entre 56 y 60 años	69	50	35	9	64	39	35	11
Entre 61 y 65 años	22	9	10	3	22	12	11	5
Mayor a 66 años	1	0	0	2	0	1	0	0

SALUD Y SEGURIDAD	MUJERES 2013	HOMBRES 2013	TOTAL 2013	MUJERES 2012	HOMBRES 2012	TOTAL 2012	MUJERES 2011	HOMBRES 2011	TOTAL 2011
Tasa de ausentismo	2,66%	9,49%	6,14%	9,56%	2,59%	5,98%	-	-	6,70%
Tasa de enfermedades ocupacionales	1,48%	3,70%	2,61%	-	-	2,97%	-	-	0%
Cantidad de días perdidos por enfermedad	9.586	24.934	34.520	31.157	10.244	41.401	32.555	11.708	44.263
Tasa de accidentes	0,01%	0,02%	0,02%	-	-	0,05%			0,0059%
Cantidad de días perdidos por accidente de trabajo	95	165	260	590	152	742	502	294	796
Egresos por Fallecimientos	1	2	3	1	2	3	0	2	2

La tasa de absentismo corresponde a la cantidad de días perdidos sobre la cantidad de empleados por días hábiles por cien.

La tasa de enfermedades ocupacionales es el número total de casos de enfermedades ocupacionales sobre la cantidad de empleados por días hábiles por 200.000.

La tasa de accidentes corresponde al número total de accidentes sobre la cantidad de empleados por días hábiles por 200.000.

Estos valores no contemplan colaboradores contratados de forma independiente porque Banco Galicia no tiene esta modalidad de contratación dentro de sus oficinas que sea significativa para tales valores.

TASA DE ENFERMEDADES POR REGIÓN	2013	2012
CABA	2,58%	2,70%
CORDILLERA	1,70%	3,19%
MDP / PATAGONIA	2,24%	2,06%
MEDITERRÁNEA	1,44%	1,20%
METRO I	3,21%	4,12%
METRO II	3,50%	3,16%
METRO III	4,80%	4,16%
METRO IV	2,77%	4,61%
NEA	2,11%	(*)
NORTE	3,87%	4,68%
OESTE	2,79%	3,69%
PCIA. BS AS	1,56%	1,75%
SANTA FE (**)	0,86%	1,55%
SUR	3,36%	5,68%
TASA DE ACCIDENTES POR REGIÓN		
CABA	0,01%	0,02%
CORDILLERA	0,01%	0,19%
MDP / PATAGONIA	0,07%	0,02%
MEDITERRÁNEA	0,00%	0,01%
METRO I	0,05%	0,12%
METRO II	0,03%	0,08%
METRO III	0,04%	0,11%
METRO IV	0,06%	0,00%
NEA	0,00%	(*)
NORTE	0,01%	0,09%
OESTE	0,00%	0,08%
PCIA. BS AS	0,07%	0,18%
SANTA FE / NEA (**)	0,00%	0,08%
SUR	0,02%	0,09%
TASA DE AUSENTISMO POR REGIÓN		
CABA	6,22%	8,02%
CORDILLERA	3,45%	2,05%
MDP / PATAGONIA	4,57%	2,13%
MEDITERRÁNEA	4,13%	2,85%
METRO I	8,64%	7,16%
METRO II	6,06%	4,77%
METRO III	9,46%	6,08%
METRO IV	7,16%	5,33%
NEA	3,44%	3,22%
NORTE	9,77%	4,20%
OESTE	6,61%	5,61%
PCIA. BS AS	3,67%	2,64%
SANTA FE	2,37%	2,79%
SUR	7,91%	4,98%

(*) Indicador nuevo de 2013

(**) En 2012 el indicador representaba "Santa Fe/NEA"

OTROS INDICADORES DE EMPLEADOS POR GÉNERO		
Ingresos	2013	2012
Mujeres	75	245
Hombres	99	327
Total	174	572
Egresos		
Mujeres	194	170
Hombres	227	193
Total	421	363
Empleados por generación		
Generación Y	2.472	2.537
Generación X	2.505	2.610
Otras generaciones 1947 - 1960		
Mujeres	193	232
Hombres	317	354
1939 - 1946		
Mujeres	0	0
Hombres	0	1
OTROS INDICADORES DE EMPLEADOS POR EDAD Y ZONA GEOGRÁFICA		
Ingresos	2013	2012
POR EDAD		
Entre 18 y 20 años	70	38
Entre 21 y 25 años	245	258
Entre 26 y 30 años	52	171
Entre 31 y 35 años	24	57
Entre 36 y 40 años	7	33
Entre 41 y 45 años	5	5
Entre 46 y 50 años	3	4
Entre 51 y 55 años	3	2
Entre 56 y 60 años	1	3
Entre 61 y 65 años	1	1
Mayor a 66 años	0	0
POR ZONA GEOGRÁFICA		
CABA	87	313
CORDILLERA	20	25
MDP / PATAGONIA	20	25
MEDITERRÁNEA	31	20
METRO I	42	38

METRO II	26	12
METRO III	24	15
METRO IV	23	24
NEA	10	16
NORTE	30	28
OESTE	31	4
PCIA. BS AS	17	12
SANTA FE	12	19
SUR	38	21
Egresos		
POR EDAD		
Entre 18 y 20 años	59	0
Entre 21 y 25 años	240	57
Entre 26 y 30 años	119	110
Entre 31 y 35 años	63	65
Entre 36 y 40 años	37	38
Entre 41 y 45 años	32	20
Entre 46 y 50 años	20	11
Entre 51 y 55 años	23	8
Entre 56 y 60 años	34	26
Entre 61 y 65 años	29	25
Mayor a 66 años	2	3
POR ZONA GEOGRÁFICA		
CABA	209	158
CORDILLERA	33	21
MDP / PATAGONIA	29	21
MEDITERRÁNEA	43	20
METRO I	41	26
METRO II	31	15
METRO III	36	13
METRO IV	39	20
NEA	21	12
NORTE	48	14
OESTE	43	7
PCIA. BS AS	26	16
SANTA FE	19	7
SUR	40	13

5.2. PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

ACOMPAÑAMOS EL CRECIMIENTO PROFESIONAL Y PERSONAL DE NUESTROS COLABORADORES CON PROPUESTAS INNOVADORAS DE FORMACIÓN INTEGRAL

INDICADORES DE CAPACITACIÓN	2012 ^(*)			2013	
	Hombre	Mujer	Indistinto ^(**)	Hombre	Mujer
Capacitación Total Áreas Centrales					
Horas de capacitación - Total	44.861	29.981	123.726	56.013	39.568
Horas de capacitación - Presencial ^(***)	42.900	28.562	123.726	54.966	38.965
Horas de capacitación - A distancia	1.961	1.419	0	1.048	603
Participaciones - Presencial ^(***)	2.484	2.272	4.203	2.910	3.207
Participaciones - A distancia	2.131	1.692	0	1.110	822
Sesiones - Presencial ^(****)		326			282
Capacitación Total Sucursales					
Horas de capacitación - Total	74.868	53.843	58.452	107.535	97.215
Horas de capacitación - Presencial ^(***)	59.660	38.367	58.452	98.053	87.308
Horas de capacitación - A distancia	15.208	15.476	0	9.481	9.907
Participaciones - Presencial ^(***)	4.784	3.853	9.126	1.847	1.605
Participaciones - A distancia	17.650	18.843	0	10.627	11.018
Sesiones - Presencial ^(****)		291			191
Horas de Capacitación Total Banco					
Horas de capacitación - Total	119.729	83.824	182.178	163.548	136.783
Horas de capacitación - Presencial ^(***)	102.560	66.929	182.178	153.019	126.273
Horas de capacitación - A distancia	17.169	16.895	0	10.529	10.510
Participaciones - Presencial ^(***)	7.268	6.126	13.329	4.757	4.812
Participaciones - A distancia	19.781	20.535	0	11.737	11.840
Sesiones - Presencial ^(****)		617			473

Los cursos online no es posible sistematizarlos de forma completa porque están siempre disponibles para que el colaborador los tome cuando quiere y la cantidad de veces que quiera.

^(*) Los valores difieren con los publicados en el Informe Complementario 2012 debido a un error de publicación.

^(**) Son datos de capacitación del Call Center y algunas capacitaciones on the job, que no fueron sistematizadas por género.

Como desafío para 2013 el Banco sistematizó por género la totalidad de los colaboradores capacitados.

^(***) Se tienen en cuenta Becas, Idiomas y Cursos Externos.

^(****) Cantidad de sesiones dictadas durante el año en la que participaron tanto hombres como mujeres.

5.3. COMUNICACIÓN INTERNA Y DIÁLOGO

G4-26, G4-27

NUESTRO OBJETIVO: ESTAR CADA VEZ MÁS Y MEJOR COMUNICADOS.

2.300 COLABORADORES PARTICIPARON DEL CICLO "CONOCIÉNDONOS CADA DÍA MÁS".

Organizamos la tercera edición del ciclo de encuentros "Conociéndonos cada día más" donde colaboradores de todo el país se reúnen a dialogar cara a cara con los gerentes de área y el gerente general. Esta iniciativa ya lleva 3 años ininterrumpidos y ha contado con la participación de más de 2.300 colaboradores de todo el país. Durante 2013, 528 colaboradores compartieron un espacio de comunicación directo con alguno de los Gerentes de Área, 116 en Áreas Centrales y 412 en las sucursales.

A partir de este año el tradicional mensaje mensual del Gerente General enviado por correo electrónico a todo el Banco cambio de formato a una versión audiovisual a través del canal **Banco al Día TV**. Así logramos una comunicación más personal, cercana y clara entre él y nuestros colaboradores. En cada envío el Gerente General ofrece a los colaboradores la posibilidad de responder a esta comunicación mensual y abre una posibilidad de diálogo entre ambos.

La revista interna **Notigal** pasó de ser trimestral a bimestral para brindar información más actualizada. Incorporamos la sección "Yo recomiendo" en la que los colaboradores están invitados a recomendar recetas, películas, libros o salidas culturales a sus compañeros, y lanzamos la sección "Lo mejor de la zona" donde destacamos las principales novedades de las 13 zonas que conforman la red de sucursales.

Implementamos una **Encuesta de Satisfacción** de los canales y acciones de comunicación con el objetivo de relevar información clave para la gestión de la comunicación interna.

Los principales resultados, junto con la **Encuesta de Clima**, fueron:

- 83% de satisfacción con los canales formales (superior inmediato, reuniones de trabajo, e-Company, Conociéndonos cada día más, Banco al Día)¹⁷.
- 88% de satisfacción con e-Company
- 100% de satisfacción con la dinámica de Conociéndonos cada día más.
- 7.1 de satisfacción con Notigal (escala de 1 a 10)¹⁸.
- 60% de satisfacción con Banco al Día¹⁹.

5.3.1. Procedimientos de Denuncias anónimas para empleados

Con el objetivo de lograr una mayor transparencia, normalidad y funcionamiento eficiente entre los empleados del Banco se encuentra habilitado un canal (el número de Fax: 6329-6794) para realizar denuncias de tipo anónima sobre cualquier situación anormal que se produzca dentro del ámbito laboral, relacionado con negocios, y/o personas y/o empresas vinculadas con el Banco, ya sea por incumplimientos de normas de conducta establecidas en el Código de Ética y/o operaciones o acciones contrarias a normas legales o reglamentarias.

Este Fax es de acceso restringido y reservado, y pertenece al Gerente de Desarrollo Organizacional y RRHH.

Durante 2013 no hemos tomado conocimiento, ni recibimos denuncia alguna.

5.3.2. Gestión del cambio

Con foco en la estrategia del Banco desde el equipo de Gestión del Cambio se brindó soporte a los colaboradores en los principales proyectos de cambio.

Durante 2013 acompañamos a los colaboradores en los principales proyectos de cambio de la entidad:

- Continuamos con la implementación del programa LEAN, uno de los principales proyectos de cambio, se abordaron cinco nuevas olas LEAN Sucursales, LEAN Originación Empresas, LEAN Originación Minorista, LEAN Comercio Exterior, LEAN Soluciones a Empresas desarrollando e implementando acciones de team building, capacitación y comunicación
- Abordamos la primera fase piloto del proceso de migración del core bancario a la plataforma SAP exitosamente con una campaña de comunicación interna estratégica que buscaba generar la conciencia de la importancia de este cambio del core bancario Galicia.

Cerca de 3.570 colaboradores estuvieron directamente impactados por proyectos de cambio a lo largo de 2013 debiendo aprender nuevas formas de llevar adelante sus tareas.

¹⁷ Promedio mediciones 2013 Encuesta de Canales y Encuesta de Clima.

¹⁸ Promedio mediciones 2013 Encuesta de Canales.

¹⁹ Dato de la Encuesta de Clima 2013.

