

01

INTRODUCCIÓN



- ANÁLISIS DE MATERIALIDAD
- PARTICIPANTES EN EL PROCESO DE RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN
- PRINCIPALES RESULTADOS DE LA ENCUESTA A GRUPOS DE INTERÉS
- IDENTIFICACIÓN, DIÁLOGO Y COMPROMISO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS
- LOS CAPITALES DEL MARCO DE REPORTES INTEGRADOS <IR>
- LINEAMIENTOS QUE GUÍAN NUESTRA GESTIÓN
- PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

En este documento publicamos información adicional al Informe Integrado 2019 del Grupo Financiero. Este “Informe integrado ampliado” cuenta con datos de gestión y resultados en materia económica, social y ambiental, presentados según los lineamientos de la Iniciativa de Reporte Global (GRI) y el Marco Internacional de Reporte Integrado (-IR-) del

Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC). A su vez, fueron marco de nuestra rendición de cuentas los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas, los Principios de Banca Responsable de la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), los principios del Pacto Global de Naciones Unidas y la ISO 26000 de Responsabilidad Social.

De esta forma, a partir de un trabajo articulado entre las áreas clave de las Compañías que integran el Grupo: Banco Galicia, Naranja, Galicia Seguros y Galicia Administradora de Fondos, comunicamos a todos los públicos clave cómo el Grupo genera valor a sus grupos de interés y contribuye al desarrollo sostenible de nuestra sociedad.

1.1. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

102-29, 102-31, 102-34, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 102-49, 103-1, 103-2, 103-3

El Grupo realizó el proceso de Análisis de Materialidad según los principios del Estándar “GRI 101: Foundation 2016”: materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad. Asimismo, tomó en consideración el estándar AA1000SES de *AccountAbility*, los Principios de Banca Responsable de UNEP FI, la Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social, los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En base a estos lineamientos internacionales y en el marco del proceso de elaboración del Informe Integrado 2019, realizamos el Análisis de Materialidad cumpliendo con las siguientes etapas:

Identificación

Como primer paso, partiendo de la nueva Visión Estratégica, Propósito y Objetivos de negocio, y de los Análisis de materialidad anteriores¹; el Grupo revisó el listado de temas materiales 2018 para elaborar un listado actualizado a las nuevas tendencias del mercado financiero y agenda internacional en materia de sustentabilidad. Además, tuvo en consideración los Principios de Banca Responsable de UNEP FI que Banco Galicia firmó en septiembre de 2019. A partir de los resultados de este ejercicio se seleccionaron los Estándares GRI a reportar en el Índice de Contenidos GRI presentados en el Informe Integrado 2019.

Priorización

Para conocer las opiniones de los referentes externos en materia de sustentabilidad, el Grupo realizó, en el marco del lanzamiento del Informe 2018, una encuesta telefónica sobre la rendición de cuentas y los principales temas de la gestión de sustentabilidad a representantes de los públicos clave del Grupo Financiero Galicia: clientes, referentes de la comunidad, colaboradores y personas del segmento de seguros. Estos resultados fueron tenidos en consideración por las compañías del Grupo para su gestión y también para la presentación de la información en el Informe Integrado 2019.

Por su parte, en el lanzamiento del proceso de elaboración del Informe 2019 el Grupo Operativo - representado por referentes de todas las áreas clave de las compañías del Grupo responsables del relevamiento de la información publicada en este documento - analizaron los temas materiales y los priorizaron a la luz de los hitos del año que presentamos en el Informe Integrado 2019.

Cabe destacar que a los Tópicos seleccionados por el Grupo según su Listado de Materialidad se agregaron los siguientes tres que consideramos relevantes: Libertad de asociación y convenios colectivos, Trabajo Infantil y Trabajo Forzoso; teniendo en cuenta el compromiso de Banco Galicia con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas y su presentación de la Comunicación sobre el Progreso 2019 en nivel Avanzado.

Además, vale aclarar que a los temas incluidos en los índices de Contenidos GRI anteriores, este año se sumaron dos temas materiales propios - Transformación digital y Experiencia de Cliente - por la relevancia de estos asuntos para la gestión del Grupo.

Validación

Con el objetivo de garantizar que el Informe proporcione una razonable y equilibrada representación del desempeño de sustentabilidad del Grupo, incluyendo sus impactos positivos y negativos, y las expectativas de los grupos de interés, el Comité de Dirección revisa los contenidos previos a su publicación.

Revisión

PwC Argentina audita externamente la información, verificando el cumplimiento del proceso del Análisis de Materialidad según los lineamientos utilizados, y la correcta respuesta a los Estándares GRI materiales respondidos en el Informe para que estén referenciados correctamente en las páginas del Informe y documentos complementarios para dar respuesta a cada uno de manera precisa. Además, certifica la veracidad del 100% de la información publicada en el Informe Integrado del Grupo como en los documentos complementario.

En lo que respecta a la revisión externa, el marco de su publicación de los Informes realizamos anualmente una encuesta telefónica a distintos grupos de interés para relevar sus opiniones y expectativas sobre la rendición de cuentas del Grupo. En este caso, la revisión se realizará en el marco del lanzamiento de este Informe 2019, y los resultados serán tenidos en cuenta en la próxima publicación y en la gestión del Grupo durante 2020. De esta forma, el proceso del análisis de materialidad se retroalimenta en cada ciclo siendo que la revisión por parte de los grupos de interés se toma en cuenta en la etapa de priorización del ejercicio siguiente.

1. Para más información sobre los análisis de materialidad anteriores ver Informe Integrado Ampliado 2018 del Grupo Financiero Galicia.

Cuadro de temas materiales y estándares GRI

CAPITALES	GRUPO DE INTERÉS	TEMA MATERIAL 2019	ESTÁNDARES GRI
CAPITAL FINANCIERO 	Accionistas Inversores Entes reguladores	<ul style="list-style-type: none"> Desempeño Económico Riesgo 	<ul style="list-style-type: none"> Desempeño económico Presencia en el mercado Anti-corrupción
CAPITAL INTELECTUAL 	Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia del cliente Transformación digital 	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia del cliente Transformación digital
CAPITAL INDUSTRIAL 	Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Presencia de mercado Seguridad y privacidad del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> Cartera de productos con beneficios sociales y ambientales Salud y seguridad del cliente Privacidad del cliente Accesibilidad
CAPITAL HUMANO 	Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> Atracción y retención de talento 	<ul style="list-style-type: none"> Empleo Diversidad e igualdad de oportunidades Formación y enseñanza Clima laboral
CAPITAL SOCIAL 	Comunidad Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Articulación multisectorial Gestión de programas de impacto social Vínculo con proveedores críticos 	<ul style="list-style-type: none"> Comunidades locales Articulación público-privada Impacto económico indirecto Cartera de productos con beneficios sociales y ambientales Participación de grupos de interés en acciones sociales
CAPITAL NATURAL 	Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> Gestión ambiental Emisiones Productos y servicios bajo criterios sociales y ambientales 	<ul style="list-style-type: none"> Materiales Energía Emisiones Efluentes y residuos Cartera de productos con beneficios sociales y ambientales

1.2. PARTICIPANTES DEL PROCESO DE RELEVAMIENTO DE INFORMACIÓN

El Reporte Integrado del Grupo y este Informe Completo se realizan con el aporte de un Grupo Operativo conformado por colaboradores de todas las áreas de las compañías quienes son responsables del relevamiento de la información a publicar. Este Grupo Operativo está integrado por:

- Maria Cecilia Auferil - Compliance
- Lucas Giordano - Riesgo operacional
- Federico Gatti - Consolidación y control del riesgo
- Enrique Pedemonte - Grupo Financiero Galicia
- Martina Del Carril - Asesoría Legal
- Etienne Ducreit - Relaciones Institucionales y con Inversores
- Pablo Firvida - Relaciones Institucionales y con Inversores
- Fernando Raverta - Gestión Estratégica del Riesgo
- Andrea Fernandez Nappini - Riesgo de Financiación
- José Ronsini - Contaduría
- Ivana Marrone - Legales
- Gabriela Navarro Nascroile - Contaduría
- Rodrigo Muscia - Contaduría
- Fernando Montes - Research
- Luciana Andrea Monteverde - Presupuesto y planificación
- Mariana Saavedra - Contaduría
- Lourdes Zambrana - Contaduría
- Santiago Iribarne - Contaduría
- Martin Quinteiro - Research
- Leonardo Torres Barsanti - Research
- Pamela Lecuona - Planeamiento Banca Minorista
- Ignacio Vernengo - Seguridad
- Fabian Ruocco - Relaciones Laborales
- Martin Furmanski - Productos Activos y Convenios
- Nicolas Copello - Tarjetas Regionales
- Alfredo Marzano - Sector Público
- Cecilia Pascual - Control de Gestión
- Emiliano Porciani - Segmentos
- Germán Silvero - Control de Gestión
- Norberto Quirno - Mercado de capitales
- Tomás Ayanz - Productos
- Maria Paula Biedma - Rentabilidad y Asignación de Recursos
- Gabriela Franco - Desarrollo del canal
- Ariel Desanto - Banca Corporativa
- Ariel Sanchez - Productos de Inversión
- Santiago Justiniano - Comercio Exterior
- Diego Furno - Medios de Pago
- Ricardo Jaimes Freyre - FIMA
- Gisele Dastru - FIMA
- Fabian Vivo - Ciberseguridad
- Carolina Aguirre - Experiencia
- Maria Bullrich - Experiencia
- Lorena Barceló - Experiencia
- Marisol Sapere - Infraestructura
- Alejandro Garcia Nuñez - Control de Gestión
- Ignacio Costa - Centro de Excelencia
- Luis Ezequiel Bruno - Gestión de la demanda
- Laura Fiorelli - PMO
- Gustavo Mighetti Colombo - Tarjetas Regionales
- Maximiliano Simsic - Planeamiento Banca Minorista
- Juliana Uva - Comunicaciones Masivas
- Maria Arraztoa - Desarrollo y empleo
- Lucila Pavicic - Reconocimiento, Clima y Beneficios
- Guadalupe Gonzalez Menichelli - Cambio Cultural
- Casandra Giuliano - Transformación Cultural
- Rodolfo Zimmerman - Diseño e Innovación
- Angel Montes De Oca - Compensaciones
- Sebastián Herrera - Compensaciones
- Laura Fernandez - Bienestar, Salud y Productos
- Ignacio Alonso - Nómina y control de gestión
- Ana I. Parimbelli - Administración y gestión
- Erica Reynoso - Asesoría de personas
- Agostina Camarotti - Diseño e Innovación
- Lorena Bel - Célula Personas
- Maria L. Salina - Sustentabilidad
- Manuel Garda Olaciregui - Proveedores
- Pablo Holgado - Proveedores
- Ivana Córdoba - Naranja
- Ileana Miguez - Naranja
- Cecilia Ortega - Galicia Seguros
- Aldana Sanchez - Galicia Seguros
- Marina Grinenco - Sustentabilidad
- Maria F. Pereira - Sustentabilidad
- Constanza Gorleri - Sustentabilidad
- Florencia Cambiaso - Sustentabilidad
- Maria A. Gonzalez - Sustentabilidad
- Maria Laura Tortorella - Sustentabilidad
- Anes Cabanne - Sustentabilidad
- Maria L. Schiavone - Supervisión y gestión de cartera
- Luciana Palau - Infraestructura
- Pablo Martinez - Ingeniería y Mantenimiento
- Luis Pedemonte - Mantenimiento de Inmuebles
- Ana Manzano - Lider de equipo IT
- Fabian Selas - Compras
- Maria G. Guillamon - Infraestructura



1.3. PRINCIPALES RESULTADOS DE LA ENCUESTA A GRUPOS DE INTERÉS

102-29, 102-31, 102-43, 102-44, 103-1

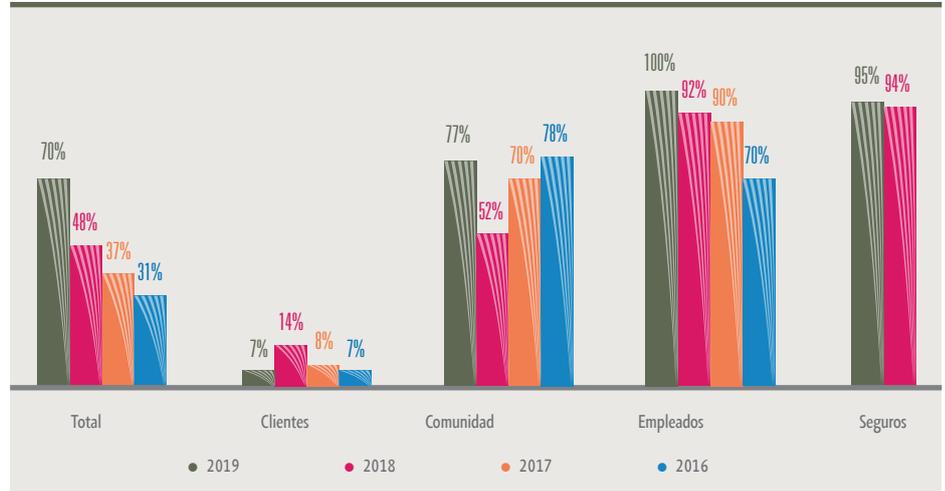
Como en cada publicación de su Informe, el Grupo realizó una encuesta telefónica. En esta edición participaron 71 representantes de sus públicos clave: 14 clientes, 30 referentes de la comunidad, 7 colaboradores y 20 personas del segmento de seguros. El objetivo fue conocer las expectativas de los grupos de interés clave sobre esta publicación para continuar en el camino de mejora continua en nuestra rendición de cuentas, y nutrir el Análisis de materialidad 2019.

Entre los resultados más relevantes, destacamos:



AUMENTÓ EL % DE RECORDACIÓN GENERAL DE LAS ACCIONES DE SUSTENTABILIDAD DEL GRUPO.

Pregunta: ¿Recuerda alguna acción de sustentabilidad (ambiental o social) impulsada por las compañías del Grupo Financiero Galicia?



LA EDUCACIÓN CONTINÚA SIENDO UNA PRIORIDAD

Pregunta: Entre los siguientes, ¿cuáles ejes de trabajo con la comunidad considera que las compañías del Grupo deberían abordar y destinar mayores recursos?

EJE	Total	Cientes	Comunidad	Empleados	Seguros
Acompañamiento emprendedores / Promoción laboral	34%	29%	47%	14%	25%
Educación	56%	50%	60%	71%	50%
Salud	15%	21%	3%	29%	25%
Otro	0%	0%	0%	0%	0%

AGENDA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE NACIONES UNIDAS

Pregunta: La Agenda de Desarrollo Sostenible impulsada por Naciones Unidas establece un conjunto de objetivos globales para asegurar la prosperidad para todos. De los siguientes objetivos de Desarrollo Sostenible que Grupo Financiero Galicia contempla en su gestión sustentable, seleccione los 3 que considere más relevantes:

EJE	Total	Cientes	Comunidad	Empleados	Seguros
Educación de Calidad (ODS 4)	72%	86%	67%	86%	65%
Fin de la pobreza (ODS 1)	38%	50%	40%	29%	30%
Salud y Bienestar (ODS 3)	35%	50%	7%	57%	60%
Energía Asequible y no Contaminante (ODS 7)	23%	43%	7%	14%	35%
Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8)	37%	29%	57%	14%	20%
Reducción de las desigualdades (ODS 10)	21%	14%	33%	29%	5%
Paz, Justicia e Instituciones Sólidas (ODS 16)	11%	7%	17%	14%	5%
Acción por el Clima (ODS 13)	31%	7%	40%	29%	35%
Industria, innovación e infraestructura (ODS 9)	7%	0%	10%	0%	10%
Ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11)	6%	7%	3%	14%	5%
Producción y consumos Responsables (ODS 12)	10%	7%	7%	0%	20%
Alianzas para lograr los Objetivos (ODS 17)	10%	0%	13%	14%	10%

1.4. IDENTIFICACIÓN, DIÁLOGO Y COMPROMISO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

102-21, 102-33, 102-40, 102-42, 102-43

En línea con los Principios de Banca Responsable y los principios de los Estándares GRI; el Grupo realiza un ejercicio de mapeo de grupos de interés clave de las compañías, lo que les permite conocer a sus públicos, características,

inquietudes, opiniones y expectativas, y así poder dar respuesta a sus demandas y establecer vínculos de largo plazo.