5.4. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE RENDIMIENTO Y DESEMPEÑO

EVALUAMOS EL RENDIMIENTO Y DESEMPEÑO DE NUESTROS COLABORADORES CON EL OBJETIVO DE ACOMPAÑARLOS EN SU DESARROLLO PROFESIONAL, Y DARLE LAS HERRAMIENTAS PARA SEGUIR MEJORANDO EN SUS COMPETENCIAS Y FORTALEZAS.

4.583 COLABORADORES²⁰ TUVIERON REVISIÓN SEMESTRAL
490 COLABORADORES²¹ RECIBIERON EVALUACIÓN DE POTENCIAL

Realizamos anualmente a todos nuestros colaboradores la **Evaluación de Rendimiento y Desempeño**. Este año incorporamos una nueva etapa dentro de este proceso: la revisión semestral. Esta instancia permite que cada colaborador tenga un espacio de intercambio con su líder, dando la posibilidad de conocer a mitad de año cuál es su mirada en relación a los objetivos y competencias planteados a principio de año; y para poder hacer foco en los objetivos establecidos, para llegar mejor preparados a la instancia de Evaluación Anual.

RESULTADOS 2013

ETAPA 1: FIJACIÓN DE OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO: 94%

MUJERES: 2.578

HOMBRES: 2.493

ETAPA 2: REVISIÓN SEMESTRAL

PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO: 87%

MUJERES: 2.330

HOMBRES: 2.246

ETAPA 3: EVALUACIÓN ANUAL

PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO: 96%

MUJERES: 2.452

HOMBRES: 2.449

Durante 2013 realizamos **Evaluaciones 360°** a 24²² colaboradores de áreas centrales. Esta herramienta genera un espacio que permite a los pares, clientes internos, equipo de trabajo o jefe, dar su opinión sobre una persona determinada. A partir de la información proporcionada, nuestros líderes pueden delinear un plan de mejora, reconocer fortalezas, conocer la percepción de las personas que gestiona o con las que se relaciona más habitualmente sobre aspectos de su gestión y el impacto que sus acciones generan.

Contamos con un **Assessment Center** para los colaboradores que están transitando un proceso de desarrollo dentro del Banco. Participaron de esta instancia 490 colaboradores.

Este año extendimos la **Evaluación Upward Feedback (EUF)** a todos los líderes del Banco: Gerentes de Sucursal en la Red de Sucursales y desde mandos medios hasta el Gerente General en Áreas Centrales. Esta herramienta consiste en una encuesta anónima de feedback ascendente, donde los colaboradores responden en relación a la percepción que tienen de la gestión de su Jefe/

Gerente como líder. Para garantizar la confidencialidad se realiza con una consultora externa, quien al recibir como mínimo tres encuestas le entrega un informe al líder con el objetivo de mejorar sus competencias y enriquecer el autoconocimiento a partir de la mirada integral de sus colaboradores. Durante 2013 participaron 418 colaboradores y 373 líderes obtuvieron su informe.

En relación a la **Evaluación de Gestión Gerencial**, incorporamos la autoevaluación, una instancia de reflexión que le permite al evaluado analizar su desempeño respecto a los objetivos fijados por sus jefes.

²⁰ 2.315 mujeres y 2.268 hombres.

²¹ 210 mujeres y 280 hombres.

²² 8 mujeres y 16 hombres.

5.5. RECONOCIMIENTOS

RECONOCEMOS A COLABORADORES QUE SE DESTACAN POR VIVIR LOS VALORES Y CULTURA DEL BANCO, Y POR SU RENDIMIENTO PROFESIONAL Y TRAYECTORIA.

1.401 COLABORADORES RECIBIERON UN RECONOCIMIENTO.

Programa de reconocimientos Gracias!

En la búsqueda de crear una organización que sea considerada como “el mejor lugar para trabajar”, el reconocimiento frecuente e innovador constituye un pilar importante debido a su gran aporte en el fomento de un clima de gratitud y aprecio en todos los niveles de la organización.

Desde 2010 hasta 2012 llevamos adelante el programa Reconocer, el primer programa de reconocimiento del Banco compuesto por tres premios: Inspiración Galicia, Excelencia Galicia y Profesionalismo Galicia.

Dentro del Programa Innovarte, uno de los “momentos de verdad” identificados fue el de las instancias de reconoci-

mientos. Por esta razón, decidimos ampliar y mejorar el programa de reconocimiento actual, y creamos el nuevo Programa Gracias! con más instancias de reconocimiento.

La implementación del Programa de Reconocimiento Gracias! se orienta a cumplir dos objetivos:

- Que quien realice un esfuerzo extraordinario se sienta “visto, valorado y recompensado”.
- Que el Banco pueda mostrar a todo el personal qué actitudes son valoradas, es decir, son percibidos como “modelos a seguir”. Cada uno de los premios está fundamentando en un Valor Galicia.

El programa consiste en siete instancias de reconocimiento, a través de los cuales reconocemos actitudes y con-

ductas que el Banco quiere premiar y fomentar dentro de su cultura.

Valor Cercanía

Gracias por tu Pasión por el Cliente
598 ganadores

Valor Innovación

Gracias por Innovar!
9 ganadores

Valor Entusiasmo

Gracias por Inspirarme!
596 ganadores

Valor Compromiso

Gracias por Crecer!/: 64 ganadores
Gracias por tu gestión Ambiental!/:
105 ganadores
Gracias por Representarnos!/: 9 ganadores
Gracias por Enseñarme!/: 20 ganadores

5.6. SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

BUSCAMOS ASEGURAR LA SALUD Y SEGURIDAD DE NUESTROS COLABORADORES A TRAVÉS DE ACCIONES PREVENTIVAS, CONCIENTIZACIÓN Y MONITOREO SISTEMÁTICO.

5.6.1. Comité de Salud y Seguridad

ALCANCE DEL COMITÉ: 100% DE LOS COLABORADORES DEL BANCO.

Contamos con un Comité de Salud y Seguridad, integrado por 14 colaboradores de diferentes áreas del Banco que se reúnen periódicamente para evaluar y llevar a cabo distintas acciones para beneficio de los colaboradores y de todas las personas que ingresan a nuestras oficinas y sucursales. Durante 2013, se realizaron 3 reuniones ordinarias,

siempre con la posibilidad de programar reuniones extraordinarias, ante de la presencia de temas específicos o de importancia considerable. Además, los miembros del Comité participaron de una capacitación desarrollada por la ART sobre temas de salud y seguridad ocupacional.

En este marco, colocamos en los edificios de áreas centrales desfibriladores y en todos los pisos botiquines de primeros auxilios.

Miembros del Comité

Gerentes de área:

- Ing. Rafael Berges - Gte de Desarrollo Organizacional y RRHH
- Lic. Miguel Peña - Gte de Servicios Corporativos Integrados
- Cdor. Juan Carlos L´Aflitto - Gerente de Gestión de Riesgo

Coordinación general:

- Agustín Araoz

Colaboradores de diferentes áreas que participan activamente:

- Seguridad: Ignacio Vernengo - Alfredo Sepetich
- Ingeniería y Mantenimiento: Eliana Mazzoni, Néstor Hernández, Roberto Suarez, Hugo Campisi
- Recursos Humanos: Agustín Araoz, Laura Fernández, Raul Giordanengo
- Responsabilidad Social: María Laura Tortorella, María Alejandra González
- Presupuesto y Planeamiento: Enrique Villanueva
- Riesgo Operacional: Jorge Pérez Fleming

5.6.2. Resultados en materia de Salud y seguridad de nuestros empleados contratados

Evaluamos y analizamos los resultados en materia de salud y seguridad de nuestros empleados contratados junto con las empresas aliadas. En este caso, presentamos los datos 2013 de los colaboradores independientes que prestan un servicio al Banco y trabajan dentro de nuestras oficinas (corresponde a 6 de los 181 empleados contratados al 31/12/2013).

- 1 Día por enfermedad.
- 3 Días por licencia de examen.
- Ningún día por licencia por maternidad o paternidad, fallecimiento, accidente.

5.6.3. Política de Seguridad y Salud Ocupacional

La presente política de Seguridad y Salud Ocupacional constituye el marco de referencia de nuestro accionar en la gestión administrativa y de evaluación financiera de Banco Galicia.

El Comité de Riesgos de Seguridad y Salud Ocupacional (CRSSO), dependiente de la Comisión de Riesgo de Banco Galicia, es la máxima autoridad que tiene por propósito facilitar la administración y prevención de los riesgos de Seguridad y Salud Ocupacional (SSO) asociados con los procesos de negocio de Banco Galicia. Esto incluye la estructura organizacional,

actividades de planeación, responsabilidades, prácticas, procedimientos, procesos y recursos para desarrollar, implementar alcanzar, revisar y mantener la política de Seguridad y Salud Ocupacional en los siguientes aspectos:

Protección del personal

Proteger la salud y el bienestar laboral de nuestro personal, proporcionándoles un ambiente y condiciones de trabajo seguros, y saludables conforme con los requisitos internos y leyes aplicables.

Prevención de riesgos

Identificar los riesgos presentes en todas nuestras actividades y áreas de trabajo, notificarlos al Comité de Seguridad y Salud junto con las medidas de prevención y control correspondientes, con el fin de eliminar o minimizar accidentes, lesiones y/o enfermedades laborales derivados de ellos. Implementar un modelo de gestión basado en la identificación, análisis y evaluación de riesgos e implementación de acciones para su prevención.

Cumplimiento legal y normativo

Implementar y mantener un sistema para el estricto cumplimiento de las leyes, reglamentos y normas nacionales e internacionales relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo que sean aplicables a Banco Galicia.

Clientes y proveedores

Gestionar la satisfacción de nuestros clientes, proveedores y otras partes interesadas, al cumplir con los requisitos relacionados con los riesgos aplicables especificados y acordados para los proyectos, servicios y obras que apliquen dentro de las instalaciones de Banco Galicia.

Capacitación del personal

Desarrollar planes anuales de formación, entrenamiento y concientización del personal sobre los riesgos y las responsabilidades inherentes a la seguridad y salud ocupacional, a fin de hacerlos partícipes de la efectivización de estas políticas de SSO.

Mejora continua

Propiciar y gestionar la mejora continua de las acciones, procesos y del desempeño relacionado con la seguridad y la salud ocupacional y la implementación de las acciones y programas necesarios, a partir del análisis de las revisiones del Comité de SSO.

Integración ambiental con SGA ISO14001

Identificar e integrar riesgos de SSO con aspectos ambientales específicos a fin de implementar acciones conjuntas.

5.7. FUNDACIÓN, CLUB Y MUTUAL DEL BANCO

ACOMPAÑAMOS AL BIENESTAR DE NUESTROS COLABORADORES Y SUS FAMILIAS, COMPLEMENTANDO LAS ACCIONES DEL BANCO CON BENEFICIOS Y PROPUESTAS DE INTERÉS.

5.7.1. Fundación Banco Galicia

Desde 1964 la Fundación Banco Galicia brinda servicios que promueven el

bienestar de nuestros colaboradores activos, retirados y sus familias, acompañándolos en las diferentes etapas de su vida personal.

PROGRAMAS DE LA FUNDACIÓN BANCO GALICIA ²³			
Programa	2013	2012	2011
Plan de vacunación: reintegro por las vacunas establecidas dentro del Plan de Vacunación vigente para los hijos menores de 18 años. El monto a acreditar se relaciona con la cobertura de la prepaga del empleado.			
Cantidad de Vacunas:	580	689	815
Plan estudiantil: entrega de guardapolvos al comienzo del período escolar a los hijos de los colaboradores y además brinda una asignación extraordinaria por hijo.			
Guardapolvos entregados:	798	1.286	1.321
Asignación extraordinaria de hasta \$350.- ²⁴	2.647	2.570	2.549
Becas estudiantiles: apoyo económico mensual destinado a colaboradores de más de un año de antigüedad para ayudarlos a completar sus estudios universitarios. Las mismas se renuevan cada cuatrimestre.			
Total de becas otorgadas:	409	387	357
Colonia de vacaciones: se realiza en el Club del Banco para los hijos de entre 5 y 13 años de edad. Se mantuvo el subsidio para hijos de colaboradores en el interior del país.			
Cantidad de hijos de colaboradores de Capital y Gran Bs.As. verano e invierno	623	616	548
Cantidad de hijos de colaboradores del Interior verano e invierno	410	385	372
Entrega de mobiliario: distribución de muebles, computadoras, impresoras y otros bienes en buen estado -que el Banco dejó de utilizar- a OSC, escuelas y hospitales.			
Computadoras e impresoras	23	19	48
Muebles varios	1.137	2.367	2.182
Elementos informáticos y de electrónica ²⁵	28	95	884
Ajuares: entrega de un obsequio a quienes fueron padres para dar la bienvenida al nuevo integrante de la familia.			
Cantidad de ajuares entregados	284	277	281
Subsidios para situaciones de emergencia: asistencia para quienes solicitan ayuda ante casos críticos. La Fundación analiza las situaciones y procura brindar la contención requerida.			
Cantidad de subsidios entregados	6.641	6.349	4.807

²³ Resultados de octubre 2012/septiembre 2013 según lo informado en la Memoria y Balance de la Fundación. Excepto el programa de becas que se toma año calendario 2012.

²⁴ La asignación máxima en 2011 fue de \$220 y en 2012 de \$270.

²⁵ Las donaciones se entregan exclusivamente a organizaciones e instituciones propuestas por los colaboradores. Se donan: Televisores, UPS, turbo ventiladores, heladeras, monitores, video grabadoras, CCTVs, entre otros.

5.7.2. Club del Personal del Banco

1.511 SOCIOS ACTIVOS COLABORADORES DEL BANCO
 47 COLABORADORES DE EMPRESAS VINCULADAS
 165 SOCIOS VITALICIOS
 3.030 FAMILIARES DE SOCIOS ACTIVOS
 382 SOCIOS ADHERENTES Y SUS FAMILIARES
 5.135 TOTAL DE SOCIOS

Este año los socios disfrutaron de las actividades que organizó el Club para los colaboradores y sus familias, donde se valora la vida al aire libre y las acciones para los niños.

Como todos los años se realizó la colonia de verano e invierno para los hijos

de los empleados. También tuvimos la temporada de pileta con gran afluencia de socios, familiares e invitados. Se contrataron durante los fines de semana de Enero y Febrero, los servicios de una empresa de deportes y recreación, para entretener a todos los asistentes al Club. Además, se realizaron distintas jornadas para colegios Carenciados totalmente gratuitas para beneficio social.

5.7.3. Mutual del Banco

La misión de la Mutual, entidad sin fines de lucro, es mejorar la calidad de vida de sus afiliados, brindando posibilidades de financiamiento para la compra de productos de los comercios y empresas adheridos con ventajas reales respecto de las del mercado.

Además, ofrece a sus 1.237 afiliados, 221 jubilados y 98 adherentes diferentes actividades culturales, deportivas y sociales con precios preferenciales.

Entre las acciones realizadas destacamos las visitas gratuitas al Teatro Colón, los descuentos en las clases de natación, clases de gimnasia y caminatas al aire libre, el viaje a Córdoba para jubilados y la fiesta de aniversario de la Asociación.

6 COMUNIDAD

TIR = I + E

+ 1

- 6.1. Programa Interactivo de Ayuda por Regiones (PRIAR)
- 6.2. Promoción Laboral: Valor a tu Desarrollo
- 6.3. Salud: Valor a tu Salud
- 6.4. Acciones de contribución y restauración de Patrimonio Cultural

6.1. PROGRAMA INTERACTIVO DE AYUDA POR REGIONES (PRIAR)

Proyectos desarrollados durante 2013

ZONA	SECTOR/ SUCURSAL	INSTITUCIÓN	LOCALIDAD Y PROVINCIA	PROYECTO	FECHA DE INICIO	BENEFICIARIOS	TEAM LEADER
Proyectos en marcha							
Casa Matriz	Clearing	Escuela Rural 183 José Manuel Romero	María Grande, Entre Ríos	Reparación de techos y paredes, remodelación de baños, cambio de cañerías y la cámara séptica de cocina, pintura, equipamiento y construcción de tinglado al aire libre.	2012	9	Mariela Calderón
Casa Matriz	Comex	Centro PAPMAI (Programa de Asistencia y Prevención del Maltrato y Abuso Infantil)	Quilmes, Buenos Aires	Equipamiento con una biblioteca, material didáctico, un termotanque, una tv y reproductor de DVD, una cocina, estufas para los consultorios, ventiladores, una computadora e impresora. Pintura de la sala de espera y el patio y refacción de los baños para que puedan contar con un baño para niños y otro para niñas	2013	125	Virginia Lema - Marta Castro de Chabán
Casa Matriz	Banca Mayorista	Centro Comunitario en Ramón Lista, Formosa	Ramón Lista, Formosa	Construcción y equipamiento de un Centro Comunitario para las comunidades Wichi de Lote 8, Lote 1 y Tres Palmas del Departamento Ramón Lista, Formosa	2012	1490	Gastón Bourdieu
Casa Matriz	Créditos	Potencialidades - Ludoteca Madre Teresa	Máximo Paz, BUenos Aires	Colocación de pilotes y un alambrado para cerrar el predio; colocación de caños y de la bomba de agua, construcción de los sanitarios y la cocina.	2011	105	Federico Podestá - María Brandán - Noelia Cosentino
Galicia Seguros	Galicia Seguros	Fundación Monteleone	Glew, Buenos Aires	Colocación de un cerco perimetral. Realización de los baños, la cocina e instalación de agua.	2012	160	Aldana Sánchez
METRO I	Zonal	Facultad de Medicina	Recoleta, CABA	Construcción y equipamiento de tres consultorios, una sala de interconsulta y una recepción en la facultad para que funcione el Centro Universitario de Neuropsiquiatría Médico Legal de la Facultad de Medicina.	2013	1000	Guillermo Forcher
METRO IV	Zonal	Fundación Sonrisas	Esteban Echeverría, Buenos Aires	Construcción de sanitarios, refacción, carpintería.	2013	350	Lucía Hoyos, Mariana Barrameda
Sur	Zonal	Fundación Volver a Creer	Villa Elisa, Buenos Aires	Amplicación de sanitarios y vestuarios.	2012	33	Lautaro Porterie
Norte	308	Comedor "Los Bajitos"	Tigre, Buenos Aires	Terminación de obra y equipamiento para comedor, cocina, patio y consultorio médico.	2010	300	Carlos Cristóforo
Prov. de Buenos Aires	97	Taller Protegido Junín	Junín, Buenos Aires	Construcción de los sanitarios.	2012	35	Diego Garro
Prov. de Buenos Aires	123	Jardín de Infantes Nucleados N°8 y Escuela 66	Gral. Pico, La Pampa	Construcción de un tapial o reja y equipamiento del taller de arte	2012	451	Walter E. Krause
Prov. de Buenos Aires	296	Jardín 906	Gral. Villegas, Buenos Aires	Equipamiento de material didáctico para niños y construcción de un aula	2012	120	Juan Caputa

MDP/ Patagonia	171	Centro de atención primaria de salud "SEIS ESQUINAS"	Necochea, Buenos Aires	Refacción de un nuevo espacio más amplio en donde funcionaría el centro.	2012	30	Lautaro Cerone
Santa Fe	294	Escuela N°669 Gral. Manuel Belgrano	Rufino, Santa Fe	Equipamiento con mobiliario y utensilios de cocina y refacciones generales	2012	420	Miguel Saligari
Santa Fe	345	Comedor Ayudame a Ayudar	Reconquista, Santa Fe	Abastecimiento de agua para la cocina e instalaciones sanitarias.	2008	40	Adrián Carradori
Santa Fe	79	Escuela San Martín de Porres	Santa Fe, Santa Fe	Acondicionamiento del interior y exterior de las instalaciones (electricidad, plomería y pintura, colocación de aberturas) y equipamiento con mobiliario	2011	140	Silvio Ariel Gómez
Cordillera	Todas las sucursales de Mendoza	Unión Vecinal Piedras Blancas	Godoy Cruz, Mendoza	Equipamiento de un salón que pueda ser usado como comedor	2013	520	Heliana Sosa - Javier Riglos
Cordillera	Todas las sucursales de Mendoza	Escuela 1-694 Bernardo Razquin	Guaymallén, Mendoza	Entrega de útiles, material didáctico, equipamiento del comedor, la cocina, la biblioteca, pintura del edificio, mobiliario y ludoteca para el mismo nivel. Acondicionamiento del patio de juegos	2012	260	Heliana Sosa - Javier Riglos
Cordillera	112	Escuela Comodoro Rivadavia de 25 de Mayo	9 de Julio, San Juan	Refacción del patio y equipamiento con juegos	2013	60	Daniel Tolosa
Cordillera	112	Escuela de Educación Especial Hebe Videla de Oro de Albardón	Albardón, San Juan	Colocación de rejas en dos aulas y finalización de cerco perimetral para fortalecer la seguridad de la escuela, equipamiento con equipos de computación y de cocina para su taller	2013	207	Daniel Tolosa
NEA	72	Escuela de Pilaga III N117	Pilagá, Formosa	Refacciones generales y equipamiento	2012	30	Yenni Payeski
NEA	77	Instituto de Rehabilitación para Niños Especiales Padre Leopoldo Mandic	Corrientes, Corrientes	Construcción de una nueva sala de rehabilitación	2011	170	María E Denk
Mediterránea	355	Jardín de Infantes "Hilario Ascasubi"	Recta Martinolli, Córdoba	Equipamiento con 3 estufas, un calefón, 3 ventiladores, muebles, juegos didácticos, baldes, palas de arenero, canastos plásticos para guardar cosas.	2012	2	Sebastián Yofre
Mediterránea	344	Refugio La Posta de la Caridad	Jesús María, Córdoba	Arreglo de techos, pintura y compra de tinglado para la construcción de una planta superior con sus paredes e instalación sanitaria.	2012	60	Ricardo Ramón Ruiz
Mediterránea	89	Fundación La Vidalita	Alberdi, Tucumán	Finalización del cielorraso del lugar que utilizan para realizar los distintos talleres y construcción del cerco de 2 pistas de equitación, una techada y la otra al aire libre.	2013	60	Garardo Sbrigatta - Cecilia Urroz
Proyectos finalizados en 2013							
Casa Matriz	Contraloría de Gestión	JIRMM N°9 - EEP N°26	Carmen de Patagones, Buenos Aires	Equipamiento con mobiliario, juegos y material didáctico.	2012	13	Alicia Mora
Casa Matriz	CCC	Escuela San Juan Bosco- Unidad educativa 4656	Rosario de Lerma, Salta	Construcción de un tinglado y equipamiento con juegos de jardín	2011	90	María Alejandra Assis
Mediterránea	89	Escuela Reconquista	Alberdi, Tucumán	Finalización de baños para los alumnos de EGB III.	2012	1.000	Adrian Carradori

METRO II	Zonal	Pequeño Cottolengo Don Oriene	Avellaneda, Buenos Aires	Equipamiento con un lavarropas industrial.	2012	97	Anabella L Torres
Casa Matriz	Banca Mayorista	Fundación Alfarcito	Rosario de Lerma, Salta	Construcción de una planta de efluentes cloacales en El Alfarcito.	2012	200	Walter Buono - Gastón Bourdieu
Casa Matriz	Banca Mayorista	Centro Educativo Fe y Alegría en Taco Pozo, Chaco	Taco Pozo, Chaco	Construcción de una sala limpia para el taller de Apicultura, que se realiza con el fin de formar a los alumnos en actividades relacionadas con la producción para permitirles sostenerse dignamente en el futuro. Esta sala permitirá una mayor producción con el fin de que el centro cuente con recursos propios para sostenerse.	2012	827	Ricardo Rosito - Gastón Bourdieu
Casa Matriz	Banca Mayorista	Escuela Agrotécnica de Fundación Gottau en Santos Lugares, Santiago del Estero	Santos Lugares, Santiago del Estero	Construcción de 2 aulas para finalizar la escuela en formación agrotécnica San Benito, instalación de internet y finalización de la Capilla	2012	204	Mariano Harasin - Gastón Bourdieu
NEA	71	Capilla Virgen de Itatí "Reina de la Paz"	Resistencia, Chaco	Reparación de techos, pisos y paredes y canalizar los desagües de las salas para clases	2011	400	Graciela B Niwoyda
Cordillera	247	Asoc. Nuestra Sra. del Milagro, Guaymallén	Guaymallén, Mendoza	Ampliación y equipamiento de la cocina. Remodelación de cocina y arreglo de baños.	2002	220	Patricia Ginestar
NEA	74	Comedor Santa Rita Goya	Goya, Corrientes	Construcción de un quincho	2002	180	Fermin Fernández
Pcia. de Buenos Aires	85	Escuela N°14 - Fragata Sarmiento	Bragado, Buenos Aires	Reparación de baños, refacciones integrales, equipamiento de laboratorio.	2003	100	Sergio F. Carambia
Proyectos Todos Somos Protagonistas							
Comunidad de Líderes		Hospital General de Agudos Bernardino Rivadavia	Recoleta, CABA	Restauración de la sala 10 de internación clínica médica de hombres	2013	1200	Leticia Guolo - Abigail Carmio
Zona Sur		Jardín de Infantes Hugo Stunz	La Plata, Buenos Aires	Los voluntarios visitaron las comunidades de El Rosal y de Alfarcito y realizaron diversas actividades para mejorar las instalaciones de ambas comunidades, compartieron actividades recreativas con los niños y un taller de educación financiera con los jóvenes y adultos.	2013	64	Diego Baccini
Créditos		Ludoteca Madre Teresa, Máximo Paz	Máximo Paz, Buenos Aires	Construcción de 5 mesas, 16 sillas, 2 estanterías, pintura de cocina y baño, colocación de arcos de fútbol - colocación de un piletón para lavado de manos y dientes exterior y visita de una odontóloga para dar una clase de higiene bucal	2013	105	Federico Podestá - María Brandan - Noelia Cosentino
DO y RRHH		Fundación Alfarcito	Rosario de Lerma, Salta	Equipamiento de centro de interpretación y casa de turistas de El Rosal, pintura de la cancha de Alfarcito, armado del mural y revoque en casa de habitante del cerro. Recreación con niños y capacitación financiera a adultos	2013	200	Leticia Guolo - Rafael Bergés
Todos		TECHO	Barrio San Jorge - Pilar, Buenos Aires	Construcción de dos viviendas	2013	8	Ramiro Sousa