Los principales públicos clave de las compañías son: personas, instituciones,

organizaciones y empresas con los cuales estas se relacionan, generan un impacto desde las operaciones del negocio, y ellos a su vez ejercen un impacto en la gestión del Grupo.

Grupo de interés	Características	Fundamentación del grupo de interés	Canales de diálogo
ACCIONISTAS INVERSORES ENTES REGULADORES	Grupo Financiero Galicia S.A. y accionistas minoritarios.	Son el principal sustento de capital del Grupo haciendo los aportes correspondientes cuando el negocio o las necesidades regulatorias lo requieren.	<ul style="list-style-type: none"> • Asamblea de accionistas. • Página Web con información legal, estatutaria y reglamentaria. • Informe integrado. • Informes de resultados del negocio con información financiera y no financiera.
CLIENTES	Personas, familias, estudiantes, profesionales, emprendedores, PyMes y grandes empresas, comercios, organismos públicos y privados y organizaciones sociales.	La adquisición de los productos y servicios de las compañías del Grupo por parte de los clientes da razón al negocio y es la fuente de ingresos de las entidades.	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de satisfacción: NPS. • Estudios de campo. • Estudios comparativos de satisfacción al cliente. • Contact Center de Experiencia. • Sucursales y puntos de contacto. • Aplicaciones y canales de contacto digitales. • Redes sociales. • Páginas web corporativas. • Espacios presenciales de intercambio. • Encuentros con clientes.
COLABORADORES	Personas seleccionadas sin distinción de raza, color, religión, origen, nacionalidad, edad, sexo o estado civil.	Son actores fundamentales para el éxito del negocio y un elemento inherente a la responsabilidad del Grupo como generador de empleo y capital social.	<ul style="list-style-type: none"> • Workplace. • Conociéndonos. • Encuentros presenciales. • Banco al día. • Comunicación de resultados trimestrales. • Encuesta Great Place to Work. • Espacios de conversaciones • Red de Corresponsales. • Línea ética.
COMUNIDAD	Organizaciones de la sociedad civil (OSCs).	Son aliados fundamentales que aportan conocimiento específico sobre el contexto socio-económico y las necesidades de las comunidades para implementar eficientemente nuestra inversión social.	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnósticos de situación. • Reuniones de seguimiento. • Informes de gestión. • Evaluación de los programas desde la Matriz de Análisis de Inversión Social. • Visitas de campo. • Participación en Jornadas y Seminarios. • Espacios de intercambio. • Redes sociales.
	Beneficiarios de los programas sociales impulsados por el Banco.	Son los destinatarios finales de los recursos movilizados por las compañías del Grupo y de los programas implementados.	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en espacios de Intercambio nacionales e internacionales. • Capacitaciones. • Reuniones. • Acciones de concientización.
	Organismos Internacionales. Organizaciones públicas. Instituciones académicas. Organizaciones empresarias. Medios de comunicación.	Son los expertos que nos ayudan a realizar proyectos y programas en beneficio de nuestros grupos de interés.	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones • Conference calls • Capacitaciones online
PROVEEDORES	Empresas pequeñas, medianas y grandes de productos y servicios.	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.	<ul style="list-style-type: none"> • Código de Conducta de Proveedores. • Atención de Consultas y Reclamos. • Visitas. • Plataforma Ariba. • Portal de proveedores. • Guía de Proveedores Sustentables. • Línea ética.
AMBIENTE	Organismos internacionales. Organizaciones ambientales. Investigadores y academia. Colaboradores, clientes, proveedores y comunidad.	Es el entorno en el cual desarrollamos nuestras acciones, tanto a nivel corporativo como particular de cada uno de nuestros grupos de interés.	<ul style="list-style-type: none"> • Secretaría de Pacto Global. • UNEP FI. • Principios de Ecuador. • Conference calls. • Galiciasustentable.com • Alianza por la Acción Climática

1.5. LOS CAPITALES DEL MARCO DE REPORTE INTEGRADO <IR>

102-16

En línea con el Marco Internacional de Reporte Integrado (-IR-) del Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC), definimos los capitales en los cuales generamos valor desde nuestra gestión para

lograr los objetivos del negocio del Grupo. De esta forma, desarrollamos acciones con y para todos nuestros grupos de interés, creando valor para ellos y la sociedad en general.



CAPITAL FINANCIERO

Recursos necesarios para lograr solvencia, rentabilidad y sustentabilidad económica del grupo para el desarrollo del negocio y la generación de valor para los accionistas con una visión en el largo plazo.



CAPITAL INTELECTUAL

Espacios y herramientas de investigación y desarrollo, y procesos y sistemas de gestión para implementar nuevas tecnologías e ideas innovadoras al servicio de la gestión del negocio.



CAPITAL INDUSTRIAL

Activos tangibles del Grupo que garantizan la disponibilidad de los productos y servicios que brindamos, los canales de atención y la seguridad física y en el manejo de datos para el buen funcionamiento del negocio.



CAPITAL HUMANO

Competencias, habilidades, profesionalismo, entusiasmo y experiencia de los colaboradores. Comprende la inversión constante en atraer y desarrollar talento, en generar buenos ambientes de trabajo, y en lograr que su experiencia de trabajo sea valiosa a nivel profesional, humano y económico.



CAPITAL SOCIAL

Inversión social estratégica y en la cadena de valor que tiene impacto en las comunidades locales y sus economías, y que responden a las necesidades de la población que son relevadas a partir del diálogo con los grupos de interés y procesos de evaluación de campo, e implementadas desde la articulación multisectorial para la creación de valor compartido.



CAPITAL NATURAL

Recursos naturales renovables y no renovables, consumidos o afectados por el propio Grupo o desde el impacto indirecto, en el marco de los productos y servicios financieros que ofrecemos.

1.6. LINEAMIENTOS QUE GUÍAN NUESTRA GESTIÓN

102-12, 102-13, 102-16



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

Banco Galicia, como miembro activo del UNEP-Fi para Latinoamérica, durante el 2018 Banco Galicia Participó de reuniones para interiorizarse sobre el Desarrollo y avances de la creación de los Principios de la Banca Responsable del Grupo en relación a cada uno de los temas materiales, e indicadores de rendimiento y resultados.



Protocolo de Finanzas Sostenibles

Banco Galicia firmó junto a otros 19 bancos de la Argentina el Protocolo de Finanzas Sostenibles con el objetivo de comenzar a construir una estrategia nacional de finanzas sostenibles en la industria bancaria.



BYMA

Grupo Financiero Galicia forma parte de las 15 empresas que componen el primer y único Índice de Sustentabilidad de la Argentina, realizado por la Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA) en colaboración con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Este índice cuenta con más de 400 indicadores en los ejes: Ambiental, Social, Gobierno Corporativo y Desarrollo Sostenible.



Principios de Ecuador

Desde hace 11 años, Banco Galicia es el único banco argentino que adhiere a esta iniciativa financiera internacional voluntaria, mediante la cual se compromete a integrar la evaluación del riesgo social y ambiental que pudiera surgir de los proyectos que financia. Además de identificar oportunidades de negocio que pudiera representar un impacto positivo al ambiente. El análisis integra la evaluación de cuestiones de gestión ambiental, social, seguridad laboral, comunidad, etc, siguiendo las directrices de la regulación, normas y buenas prácticas locales e internacionales.



CDP

Banco Galicia reporta a Carbon Disclosure Project (CDP) el cuestionario de Cambio Climático e informa públicamente sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero desde 2010. Durante 2019 obtuvo una evaluación nivel "b Awareness".



Pacto Global de Naciones Unidas

Banco Galicia es uno de los socios fundadores de la Red en la Argentina, participando activamente desde 2004. Desde su adhesión, elaboramos anualmente una Comunicación sobre el Progreso (COP), disponible en la web pactoglobal.org.ar, que recoge información detallada sobre políticas y las acciones específicas implantadas en materia de derechos humanos, derechos laborales, medioambiente y corrupción.

Este año presenta nuestra COP 2019 Nivel Avanzado a través de la información publicada en el Reporte Integrado del Grupo Financiero Galicia.

ISO 26.000

Hemos considerado para la elaboración de este Informe Integrado 2019 del Grupo Financiero Galicia 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.

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.

Los 17 ODS están integrados, ya que reconocen que las intervenciones en un área afectarán los resultados de otras y que el desarrollo debe equilibrar la sostenibilidad medio ambiental, económica y social.



1.7. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Este año, las compañías del Grupo fueron reconocidas por su gestión, acciones y desempeño, lo que nos permite construir una marca sólida, con propósito y referente en el sector y en nuestro país.

Banco Galicia

- Top ten del ranking Las 100 mejores en imagen de revista Apertura.
- 5° en Ranking Merco Empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo.
- Mención de honor en los *Innovation Awards 2019*.
- 1° puesto entre las mejores empresas para trabajar en la Argentina con más de 1.000 empleados, otorgado por *Great Place to Work (GPTW)*.
- Mención especial por sus prácticas de innovación en ranking GPTW América Latina.
- Reconocimiento de Facebook por nivel de respuesta
- 8° puesto en el Ranking Merco Empresas
- 1° en el ranking sectorial del Ranking Merco Empresas.
- 8° puesto para Fabian Kon, Gerente General de Banco Galicia, en el ranking líderes empresariales, escalando 72 posiciones.
- Premio Marketer Latam 2019 para Fernanda Medina - Gerente de Publicidad - por Trayectoria Profesional.
- 2° puesto en ranking Mejores Empleadores de Apertura.
- Premio CMO de Apertura para Fernanda Medina - Gerente de Publicidad.

- Fabián Kon, Gerente General del Banco, fue reconocido con el premio CEO Innovador de Apertura.
- 1° puesto en atracción y retención de talento del ranking Merco Talento.
- *Global Awards for Excellence in Business Process Management 2019*.
- Premio Buenos Anuncios: ORO: CHATEÁ CON GALA / Banco Galicia / Mercado McCann / Anunciar.
- Fernando Turri, CIO de Banco Galicia, fue mencionado en un informe de la revista *Info Technology* sobre las empresas y personas más relevantes del sector IT local
- 1° puesto en los Premios EIKON: Eikon de Oro en Categoría "Comunicaciones financieras"
- Premio al Mejor Reporte Social de Empresas de la Argentina, del Foro EcuMénico Social.
- 1° puesto Premio BYMA al Reporte Integrado, Premio Premio CCAB al Liderazgo Sostenible.

Naranja

- 2° puesto entre las mejores empresas para trabajar en la Argentina con más de 1.000 empleados, otorgado por *Great Place to Work (GPTW)*.
- 1° puesto en el ranking sobre "Los Mejores Lugares para Trabajar para las Mujeres en la Argentina" en la categoría más de 1.000 empleados, otorgado por *Great Place to Work (GPTW)*.
- 12° entre las mejores empresas para trabajar de Latinoamérica, otorgado por *Great Place to Work (GPTW)*.

- 1° puesto de las empresas con mejor reputación del sector financiero y tarjetas de crédito del ranking MERCO 2019.
- 10° puesto en atracción y retención de talento del ranking MERCO Talento.
- 18° entre las 100 empresas de mayor reputación del país, del ranking MERCO 2019.
- 20° en el Ranking de Revista Apertura que distingue a las 100 Empresas con Mejor Imagen de Argentina, escalando dos posiciones respecto al ranking del año anterior.
- Entre los 5 Mejores Empleadores de Argentina del Ranking Revista Apertura.
- Somos #Casodeéxito en google con naranja.com.
- Premio Fintech Americas *Top 25 most innovative & transformative bankers in Latin America & The Caribbean* para Alejandro Asrin, Presidente de Naranja.
- 22° puesto entre los líderes empresariales más reconocidos del país, para Alejandro Asrin, Presidente de Naranja.
- 40° puesto entre los líderes empresariales más reconocidos del país, para David Ruda, Presidente Honorario de Naranja.
- Mención "Woman to Watch 2019", otorgada por Ad Latina, para Silvana Jachevasky, Gerente de Digital de Naranja.
- CIO del año por El Cronista Comercial, para Sergio Mazzitello, nuestro *Chief Information Officer*.
- Premio como Marketer Innovador de organiza Ad Latina, para Juan Pablo Mon, Sub-Director de Marketing.

Galicia Seguros

- 5° puesto en GPTW en la categoría de 250 a 1000 empleados.
- Mención en el primer ranking de Los Mejores Lugares para Trabajar para Mujeres en la Argentina. Se destacó entre las 30 empresas locales, con base nacional y regional, que garantizan oportunidades e inclusión.



02

¿CÓMO CREAMOS VALOR?