Marketing y Planeamiento Mayorista	CeraMIA	Villa Martelli, Buenos Aires	Construcción de 2 mesas de colado, 1 cabina de esmaltado, 1 cabina de moldeado, colocación de 60 estanterías, construcción de 2 mesas de trabajo, colocación de guías de madera para la exposición de las muestras; colocación de estanterías en la cocina (mesada, bajo mesada y alacena), pintura de cocina y patio, colaboración del pegado de piezas de cerámica en el mural "El árbol de la Vida" y donación de bandejas para trasladar las piezas en cada proceso de producción (moldeado, horneado, esmaltado, calco y embalado).	2013	215	Virginia Vazquez - Mara Fernández
Galicia Seguros	Hábitat para la Humanidad	La Boca, CABA	Revocar el edificio de departamentos de Hábitat para el proyecto de "Alquileres Tutelados" para familias de bajos recursos	2013	16	Aldana Sánchez

6.2. PROMOCIÓN LABORAL: VALOR A TU DESARROLLO

PROGRAMAS INSIGNIA

Del Emprendimiento a la Pyme

En el marco de las iniciativas de Promoción Laboral, "Valor a tu Desarrollo", desde 2007 implementamos el programa "Del Emprendimiento a la Pyme", de alcance nacional, con el objetivo de brindarles a los emprendedores herramientas que les faciliten la formación de micro y pequeñas empresas a partir de emprendimientos sustentables.

Promover la transformación de emprendimientos a Pymes contribuye a la generación de empleo y al acceso al sistema financiero posibilitando el desarrollo sustentable.

En 2013 realizamos la cuarta edición consecutiva del programa en alianza con FUNDES Argentina quien está a cargo de llevar a cabo las capacitaciones y el acompañamiento técnico.

Más de 1.500 emprendedores ya recibieron capacitación a través de este programa, de dos años de duración, que se lleva adelante en cuatro etapas.

La primera etapa consiste en un plan de capacitación presencial en los temas de comercialización, recursos humanos, aspectos legales e impositivos, contabilidad, finanzas, planificación estratégica y plan de negocio.

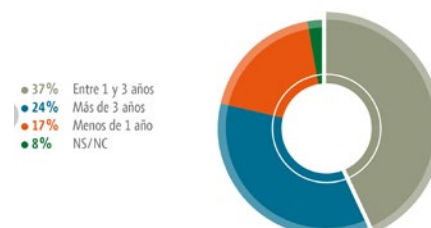
En esta edición se incorporó a las capacitaciones un módulo sobre Herramientas 2.0 y Comunicación Digital. En el marco del fortalecimiento de nuestras relaciones con la cadena de valor, establecimos una alianza con SAP, principal proveedora de servicios informáticos del Banco, para la implementación de este módulo.

Este año se realizaron 25 cursos en 13 localidades del país: CABA (10), Comodoro Rivadavia, Córdoba (2), Corrientes, Mar del Plata, Mendoza, Misiones, Neuquén, Río Grande, Rosario (2), Salta, Santa Fe y Tucumán (2).

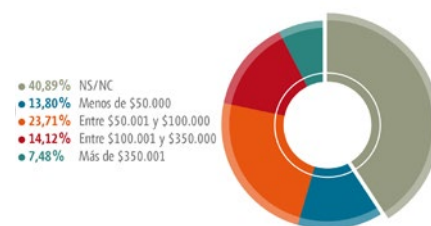
Durante el segundo año se llevarán adelante la etapa de mentorías virtuales, para que los participantes puedan elaborar su Plan de Negocio, la etapa de asesoramiento para la formalización de cada emprendimiento y por último la etapa de acceso al crédito con una tasa preferencial para aquellos emprendedores que se formalizaron en el marco del programa.

Al finalizar estas etapas, se realizará una evaluación del programa a través de distintos indicadores para analizar el impacto del mismo en los participantes desde sus inicios.

Antigüedad



Nivel de Facturación



Rubro



Promoción de las Microfinanzas

Promovemos el desarrollo de las microfinanzas a través de una línea de crédito para las Instituciones de Microfinanzas (IMFs) con el objetivo final de financiar a emprendedores de escasos recursos con fondos para capital de trabajo.

Para la promoción de esta línea celebramos una alianza estratégica con RADIM (Red Argentina de Instituciones

de Microcrédito) a fin de fortalecer el trabajo de estas instituciones.

Además, y en el marco de esta alianza, acompañamos a RADIM en espacios de capacitación, jornadas anuales y desayunos de trabajo con los referentes del sector para compartir experiencias, trabajar en indicadores y gestionar herramientas para lograr un mayor desarrollo de las microfinanzas en nuestro país.

AÑO	MONTO DE PRÉSTAMOS	INSTITUCIONES A LAS QUE SE FINANCIÓ	
		POR PRIMERA VEZ	RENOVACIÓN
2009	\$1.420.000	3	0
2010	\$1.767.000	1	2
2011	\$6.570.000	4	2
2012	\$3.520.000	1	5
2013	\$3.316.000	0	5
TOTAL	\$16.593.000	9	14

**6.3. SALUD:
VALOR A TU SALUD**

PROGRAMAS INSIGNIA

Mejoras en Hospitales y Centros de Salud

CON LAS 11 MEJORAS CONCRETADAS ESTE AÑO EN HOSPITALES Y CENTROS DE ATENCIÓN PRIMARIA DE SALUD, SUPERAMOS LAS 50 IMPLEMENTACIONES DE MEJORAS HOSPITALARIAS.

CON LAS MEJORAS IMPLEMENTADAS ESTE AÑO SE BENEFICIARÁ LA ATENCIÓN DE 290.193 PACIENTES

Con el objetivo de favorecer el desarrollo de entidades públicas de salud, contribuir con la calidad de atención de los pacien-

tes y promover la labor médica de los profesionales, desde el año 2009 el Programa de Mejoras en Hospitales y Centros de Salud impulsa mejoras de aparatología, recursos hospitalarios e infraestructuras destinadas a instituciones de salud públicas de todo el país.

El Programa trabaja con los Gerentes de las sucursales para detectar las necesidades y priorizarlas. En este proceso, contamos con una alianza con Cáritas Comisión Nacional quién colabora, a través de sus diócesis, con la implementación y seguimiento de las mejoras.

HOSPITAL	UBICACIÓN	MEJORA IMPLEMENTADA
CAPS Municipales	Río Tercero, Córdoba	Aparatología: equipo ecógrafo portátil Mindray con 2 transductores, accesorios, video printer y carro original.
Hospital Infantil Municipal	Córdoba, Córdoba	Aparatología y recursos hospitalarios: un microscopio óptico con microfotografía, una microcentrífuga de alta velocidad, un retinoscopio, un oftalmoscopio y dos ordenadores de medicamentos.
Hospital Rivadavia	CABA	Infraestructura: reparación de humedad en paredes reacondicionamiento de sala de internación y baños de pacientes y de personal.
Centro Municipal De Salud "Dr. Ignacio Pirovano"	Tres Arroyos, Buenos Aires	Infraestructura: TV led full HD, 3 computadoras, 2 impresoras multifunción, 5 bancos triples, 7 percheros, 8 sillas especializadas, 2 taburetes extracción, un sillón de guardia, 2 mesas extracción, 2 muebles administración, 2 repisas extracción para el nuevo laboratorio médico.
Hospital Zonal Bariloche "Dr. Ramón Carrillo"	Bariloche, Río Negro	Recursos hospitalarios: un (1) anafe modular S 900 G Heavy Duty de 4 hornallas, un (1) horno convector con 1 Convectomatic F 750G PV EM, diez (10) asaderas enlozadas GN 2/1 X 20, una (1) tapa mesada inoxidable 304 - 1,25 mm con dos piletones, para equipar la cocina del nosocomio, con embalaje, traslado, instalación y puesta en funcionamiento.
Hospital Zonal Chos Malal	Chos Malal, Neuquén	Aparatología: monitor multiparamétrico con módulo de canografía.
Centro de Salud "Dr. Ramón Carrillo"	Yerba Buena, Tucumán	Recursos Hospitalarios: 13 aires acondicionados split frío/calor (con instalación) y carteles acrílicos de señalética para interior y exterior del centro de Salud
Hospital de Quemados	CABA	Infraestructura y Recursos Hospitalarios: tratamiento y revestimiento vinílico del quirófano, mobiliario hospitalario, arreglo de ventanas, heladera exhibidora y estantería.
Hospital Virgen del Carmen	Zárate, Buenos Aires	Aparatología: respirador artificial Neumovent Graph net para la unidad de terapia intensiva.
Hospital Comunitario de Pinamar	Pinamar, Buenos Aires	Recursos hospitalarios: once (11) kits compuesto de: cama articulada, colchón antiescaras, almohada, mesa de comer en la cama y mesa de luz.
Hospital "Dr. Lucio Molas"	Santa Rosa, La Pampa	Recursos hospitalarios: Lámpara scialítica de pantalla led doble para quirófano.

Prevención de la Desnutrición Infantil

91.29% DE LOS LIDERES CAPACITADOS RECOMENDARÍAN EL TALLER

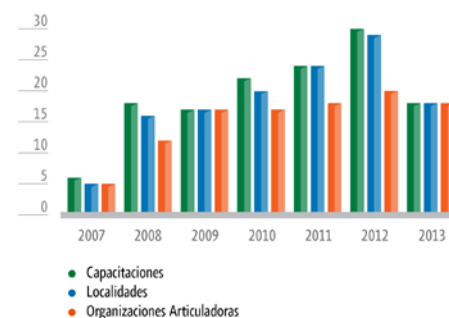
En su séptimo año de vigencia, el Programa de Prevención de la Desnutrición Infantil de Banco Galicia, en alianza con la Fundación CONIN, realizó 18 capacitaciones en 10 provincias del país y llegó a 13 nuevas localidades. Los talleres, sobre nutrición, desarrollo infantil y estimulación, son destinados

a líderes sociales, tales como agentes sanitarios, responsables de comedores, referentes barriales y docentes para que ellos repliquen la información en sus áreas de influencia.

**4.266 LÍDERES SOCIALES CAPACITADOS
135 CAPACITACIONES
22 PROVINCIAS DEL PAÍS**

Capacitaciones, localidades y organizaciones locales articuladoras

Capacitaciones, localidades y organizaciones locales articuladoras



6.4. ACCIONES DE CONTRIBUCIÓN Y RESTAURACIÓN DE PATRIMONIO CULTURAL

En 2013 acompañamos a la comunidad franciscana de Salta, con la puesta a punto de las instalaciones del **Complejo Cultural Convento San Francisco**, que consistió en equipar la biblioteca para la conservación de los más de 30.000 libros con los que cuenta, la restauración de la imagen de Cristo,

y la reparación y cambio de los sistemas de luminarias y de alarma del Museo San Francisco y del Patio Santa Clara.

También participamos, junto a la Fundación Bunge y Born, de la realización de una muestra en la **Manzana de las Luces** (CABA) sobre

las misiones Jesuíticas en nuestro país, cuyo objetivo fue el de facilitar a través de elementos didácticos un conocimiento del notable esfuerzo cultural que significó la experiencia de las Misiones Jesuíticas en la región.

7 PROVEEDORES



- 7.1. Comunicación y diálogo
- 7.2. Beneficios

7.1. COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO

G4-26

La comunicación con nuestros proveedores es esencial para consolidar relaciones de largo plazo, de confianza y mutuo beneficio. Es por eso que dialogamos e informamos a nuestros proveedores a través del portal del Banco²⁶, el Visor de Cuenta Corriente para informarse sobre el circuito de pagos, y un canal de atención especial donde escuchamos sus consultas y/o reclamos.

7.2. BENEFICIOS

Damos el beneficio a nuestros proveedores activos de contar con una cuenta del Banco a su nombre sin costo y realizar todas sus operaciones de su actividad con asesoramiento en el desarrollo de su negocio. Además, para aquellos proveedores cuya actividad es un emprendimiento o una Pyme, tienen la posibilidad de sumarse a la oferta de productos del segmento Negocios y Pymes.

²⁶ E-Galicia.com

8 AMBIENTE

- 8.1. Sistema de Gestión Ambiental (SGA):
 - Gestión de Emergencias y Contingencias
 - 8.1.1. Programa de Riesgos Ambientales Indirectos
 - 8.1.2. Capacitaciones a responsables de la Gestión Ambiental
- 8.2. Fondo para la Conservación Ambiental (FOCA)
- 8.3. Banco Galicia en la Comunidad Financiera Internacional
- 8.4. Créditos para Mejoras Ambientales
- 8.5. Cambio Climático
 - 8.5.1. Huella de Carbono 2013
 - 8.5.2. Electricidad – Foco de emisiones
 - 8.5.3. Otras acciones para reducir emisiones

8.1. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA) : GESTIÓN DE EMERGENCIAS Y CONTINGENCIAS

Durante el 2013 se realizaron dos simulacros de evacuación de acuerdo con la legislación aplicable en C.A.B.A.

Para lograr una mejor respuesta ante emergencias, se realizó un simulacro de derrames de combustible en la zona de descarga de la Torre Corporativa.

8.1.1. Programa de Riesgos Ambientales Indirectos

Créditos analizados en materia Ambiental y social –Apertura por sectores económicos

Sector	Monto (M\$)	Monto Participación	Cantidad	Cantidad Participación
Producción primaria	\$ 410.576	24%	122	33%
Industria manufacturera	\$ 634.926	37%	98	27%
Construcción	\$ 125.333	7%	20	6%
Comercio Mayorista	\$ 115.370	7%	34	9%
Comercio Minorista	\$ 140.800	8%	27	7%
Servicios	\$ 287.724	17%	67	18%
Total	\$ 1.714.729	100%	368	100%

8.1.2. Capacitaciones a responsables de la Gestión Ambiental

Este año realizamos cuatro cursos de capacitación orientados a la mejora continua de nuestro SGA. Los colaboradores que realizan actividades vinculadas al SGA se capacitaron en:

- **Aspectos Ambientales del Trabajo, Residuos, Seguridad Ambiental y Ocupacional (Personal de Limpieza y de Ingeniería y Mantenimiento y Personal del Recinto de Reciclaje):** 42 participantes realizaron un curso de 2 horas de duración.
- **Normativa ISO 14001:** Miembros responsables de requisitos legales del equipo del SGA asistieron a una capacitación externa de 8 horas de duración dictada por Bureau Veritas.
- **Marco Normativo para la regulación sobre RAEE y Seguros Ambientales:** 8 miembros del equipo del SGA de la Torre se capacitaron durante una jornada in-company dictada por AIDIS Argentina para profundizar conocimientos en materia de gestión de residuos electrónicos.
- **Curso sobre gestión de Huella de Carbono Corporativa:** Miembro de la Coordinación del equipo del SGA realizó una capacitación externa de 8 horas de duración dictada por Bureau Veritas.

8.2. FONDO PARA LA CONSERVACIÓN AMBIENTAL (FOCA)

Cuarta Convocatoria “Fuentes de Energías Renovables”

Menciones Especiales

MENCIÓN	INSTITUCIÓN	PROVINCIA	TITULO DEL PROYECTO
Miguel, Sebastián	Universidad de Flores	CABA	Generación de electricidad a partir de ejercicio físico en estaciones recreativas: Proyecto ENERGICIO
Permingeat, Hugo Raúl	Universidad Nacional de Rosario	Santa Fe	Expresión de enzimas tolerantes al oxígeno en micro algas para producir hidrógeno en condiciones fotosintéticas.
Levinton, Carlos	Universidad de Buenos Aires (UBA)	CABA	Módulo Eco eficiente para la vivienda social
Gallo, Federico	Universidad Tecnológica Nacional (UTN)	CABA	Construcción de un Bio-digestor
Kerkhoff, Alejandro	Universidad Nacional de Misiones	Misiones	Parque Temático en Energías Renovables

Jurado Cuarta Edición - 2013

- Daniel Zamboni

Ingeniero Mecánico, Universidad Nacional de la Plata (UNLP). MBA (Master en Gestión Empresaria), Universidad Nacional de la Patagonia Austral "San Juan Bosco". Maestría en Gestión Energética, Universidad Nacional de Lanús / CNEA. Jefe de Operaciones, ENARSA.

- Alejandro Haim

Ingeniero Mecánica, Universidad Tecnológica Nacional (UTN). Magister en Energías Renovables, UTN. Profesor de la materia "Energías Renovables" del Departamento de Ingeniería Mecánica de la UTN, Facultad Regional Buenos Aires. Investigador categorizado UTN, especializado en energías renovables.

- Cristian L. Wallace

Ingeniero Industrial, UTN-FRLP. Maestría en Energías Renovables, UTN. Ayudante Diplomado y partícipe de grupo de investigación en la Cátedra de Física II, UTN-FRLP. Co-fundador en Enersol Ingeniería - Energías Renovables (Elaboración y ejecución de proyectos renovables). Generación Eóloeléctrica, UFLO. Sistemas Tecnológicos Basados en Energías Renovables, UNLP.

- Annette Riechmann

Especialista en el sector del medio ambiente y la energía en la Cámara de Comercio e Industria Argentino-Alemana. Diplomada en Geografía y Economía en la Universidad de Trier. Ha participado en Proyectos relacionados con Energía Solar, del Programa de Energías Renovables de la Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional (GIZ). Ha trabajado además en la Oficina de Gestión del Transportes de la ciudad de Heidelberg. Trabajo también en la División de Comunicación.

8.3. BANCO GALICIA EN LA COMUNIDAD FINANCIERA INTERNACIONAL

Iniciativa financiera del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente - UNEP FI

Como miembros activos del UNEP FI para Latinoamérica, durante el 2013 participamos en todas las conferencias telefónicas mensuales que el organismo realiza donde se exponen diferentes temáticas para trabajar e intercambiar ideas e información. Banco Galicia expuso sobre “Ejemplos de productos verdes y sustentables”.

Sumado a estas actividades con UNEP FI, también hemos suministrado información sobre buenas prácticas sustentables para la conformación de la plataforma "Guide to Banking and Sustainability"²⁷, la cual cuenta con una página web dedicada a cada institución financiera participante.

Primer congreso de Banca y Economía de América Latina, organizado por la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN)

Banco Galicia participó del I Congreso de Banca y Economía de América Latina en Montevideo, disertando en el panel “Banca y Sostenibilidad Ambiental”, donde se expuso sobre la temática “Reporting de temas sustentables a través de GRI”.

La participación del Banco en este encuentro le permitió exponer su Estrategia Ambiental e intercambiar las mejores prácticas de sustentabilidad con colegas de otros países de Latinoamérica, y así enriquecer su labor cotidiana para fortalecer su gestión sustentable.

Espacios de intercambio – 3ra versión de Principios de Ecuador

En el mes de junio Banco Galicia estuvo presente en la reunión anual de la “Tercera versión de los Principios de Ecuador” donde se realizó una conferencia por los “10 años de existencia de los Principios y del organismo que los promueve” y se organizó un grupo de trabajo en el cual se discutieron la dirección estratégica de los Principios de Ecuador para los próximos 5 años.

8.4. CRÉDITOS PARA MEJORAS AMBIENTALES

COLOCAMOS EL 75% DEL CUPO DE LA LÍNEA DE CRÉDITO DEL IFC PARA MEJORAS AMBIENTALES

²⁷ (<http://www.unepfi.org/bankingguide/>)

En 2013 continuamos ofreciendo financiamiento junto con el Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR) bajo su línea de Mejoramiento Tecnológico, con un monto disponible de 160 millones de pesos. Para esta línea, se financia Pari-Passu un 30% con fondos del Galicia y 70% con fondos del FONTAR.

Además, en 2013 continuamos ofreciendo las siguientes líneas de crédito verde orientadas a financiar proyectos de inversión que tengan como objetivo reducir el impacto ambiental de las actividades asociadas.

- **Proyectos con Mejora Ambiental (IFC):** Línea de 20.000.000 dólares a 5 años para proyectos de inversión sustentable de empresas agroindustriales. La misma exige, previa a la aprobación del crédito, que las mejoras ambientales sean verificadas por un profesional externo a la organización que toma el crédito. En 2013 se aprobaron 2 créditos por u\$s3.666.666,7, alcanzando un 75% de colocación del cupo.
- **Línea de créditos para la inversión productiva:** Línea para financiamiento de bienes de capital y proyectos de inversión que contempla proyectos con mejoras ambientales.
- **Línea Medio Ambiente:** Línea crédito propia del Banco destinada a financiar bienes de capital para la optimización, transformación o reconversión de procesos productivos para mejorar el desempeño ambiental de nuestros clientes.

También adherimos al programa BID-San Juan II. La línea de créditos está destinada para la inversión productiva orientada al financiamiento de proyectos con mejoras ambientales.

8.5. CAMBIO CLIMÁTICO

CONTINUAMOS CON LA MEDICIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO CORPORATIVA Y REALIZAMOS UN ANÁLISIS DE METAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA CUYO IMPACTO PERMITA MITIGAR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO.

8.5.1. Huella de Carbono 2013

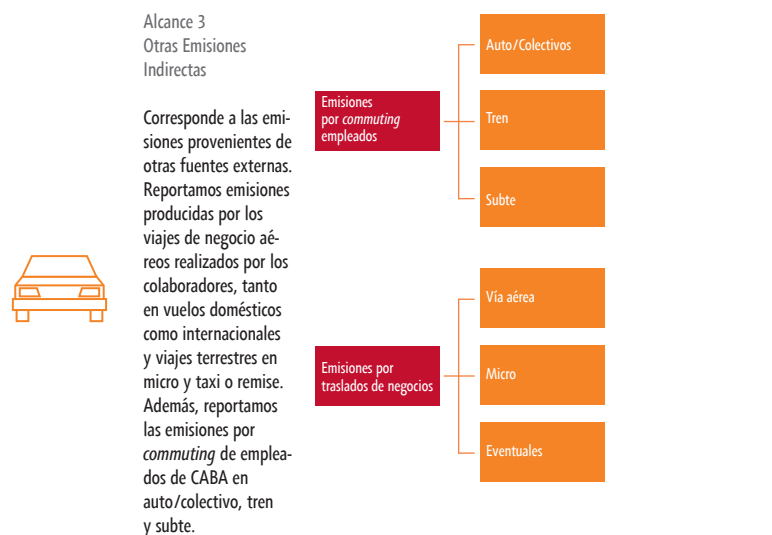
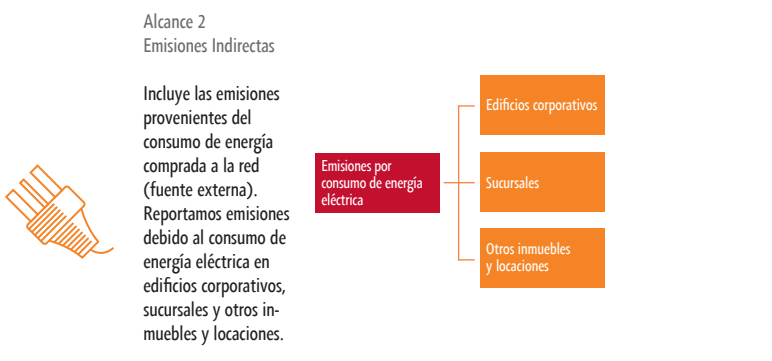
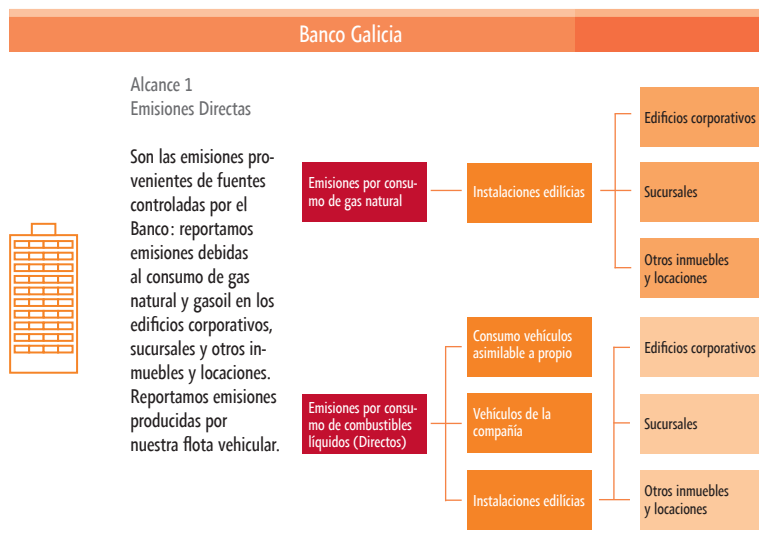
En términos de emisiones de gases de efecto invernadero entendemos que debemos satisfacer las demandas de energía que impulsen el crecimiento de la organización pero al mismo tiempo somos conscientes que debemos hacerlo logrando mejoras en la forma en que el Banco utiliza esa energía, es decir: eficiencia en el uso de la energía, que es el recurso de mayor consumo en el Banco. Estas mejoras en la eficiencia tendrán necesariamente un impacto en el nivel de emisiones de GEI.