• MODELO DE CREACIÓN DE VALOR

• CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



2.1. MODELO DE CREACIÓN DE VALOR

102-15, 102-29, 102-31, 103-1, 103-2, 103-3

PRINCIPIOS 2 y 5	PRINCIPIO 4	PRINCIPIO 5	PRINCIPIO 1	PRINCIPIO 1	PRINCIPIO 2					PRINCIPIO 6	
MAPEO DE IMPACTOS SIGNIFICATIVOS SOBRE EL CAPITAL ⁽¹⁾	GRUPOS DE INTERÉS IMPACTADOS	OBJETIVO DE NEGOCIO DEL GRUPO	TEMA MATERIAL 2019	ODS MATERIALES AL GRUPO	CUMPLIMIENTO DE METAS 2019	DESCRIPCIÓN DE METAS 2019	COMPAÑÍA	ESTADO DE CUMPLIMIENTO 2019	SEMÁFORO	UBICACIÓN EN INFORME 2019	CUMPLIMIENTO DE LOS PBR POR CADA META 2019
CAPITAL FINANCIERO											
Contribución a la economía del país desde la generación de empleo, inversiones, bancarización y movimiento de capitales, y aportes fiscales.	Accionistas Inversores Entes reguladores	SER EL MAYOR Y MÁS VALIOSO GRUPO FINANCIERO DE LA ARGENTINA	DESEMPEÑO ECONÓMICO RIESGO	ODS 1 ODS 8 ODS 16 1.1, 8.2, 16.5	ROE	Alcanzar un ROE Real de GFG de 8,4%.	Grupo Financiero Galicia	Se alcanzó un ROE de 14.5%.	●	Análisis de la Evolución Patrimonial y Resultados II*	PRINCIPIO 2
					RESULTADO NETO	Alcanzar \$16.438 millones de resultado neto de Grupo.	Grupo Financiero Galicia	Se alcanzó un resultado neto de Grupo de \$41.557 millones.	●	Análisis de la Evolución Patrimonial y Resultados II	PRINCIPIO 2
					RATIO DE EFICIENCIA	Lograr un 50,4% de ratio de eficiencia GFG.	Grupo Financiero Galicia	Se logró un 38,77% de ratio de eficiencia de GFG.	●	Análisis de la Evolución Patrimonial y Resultados II	PRINCIPIO 2
CAPITAL INTELLECTUAL											
Movilización de capitales para la inversión en desarrollo de conocimiento, herramientas innovadoras, sistemas e infraestructura que favorezcan la inclusión financiera, la accesibilidad a productos y servicios que contribuyan a la mejora del bienestar de las personas y el crecimiento de las empresas.	Clientes Colaboradores	BRINDAR UNA EXPERIENCIA DE CLIENTE DISTINTIVA	EXPERIENCIA DEL CLIENTE TRANSFORMACIÓN DIGITAL	ODS 9 9.4	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (NPS)	Obtener un 32% de NPS.	Banco Galicia	Se logró 30,30 puntos de NPS.	●	Camino a la transformación II	PRINCIPIO 4
						Obtener un 55% de Voz del cliente.	Naranja	Se logró 49 puntos de NPS.	●	Camino a la transformación II	PRINCIPIO 4
						Obtener un 38,36% de NPS.	Galicia Seguros	Se logró 41,65 puntos de NPS.	●	Camino a la transformación II	PRINCIPIO 4
					INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA Y SISTEMAS	Investir \$3.500 millones en infraestructura y sistemas en Banco Galicia, distribuidos en: \$102 millones en edificios centrales, \$564 millones en sucursales y \$2.885 millones en sistemas incluyendo la inversión en plataformas digitales	Banco Galicia	Se invirtieron \$ 3.359,16 millones en infraestructura y sistemas en Banco Galicia, distribuidos en: \$ 100,65 millones en edificios centrales, \$513,51 millones en sucursales y \$2.745 millones en sistemas incluyendo la inversión en plataformas digitales.	●	Camino a la transformación IA**	PRINCIPIO 3
					Investir \$800 millones en Naranja, incluyendo infraestructura y sistemas.	Naranja	Se invirtió \$825 millones en infraestructura y sistemas.	●	Camino a la transformación IA	PRINCIPIO 3	

* Informe Integrado

** Informe Ampliado

PRINCIPIOS 2 y 5	PRINCIPIO 4	PRINCIPIO 5	PRINCIPIO 1	PRINCIPIO 1	PRINCIPIO 2					PRINCIPIO 6	
MAPEO DE IMPACTOS SIGNIFICATIVOS SOBRE EL CAPITAL ⁽¹⁾	GRUPOS DE INTERÉS IMPACTADOS	OBJETIVO DE NEGOCIO DEL GRUPO	TEMA MATERIAL 2019	ODS MATERIALES AL GRUPO	CUMPLIMIENTO DE METAS 2019	DESCRIPCIÓN DE METAS 2019	COMPAÑÍA	ESTADO DE CUMPLIMIENTO 2019	SEMÁFORO	UBICACIÓN EN INFORME 2019	CUMPLIMIENTO DE LOS PBR POR CADA META 2019
CAPITAL INDUSTRIAL											
Oferta de soluciones financieras seguras con productos y servicios financieros que permitan a las comunidades desarrollarse.	Clientes	CONVERTIR AL GRUPO EN UNA PLATAFORMA FINANCIERA CON LAS MEJORES Y MÁS SEGURAS TECNOLOGÍAS	PRESENCIA DE MERCADO SEGURIDAD Y PRIVACIDAD DEL CLIENTE	ODS 8 ODS 9 ODS 10 8.10, 9.3, 10.2	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO (DEPÓSITOS Y PRÉSTAMOS)	Alcanzar en el Banco un 9,7% de market share de préstamos en pesos del sector privado y un 9,2% e market share de depósitos transaccionales en pesos del sector privado.	Banco Galicia	Se alcanzó en el Banco un 11,57% de market share de préstamos en pesos del sector privado y un 9,92% de market share de depósitos transaccionales en pesos del sector privado.	●	Capital Financiero II	PRINCIPIO 3
					CLIENTES DIGITALES	Lograr un 57,5% de clientes digitales.	Banco Galicia	57,70% clientes que operan en canales digitales.	●	Canales de atención II	PRINCIPIO 3
						Lanzar y tener operativa NaranjaX	Naranja	*NaranjaX se encuentra operativa desde septiembre.	●	Canales de atención II	PRINCIPIO 3
					DESEMPEÑO EN CIBERSEGURIDAD	Gestionar la tasa de reclamos por aspectos vinculados a procesos de seguridad en canales asociados a incidentes	Banco Galicia	Se registraron sólo 13 incidentes no afectando la tasa de reclamos.	●		PRINCIPIO 3
CAPITAL HUMANO											
Generación de empleo con talento, diverso e inclusivo, y desarrollo de personas en el plano personal y profesional	Colaboradores	CONTAR CON LOS MEJORES TALENTOS	ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO	ODS 4 ODS 5 ODS 8 ODS 10 4.3, 4.4, 4.5, 5.1, 5.5, 8.5, 8.6, 8.8, 10.2	DIVERSIDAD E INCLUSIÓN	Discapacidad: Incluir 10 personas internas y 5 en Cadena de Valor. Género: Alcanzar el nivel avanzado de la herramienta de autodiagnóstico WEPs. Generaciones: Cubrir el 80% de pos ágiles con perfiles internos.	Banco Galicia	Se incluyeron 10 personas internas y 5 en Cadena de Valor. Género: Alcanzamos el 57% de las iniciativas de la herramienta de WEPs. Generaciones: 80,3% de posiciones ágiles fueron cubiertas con perfiles internos	●	Diversidad	PRINCIPIO 4
						Discapacidad: Incluir 15 personas.	Naranja	Naranja incluyó a 12 personas con discapacidad.	●	Diversidad	PRINCIPIO 4
						Discapacidad: Incluir 2 personas. Género: Promover 3% mujeres a puestos de liderazgo.	Galicia Seguros	Se incorporaron 2 personas en el CAC Género: 4% mujeres promovidas a puestos de liderazgo.	●	Diversidad	PRINCIPIO 4
					GESTIÓN DEL CLIMA LABORAL	Estar entre las mejores empresas para trabajar en ranking de Great Place to Work.	Grupo Financiera Galicia	Banco Galicia se ubicó 1º, Naranja 2º y Galicia Seguros 5º en el ranking de GPTW.	●	Gestión del clima laboral	PRINCIPIO 4
					PROMOCIÓN DEL DESARROLLO INTERNO	Lograr 20% de movilidad interna en las compañías del Grupo.	Grupo Financiera Galicia	Banco Galicia 25,11%, Naranja 41,60%, Galicia Seguros 41,65% de movilidad interna en las compañías del Grupo.	●	Atracción y retención de talento II Búsquedas internas IA	PRINCIPIO 4

PRINCIPIOS 2 y 5	PRINCIPIO 4	PRINCIPIO 5	PRINCIPIO 1	PRINCIPIO 1	PRINCIPIO 2					PRINCIPIO 6	
MAPEO DE IMPACTOS SIGNIFICATIVOS SOBRE EL CAPITAL ⁽¹⁾	GRUPOS DE INTERÉS IMPACTADOS	OBJETIVO DE NEGOCIO DEL GRUPO	TEMA MATERIAL 2019	ODS MATERIALES AL GRUPO	CUMPLIMIENTO DE METAS 2019	DESCRIPCIÓN DE METAS 2019	COMPAÑÍA	ESTADO DE CUMPLIMIENTO 2019	SEMÁFORO	UBICACIÓN EN INFORME 2019	CUMPLIMIENTO DE LOS PBR POR CADA META 2019
CAPITAL SOCIAL											
Desarrollo de proyectos que contribuyen a mejorar el bienestar de las personas y comunidades con foco en la educación, la salud y el empleo	Comunidad Proveedores	PROMOVER EL DESARROLLO LOCAL	ARTICULACIÓN MULTISECTORIAL GESTIÓN DE PROGRAMAS DE IMPACTO SOCIAL VÍNCULO CON PROVEEDORES CRÍTICOS	ODS 1 ODS 3 ODS 4 ODS 8 ODS 11 1.4, 3.2, 3.8, 4.1, 4.3, 4.b, 8.3, 8.6, 8.7, 8.10, 11.4, 17.17, 17.19	PRESENCIA EN INICIATIVAS NACIONALES E INTERNACIONALES	Participar en las principales iniciativas para posicionar al GFG como referente en sustentabilidad.	Grupo Financiera Galicia	Participamos en más de 10 iniciativas referentes de la temática.	●	Lineamientos que guían nuestra gestión IA, Capital social IA	PRINCIPIO 3
					INCLUSIÓN FINANCIERA	Promover la primera utilización de los productos y servicios del banco, en un 46% de nuevos clientes individuos.	Banco Galicia	45,4% de nuevos clientes utilizaron por primera vez los productos y servicios del Banco.	●		PRINCIPIO 3 Y 5
					MEDICIÓN DEL IMPACTO SOCIAL	Evaluar a las organizaciones aliadas obteniendo un 80% de calificaciones positivas.	Banco Galicia	100% de calificaciones positivas en las evaluaciones.	●	Estrategia de inversión social	PRINCIPIO 4
					EVALUACIÓN Y DESARROLLO DE PROVEEDORES	Centralizar el 80% de las órdenes de compras.	Banco Galicia	45% de las órdenes compras centralizadas.	●	Perfil de nuestros proveedores IA	PRINCIPIO 4
					Centralizar el 30% de las compras.	Naranja	Se centralizaron el 12,28% de las compras.	●	Perfil de nuestros proveedores IA	PRINCIPIO 4	
CAPITAL NATURAL											
Cuidado del ambiente desde el uso racional de los recursos, la concientización y la promoción de prácticas responsables desde el financiamiento sustentable.	Clientes Comunidad Ambiente	MINIMIZAR LOS IMPACTOS AMBIENTALES	GESTIÓN AMBIENTAL EMISIONES PRODUCTOS Y SERVICIOS BAJO CRITERIOS SOCIALES Y AMBIENTALES	ODS 7 ODS 8 ODS 12 ODS 13 ODS 17 7b, 7.2, 7.3, 8.4, 12.2, 12.4, 12.5, 13.1, 13.3, 13.b, 17.17, 17.19	GESTIÓN DE CONSUMOS CRÍTICOS Y RESIDUOS	Ampliar la Certificación ambiental ISO 14001:2015 a Plaza Galicia.	Banco Galicia	Certificación satisfactoria de la ISO 14001:2015 en Plaza Galicia.	●	Gestión Ambiental II	PRINCIPIO 2
					MEDICIÓN DE HUELLA DE CARBONO	Compensar el 29% de la huella corporativa.	Banco Galicia	28% de compensación de la Huella de Carbono del Banco a través de la conservación de hectáreas en la Reserva Vida Silvestre Uruguái en Misiones.	●	Huella de carbono II	PRINCIPIO 2
						Compensar la huella de carbono generada por el desarrollo de eventos 2018.	Naranja	Naranja compensó la huella a través de la conservación de 6.375 m ² de bosque Atlántico en alianza con la fundación Banco de Bosques y la reforestación de árboles en las Reservas Hídricas Naturales Los Manantiales de Río Ceballos y Los Quebrachitos de Unquillo.	●	Huella de carbono II	PRINCIPIO 2
					ANÁLISIS DE RIESGO AMBIENTAL Y SOCIAL	Realizar análisis ambiental a proyectos cuyo monto exige la Política Ambiental en Riesgo.	Banco Galicia	Se evaluaron 36 proyectos bajo criterios ambientales y sociales.	●	Evaluación de riesgos indirectos II	PRINCIPIO 3
					PORCENTAJE DE CARTERA VERDE	Incrementar un 6% el porcentaje de la cartera verde respecto de 2018.	Banco Galicia	Se incrementó un 7,88% el porcentaje de la cartera verde respecto de 2018.	●	Financiamiento de impacto	PRINCIPIO 3

(1) El mapeo de impactos que genera el Grupo a partir de su gestión desde la mirada de los capitales contempla los impactos desde la acción en base a los Principios de Banca Responsable y otros lineamientos adherido., teniendo como marco la Visión estratégica del Grupo y sus Objetivos de negocio.

2.2. CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

102-15, 102-29, 102-31

Desde el Grupo desarrollamos procesos, acciones y programas con todos nuestros grupos de interés para crear valor a la sociedad y contribuir desde nuestro negocio y conocimiento a la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

ODS	META	DESCRIPCIÓN DE LA META ODS	CAPITAL	INICIATIVA DE IMPACTO
	1.1	Para 2030, erradicar la pobreza extrema para todas las personas en el mundo, actualmente medida por un ingreso por persona inferior a 1,25 dólares de los Estados Unidos al día.	Financiero	Ser un Grupo rentable que brinda oportunidades de ahorro, crédito, e inversión a personas y empresas. (asociarlo a iniciativas puntuales, ver con Lourdes)
	1.4	Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida la microfinanciación.	Social	Líneas de Micro y Mezzofinanzas en Banco Galicia.
	3.2	Para 2030, poner fin a las muertes evitables de recién nacidos y de niños menores de 5 años, logrando que todos los países intenten reducir la mortalidad neonatal al menos hasta 12 por cada 1.000 nacidos vivos, y la mortalidad de niños menores de 5 años al menos hasta 25 por cada 1.000 nacidos vivos.	Social	Programa de Prevención de la desnutrición infantil de Banco Galicia.
	3.8	Lograr la cobertura sanitaria universal, en particular la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios de salud esenciales de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas seguros, eficaces, asequibles y de calidad para todos.	Social	Programa de mejora en hospitales y centros de salud de Banco Galicia.
	4.1	Para 2030, velar por que todas las niñas y todos los niños terminen los ciclos de la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados escolares pertinentes y eficaces.	Social	Programa de Becas para Nivel Primario y Secundario de Tarjeta Naranja.
	4.3	Para 2030, asegurar el acceso en condiciones de igualdad para todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.	Humano	Programas de capacitación interna, Desarrollo de Competencias y Formación de Líderes: Lanzamiento del Campus Galicia y nuevo modelo de aprendizaje (Academia digital).
	4.4	Para 2030, aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.	Social	Programa Potenciamos Tu Talento de Banco Galicia.
	4.5	Para 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y garantizar el acceso en condiciones de igualdad de las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad, a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional.	Humano	Aula rodante, la Academia en movimiento para colaboradores de Banco Galicia.
	4.b	Para 2020, aumentar sustancialmente a nivel mundial el número de becas disponibles para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países de África, para que sus estudiantes puedan matricularse en programas de estudios superiores, incluidos programas de formación profesional y programas técnicos, científicos, de ingeniería y de tecnología de la información y las comunicaciones, en países desarrollados y otros países en desarrollo.	Humano	Formación laboral de Banco Galicia para personas con discapacidad y para promover el primer empleo de jóvenes de hogares de vulnerabilidad socio-económica.
	5.1	Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.	Social	Programa de Becas para Nivel Primario y Secundario de Tarjeta Naranja y Programa Potenciamos Tu Talento de Banco Galicia.
	5.5	Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública.	Humano	Aplicación de la herramienta de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs) de ONU Mujeres.
	7b	Para 2030, ampliar la infraestructura y mejorar la tecnología para prestar servicios de energía modernos y sostenibles para todos en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países en desarrollo sin litoral, en consonancia con sus respectivos programas de apoyo.	Humano	Promoción de mujeres a puestos de liderazgo.
	7.2	Para 2030, aumentar sustancialmente el porcentaje de la energía renovable en el conjunto de fuentes de energía.	Natural	Ampliación de la Certificación ambiental ISO 14001:2015 a Plaza Galicia.
	7.3	Para 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética.	Natural	Consumo de energía eléctrica en Banco Galicia, proveniente de fuentes renovables por la compra de energía renovable desde el Parque Eólico "La Castellana II".
	8.2	Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrandó la atención en sectores de mayor valor añadido y uso intensivo de mano de obra.	Natural	Proyecto Eficiencia Energética en sucursales.
	8.3	Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y alentar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, entre otras cosas mediante el acceso a servicios financieros.	Financiero	Mejora de los ratios de eficiencia del Grupo. (quizás cambiar con Naranja X, ver con Lourdes)
	8.4	Mejorar progresivamente, para 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, de conformidad con el marco decenal de programas sobre modalidades sostenibles de consumo y producción, empezando por los países desarrollados.	Social	Financiamiento y capacitación a emprendedores de triple impacto e instituciones de microfinanzas.
	8.5	Para 2030, lograr el empleo pleno y productivo y garantizar un trabajo decente para todos los hombres y mujeres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, y la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.	Natural	Emisión del primer Bono Verde del sector privado en Argentina por Banco Galicia para proyectos con impacto ambiental.
			Humano	Programa de inclusión laboral en las compañías del Grupo.

ODS	META	DESCRIPCIÓN DE LA META ODS	CAPITAL	INICIATIVA DE IMPACTO
	8.6	Para 2020, reducir sustancialmente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.	Humano	Programa primer empleo de Banco Galicia; y Programa de Pasantías Aprender trabajando, Programa enlazar e Inserción Profesional (PIP) de Naranja.
			Social	Programa de Pasantías Aprender trabajando, Programa enlazar e Inserción Profesional (PIP) de Naranja y Programa Potenciamos Tu Talento de Banco Galicia.
	8.7	Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas modernas de esclavitud y la trata de seres humanos y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, a más tardar en 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas.	Social	Adhesión al Pacto Global de Naciones Unidas. Firma de Código de ética y conducta en el proceso de selección de proveedores.
	8.8	Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y protegido para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.	Humano	Programas de beneficios integrales que contribuyen a mejorar la calidad de vida y el bienestar de los colaboradores.
	8.10	Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para alentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos.	Industrial	Accesibilidad en sucursales: Certificación de ALPI en sucursales de Banco Galicia.
			Social	Programa de Educación Financiera.
	9.3	Aumentar el acceso de las pequeñas empresas industriales y otras empresas, en particular en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluido el acceso a créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados.	Industrial	Implementación de préstamos inmediatos desde Galicia Office para Negocios y Pymes.
	9.4	Para 2030, mejorar la infraestructura y reajustar las industrias para que sean sostenibles, usando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países adopten medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas.	Intelectual	Mayor inversión en infraestructura y sistemas en las compañías del Grupo.
	10.2	Para 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.	Industrial	Documentación e información de Naranja para los clientes en sistema braille para el acceso a personas no videntes. Piloto de un modelo de atención para personas sordas e hipoacúsicas en sucursales de Banco Galicia.
			Humano	Estrategia de diversidad de Banco Galicia compuesta por cuatro ejes de trabajo concretos: discapacidad, género, primer empleo y generaciones.
	11.4	Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.	Social	Programa de Mecenazgo y Fondo para la Conservación Ambiental (FOCA) de Banco Galicia.
	12.2	Para 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.	Natural	Sistema de Gestión Ambiental bajo la ISO 14001:2015 de Banco Galicia.
	12.4	Para 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir de manera significativa su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de reducir al mínimo sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.	Natural	Iniciativas de reducción y gestión responsable de reciclado de papel, cartón y plásticos, residuos de aparatos electrónicos y eléctricos, residuos especiales y aceites vegetales usados en las compañías del Grupo.
	12.5	Para 2030, disminuir de manera sustancial la generación de desechos mediante políticas de prevención, reducción, reciclaje y reutilización.	Natural	Reciclado de tarjetas de crédito, tapitas, distribución de cubiertos reutilizables a los colaboradores, reemplazo de botellas plásticas por vasos de vidrio en los comedores de Banco Galicia. Metas de reducción de papel a través del sistema pool printing, digitalización de los resúmenes y ampliación de nuevos servicios virtuales en Naranja, y envío de pólizas y de la declaración de siniestros de manera digital en Galicia Seguros.
	13.1	Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países.	Natural	Adhesión de Banco Galicia a los Principios de Ecuador y a los Principios de Banca Responsable de UNEP FI.
	13.3	Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional en relación con la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.	Natural	Campañas de disminución y reciclado de plásticos, Capacitación sobre el Sistema de Gestión ambiental.
	13.b	Promover mecanismos para aumentar la capacidad de planificación y gestión eficaces en relación con el cambio climático en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, centrándose en particular en las mujeres, los jóvenes y las comunidades locales y marginadas.	Natural	Medición y compensación de la huella de carbono en Banco Galicia y Naranja.
	16.5	Reducir sustancialmente la corrupción y el soborno en todas sus formas.	Financiero	Programa de formación en prevención de lavado de dinero y Financiamiento al terrorismo y lanzamiento de la política de regalos para colaboradores del Grupo.
	17.17	Alentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las asociaciones.	Social Natural	Participación en iniciativas multisectoriales para posicionar al GFG como referente en sustentabilidad
	17.19	Para 2030, aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir progresos logrados en materia de desarrollo sostenible y que complementen los utilizados para medir el PBI, y apoyar el fomento de la capacidad estadística en los países en desarrollo.	Social Natural	Adhesión a iniciativas internacionales para elaborar indicadores que permitan medir la gestión.

03

GOBIERNO CORPORATIVO



- MIEMBROS DEL GOBIERNO CORPORATIVO DE GRUPO FINANCIERO GALICIA

- ÁREAS RESPONSABLES DE LA GESTIÓN DE SUSTENTABILIDAD

- DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

- TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN

3.1. MIEMBROS DEL GOBIERNO CORPORATIVO DE GRUPO FINANCIERO GALICIA

102-18, 102-19, 102-22, 202-2, 405-1, ODS 5.1, ODS 5.5, ODS 8.5

12% DE LOS DIRECTORES QUE SON ARGENTINOS Y 1 ES ITALIANO

88,8% DE LOS DIRECTORES QUE SON HOMBRES.

68 AÑOS LA EDAD PROMEDIO DE LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO

DIRECTORIO DE GRUPO FINANCIERO GALICIA

MIEMBRO DEL DIRECTORIO	CARGO	ANTIGÜEDAD EN EL DIRECTORIO	EDAD
EDUARDO J. ESCASANY	Presidente	04/2005	69
PABLO GUTIÉRREZ	Vicepresidente	04/2010	60
ABEL AYERZA	Director Titular	09/1999	80
FEDERICO BRAUN	Director Titular	09/1999	71
SILVESTRE VILA MORET	Director Titular	06/2002	48
DANIEL A. LLAMBIAS	Director Titular	04/2017	72
ENRIQUE M. GARDA OLACIREGUI* **	Director Titular	04/2019	73
RICARDO A. GONZALEZ* **	Director Titular	04/2019	62
CLAUDIA ESTECHO*	Director Titular	04/2010	67
PEDRO A. RICHARDS	Director Titular	04/2010	71
SERGIO GRINENCO	Director Suplente	04/2000	82
ALEJANDRO M. ROJAS LAGARDE*	Director Suplente	04/2019	68
ANA M. BERTOLINO*	Director Suplente	04/2019	68

* Director independiente

** En virtud del fallecimiento del Dr. Enrique M. Garda Olaciregui el 30 de diciembre de 2019, este cargo fue reemplazado por Ricardo A. Gonzalez hasta la próxima Asamblea de Accionistas.

COMISIÓN FISCALIZADORA

MIEMBRO DEL DIRECTORIO	CARGO	ANTIGÜEDAD EN EL DIRECTORIO	EDAD
ANTONIO ROBERTO GARCÉS	Síndico titular	10/1999	77
JOSÉ LUIS GENTILE	Síndico titular	04/2017	63
OMAR SEVERINI	Síndico titular	04/2018	61
MIGUEL NORBERTO ARMANDO	Síndico suplente	1999	66
FERNANDO NOETINGER	Síndico suplente	04/2006	76
HORACIO TEDÍN	Síndico suplente	04/2006	75

Lic. Eduardo J. Escasany

El Sr. Escasany se graduó de Licenciado en Economía en la Universidad Católica Argentina. Prestó servicios en el Banco Galicia desde 1973 hasta 2002. Fue designado miembro del Directorio del Banco en 1975. En 1979 fue elegido Vicepresidente y desde 1989 hasta 2002 fue electo Presidente del Directorio del Banco y su Director Ejecutivo. Se desempeñó como Vicepresidente de la Asociación Argentina de Bancos desde 1989 hasta 1993 y como Presidente desde 1993 hasta 2002. Fue también Presidente del Directorio de Grupo Galicia desde abril de 2002 hasta junio de 2002. En abril de 2005 fue nuevamente electo como miembro del Directorio de Grupo Galicia y desde el 14 de abril de 2010 es Presidente de Grupo Galicia. Es también Consejero Titular y Presidente de la Fundación Banco de Galicia y Buenos Aires (la "Fundación"), presidente de Helena Emprendimientos Inmobiliarios S.A. y Director Suplente de RPE Distribución S.A.

Lic. Pablo Gutierrez

El Sr. Gutierrez es Licenciado en Administración de Empresas egresado de la Universidad de Buenos Aires. Se encuentra vinculado al Banco desde 1985 donde desempeñó diferentes cargos. Las áreas de experiencia desempeñadas en el Banco, entre otras, son: Gerente Departamental de Banca Privada; desde julio de 1996 a septiembre de 1999, Gerente del Departamento de Inversiones; desde octubre de 1999 a abril de 2002, Gerente del Departamento de Administración de Riesgos; desde mayo de 2002 a febrero de 2005, Gerente de Finanzas y desde febrero de 2005 hasta abril de 2007, Gerente de Área Financiera. En abril de 2005 fue designado Director Titular de Banco Galicia. El Sr. Gutierrez es Presidente de Tarjetas Regio-

nales S.A. y Vicepresidente de Sudamericana Holding S.A. y Tarjetas del Mar S.A. Es también Director Titular de Compañía Financiera Argentina S.A., Tarjetas Cuyanas S.A., Tarjeta Naranja S.A. y Consejero Suplente de la Fundación. Fue Director Suplente de Grupo Galicia desde abril de 2003 hasta el 14 de abril de 2010, fecha en la que fue electo Director Titular. Desde el 2010 y hasta la actualidad, es Vicepresidente de Grupo Financiero. El 19 de abril de 2012 fue designado Vicepresidente del Banco Galicia.

Lic. Abel Ayerza

El Sr. Ayerza se graduó de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Católica Argentina. Prestó servicios en el Banco Galicia desde 1966 a 2002. El Sr. Ayerza es también Presidente de Aygalpla S.A.; Vicepresidente Segundo de la Fundación y Socio Gerente de Cribelco S.R.L., Crisabe S.R.L. y Huinca Cereales S.R.L. Es miembro del Directorio de Grupo Galicia desde septiembre de 1999.

Ing. Federico Braun

El Sr. Braun se graduó de Ingeniero Industrial en la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires. Prestó servicios en el Banco desde 1984 a 2002. Es Presidente de Patagonia Logística S.A., Campos de la Patagonia S.A., Estancia Anita S.A., Club de Polo Los Pingüinos S.A. y S.A. Importadora y Exportadora de la Patagonia; Vicepresidente del Club de Campo Los Pingüinos S.A., Pampa Natural S.A. y de la Asociación de Supermercados Unidos. Es asimismo Director Titular de Inmobiliaria y Financiera "La Josefina" S.A.; Director Suplente de Martseb S.A. Vocal de la Asociación Empresaria Argentina y Consejero Vitalicio de la Fundación. Es miembro del Directorio de Grupo Galicia desde septiembre de 1999.

Sr. Silvestre Vila Moret

El Sr. Vila Moret prestó servicios en el Banco desde 1997 hasta mayo de 2002. Es Vicepresidente de El Benteveo S.A. y de Santa Ofelia S.A. y miembro del Directorio de Grupo Galicia desde junio de 2002.

Cdor. Daniel A. Llambias

El Sr. Llambias se graduó como contador público de la Universidad de Buenos Aires. Estuvo asociado a Banco Galicia desde 1964. Fue elegido como director suplente de Banco Galicia en septiembre de 1997 y se desempeñó como director desde septiembre 2001 hasta agosto de 2009, cuando fue elegido Gerente General. También es director de Tarjeta Naranja y Tarjetas Regionales, y es fideicomisario suplente de la Fundación Banco de Galicia y Buenos Aires. Se desempeñó como presidente de ADEBA desde abril 2016 hasta abril 2017. Fue elegido como director de Grupo Financiero Galicia en abril de 2017.

Cdora. Claudia R. Estecho

La Sra. Estecho se graduó como Contadora en la Universidad de Buenos Aires, y completó programas especiales de entrenamiento en Recursos Humanos, Riesgo y Gestión Ejecutiva en la Universidad Austral. Mantuvo diferentes posiciones en Banco Galicia y Grupo Financiero Galicia entre 1976 y 2016, dentro de las áreas de Finanzas, Planeamiento y Riesgos.

Lic. Pedro A. Richards

El Sr. Richards se graduó de Licenciado en Economía en la Universidad Católica Argentina y tiene un máster en Administración en la Sloan School of Management del Massachusetts Institute of Technology. Fue director del Banco Nacional de Desarrollo (BANADE). Prestó servicios al Banco desde 1990. Fue miembro del Directorio de Galicia Capital Markets S.A. entre 1992 y 1994 y Vicepresidente de Net Investment S.A. ("Net Investment") desde septiembre de 2001 a mayo de 2007. El Sr. Richards es actualmente Presidente de Net Investment S.A. y de Galicia Warrants S.A., y Vicepresidente de Galicia Administradora de Fondos S.A. Es también Director Titular de Compañía Financiera Argentina S.A., Sudamericana Holding S.A., y Director Suplente de Distrocuyo S.A. El Sr. Richards fue Director Suplente de Grupo Galicia desde abril de 2003 hasta abril de 2005, fecha en que fue nombrado Director Titular, ocupando dicho cargo hasta el 14 de abril de 2010. Fue elegido nuevamente director titular de Grupo Financiero Galicia S.A. desde abril de 2017. Desde agosto de 2000 se desempeña como Gerente General de Grupo Galicia.

Lic. Sergio Grinenco

El Sr. Grinenco se graduó de Licenciado en Economía en la Universidad Católica Argentina y tiene un máster en Administración de Empresas en Babson College, Wellesley, Massachusetts. Presta servicios en el Banco desde 1977. El Sr. Grinenco fue electo como Director Suplente del Banco en septiembre de 2001 y Vicepresidente en abril de 2003, cargo que ocupó hasta el año 2011. Fue miembro del Comité de Auditoría del Banco desde el 31 de agosto de 2009 hasta mayo de 2012. Es Director

Suplente de Grupo Galicia desde abril de 2003. Es también Presidente de Compañía Financiera Argentina S.A., Vicepresidente 1ro. de la Asociación de Bancos de Argentina (ADEBA), Director Titular de Tarjetas Regionales S.A. y Consejero Suplente de la Fundación. El 19 de abril de 2012, fue designado Presidente del Banco Galicia. Dr. Alejandro M. Rojas Lagarde.

El Sr. Rojas Lagarde se graduó de Abogado en la Universidad de Buenos Aires. Ha ocupado varios puestos en Banco Galicia desde 1963. Fue responsable de la Gerencia de Asesoría Legal de Banco Galicia desde 1965 a enero de 2000. Es Director Suplente de Grupo Galicia desde abril de 2000. Es Gerente de Rojas Lagarde S.R.L., Director Suplente de Santiago Salud S.A. y Consejero Vitalicio de la Fundación.