Por tal motivo este año se llevó a cabo una nueva medición de la huella de carbono, con el mismo alcance que el 2012, a fin de tener una línea de base con la cual poder hacer comparaciones y nuevos análisis. Estas mediciones nos servirán para iniciar el camino para definir estrategias y acciones de mitigación de gases de efecto invernadero que tengan una relación directa con el consumo de energía eléctrica.

Nuevamente en el 2013 publicamos la información referente a nuestras emisiones de Gases de Efecto Invernadero en el Carbon Disclosure Project (organización sin fines de lucro que desde el año 2000 reúne información de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero de empresa).

El nivel de reporte en CDP logró ser más detallado por disponer de mayor información gracias a la ampliación de la medición de la huella de Carbono corporativa del Banco, alcanzando niveles de reporte comparables con los de Bancos internacionales más importantes.

Alcance de la medición del Carbono en Banco Galicia



Huella de Carbono de Banco Galicia

Huella de Carbono de Banco Galicia		Alcance Torre		Alcance Todo Banco Galicia	
		2011	2012	2013	2013
Emisiones directas	Alcance 1	669	1.215	1.231	
	Alcance 2	10.245	29.932	27.098	
Otras Emisiones Indirectas	Alcance 3	479	3.665	3.083	

Teniendo en cuenta estos valores, en Banco Galicia tenemos un ratio de intensidad de emisiones de gases de efecto invernadero de 0,14. Esto quiere decir que por cada m² de oficina o sucursales se emitieron a la atmósfera 0,14 toneladas de CO₂ equivalente.

8.5.2. Electricidad – Foco de emisiones

Del relevamiento de huella de carbono, se puede apreciar que el consumo de electricidad es la mayor fuente de emisiones, como se puede apreciar en el gráfico a continuación:

Comparativo Emisiones Alcance 1 & 2 (Ton CO₂ eq.)



Es por esta razón que en Banco Galicia trabajamos para reducir el consumo eléctrico mediante el programa de Uso Racional de Energía, Agua y Gas y sus actividades de Eficiencia Energética en Sucursales.

8.5.3. Otras acciones para reducir emisiones

Las reducciones logradas se realizaron en el marco del Programa de Ahorro de Energía y Gas Natural, considerándose una acción indirecta la reducción de emisiones asociadas a la reducción en los consumos.

Sin embargo, cabe destacar que en función de reducir las emisiones indirectas generadas por el Commuting de empleados y buscando fomentar una vida más sana, en la Torre Corporativa hay 42 estacionamientos de bicicleta disponibles, y 55 personas los utilizan en forma alternativa.

9. Tabla de contenidos GRI

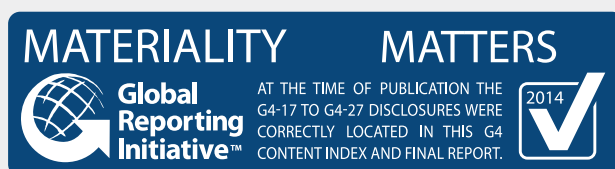
Global Reporting Initiative o Iniciativa de Reporte Global (GRI) es la iniciativa internacional para crear un marco común en el cual las empresas y organizaciones informen voluntariamente su impacto económico, medioambiental y social a través de indicadores de desempeño. Constituye una guía para la elaboración de reportes sociales o de desarrollo sustentable con validez internacional.

La Guía ofrece Principios de informes, contenidos básicos y pautas de implementación para la elaboración de memorias de sustentabilidad de las organizaciones, independientemente de su tamaño, sector o ubicación.

Se desarrolla a través de un proceso multisectorial global que involucra a representantes de empresas, los sindicatos, la sociedad civil, y los mercados financieros, así como los auditores o expertos en distintos campos, y en estrecho diálogo con los reguladores y las agencias gubernamentales en varios países.

La cuarta generación de la Guía GRI, G4, fue lanzada en mayo de 2013 y ha sido revisada y mejorada para reflejar importantes tendencias actuales y futuras en los reportes de sustentabilidad.

El objetivo de la Guía G4, es ayudar a los redactores de reportes a elaborar memorias de sustentabilidad significativas en las que se recojan datos útiles sobre las cuestiones más importantes para cada organización relacionadas con la sustentabilidad, así como contribuir a que la elaboración de reporte se convierta en una práctica habitual.



Contenidos Generales	Sección/ Respuesta	Verificación Externa - p. 75
Estrategia y Análisis		
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	4-5
G4-2	Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.	11-13, 16-17, 20-21, 42-45, 58-59, 64-65, 69, IC (24-29)
Perfil de la organización		
G4-3	Nombre de la organización.	10
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	10, 20-28, IC (38, 40-44, 48-49)
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	Buenos Aires, Argentina
G4-6	Países en los que opera la organización.	Banco Galicia no realiza actividades significativas en el exterior.
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.	10
G4-8	Mercados servidos.	10, 20-28, IC (38, 40-44, 48-49)
G4-9	Dimensiones de la organización.	11, 69
G4-10	Desglose de empleados de la organización.	34, IC (51-57)
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	69 99,31% de empleados con convenio colectivo de trabajo
G4-12	Descripción de la cadena de suministro de la organización.	18-19, 56
G4-13	Cambios significativos durante el período objeto de análisis en el tamaño, estructura, propiedad y cadena de suministro de la organización.	No se realizaron cambios significativos.
G4-14	Descripción de cómo la organización aborda, si procede, el principio de precaución.	13, 60, 64-65, IC (25-27, 74-77)
G4-15	Principios u otras iniciativas externas de carácter económico, social y ambiental que la organización suscribe o ha adoptado.	16-17, 44, 49-51, 65, 68
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	16-19, 65, IC (35-36, 76)
Aspectos materiales identificados y Cobertura		
G4-17	Listado de entidades cubiertas por los estados financieros de la organización y otros documentos equivalentes.	El Informe de Sustentabilidad 2013, al igual que la Memoria y balance del Banco, alcanza a Banco Galicia y sus empresas vinculadas: Tarjetas Regionales S.A. (el Banco posee el 77% del capital) y Compañía Financiera Argentina S.A. (el Banco posee el 97% del capital). El 99,62% de las acciones de Banco Galicia son controladas por el Grupo Financiero Galicia.
G4-18	Proceso de definición del contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.	7-9, IC (2-9)
G4-19	Listado de aspectos materiales.	9, IC (2-9)
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	IC (2-9) El Análisis de materialidad alcanza a Banco Galicia y sus empresas vinculadas.
G4-21	Cobertura de cada aspecto material fuera de la organización.	IC (2-9)
G4-22	Descripción de las consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas	69, IC (41) En todos los casos en los cuales la reexpresión de la información afectó la comparabilidad inter-anual de las tablas presentadas, se detalla su modificación en una nota al pie respectivamente.
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	No se realizaron cambios significativos.

Contenidos Generales	Sección/ Respuesta	Verificación Externa - p. 75
Participación de los grupos de interés		
G4-24	Listado de los grupos de interés vinculados a la organización.	18-19, IC (30-31)
G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que la organización trabaja.	18-19, IC (30-31)
G4-26	Descripción del enfoque adoptado para la participación de los grupos de interés.	6-10, 16-17, 30-31, 34, 45, 56, 60-61, IC (2-9, 11-12, 30-31, 39-40, 45-47, 58, 72)
G4-27	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y descripción de la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria.	9, 30-31, 34-35, 45, 60-61, IC (2-9, 11-12, 39-40, 58)
Perfil del Reporte		
G4-28	Período objeto de la memoria.	Año 2013
G4-29	Fecha de la última memoria.	Año 2012
G4-30	Ciclo de presentación de memorias.	Anual
G4-31	Punto de contacto para cuestiones relativas al contenido de la memoria.	76
G4-32	Opción «de conformidad» con la Guía que ha elegido la organización, Índice GRI de la opción elegida y referencia al Informe de Verificación externa.	70-75, IC (81-85) El Informe de Sustentabilidad 2013 de Banco Galicia alcanzó la opción exhaustiva "de conformidad" con la Guía G4 de GRI.
G4-33	Política y prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	75, IC (83-85)
Gobierno Corporativo		
G4-34	Estructura de gobierno de la organización y sus comités.	12-13, IC (15-16, 21-23)
G4-35	Proceso de delegación del órgano superior de gobierno de su autoridad en temas económicos, ambientales y sociales en la alta dirección y determinados empleados.	12-13, IC (18-23)
G4-36	Designación de un cargo ejecutivo o no ejecutivo con responsabilidad en temas económicos, ambientales y sociales, y si la misma reporta directamente al órgano superior de gobierno.	12-13, IC (17)
G4-37	Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno, en temas económicos, ambientales y sociales.	12-13, IC (23)
G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	12-13, IC (15-16, 21-23)
G4-39	Indicar si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	12-13, IC (15)
G4-40	Procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, y criterio utilizado para la nominación y selección de los miembros del primero.	12-13, CGS
G4-41	Procesos para prevenir y gestionar posibles conflictos de intereses en el órgano superior de gobierno.	10, 12-13, IC (13), CGS
G4-42	Rol del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, aprobación y actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	12-13, IC (17), CGS
G4-43	Medidas adoptadas para desarrollar y mejorar el conocimiento del órgano superior de gobierno con relación a los temas económicos, ambientales y sociales.	7-9, 12-13, IC (2, 9, 17), CGS
G4-44	Procesos de evaluación del desempeño de órgano superior de gobierno con respecto a la gobernanza de los temas económicos, ambientales y sociales.	12-13, IC (13, 24), CGS Durante 2013 no se registraron cambios en la composición del gobierno corporativo del Banco como consecuencia de la evaluación realizada a sus miembros.
G4-45	Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	7-9, 12-13, IC (2, 9, 23) El gobierno del Banco conoce y sigue las mediciones de la gestión de riesgos elaborada por el Área de Riesgo Operacional.
G4-46	Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos organizacionales de gestión del riesgo de temas económicos, ambientales y sociales.	IC (18-19)
G4-47	Frecuencia de supervisión del órgano superior de gobierno sobre los impactos, riesgos y oportunidades económicas, ambientales y sociales.	7-9, 12
G4-48	Máximo comité o cargo que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura que todos los aspectos materiales queden reflejados.	Daniel Antonio Llambías, Gerente General del Banco
G4-49	Proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	12-13, IC (23) Banco Galicia considera las "preocupaciones importantes" aquellas manifestaciones de los grupos de interés que puedan impactar en la gestión del negocio o en algún público clave del Banco.
G4-50	Naturaleza y número de preocupaciones importantes que fueron comunicadas al órgano superior de gobierno y mecanismos utilizados para su resolución.	12-13, IC (23)
G4-51	Políticas remunerativas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección.	13, IC (24)
G4-52	Proceso para determinar la remuneración.	13, IC (24)
G4-53	Indicar cómo son consideradas y tenidas en cuenta las opiniones de los grupos de interés en relación a la remuneración.	13, IC (24)
G4-54	Relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla del país correspondiente.	Dado el contexto local en el que se desarrollan las actividades de Banco Galicia, esta información resulta confidencial para salvaguardar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la entidad.
G4-55	Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla del país correspondiente.	Idem G4-54
Ética e Integridad		
G4-56	Describe los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización.	10, IC (13, 24-25), CO
G4-57	Mecanismos internos y externos para el asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y asuntos relacionados con la integridad organizacional, tales como líneas de ayuda.	10, IC (13, 24-25, 27, 46, 58)
G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas, asuntos relacionados con la integridad organizacional.	10, IC (13, 24-25, 27, 46, 58)

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos (Specific Standard Disclosures)