Dra. Ana M. Bertolino

La Sra. Ana María Bertolino se graduó como abogada de la Universidad de Buenos Aires. Se incorporó a Banco Galicia en 1972, donde se desarrolló en las áreas de Créditos y Banca Corporativa, hasta el 2009. Fue designada como directora suplente de Grupo Financiero Galicia en abril 2019.

Sr. Ricardo A. González

El Sr. Ricardo Alberto González se desempeñó en varias posiciones dentro de Banco Galicia entre 1973 y diciembre de 2009, dentro de las divisiones de Banca Minorista y Créditos. Se retiró como Gerente de Banca Corporativa. En abril de 2019 fue designado como director suplente de Grupo Financiero Galicia.

COMISION FISCALIZADORA**Cr. Antonio R. Garcés**

El Sr. Garcés es Contador Público Nacional recibido en la Universidad de Buenos Aires. Presta servicios en Grupo Galicia desde 2002. A su vez presta servicios en Banco Galicia desde 1959 y las áreas de experiencia desempeñadas en el mismo, entre otras, son: Contador de la Sucursal Mendoza, Jefe 2° Departamento Inversiones y Operaciones Financieras, Jefe del Departamento de Contaduría, Asesor Impositivo, Auditor Interno, Director Suplente y adscripto al Directorio, Director Ejecutivo de Servicios Corporativos. En 2001 fue elegido como Vicepresidente y desde marzo de 2002 hasta agosto de 2002 se desempeñó como Presidente y a partir de esa fecha asumió el cargo de Vicepresidente hasta abril de 2003. Desde abril de 2003 y hasta la actualidad desempeña el cargo de Presidente del Banco, y desde esa fecha y hasta el 14 de abril de 2010 se desempeñó como Presidente del Directorio de Grupo Galicia, fecha en la cual fue reelegido como miembro del Directorio del Grupo Financiero. También es Vicepresidente 1° de la Asociación de Bancos de Argentina, Director de IDEA y Consejero Titular de la Fundación.

Cdor. José Luis Gentile

El Sr. Gentile es Contador Público Nacional graduado en la Universidad de Buenos Aires. Se ha desempeñado como Gerente Administrativo Financiero desde 1999 hasta marzo de 2017. Se desempeña como Síndico de Banco Galicia y Grupo Financiero Galicia desde las juntas de accionistas celebradas el 25 de abril de 2017. Es también síndico de Galicia Valores y Galicia Warrants, y Síndico alternativo de Cobranzas Regionales y Tarjeta Naranja.

Cdor. Omar Severini

El Sr. Omar Severini se graduó como contador público de la Universidad de Belgrano y obtuvo una especialización en finanzas orientadas al mercado de capitales en la Universidad del CEMA. Estuvo vinculado a Banco Galicia desde 1978 y se desempeñó en distintas posiciones como responsable de auditoría diaria desde 1986 hasta 2009. Se desempeñó como Gerente de Auditoría Interna de Banco Galicia entre 2009 y 2017. Fue elegido como síndico titular de Banco Galicia y Grupo Financiero Galicia en abril 2018. Además, se desempeña como síndico titular de Galicia Valores, Galicia Warrants, Tarjetas Regionales, Tarjeta Naranja y otras subsidiarias de Banco Galicia y Grupo Financiero Galicia.

Dr. Miguel N. Armando

El Sr. Miguel Norberto Armando: se graduó como abogado de la Universidad de Buenos Aires. Se desempeñó como síndico suplente de Banco Galicia entre 1986 y 2017. Se desempeñó como síndico suplente de Grupo Financiero Galicia entre 1999 y 2009, momento en el que fue designado como síndico titular de Grupo Financiero Galicia hasta abril de 2018. Fue vuelto a elegir como síndico suplente de Banco Galicia y Grupo Financiero Galicia en abril de 2019. Es presidente de Arnoar S.A. También se desempeña como síndico titular de EBA Holding S.A., Electrigal S.A. y como síndico suplente de Galicia Valores, Galicia Seguros, Sudamericana Holding, Marin y Finisterra, entre otras.

Dr. Fernando Noetinger

El Sr. Noetinger es Abogado graduado en la Universidad de Buenos Aires. Fue Síndico Suplente entre septiembre de 1999 y junio de 2002. Actualmente es Síndico Suplente de Grupo Galicia desde abril de 2006. El Sr. Noetinger es también Presidente de Arnoar S.A. y Doña Inés S.A. y Síndico Suplente de EBA Holding S.A., Electrigal S.A., Tarjetas del Mar S.A., Tarjetas Regionales S.A., Galicia Warrants S.A., Galicia Valores S.A. Sociedad de Bolsa, Banco Galicia, Galicia Capital Markets S.A. "En Liquidación", Galicia Retiro Compañía de Seguros S.A., Galicia Seguros S.A., Sudamericana Holding S.A. y Net Investment, entre otras.

Dr. Horacio Tedín

El Sr. Tedín es Abogado egresado de la Universidad de Buenos Aires. Es Síndico Suplente de Grupo Galicia desde abril de 2006. Es también Síndico Titular de Galicia Internacional S.A. y Electrigal S.A. y Síndico Suplente de EBA Holding S.A., Compañía Financiera Argentina S.A. y Galicia Administradora de Fondos S.A. Sociedad Gerente de Fondos Comunes de Inversión, entre otras.



COMITES

Comité de Auditoría

Fue creado como un órgano sin funciones ejecutivas, cuyo objetivo es asistir al Directorio en la supervisión de los estados financieros, así como en el ejercicio de la función de control de la sociedad y de sus subsidiarias. Este Comité cumple los requerimientos establecidos por la normativa local y del exterior donde la compañía cotiza sus títulos valores. Entre sus actividades se encuentran la emisión del informe de las actividades desarrolladas, la planificación anual de las actividades del Comité y asignación de medios para su funcionamiento, la evaluación de la independencia, los planes de trabajo y el desempeño de la Auditoría Externa e Interna, la evaluación de la confiabilidad de la información financiera presentada a los entes reguladores y a los mercados donde la sociedad cotiza sus acciones y la emisión de un informe anual evaluando la razonabilidad de las remuneraciones de los Directores.

Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo fue constituido con el propósito de contribuir con la gestión de los negocios ordinarios y habituales de la Sociedad para un cumplimiento más eficiente del cometido del Directorio de la compañía. Entre sus funciones se encuentran: recopilar información legal, económica, financiera y de los negocios de sus sociedades controladas y participadas, tomar

decisiones sobre inversiones, designar a los Gerentes de primera línea de la Sociedad, proponer un plan estratégico para la compañía y subsidiarias, efectuar las proyecciones del presupuesto anual para el Directorio y realizar evaluaciones de riesgo.

Comité de Ética, conducta e integridad

El Comité de Ética, Conducta e Integridad fue creado como parte de las acciones tomadas en el marco del Programa de Ética e Integridad de la sociedad, con el fin de promover el respeto a las normas, los principios de buena conducta y el Código de Ética.

El objetivo de dicho Comité es, entre otras funciones que puedan llegar a contemplar las normas legales, monitorear y analizar y dictaminar sobre denuncias por conductas contrarias al Código de Ética, evaluar la evolución y efectividad del Programa de Ética e Integridad de la entidad y planificar coordinar y supervisar el cumplimiento de las políticas que en la materia haya aprobado este Comité.

Comité de nominaciones y remuneraciones

El Comité de Nominaciones y Remuneraciones fue creado a fin de facilitar el análisis y seguimiento de diversas cuestiones en función de las buenas prácticas de gobierno corporativo. El objetivo de dicho comité es principalmente asistir al Directorio de la Sociedad en la preparación de la propuesta de nominación de candidatos

para ocupar los cargos en el Directorio de la sociedad, confeccionar y diseñar un plan de sucesión para los miembros del Directorio, en especial para el Presidente y para el Presidente del Comité de Auditoría, teniendo en cuenta sus funciones, antecedentes, capacitación y experiencia profesional y determinar los niveles de retribuciones teniendo en cuenta los estándares del mercado considerando las funciones, los niveles de complejidad y variedad de los temas tratados para compañías similares.

Comité para la integridad de la información

Fue creado con el objeto de cumplir con lo recomendado por la Ley Sarbanes-Oxley 2002 de Estados Unidos, ello en su carácter de compañía cotizante en el Nasdaq Capital Market. Entre sus funciones se destacan el monitoreo de los controles internos de la Sociedad, la revisión de los estados financieros y otras informaciones publicadas, la preparación de informes al Directorio con las actividades desarrolladas por el Comité. El funcionamiento del mismo se ha ido adaptando a la legislación local y actualmente, cumple importantes funciones administrativas y de información que son utilizadas por el Directorio y el Comité de Auditoría, contribuyendo con la transparencia de la información brindada a los mercados.

3.2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA²

102-27, 102-28

Banco Galicia cuenta con Gerencias de Área que reportan directamente al Gerente General del Banco. Estas son:

Gerencia de Área de Planeamiento

Planifica, coordina y controla el presupuesto, el planeamiento, la contabilidad, los impuestos, el pago a proveedores y los aspectos legales.

Gerencia de Área de Banca Financiera

Diseña, planifica e implementa la visión, estrategias, políticas y objetivos de la Tesorería.

Gerencia de Área de Banca Mayorista

Diseña, planifica e implementa la visión, estrategias, políticas y objetivos para cada uno de los segmentos.

Gerencia General de Tarjetas Regionales

Diseña, planifica e implementa la visión, estrategias, políticas y objetivos para el negocio de Banca de Consumo y Naranja, así como la transformación digital del mismo.

Gerencia de Área de Experiencia del Cliente

Dirige y lleva a cabo la estrategia y visión de ser un Banco de Experiencia del Cliente.

Gerencia de Área de Servicios Corporativos Integrados

Diseña, planifica e implementa las estrategias y políticas para las áreas de Sistemas, Operaciones e Infraestructura y su mantenimiento.

Gerencia de Área de Banca Minorista

Diseña, planifica e implementa la visión, estrategias, políticas y objetivos para los negocios de la Banca Minorista y para cada uno de los segmentos de clientes.

Galicia Seguros

Es el máximo responsable por llevar adelante los objetivos organizacionales y de negocios de Galicia Seguros en concordancia con los planes estratégicos del Grupo Financiero Galicia.

Gerencia de Área de Gestión del Riesgos

Elabora, propone y tiene como misión elaborar, proponer y consensuar estrategias y acuerda políticas del riesgo crediticio, financiero y operativo para el Banco y sus empresas vinculadas.

Gerencia de Área de Personas

Diseña, planifica e implementa estrategias y políticas de Recursos Humanos, además define y controla metas de administración de los recursos humanos del Banco.

Características de la Dirección Estratégica

Durante 2019 el Directorio se reunió al menos una vez al mes y en toda otra oportunidad que las circunstancias lo requieren.

Capacidades y formación

Los miembros del Directorio están en permanente formación de acuerdo a las necesidades del negocio para el desarrollo de sus actividades y en la promoción de los principios de sustentabilidad.

Participa activamente en foros y congresos compartiendo sus experiencias y promoviendo la sustentabilidad corporativa. Entre las capacitaciones y espacios de formación en los cuales participó el gobierno corporativo del Grupo, destacamos el viaje del Lic. Sergio Grinenco - Presidente de Banco Galicia - a la Asamblea General de Naciones Unidas en Nueva York en septiembre de 2019, en el cual firmó los Principios de Banca Responsable (PBR) de UNEP FI. Además, el Lic Diego Rivas - Gerente de Área de Riesgo - realizó el Executive Program en Singularity

PARA CONOCER LOS CVS DE LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO, COMISIÓN FISCALIZADORA DEL GRUPO ENTRAR EN:

WWW.GFGSA.COM/ES/STATIC/MANAGEMENT

PARA CONOCER LOS DE BANCO GALICIA, ENTRAR EN:

WWW.BANCOGALICIA.COM/BANCA/ONLINE/WEB/INSTITUCIONAL/CSV-AUTORIDADES-BANCO-GALICIA/

Evaluación

La Asamblea de Accionistas, con la participación de la Comisión Fiscalizadora, es quien cumple con el rol de verificación de la implementación de estrategias y políticas en materia económica, social y ambiental; presupuesto; y plan de negocios definido. Así, el Directorio es evaluado por la Asamblea de Accionistas con la participación de la Comisión Fiscalizadora en materia económica, social y ambiental; a través de la presentación de su Informe integrado que rinde cuentas del desempeño integral del Grupo.

Además, 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 Grupo es evaluado anualmente a través del cumplimiento de la visión estratégica y los objetivos de negocio de que alcanzan todos los grupos de interés, y se traducen en acciones concretas y metas definidas por las áreas. Si bien el ejercicio de evaluación no es auditado externamente, todos los indicadores relacionados con la gestión de sustentabilidad del Banco, y demás compañías del Grupo, son comunicados externamente son revisados por la consultora PWC.

2. Para ver mayor información remitirse al Informe sobre Gobierno Societario de Grupo Financiero Galicia.



3.3. TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN

102-16

El Directorio, y la Dirección estratégica de las compañías del Grupo rinden cuentas de manera transparente y clara a todos los grupos de interés, tanto en informes regulados por los entres públicos y de contralor, como de forma voluntaria a través de este Informe, las plataformas online y las redes sociales.

Como Grupo financiero, nuestras compañías se rigen bajo una amplia cantidad de normas y regulaciones. Es por lo que nuestras operaciones cumplen con la normativa del BCRA³, el Código de Prácticas Bancarias y la Comisión Nacional de Valores.

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). Este Código incorpora lineamientos y recomendaciones que buscan darle mayor transparencia a la gestión empresarial a través de conceptos de buen gobierno corporativo⁴.

Ley Sarbanes-Oxley (SOX)

Grupo Financiero Galicia, en su carácter de sociedad cotizante en los mercados de los Estados Unidos de América, cumple con la certificación de sus controles internos de acuerdo con la sección 404 del SarbanesOxleyAct (SOX).

Esta ley fue 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 Argentinos⁵

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

Código de Participación en Comunidades Digitales

Naranja participa activamente en las comunidades digitales en diversas plataformas con el objetivo principal de ser un eficiente canal de atención a clientes, de venta de los productos y servicios que ofrece, y de conversaciones con la comunidad a los fines de dar a conocer la cultura de la empresa. El Código transmite a sus colaboradores algunas condiciones y lineamientos sobre el uso y la participación en estas plataformas digitales y en las que en un futuro se puedan implementar, para un desempeño seguro y responsable.

3. www.bcra.gov.ar

4. Para ver el Código de Gobierno Societario del Grupo ingresar en: www.cnv.gob.ar

5. www.aba-argentina.com

04

GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS



- MAPA DE RIESGOS DEL GRUPO
- LÍNEA ÉTICA
- CÓDIGO DE ÉTICA
- PREVENCIÓN DEL LAVADO DE DINERO
- GERENCIA DE COMPLIANCE
- ASPECTOS LEGALES: MULTAS Y RECLAMOS



4.1. MAPA DE RIESGOS DEL GRUPO

102-11, 102-15, 102-16, 102-30



ESTRUCTURA DE CONTROL INTERNO DEL RIESGO

EL ÁREA DE GESTIÓN DE RIESGOS, JUNTO CON OTRAS ÁREAS DE GOBIERNO CORPORATIVO, TIENEN LA RESPONSABILIDAD DE GESTIONAR DE MANERA INTEGRAL LOS RIESGOS DE GRUPO FINANCIERO GALICIA SIGUIENDO LAS MEJORES PRÁCTICAS INTERNACIONALES, ASEGURANDO SU INDEPENDENCIA DEL RESTO DE LAS ÁREAS DE NEGOCIO; PERO, A SU VEZ, INVOLUCRADA EN LAS DECISIONES DE NEGOCIO Y ORIENTADA A OPTIMIZAR EL PERFIL DE RIESGO, UTILIZANDO HERRAMIENTAS Y SISTEMAS ACTUALIZADOS PARA LA DETECCIÓN, MEDICIÓN, MONITOREO Y MITIGACIÓN DE CADA UNO DE LOS RIESGOS TIPIFICADOS.

PARA GARANTIZAR EL CONTROL INTERNO Y GESTIÓN DE LOS RIESGOS, CONTAMOS CON 3 NIVELES DE COMITÉS ESTABLECIDOS EN BANCO GALICIA. ELLOS COMPONEN LA ESTRUCTURA DE CONTROL INTERNO INTERVINIENTE EN MATERIA DE DEFINICIÓN, EVALUACIÓN Y CONTROL:



El Grupo Financiero Galicia gestiona 7 tipos de riesgos, para los cuales definió su apetito al riesgo y los monitorea a través de métricas y umbrales asociados.

GRUPO FINANCIERO GALICIA DEFINIÓ SU APETITO DE RIESGO

ASÍ, FIJA EL NIVEL DE RIESGO QUE ESTÁ DISPUESTO A ASUMIR PARA CONCRETAR LA ESTRATEGIA DEFINIDA POR LOS ACCIONISTAS. ESTE SE MONITOREA A TRAVÉS DE MÉTRICAS Y UMBRALES ASOCIADOS A LOS PRINCIPALES RIESGOS QUE ASUMEN LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO, QUE SE COMPONEN POR 8 DIMENSIONES:

IMPULSAMOS POLÍTICAS CORPORATIVAS TENDIENTES A MITIGAR DESVÍOS VERIFICADOS (O POTENCIALES) DE LOS NIVELES DE RIESGO ACEPTADOS. ESTE AÑO SE LOGRÓ MANTENER UN 82,1% DE LAS MÉTRICAS POR DEBAJO DE LOS UMBRALES DE APETITO.

Riesgo de capital (o solvencia)

Para la correcta medición del riesgo se monitorean dos niveles de capital: El Capital Económico y el Capital Regulatorio. A través del seguimiento del Capital Económico, se mide el capital que la entidad debería tener dada la estructura de riesgos que, tanto los activos como los procesos del Banco, presentan. Dentro de los riesgos relevantes que contemplan capital económico, se encuentran el de Crédito, Operacional, Mercado, Tasa, Estratégico, Liquidez, Titulizaciones y Reputacional. A su vez, el Capital Regulatorio es el mínimo capital exigido por el BCRA para poder operar en el sistema financiero. Dicha exigencia, se calcula en función del volumen y riesgo asociado de los activos de la entidad, por lo que resulta fundamental, para mantener una posición líder en el mercado, el contar con un adecuado nivel de solvencia.

Para el correcto seguimiento de estos riesgos, se realizan pruebas de estrés. Éstas son consideradas parte importante dentro de la cultura de gestión de riesgos de Banco Galicia, teniendo impacto en las decisiones de gestión y planificación. En este sentido, se destaca el involucramiento transversal dentro de la Organización que implica el seguimiento del procedimiento descrito en los documentos específicos de pruebas de estrés, requiriéndose la

participación de especialistas de distintas áreas de la Entidad. Banco Galicia ejecuta sus pruebas de estrés con periodicidad anual, partiendo del cierre del ejercicio anterior. Dichas pruebas consisten en el estrés integral de su hoja de balance, incluyendo estado de situación patrimonial, estado de resultados y flujo de liquidez, bajo distintos escenarios macroeconómicos adversos para la entidad y el sistema financiero en su conjunto. Dentro de dichas proyecciones, se estresan todos los riesgos relevantes para el Banco Galicia, así como las principales métricas incluidas en el Marco de Apetito de Riesgo. La definición de los escenarios a utilizar queda a cargo de la Gerencia de Research, con colaboración de la Gerencia de Riesgos.



Riesgo financiero

Los factores de riesgo financieros sujetos a gestión y control son: 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; riesgo de crédito proveniente de contrapartes situadas en jurisdicciones extranjeras; limitaciones regulatorias a girar instrumentos financieros o fondos líquidos a contrapartes del exterior, para afrontar el cumplimiento de obligaciones asumidas. Desde esta perspectiva, se define el riesgo financiero como la eventualidad de incurrir en pérdidas producto de variaciones en el precio de mercado de activos y pasivos financieros con cotización, fluctuaciones en las tasas de interés de mercado, cotización de monedas extranjeras y cambios en la situación de liquidez del Banco. Dentro del ámbito de los riesgos financieros se incluye el riesgo de Cross Border, el Riesgo de Transferencia de Divisas al Exterior.

Riesgo crediticio

Banco Galicia utiliza herramientas de evaluación crediticia y de monitoreo del riesgo, que permiten su gestión en forma ágil y controlada, y promueve una adecuada diversificación de portafolios, tanto en términos individuales como por sector económico, controlando así su nivel de exposición a potenciales riesgos. Estratégicamente, el Banco ha dispuesto la profundización del conocimiento de sus clientes, plasmado en una política específica, que permite asistirlos crediticiamente de acuerdo a sus necesidades de financiamiento y en función de sus atributos, propósitos, y perspectivas evaluadas.

La Gerencia de Crédito Minorista asegura el proceso de Otorgamiento, garantizando la calidad de la cartera minorista. Diseña y administra las herramientas y modelos de decisión crediticia masiva, dirige las acciones de alineamiento a las estrategias comerciales minoristas y acompaña al área comercial, haciendo recomendaciones frente a oportunidades de negocio. Asimismo, para la Banca Mayorista, la aceptación está dada a partir de análisis crediticios, de cash-flow, de balance, de carácter del solicitante, apoyados por modelos estadísticos de rating. El Banco cuenta con una política de revisión sectorial, la cual estipula los niveles que deben tener las actividades económicas de la cartera del Sector Privado en función de la concentración que las mismas presenten respecto del total de financiaciones del Banco y/o del Capital Ordinario de Nivel 1.

Riesgo operacional

La Gerencia de Riesgos incluye una unidad específica e independiente de las unidades de negocios o de soporte, responsable de la gestión de dichos riesgos. Las funciones de esta unidad son, entre otras, desarrollar y controlar el modelo de gestión del riesgo operacional, inherente a los productos, actividades y procesos, alineado con las normativas y las mejores prácticas vigentes; articular los principales procesos necesarios; asesorar, capacitar y acompañar a las gerencias; asegurar que

se desarrollen planes de contingencia y de continuidad de la actividad acordes al tamaño y complejidad de sus operaciones, como así también sus respectivas pruebas.

Además, la gestión de este riesgo es un proceso continuo que se lleva a cabo en todo el Grupo, mediante una política eficaz y un programa dirigido por la Dirección Estratégica. El enfoque metodológico adoptado incluye: Auto-evaluación de Riesgos, Mapa de Riesgos, Indicadores de Riesgo y Recolección de Eventos de Pérdida.

El Banco ha definido estrategias de capacitación con el objetivo de concientizar y capacitar a todos sus colaboradores sobre la importancia del Riesgo Operacional, y su adecuada gestión, así como la correcta gestión de la Continuidad de Negocio. Para los programas de formación se tienen en cuenta las normas del Banco Central y las definiciones contenidas en la Política de Riesgo Operacional y la Política de Continuidad de Negocio. Asimismo, ha definido políticas para la mitigación de riesgos derivados de la tercerización de servicios. También se asegura que antes de lanzar o presentar nuevos productos, actividades, procesos o servicios, se evalúen adecuadamente sus riesgos operacionales. De este modo, el Banco cuenta con la estructura y recursos necesarios para poder establecer el perfil de riesgo y adoptar en su caso, las medidas correctivas pertinentes, dando cumplimiento a las disposiciones establecidas por el Banco Central sobre lineamientos para la gestión del riesgo operacional en entidades financieras. La determinación de la exigencia de capital mínimo por Riesgo Operacional se efectúa en concordancia con las normas del Banco Central. Una adecuada gestión de los Riesgos Operacionales contribuye además a mejorar la calidad del servicio brindado a los clientes.

6. Para conocer los grupos de interés del Grupo ver página XX.

Riesgo tecnológico

Banco Galicia cuenta con una estructura cuyo objetivo es mantener el perfil de riesgo tecnológico y velar por la oportuna definición de las medidas correctivas pertinentes, dando cumplimiento a las disposiciones establecidas por el BCRA y otros organismos de control bajo los cuales el Banco está sujeto sobre lineamientos para la gestión del riesgo tecnológico en entidades financieras. La correcta gestión de riesgos de tecnología contribuye no sólo garantizar la calidad de los servicios que Banco Galicia presta a sus clientes, sino al resguardo y protección de sus datos personales.

Riesgo de ciberseguridad

En materia de gestión de riesgos de ciberseguridad trabajó en la concientización interna y externa del responsable uso de la información en redes sociales y en la página web galicia.com.

El Banco, está sujeto a diferentes obligaciones, entre las que se encuentran, el cumplimiento de la Ley Sarbanes Oxley de EEUU, regulaciones propias del BCRA y la Ley Nacional de Protección de Datos Personales “Habeas Data” entre otras. En este aspecto, durante el año, se trabajó en conjunto con diferentes equipos, con el objetivo de cumplimentar las obligaciones respectivas de manera satisfactoria.

Riesgo reputacional

Deriva de las percepciones que tienen sobre el Banco los distintos grupos de interés⁶, y cuya opinión podría impactar negativamente en el capital, los resultados, expectativas de desarrollo de los negocios o el acceso a fuentes de fondeo. Puede ser originado por la materialización de otros riesgos: Legal, Compliance, Operacional, Tecnológico, Estratégico, Mercado, Liquidez, Crédito, etc. Desde 2019 el Banco cuenta con un Tablero de Redes Sociales el cual permite monitorear y detectar de forma online aquellos comentarios o contenidos que puedan dañar la imagen y marca de la entidad.

4.1.1. Riesgo ambiental y social

102-11, 103-2, 103-3

El Grupo está comprometido a incorporar criterios para la administración de riesgos ambientales y sociales (AyS) en sus decisiones vinculadas a operaciones crediticias. Para ello es nuestra intención alinearnos con las mejores prácticas internacionales y con la mejora continua de los procesos de administración de riesgos AyS.

Política de gestión de riesgos AyS

La política para la administración del Riesgo AyS de Banco Galicia describe la visión y misión del Banco en su compromiso para la provisión de productos financieros de manera ambientalmente responsable.

Los objetivos específicos de la política ARA (Administración de Riesgo AyS) 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 AyS que Banco Galicia adoptará en las actividades del negocio;
- Asegurar el cumplimiento de los Principios de Ecuador según el compromiso del Banco y de los requerimientos AyS de Instituciones Financieras Internacionales con las que el Banco trabaja;
- Establecer un efectivo marco de trabajo para la emisión de reportes relacionados con temas AyS en el proceso de crédito de Banco Galicia.

Banco Galicia se compromete a integrar la evaluación de riesgos AyS en el marco del proceso de toma de decisiones crediticias. Se evalúan y revisan los potenciales riesgos AyS 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 AyS 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 \$ 23.600.000).
 - 2) Con monto de alguna de las líneas de crédito igual o mayor a \$ 23.600.000.
4. Operaciones de largo plazo (extraordinarias).
 - 1) Fondeo de Organismos internacionales.
 - 2) Acotadas (monto de cada línea de crédito menor a \$ 23.600.000).
 - 3) Con monto de alguna de las líneas de crédito igual o mayor a \$ 23.600.000.
5. Operaciones Principios de Ecuador y Performance Standards (PS) IFC.

En relación a la implementación de la línea de financiación Bono Verde lanzado en 2018 por el Banco, el IFC realiza una auditoría para el cumplimiento del Plan de Acción, verifica el análisis ambiental y social que se realiza en los proyectos sustentables, y cómo procede el Banco en su monitoreo y seguimiento. Entre los aspectos analizados está el ahorro en el consumo de combustibles, energía o bien la generación de energía en MW, entre otras consultas de la gestión ambiental que se aplica. En 2019 se visitó al principal proyecto desembolsado por el Bono Verde “Central Térmica San Alonso” dando inicio al cumplimiento del Due Diligence Ambiental y Social establecido, y se cumplió con la presentación de la documentación para cumplir con el plan de acción estipulado en el cronograma propuesto.

Principales modificaciones de la Política ambiental de créditos:

- Incorporación del detalle de las Normas de Desempeño IFC y los Principios de Ecuador para el análisis de riesgo ambiental y social, cumpliendo con requerimientos de dichas entidades y lograr mayor entendimiento de las mismas.
- Incorporación de la guía de análisis de proyectos de energía renovable según su clasificación del nivel de riesgo (A, B o C). Dicha implementación es exigida por organismos multilaterales a los que el banco está adherido, alineándonos a las iniciativas internacionales de cambio climático que se presentan hoy día.
- Incorporación de apartados Tabaco y Minería.

4.2. LÍNEA ÉTICA

102-16, 102-17, 102-25, 102-34, 102-44, 103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 407-1, 408-1, 409-1, ODS 8.7, ODS 8.8, ODS 16.5

Para garantizar los compromisos y valores asumidos por las compañías, se creó en el año 2016 la Línea Ética, un canal de denuncias que es administrado por una consultora externa asegurando la confidencialidad del denunciante. A través de esta, los colaboradores y proveedores de las compañías del Grupo pueden informar situaciones que consideren irregulares o contrarias al código, de forma confidencial, anónima y objetiva. El canal funciona las 24 horas del día, los 365 días del año.

Los canales habilitados para su recepción a través de la Línea Ética son:

- Tel: 0800-122-5671 (Disponible en el horario de 12.00 A 20.00 HS)
- Fax: (11) 43165800
- Web: <https://eticagrupo Galicia.lineaseticas.com/>
- Mail: eticagrupo Galicia@kpmg.com.ar
- Correo postal: Bouchard 710, 6to Piso, CP 1001, Bs. As., Argentina.

Las denuncias recibidas son tratadas en el Comité de Conducta, el cual se reúne como mínimo una vez al mes y no toma una decisión definitiva hasta que la parte denunciada haya sido adecuadamente escuchada. Las resoluciones tomadas por el Comité son documentadas por escrito, y pueden abarcar desde sanciones, desvinculaciones o, si correspondiere, declarar la improcedencia de la denuncia.

En 2019, la Línea Ética del Grupo Financiero Galicia recibió 43 denuncias: Banco Galicia 37 denuncias; Naranja recibió 1 denuncia; y Galicia Seguros, 5 denuncias. Todas fueron reportadas al Comité de Compliance del Grupo.

4.3. CÓDIGO DE ÉTICA

102-16, 102-17, 102-25, 103-2, 103-3, 205-1, 205-2, 407-1, 408-1, 409-1, ODS 16.5

Banco Galicia cuenta con un Código de Ética dirigido a todos sus colaboradores. Las pautas incluidas en el mismo fueron establecidas por la Dirección en base a lo definido en el Código de Gobierno Societario, y forman parte del conjunto de normas y reglamentaciones vigentes en la entidad. En ciertas temáticas específicas algunos Colaboradores se encuentran también sujetos al Código de Protección al Inversor, u otros códigos de conducta específicos de la actividad o negocio en el que desempeñan sus funciones.