Aspecto Material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Sección	Verificación Externa - p. 75
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
Presencia en el Mercado	Enfoque de gestión	7-9, IC (2-9) Ante el contexto inflacionario que transita la Argentina en este momento, vemos relevante gestionar y comunicar los niveles de salarios y su relación con el SMVM. Por su parte, siendo que Banco Galicia es una entidad financiera de capitales nacionales, el valor por lo local toma una relevancia particular en nuestra gestión.	
	G4-EC5 Relación entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Todos los salarios del Banco se encuentran por encima del SMVM argentino. El salario inicial estándar supera en un 171% el SMVM.	✓
	G4-EC6 Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local, en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Banco Galicia cuenta con una política de empleo donde se da preferencia a la contratación local, siempre que se cumpla con los requisitos del puesto.	✓
Prácticas de Contratación	Enfoque de gestión	7-9, IC (2-9) En Banco Galicia valoramos el impacto en el desarrollo económico que generamos al incluir proveedores Pymes y locales. Es por eso que buscamos comprar responsablemente y sumar año a año a emprendimientos sustentables a través de nuestras compras inclusivas.	
	G4-EC9 Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	57 Banco Galicia no tiene una política de selección basada en la contratación de proveedores locales, entendiéndolos por empresas de las provincias donde se encuentran las sucursales. El 100% de los proveedores de Banco Galicia son empresas nacionales o internacionales con sede en la Argentina.	✓
DESEMPEÑO AMBIENTAL			
Materiales	Enfoque de gestión	7-9, 13, 60, 62-63, IC (2-9, 26-27, 74), PA	
	G4-EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	62-63	✓
	G4-EN2 Porcentaje de materiales utilizados que son reciclados.	62-63 Los sobres reutilizables contienen un porcentaje de papel reciclado.	✓
Energía	Enfoque de gestión	7-9, 13, 60, 63, IC (2-9, 26-27, 74), PA	
	G4-EN3 Consumo energético interno.	63, IC (77-79)	✓
	G4-EN4 Consumo energético externo	IC (77-79)	✓
	G4-EN5 Intensidad energética	63, 66	✓
	G4-EN6 Reducción del consumo energético.	IC (77-79)	✓
	G4-EN7 Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios	60-63, 67, IC (77-79)	✓
Agua	Enfoque de gestión	7-9, 13, 60, 63, IC (2-9, 74), PA	
	G4-EN8 Captación total de agua según la fuente	63 Existen 4 sucursales con toma de agua por perforación. Su consumo total agregado estimado es menor a los 161m ³ /mes. No resulta una afectación significativa.	✓
	G4-EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Ídem G4-EN8	✓
	G4-EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	67	✓
Emisiones	Enfoque de gestión	7-9, 13, 60, IC (2-9, 74, 77-79), PA	
	G4-EN15 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	IC (77-79)	✓
	G4-EN16 Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 2).	66, IC (77-79)	✓
	G4-EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	IC (77-79)	✓
	G4-EN18 Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	IC (77-79)	✓
	G4-EN19 Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	IC (77-79)	✓
	G4-EN20 Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	IC (77-79)	✓
	G4-EN21 NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas.	Razones por omisión Este indicador no aplica a Banco Galicia siendo que es una entidad financiera y no emite NO, SO y otras emisiones en forma significativa.	✓
Efluentes y residuos	Enfoque de gestión	7-9, 13, 60, 62, IC (2-9, 74, 77-79), PA	
	G4-EN22 Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	Existen 4 sucursales con vertido a pozo absorbente y cámara séptica. Su consumo es del tipo domiciliario, y sus vertidos también. No resulta en vertidos significativos. El resto de las oficinas y sucursales del Banco se encuentran en zonas urbanas y los efluentes generados son tratados por el servicio de saneamiento público.	✓
	G4-EN23 Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	62 En las sucursales, por una limitación operativa de alcance, no se realizan mediciones aunque sí se gestionan los residuos.	✓
	G4-EN24 Número y volumen totales de los derrames significativos.	No se produjeron derrames.	✓
	G4-EN25 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos i, ii, iii y viii del convenio de basilea2, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No se importan ni exportan residuos. Los residuos peligrosos son transportados en forma local, son los mismos reportados como residuos peligrosos dispuestos (G4 EN23).	✓
	G4-EN26 Identificación, tamaño, estado de protección y valor en términos de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	Todas las oficinas y sucursales de Banco Galicia se encuentran en zonas urbanas y nuestras operaciones no impactan significativamente en espacios naturales protegidos o áreas de alta biodiversidad no protegidas.	✓

Aspecto Material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Sección	Verificación Externa - p. 75
Productos y servicios	Enfoque de gestión	7-9, 13, 60, 64-65, 67, IC (2-9, 26-27, 74), PA	
	G4-EN27 Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	64-65, 67 Como acción indirecta de mitigación de los impactos de productos y servicios, Banco Galicia busca transformar sus sucursales en sucursales Eco Responsables.	✓
	G4-EN28 Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se regeneran al final de su vida útil, por categorías de productos.	Razones por omisión Por la naturaleza de sus actividades, Banco Galicia no recupera productos ni packaging para volver a ser reinsertados en el ciclo de producción.	✓
Cumplimiento normativo	Enfoque de gestión	7-9, 13, 60, IC (2-9, 26-27, 74), PA	
	G4-EN29 Valor monetario de multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	No se recibieron multas.	✓
Evaluación Ambiental de Proveedores	Enfoque de gestión	7-9, 13, 56, 60, IC (2-9, 26-27, 74), CO, PA	
	G4-EN32 Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados en función de criterios ambientales.	56, CO, PA Durante 2013 hemos comenzado el proceso de visitas a proveedores para su evaluación social y ambiental. Hasta el momento realizamos una visita, resultando satisfactoria, y el desafío es ampliar el alcance durante 2014.	✓
	G4-EN33 Impactos ambientales negativos significativos reales y potenciales en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	Ídem G4-EN32	✓
DESEMPEÑO SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE			
Empleo	Enfoque de gestión	7-9, 36, 56, IC (2-9, 85)	
	G4-LA1 Número y tasa de nuevos empleados contratados y rotación media de empleados, desglosados por edad, género y región.	34, IC (51-56)	✓
	G4-LA2 Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	40-41	✓
	G4-LA3 Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por género.	41	✓
Relaciones Empresa/ Trabajadores	Enfoque de gestión	7-9, IC (2-9, 85)	
	G4-LA4 Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	Los períodos 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.	✓
Formación y Educación	Enfoque de gestión	7-9, 37, IC (2-9, 57, 59)	
	G4-LA9 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	37-39, IC (57)	✓
	G4-LA10 Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	10, 12-13, 37-39, 60-61, 65, IC (17, 57)	✓
	G4-LA11 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por categoría profesional y por género.	IC	✓
Diversidad e Igualdad de Oportunidades	Enfoque de gestión	7-10, 36, IC (2-9,13, 85) El respeto por las personas y la lucha contra la discriminación son parte esencial de nuestra gestión en Recursos Humanos.	
	G4-LA12 Órganos de gobierno corporativo y plantilla por categoría profesional, edad, género y pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	12-13, 34, 69, IC (15-16, 51-56)	✓
Evaluación de Proveedores sobre Prácticas Laborales	Enfoque de gestión	7-10, 56, CO, IC (2-9), PA	
	G4-LA14 Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados en función de criterios de prácticas laborales.	Ídem G4-EN32	✓
	G4-LA15 Impactos negativos significativos reales y potenciales sobre prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	Ídem G4-EN32	✓
Mecanismos de Reclamos sobre Prácticas Laborales	Enfoque de gestión	7-9, IC (2-9, 13, 58)	
G4-LA16 Número de quejas sobre prácticas laborales presentadas, tratadas, y resueltas a través de mecanismos formales.	IC (58)	✓	
DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS			
Inversión	Enfoque de gestión	7-9, IC (2-9,13, 85)	
	G4-HR1 Porcentaje y número total de acuerdos y contratos de inversión significativos que incluyan cláusulas incorporando preocupaciones por los derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	44-45 La inversión social realizada por Banco Galicia tiene directa relación con los Derechos Humanos.	✓
	G4-HR2 Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos, incluyendo porcentaje de empleados formados.	10 Durante 2013 16 líderes del Banco fueron capacitados en DDHH.	✓
Evaluación de Proveedores sobre Derechos Humanos	Enfoque de gestión	7-10, 60, CO, IC (2-9), PA	
	G4-HR10 Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios de derechos humanos.	Ídem G4-EN32	✓
	G4-HR11 Impactos negativos significativos reales y potenciales sobre derechos humanos en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	Ídem G4-EN32	✓

Aspecto Material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Sección	Verificación Externa - p. 75
DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD			
Comunidades Locales	Enfoque de gestión	7-10, 43-49, IC (2-9)	
	G4-S01 Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	45, 49-52, IC (65-68)	✓
	G4-S02 Operaciones con importantes impactos negativos significativos potenciales o reales sobre las comunidades locales.	45, 64-65, IC (76-77) No se registraron impactos negativos en las comunidades locales por el desarrollo de las operaciones del Banco.	✓
Anti-corrupción	Enfoque de gestión	7-10, IC (2-9, 13, 24-25, 85)	
	G4-S03 Porcentaje y número de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	10, 13, IC (13, 24-25) Todas las unidades de negocio son analizadas en materia de corrupción.	✓
	G4-S04 Políticas y procedimientos de comunicación y formación sobre la lucha contra la corrupción.	10, 13, IC (13)	✓
	G4-S05 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	No se registraron durante 2013 casos vinculados a hechos de corrupción en ninguna de las operaciones del Banco.	✓
DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO			
Salud y Seguridad del Cliente	Enfoque de gestión	7-10, 13, 29, IC (2-9, 24-25)	
	G4-PR1 Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos evaluados en impactos en salud y seguridad.	10, 13, 29, IC (24-25)	✓
	G4-PR2 Número de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes.	No se reportaron incidentes.	✓
Etiquetado de productos y servicios	Enfoque de gestión	7-10, 13, 29, IC (2-9, 13, 24-25)	✓
	G4-PR3 Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetos a tales requisitos.	10, 12-13, 29, IC (13, 24-25) El 100% de los productos, servicios y operaciones del Banco se rigen por la normativa del BCRA, el Código de Prácticas Bancarias y la Comisión Nacional de Valores.	✓
	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.	IC (27, 58)	✓
	G4-PR5 Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	30-31, IC (39-40)	✓
Privacidad del Cliente	Enfoque de gestión	7-10, 13, 29, IC (2-9, 13, 24-25)	✓
	G4-PR8 Número de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	No se reportaron incidentes.	✓
Cartera de Productos	Enfoque de gestión	7-10, 22, IC (2-9, 69)	✓
	FS6 Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión y el sector de actividad.	11, 22-23, 69, IC (38, 74)	✓
	FS7 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	24-28, IC (69)	✓
	FS8 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito.	64-65, 68, IC (74-75)	✓
Auditoría	Enfoque de gestión	7-9, 60, 64, 75, IC (2-9, 74), PA	
	FS9 Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	60	✓
Activismo Accionarial	Enfoque de gestión	7-9, CGS	✓
	FS10 Porcentaje y número de compañías dentro de la cartera de la entidad con las que la organización informante ha interactuado en temas medioambientales y sociales.	64-65, 68, IC (74-75)	✓
	FS11 Porcentaje de activos sujetos a controles medioambientales o sociales tanto positivos como negativos.	64-65, IC (74-75) El porcentaje de préstamos sujetos a controles ambientales y sociales es aproximadamente el 29% del total de la cartera de activos, de acuerdo con el estado de situación patrimonial consolidado.	✓
	FS12 Política(s) de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre la cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto.	Banco Galicia no dispone de políticas de voto formales en relación a aspectos ambientales y sociales para entidades sobre las que tiene derecho a voto o actúa como asesor.	✓

Referencias:

CGS Código de Gobierno Societario. www.cnv.gob.ar
PA Política ambiental. galiciasustentable.com
IC Informe complementario en galiciasustentable.com/IS2013
MB Memoria y Balance 2013 de Banco Galicia
CO Código de Conducta de Proveedores bancogalicia.com

10. Pacto Global de Naciones Unidas

El Pacto Global de Naciones Unidas es una iniciativa internacional cuyo objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de diez principios basados en los derechos humanos, laborales y medioambientales y de lucha contra la corrupción.

En Banco Galicia somos uno de los socios fundadores de la Red en la Argentina,

participando activamente desde 2004. Asimismo, durante 2013 formamos parte de la Mesa Directiva local.

Desde nuestra adhesión, elaboramos anualmente una Comunicación sobre el Progreso (COP), disponible en la web www.pactoglobal.org.ar, que recoge información detallada sobre políticas y las acciones específicas implantadas en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

Este año presentamos nuestra COP 2013 Nivel Avanzado, a partir del documento realizado por el Pacto Global y la Iniciativa de Reporte Global, en el cual se establece la conexión entre los principios del Pacto y la Guía G4 de GRI.¹

	PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS
Categorías	Principios
Derechos Humanos	Principio 1 - Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia. Principio 2 - Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
Trabajo	Principio 3 - Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. Principio 4 - Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. Principio 5 - Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. Principio 6 - Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
Medio Ambiente	Principio 7 - Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Principio 8 - Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
Anti-corrupción	Principio 9 - Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente. Principio 10 - Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

11. ISO 26000

BANCO GALICIA, HA USADO LA NORMA ISO 26000 COMO GUÍA PARA INTEGRAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN SUS VALORES Y PRÁCTICAS.