Entre los principales temas que alcanza el Código se destacan:

- Los principios y valores del Banco.
- Las obligaciones y responsabilidades en la aplicación del Código.
- Las pautas de conducta en relación al cumplimiento de la normativa, relación con autoridades, el cuidado del ambiente, la responsabilidad social, los derechos humanos e igualdad de oportunidades, la Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo, la prevención de delitos, y la confidencialidad de la información de la organización y de sus clientes.
- La línea ética.



4.4. PREVENCIÓN DEL LAVADO DE DINERO

103-2, 103-3, 205-1, 205-2, ODS 16.5

En materia de Prevención del Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, las empresas del Grupo, a través de sus propios Comités de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, implementan programas que establecen políticas y procedimientos para la prevención y detección de operaciones ilícitas. Además, el Banco cuenta con herramientas ágiles que le permiten aplicar medidas de diligencia simplificada para aquellos clientes definidos como de bajo riesgo y enfocar los esfuerzos en aquellos clientes con mayor riesgo logrando una mayor eficiencia en las tareas.

Es en este marco, en 2019 lanzó las siguientes iniciativas:

- Sistema de monitoreo: incorporación de alertas de actualización de legajo para los clientes de Riesgo Alto y Riesgo Medio.
- Elaboración de un Plan de Debida Diligencia sobre clientes de Alto Riesgo.
- Elaboración de e-learning avanzado en materia de Prevención del Lavado de Activos para los colaboradores que administran cartera de clientes.
- Capacitación presencial para todos los colaboradores que tienen relación directa con la materia, incluyendo además de las zonas de la Banca Minorista, a la Banca Corporativa y Banca Mayorista.
- Adecuación del cuerpo normativo de Prevención del Lavado de Activos.

CAPACITACIÓN EN PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO

	Banco Galicia		Naranja		Galicia Seguros	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Participantes	12.179 ⁽¹⁾	5.809	2.915	2.881	298	138
Horas de capacitación	5.096	1.892,84	2.915	1.441	364	155,5

(1) El valor reportado por Banco Galicia en 2018 equivale al número de participaciones y no de personas que participaron

4.5. GERENCIA DE COMPLIANCE

Vela por el cumplimiento de la normativa vigente que impacta en las diferentes áreas de negocio. Monitorea el cumplimiento de las leyes, regulaciones y políticas internas a fin de prevenir sanciones económicas y/o penales, y minimizar el impacto reputacional. Coordina la identificación, monitoreo y reporte de riesgos de cumplimiento a través de la actualización anual del código de Ética, y la definición de políticas pertinentes apoyando a los colaboradores a actuar frente a posibles dilemas éticos que pudieran presentarse.

4.6 ASPECTOS LEGALES: MULTAS Y RECLAMOS

103-2, 103-3, 416-2, 418-1

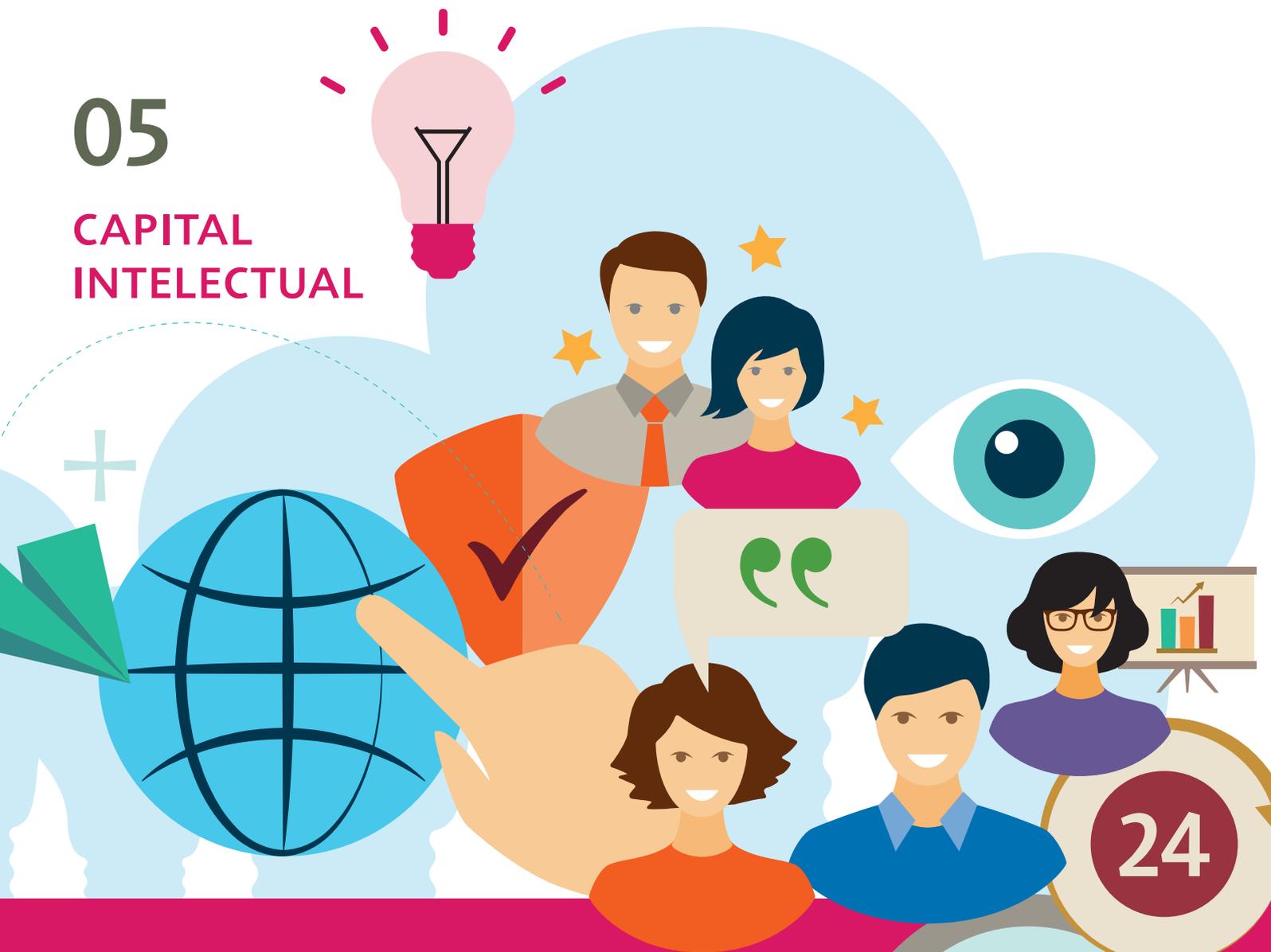
Con respecto a reclamaciones relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente, ninguna de las compañías tuvo reclamos ante la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, dependiente de la Secretaría de Comercio de la Nación.

Por su parte, durante 2019 Banco Galicia tuvo 1.085 reclamos en organismos de Defensa del Consumidor en CABA y 1.909 en el interior; Naranja 401 en CABA y 4.302 en el interior; y Galicia Seguros 21 en CABA y 285 en el interior.

En materia de asuntos laborales, Banco Galicia recibió 37 denuncias que ingresaron por diferentes canales contemplando tanto las del incumplimiento de Código de Ética como otras denuncias; Galicia Seguros recibió por incumplimiento al Código de Conducta 79 casos por asuntos laborales; y Naranja recibió 47 juicios propios, 15 solidarios y 551 telegramas laborales.

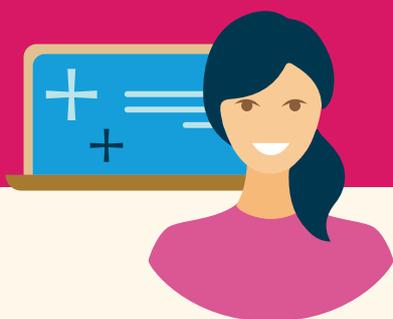
05

CAPITAL INTELLECTUAL



• CAMINO A LA TRANSFORMACIÓN

• INNOVANDO EN LA CAPACITACIÓN PARA ACOMPAÑAR LA TRANSFORMACIÓN



5.1. CAMINO DE LA TRANSFORMACIÓN

103-2, 103-3

Vivimos en un en un contexto dinámico, donde clientes y nuevos competidores nos desafían a cambiar constantemente y ofrecer experiencias superadoras que sean cada vez más simples y ágiles.

Por eso, este año Banco Galicia está acelerando la transformación entendiéndola como medio fundamental para alcanzar su estrategia de Experiencia, Eficiencia y Crecimiento; manteniendo su cultura y valores de confianza y transparencia, y con una mentalidad ágil.

En este marco, trabaja en diferentes ámbitos de acción que lo guían a moverse hacia una nueva manera de hacer las cosas.

- Comunica los proyectos del Programa de Transformación y el impacto que genera en el negocio con todos los colaboradores
- Profundiza los nuevos equipos, roles y definiciones.
- Promueve un cambio de mindset ágil y la generación de conciencia sobre las nuevas competencias.

- Sensibiliza y forma a sus líderes en su rol en la transformación, sumándolos a embajadores digitales como aliados en la transformación y brindándoles herramientas para que trabajen de forma efectiva.
- Busca atraer perfiles externos que tengan las competencias necesarias para desarrollarse en el Banco en el contexto de la transformación.

Dando continuidad al proyecto de evolución digital, durante 2019 Naranja escaló las metodologías ágiles como forma de trabajo. Para ello, se crearon equipos de inteligencia comercial multidisciplinarios y autónomos, con perfiles diversos, trabajo colaborativo y prácticas ágiles con el foco en el desarrollo de un Producto Mínimo Viable (MVP por sus siglas en inglés). Se fortalecieron las metodologías ágiles, analítica avanzada y MKT digital, incorporando tecnología de avanzada como también en los lanzamientos de la nueva App y el rediseño de Naranja Online (NOL)⁷. Además, trabaja la transformación digital desde encuentros, charlas y capacitaciones con colaboradores.⁸

Otro de los hitos del año en este sentido, fue el lanzamiento de NaranjaX, que tiene su foco en la tecnología y en los canales digitales.⁹

Por su parte, Galicia Seguros acompañó a NaranjaX sumando a la plataforma productos particulares como seguro de rotura de pantalla de celular totalmente gratis. A medida que el usuario va realizando más operaciones con la App, la suma asegurada se incrementa manteniendo siempre la gratuidad del seguro y con una gestión del seguro 100% digital. Siguiendo esta tendencia, lanzó el primer seguro de retiro de contratación totalmente online: Fondo Futuro.¹⁰ Para lograr el desarrollo de estas nuevas tecnologías, organizó cursos abiertos para colaboradores sobre Introducción a la agilidad, Diseño UX, Design Thinking y Digital Mindset, e implementó actividades de formación para los colaboradores que forman parte de las células en las que abordó una visión inicial y general de la metodología ágil.

INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA

DURANTE 2019 BANCO GALICIA INVIRTIÓ \$3.359,16 MILLONES EN INFRAESTRUCTURA Y SISTEMAS, DESTINANDO \$100,65 MILLONES A EDIFICIOS CENTRALES, \$513,51 MILLONES A SUCURSALES Y \$2.745 MILLONES A SISTEMAS INCLUYENDO LA INVERSIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES. POR SU PARTE, NARANJA INVIRTIÓ \$825 MILLONES EN INFRAESTRUCTURA Y SISTEMAS.

7. Para más información ver Capital Industrial en este Informe.
8. Para más información ver Capital Humano en este Informe.
9. Para más información ver Capital Financiero en este Informe.
10. Para más información ver Capital Industrial en este Informe.





5.2. Experiencia del cliente

102-34, 102-43, 102-44, 103-2, 103-3

30,30% NPS BANCO GALICIA

49 PUNTOS NPS NARANJA

41,65% NPS GALICIA SEGUROS

Hay dos momentos en los cuales podemos medir la calidad de nuestros servicios: cuando atendemos a nuestros clientes y cuando ellos realizan un reclamo y nosotros gestionamos para resolverlo. Es por eso que desde el Grupo trabajamos por la experiencia del cliente como un eje fundamental de nuestra visión estratégica.

Para medirla, utilizamos el sistema Net Promoter System (NPS) que permite medir la percepción de valor de un cliente con una empresa, y cuenta con mecanismos para relevar sus opiniones sobre la gestión para transmitirlos a las áreas correspondientes. Además, como es una herramienta utilizada por el sector privado nos permite compararnos con el mercado.

5.2.1. Experiencia del cliente en Banco Galicia

Este año Banco Galicia midió la sustentabilidad de los proyectos “Sucursal de Experiencia” y “Centro de Contacto de Experiencia” con una encuesta de satisfacción que mide la interacción del cliente en los canales a través de NPS. Esto le permitió relevar oportunidades de mejora creando Iniciativas agrupadas en 9 “palancas de transformación” relacionadas con la atención, la espera, la flexibilidad, el rol de los colaboradores y la medición; las cuales son necesarias para ser una “Sucursal de Experiencia”.

Metodología ágil “viaje del cliente”

Banco Galicia trabaja desde diferentes canales de atención presenciales y digitales en la experiencia del cliente, desarrollando proyectos por células de trabajo con objetivos individuales y grupales. De esta forma, los líderes de cada canal conforman el equipo de “creadores de la experiencia”, que asumen la gestión para que la interacción que los clientes realizan en sus canales conlleve el menor esfuerzo posible y generen la mejor experiencia del cliente.

Reglas de Oro

Con el objetivo de hacer procesos más simples y ágiles, el Banco establece Reglas de Oro y diseñó un tablero con indicadores de desempeño para medir su cumplimiento. Además, realizó comunicaciones para informar a sus colaboradores, concientizar sobre su impacto en la experiencia del cliente e impulsar la transformación cultural y el pensamiento ágil.

Las reglas de oro son:

- Hago las cosas bien desde el principio
- Cumplimiento en tiempo y forma mis promesas
- Me adueño y resuelvo los problemas rápido y haciendo seguimiento.
- Genero experiencias positivas en cada interacción

BANCO GALICIA RECONOCIÓ A LOS COLABORADORES QUE SE DESTACARON POR GENERAR EXPERIENCIAS SUPERADORAS Y APLICAR LAS REGLAS DE ORO EN SU DÍA A DÍA, PUBLICANDO EN WORKPLACE SUS HISTORIAS DE ÉXITO Y TESTIMONIOS DE CLIENTES.

5.2.2. Gestión de la experiencia del cliente en Naranja

Naranja continuó gestionando la experiencia de sus clientes con la herramienta Net Promoter Score (NPS),

La compañía incorporó la medición de la experiencia del cliente en el chat, Whatsapp y redes sociales, además de brindar soporte a pagos, originación, productos y

tienda con estudios ad-hoc de experiencia de clientes que permitieron identificar aquello que el cliente valora.

En cuanto a la Voz del Cliente Transaccional, todos los canales trabajaron con el objetivo de mejorar el indicador de facilidad definido en el marco de gestión del desempeño. Como resultado, se destacaron un indicador de facilidad del

75% en NOL y un 82% en App Naranja. Se realizaron 595.000 encuestas (49.500 mensuales) para gestionar los objetivos de experiencia de cliente.

Estos resultados colocaron a Naranja en una posición de liderazgo en comparación con el benchmarking del rubro servicios financieros.



5.2.3. Equipo de Voz del Cliente en Galicia Seguros

El equipo de métricas y monitoreo fue renombrado como Voz del Cliente con el objetivo de clarificar el alcance de sus tareas y responsabilidades, las cuales se centran principalmente en la compilación del feedback de clientes tomando las fuentes principales de encuestas y reclamos. A partir de los datos recolectados, sistematiza la información para la toma de decisiones e identificaciones de oportunidades para mejorar la experiencia de los clientes de Galicia Seguros.