La Norma de Responsabilidad Social ISO 26000 proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la responsabilidad social, el reconocimiento de la responsabilidad social y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la responsabilidad social, y sobre las maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la

organización. (Extracto de la Sección “Introducción”, Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social, ISO 26000:2010 (traducción oficial). Primera edición 2010-11-01).

Bajo principios y recomendaciones, promueve la adopción de criterios de responsabilidad social basada en 7 materias fundamentales: gobernanza, prácticas justas de operación, derechos humanos, asuntos de consumidores, prácticas laborales, participación activa y desarrollo de la comunidad y medioambiente.

Hemos considerado para la elaboración de este Informe de Sustentabilidad 2013 las materias fundamentales y principios de Responsabilidad Social propuestas por esa Guía, así como las prácticas recomendadas para mejorar los resultados en el desempeño de la responsabilidad social.

Utilizamos el documento “GRI G4 Guidelines and ISO 26000:2010 How to use the GRI G4 Guidelines and ISO 26000 in conjunction” que hacen referencia a la relación entre la Norma ISO 26000 y GRI G4².

¹ <https://www.globalreporting.org/.../UNGC-G4-linkage-publication.pdf>

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Generales (General Standard Disclosures)

Contenidos Generales	Cláusula ISO 26000
Estrategia y Análisis	4.7, 6.2, 7.4.2
Perfil de la organización	6.3.10, 6.4.1-6.4.2, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.8.5, 7.8
Aspectos materiales identificados y Cobertura	5.2, 7.3.2, 7.3.3, 7.3.4
Participación de los grupos de interés	5.3
Perfil del Reporte	7.5.3, 7.6.2
Gobierno Corporativo	6.2, 7.4.3, 7.7.5
Ética e Integridad	4.4, 6.6.3

Indicadores GRI Guía G4 – Contenidos Específicos (Specific Standard Disclosures)

Aspecto Material	Enfoque de Gestión e Indicadores	Cláusula ISO 26000	
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
Desempeño Económico	Enfoque de gestión		
	G4-EC1 Valor económico directo generado y distribuido.	6.8.1-6.8.2, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9	
	G4-EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debidos al cambio climático.	6.5.5	
	G4-EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	6.8.7	
G4-EC4 Ayudas financieras recibidas de gobiernos.			
Prácticas de Contratación	Enfoque de gestión		
	G4-EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local por género en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.4, 6.8.1-6.8.2	
	G4-EC6 Proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local, en operaciones significativas.	6.4.3, 6.8.1-6.8.2, 6.8.5, 6.8.7	
Impactos Económicos Indirectos	Enfoque de gestión		
	G4-EC7 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público.	6.3.9, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7, 6.8.9	
	G4-EC8 Impactos económicos indirectos significativos, y su alcance.	6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8.1-6.8.2, 6.8.5, 6.8.7, 6.8.9	
Prácticas de Contratación	Enfoque de gestión		
	G4-EC9 Proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en operaciones significativas.	6.4.3, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 6.8.7,	
DESEMPEÑO AMBIENTAL			
Materiales	Enfoque de gestión		
	G4-EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.		
	G4-EN2 Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados.	6.5.4	
		6.5.4	
	Enfoque de gestión		
	G4-EN3 Consumo de energía dentro de la organización.		
	G4-EN4 Consumo energético externo	6.5.4	
	G4-EN5 Intensidad energética	6.5.4	
	G4-EN6 Reducción del consumo de energía.	6.5.4	
	G4-EN7 Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios	6.5.4, 6.5.5	
		6.5.4, 6.5.5	
	Agua	Enfoque de gestión	
		G4-EN8 Captación total de agua según la fuente	
		G4-EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	6.5.4
G4-EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada		6.5.4	
	6.5.4		
Biodiversidad	Enfoque de gestión		
	G4-EN11 Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	6.5.6	
	G4-EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de diversidad biológica no protegidas derivados de las actividades, productos y los servicios.	6.5.6	
	G4-EN13 Hábitats protegidos o restaurados.		
	G4-EN14 Número de especies incluidas en la lista roja de la uicn y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	6.5.6	
	6.5.6		

Emisiones	Enfoque de gestión		
	G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1)	6.5.5
	G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 2).	6.5.5
	G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3).	6.5.5
	G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero	6.5.5
	G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	6.5.5
	G4-EN20	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	6.5.3, 6.5.5
	G4-EN21	NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas.	6.5.3
Efluentes y residuos	Enfoque de gestión		
	G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	6.5.3, 6.5.4
	G4-EN23	Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento.	6.5.3
	G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	6.5.3
	G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos i, ii, iii y viii del convenio de basilea2, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	6.5.3
	G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor en términos de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	6.5.3, 6.5.4, 6.5.6
Productos y servicios	Enfoque de gestión		
	G4-EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	6.5.3, 6.5.4, 6.5.5, 6.7.5
	G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se regeneran al final de su vida útil, por categorías de productos.	6.5.3, 6.5.4, 6.7.5
Cumplimiento normativo	Enfoque de gestión		
	G4-EN29	Coste de multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	4.6
Transporte	Enfoque de gestión		
	G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	6.5.4, 6.6.6
General	Enfoque de gestión		
	G4-EN31	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	6.5.1-6.5.2
Evaluación Ambiental de Proveedores	Enfoque de gestión		
	G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios ambientales	6.3.5, 6.6.6, 7.3.1
	G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos actuales y potenciales en la cadena de valor, y medidas adoptadas.	6.3.5, 6.6.6, 7.3.1
Mecanismos de reclamos sobre impactos ambientales	Enfoque de gestión		
	G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	6.3.6
Empleo	DESEMPEÑO SOCIAL: PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE		6.4.1-6.4.2
	Enfoque de gestión		
	G4-LA1	Número total y tasa de nuevos empleados contratados y rotación de empleados, desglosados por grupo de edad, género y región.	6.4.3
	G4-LA2	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, desglosado por lugares significativos de las operaciones.	6.4.4, 6.8.7
	G4-LA3	Tasas de retorno al trabajo y de retención después de la licencia parental, por género.	6.4.4
Relaciones Empresa/ Trabajadores	Enfoque de gestión		
	G4-LA4	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos.	6.4.3, 6.4.5
Salud y Seguridad Ocupacional	Enfoque de gestión		
	G4-LA5	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	6.4.6
	G4-LA6	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y género.	6.4.6, 6.8.8
	G4-LA7	Trabajadores con alta incidencia o riesgo de contraer enfermedades relacionadas con su ocupación.	6.4.6, 6.8.8
	G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	6.4.6
Formación y Educación	Enfoque de gestión		
	G4-LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por género y por categoría de empleado.	6.4.7
	G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua.	6.4.7, 6.8.5
	G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por categoría profesional y por género.	6.4.7

Diversidad e Igualdad de Oportunidades	Enfoque de gestión	6.2.3, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3
G4-LA12	Órganos de gobierno corporativo y plantilla por categoría de empleado, desglosado por género, grupo de edad y pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	
Igualdad de remuneración entre mujeres y hombres	Enfoque de gestión	6.3.7, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.4
G4-LA13	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicación de operaciones significativas.	
Evaluación de Proveedores sobre Prácticas Laborales	Enfoque de gestión	6.3.5, 6.4.3, 6.6.6, 7.3.1
G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios de prácticas laborales.	
G4-LA15	Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre prácticas laborales en la cadena de valor, y medidas adoptadas.	6.3.5, 6.4.3, 6.6.6, 7.3.1
Mecanismos de Reclamos sobre Prácticas Laborales	Enfoque de gestión	6.3.6
G4-LA16	Número de quejas sobre prácticas laborales presentadas, tratadas, y resueltas a través de mecanismos formales.	

DESEMPEÑO SOCIAL: PRACTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE

Inversión	Enfoque de gestión	
G4-HR1	Porcentaje y número total de acuerdos y contratos de inversión significativos que incluyan cláusulas incorporando preocupaciones por los derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	6.3.3, 6.3.5, 6.6.6
G4-HR2	Horas de formación de empleados sobre políticas y procedimientos relacionados a los derechos humanos, incluyendo porcentaje de empleados formados.	6.3.5
No discriminación	Enfoque de gestión	6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3
G4-HR3	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas	
Libertad de Asociación y Convenios Colectivos	Enfoque de gestión	6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.5, 6.6.6
G4-HR4	Actividades y proveedores en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan ser violados o correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	
Explotación Infantil	Enfoque de gestión	6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10, 6.6.6, 6.8.4
G4-HR5	Actividades y proveedores identificados como de riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su efectiva abolición.	
Trabajos Forzados u obligatorios	Enfoque de gestión	6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.10, 6.6.6
G4-HR6	Operaciones y proveedores identificados como de riesgo significativo de ser origen de todo tipo de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	
Prácticas de Seguridad	Enfoque de gestión	6.3.4, 6.3.5, 6.6.6
G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en aspectos de derechos humanos.	
Derechos de los indígenas	Enfoque de gestión	6.3.4, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8, 6.6.7, 6.8.3
G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	
Evaluación	Enfoque de gestión	6.3.3, 6.3.4, 6.3.5
G4-HR9	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	
Evaluación de Proveedores sobre Derechos Humanos	Enfoque de gestión	6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.6.6
G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios de derechos humanos.	
G4-HR11	Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre derechos humanos en la cadena de valor, y medidas adoptadas.	6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.6.6
Mecanismos de Reclamos sobre Derechos Humanos	Enfoque de gestión	6.3.6
G4-HR12	Número de quejas sobre derechos humanos presentadas, tratadas, y resueltas a través de mecanismos formales.	

DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD

Comunidades Locales	Enfoque de gestión	6.3.9, 6.5.1-6.5.2, 6.5.3, 6.8
G4-S01	Porcentaje de operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	
G4-S02	Operaciones con importantes impactos negativos significativos potenciales o reales sobre las comunidades locales.	6.3.9, 6.5.3, 6.8

Anti-corrupción	Enfoque de gestión	
	G4-S03	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. 6.6.1-6.6.2, 6.6.3
	G4-S04	Comunicación y formación en políticas y procedimientos de anticorrupción. 6.6.1-6.6.2, 6.6.3, 6.6.6
	G4-S05	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. 6.6.1-6.6.2, 6.6.3
Política Pública	Enfoque de gestión	
	G4-S06	Valor total de aportaciones políticas, por país y beneficiario. 6.6.1-6.6.2, 6.6.4
Comportamiento de competencia desleal	Enfoque de gestión	
	G4-S07	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas. 6.6.1-6.6.2, 6.6.5, 6.6.7
Cumplimiento normativo	Enfoque de gestión	
	G4-S08	Valor monetario de sanciones, multas y sanciones no monetarias por el incumplimiento de leyes y regulaciones. 4.6
Evaluación de Proveedores de impactos en la sociedad	Enfoque de gestión	
	G4-S09	Porcentaje de nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios sobre impacto en la sociedad. 6.3.5, 6.6.1-6.6.2, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 7.3.1
	G4-S010	Impactos negativos significativos actuales y potenciales sobre la sociedad en la cadena de valor, y medidas adoptadas. 6.3.5, 6.6.1-6.6.2, 6.6.6, 6.8.1-6.8.2, 7.3.1
Mecanismos de Reclamos sobre impactos en la sociedad	Enfoque de gestión	
	G4-S011	Número de quejas sobre impactos en la sociedad presentadas, tratadas, y resueltas a través de mecanismos formales. 6.3.6, 6.6.1-6.6.2, 6.8.1-6.8.2
DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO		
Salud y Seguridad del Cliente	Enfoque de gestión	
	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos evaluados en impactos en salud y seguridad. 6.7.1-6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8 4.6, 6.7.1-6.7.2, 6.7.4, 6.7.5, 6.8.8
	G4-PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación relativa a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad de clientes. 6.7.1-6.7.2, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.9 4.6, 6.7.1-6.7.2, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.9
Etiquetado de productos y servicios	Enfoque de gestión	6.7.1-6.7.2, 6.7.6
	G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos. 4.6, 6.7.1-6.7.2, 6.7.3
	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. 6.7.1-6.7.2, 6.7.7
	G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes. 4.6, 6.7.1-6.7.2, 6.7.6
Comunicaciones de marketing	Enfoque de gestión	
	G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.
	G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.
Privacidad del Cliente	Enfoque de gestión	
	G4-PR8	Número total de reclamaciones en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
Cumplimiento normativo	Enfoque de gestión	
	G4-PR9	Coste de multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.