Este año, Galicia Seguros realizó una campaña de comunicación interna con el objetivo de sensibilizar sobre el impacto del accionar de los colaboradores y decisiones en la vida del cliente, educar sobre las métricas duras que le permiten tangibilizar la voz del cliente y compartir experiencias ejemplificadoras. En esta campaña, se trabajaron diferentes frentes:

- #ElClienteAndaDiciendo con verbatims de los asegurados
- #CompartiendoExperiencias con videos testimoniales de los clientes.
- #EnSimplesPalabras transmitiendo conceptos internos como NPS, Customer Journey, Reclamos, Close The Loop

Sensor de experiencia

Por otro lado, trabajó en la propuesta y diseño del “Sensor de experiencia”, el cual permitió identificar los principales quiebres en la experiencia del cliente con el objetivo de ser monitoreado y trabajar en la detección de acciones a ayuden a mejorar cada uno de estos puntos.

Tablero de experiencia

Galicia seguros rediseñó el tablero de experiencia donde se monitorean los principales quiebres en la experiencia del cliente. Fue un trabajo conjunto entre las áreas de Centro de Venta Telefónico, Origenación individuos, Beneficios y el Centro de Atención al Cliente. Esta herramienta

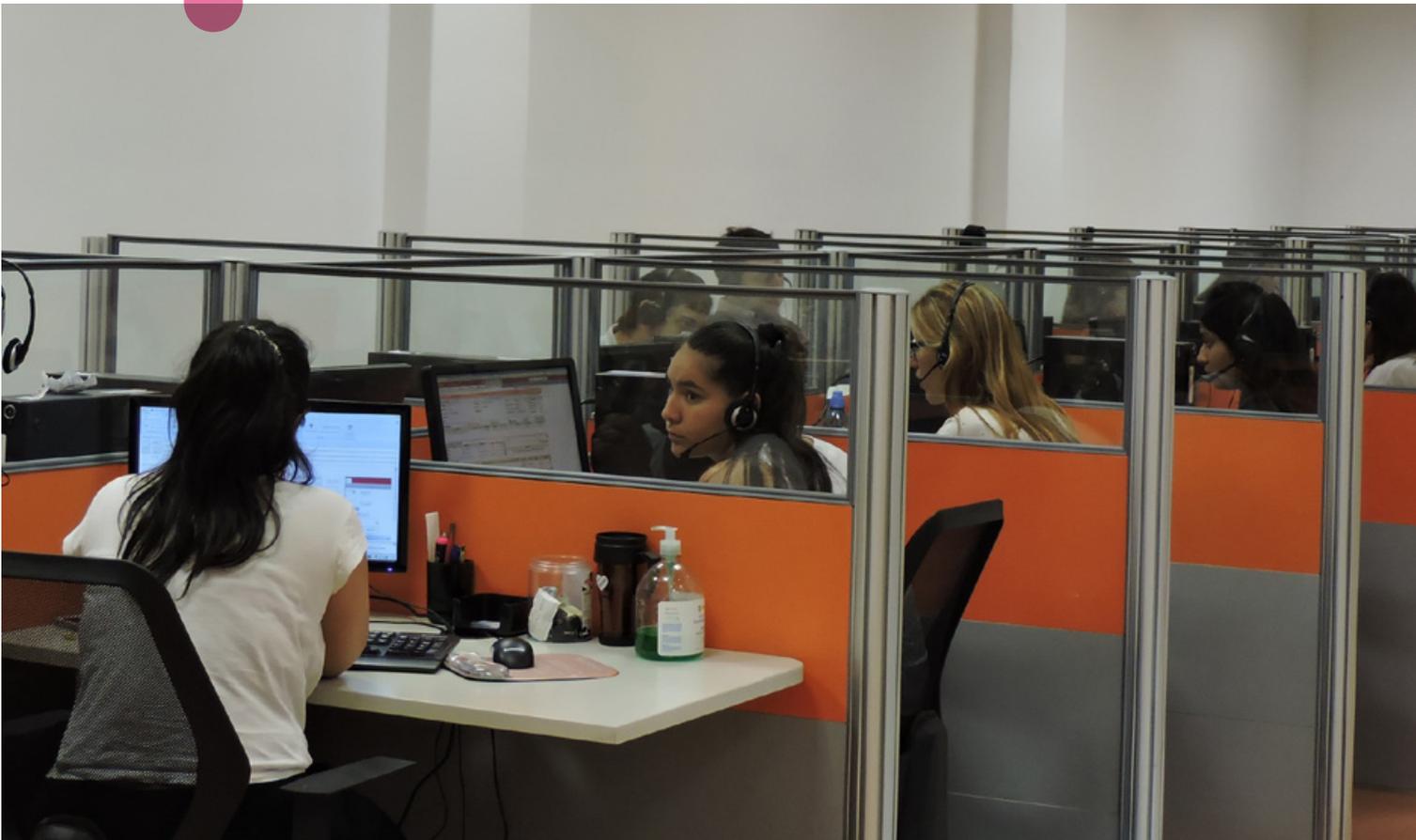
permite contar con datos que respaldan la toma de acciones enfocadas a mejorar el servicio y que sean percibido por los asegurados.

Close The Loop a la comunidad de Líderes

Este año los líderes de Galicia Seguros debieron realizar dos llamados al mes con el objetivo de generar empatía, entendimiento y sensibilizando sobre la experiencia vivida por los clientes a quienes no están en contacto en el día a día.

#ElClienteDesdeTuM2

Galicia Seguros realizó esta campaña donde los colaboradores y gerentes de la compañía participaron de una hora de escucha activa en una llamada recibida en el Centro de Atención al Cliente con el objetivo de crear cultura poniéndonos en los zapatos de los clientes. Estas acciones permiten que cada uno, desde el propio lugar identifique desde su enfoque propuesta de valor, para que sea analizada y trabajada desde los diferentes equipos.



5.2.4. Nueva metodología de medición de gestión de siniestros en Galicia Seguros

Galicia Seguros trabajó en el rediseño de la metodología de la medición de la experiencia de cliente para focalizarse principalmente en la Gestión de Siniestros la cual llamó “momento de la verdad”. A partir de allí, se definió que la medición del NPS se realizaría sobre el universo de clientes que tuvieron un siniestro y el resultado de su análisis, haya sido pagado o rechazado.

Por otro lado, se realizó una revisión integral del cuestionario en relación a la estética y vocabulario, con la colaboración del equipo de Marketing, con el fin de que sea más cercana y simple. Así, la medición del NPS fue complementada con la medición de la Satisfacción General (CSAT | Customer Satisfaction) y el esfuerzo (CES | Customer Effort) que le genera al cliente la resolución de su siniestro, consulta o pedido. En este proceso se identificaron las métricas de los tres momentos clave para el cliente: la venta hasta la recepción de la póliza; la contratación con el Centro de Atención al Clientes; y el análisis y gestión de siniestros hasta su resolución.

5.2.5. Gestión de reclamos

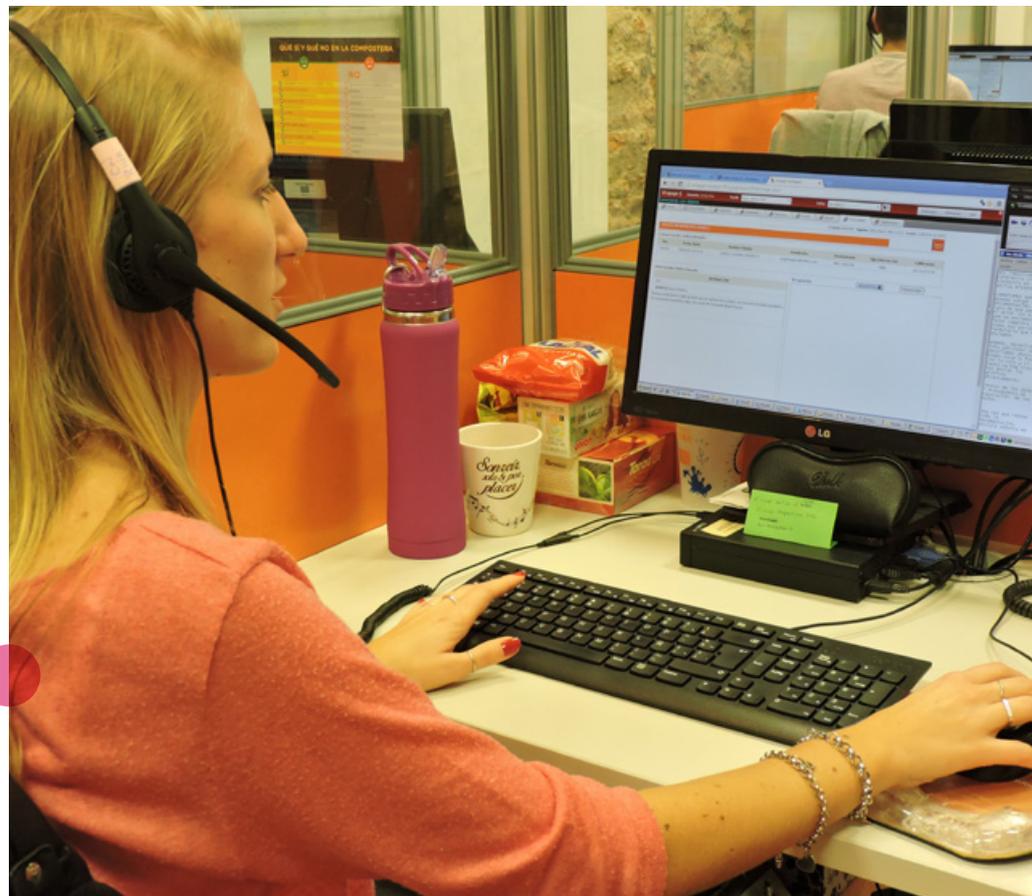
A principio de 2019, junto con la revisión de la metodología de encuestas, se estableció que para las acciones de post-venta se implementen encuestas a clientes que hayan manifestado su disconformidad por algún servicio prestado por Galicia Seguros, o que este no se ajuste a sus expectativas.

Como principales motivos de disconformidad se encuentra: la no recepción de póliza, los plazos para la resolución de los siniestros, los inconvenientes en el envío de documentación y disconformidad con los montos pagados.

Con el objetivo de dar seguimiento a estos resultados, el equipo de Procesos & Innovación mantiene mesas de mejora continua para trabajar en la implementación de iniciativas que mejoren la experiencia del cliente.

Los medios disponibles para la manifestación de un reclamo por parte los clientes son: la línea 0800, la página web corporativa, la red social Facebook y el correo electrónico.

GESTIÓN DE RECLAMOS	Banco Galicia		Naranja		Galicia Seguros	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Participantes	262.786	358.861	911.439	1.112.988	152.846	3.529
Tiempo promedio de resolución de reclamos en días	5,4	4,42	5,05	4	5	5,19



5.3. Centro de Excelencia (COE agile)

Los centros de excelencia fueron ideados para escalar la forma de trabajo full agile a todo el Banco, velando por el uso correcto de las metodologías.

5.4. Nueva visión

La nueva Visión Estratégica tiene la mirada puesta en la transformación, las demandas de los nuevos mercados y la ampliación del negocio a nivel regional, dejando de concebirnos como un “banco” a ser una “plataforma digital”, con foco en experiencia de cliente, eficiencia operacional y contar con los mejores talentos.



5.5. Oficina de Transformación digital

Banco Galicia creó esta Oficina con el objetivo de acompañar a los colaboradores -desde capacitaciones y talleres- a atravesar la transformación en su día a día y contribuir al cambio de mindset que requiere la agilidad. En este marco, aplicó la Metodología OKR (Objectives & Key Results) en el nuevo framework del Banco. Es un proceso colaborativo de trabajo por objetivos con un claro sesgo hacia el crecimiento.

Los principales beneficios de OKR son:

- Transparencia, ya que los objetivos son comunicados a toda la organización, disparando conversaciones que fomentan la alineación y coordinación.
- Foco, porque a través de la definición de unos pocos resultados clave, los equipos encuentran un norte claro en su accionar
- Autonomía, los OKRs no vienen decantados por un jefe o líder, sino que son los propios integrantes del equipo quienes los definen
- Aprendizaje, a través del constante seguimiento e interacciones trimestrales para capitalizar las experiencias
- Superación, dado que busca que los equipos tengan objetivos ambiciosos que los desafíen a ir por más.

Además, desde la Oficina trabajan en la actualización de sistemas, automatización de procesos y una nueva forma de documentar más accesible, ágil y simple.

5.6. Objectives & keys Results (OKRS)

Se definieron indicadores clave de corto plazo que nos permiten medir y mejorar. Estos indicadores están relacionados con el desempeño de nuestra gestión y el cumplimiento de la visión estratégica con el objetivo de seguir evolucionando y transformando nuestro negocio para que crezca y acompañe el desarrollo sostenible.¹¹



11. Para más información ver sección de "Como creamos valor" de este Informe Ampliado 2019.

5.7. Primeras tribus galicia

102-43, 102-44

Banco Galicia

Luego de un año con muy buenos resultados con la transformación digital, en 2019 Banco Galicia decidió ir hacia una organización full agile que le da la posibilidad de ser más flexibles, eficientes y con mayor capacidad de adaptación y aprendizaje continuo a un contexto cambiante y a un cliente con mayores demandas.

Así, reorganizó los equipos actuales, promoviendo la movilidad interna y el desarrollo de talento, y poniendo a las mejores personas en los lugares correctos. Así conformó equipos (Squads) multidisciplinarios con colaboradores de áreas técnicas y comerciales, focalizados en desafíos más chicos que les permita con mayor autonomía entregar valor continuo al cliente. Al conjunto de Squads se

le denominan Tribus. Las Tribus buscan potenciar el rol de sus canales hacia uno de mayor desarrollo del cliente no solo desde el punto de vista comercial sino también desde su adaptación digital para una mejor experiencia.

Tribus en Banco Galicia

Cobros y Pagos: creada para transformar la propuesta de valor del área y revolucionar el mercado con productos y servicios innovadores que permitan digitalizar la totalidad de los flujos de cobros y pagos de nuestros clientes y su ecosistema.

Objetivos:

- Transformar nuestra propuesta actual de productos de cobros y pagos para ofrecer la solución más eficiente del mercado y asegurar la mejor experiencia para nuestros clientes
- Ser elegidos como la primer opción de nuestros clientes en los productos de pagos y cobros actuales y nuevos.

- Revolucionar el mercado de cobros y pagos a través del desarrollo de productos innovadores generando la mejor experiencia para nuestros clientes.
- Empoderar a nuestro clientes a través de herramientas de gestión e interacciones sin fricción.

Everyday Banking: creada para revolucionar la vida diaria de los clientes sorprendiéndolos con una experiencia simple y diferencial de productos de cuenta corriente y caja de ahorro y servicios asociados.

Objetivos:

- Brindar la mejor experiencia del mercado en productos para clientes individuos, alcanzando un NPS de 33.
- Convertirse en la primer opción de los clientes en CA/CC y servicios relacionados a las CA/CC alcanzando un market share de 6,7% en depósitos transaccionales.
- Mejorar la eficiencia de CA/CC y servicios asociados para alcanzar un índice de eficiencia récord de 65%



Lending: creada para potenciar el desarrollo y crecimiento de los negocios de clientes Corporativos, Empresas, Agropecuarios, PyMEs y sector público, ofreciendo las financiaciones más simples y oportunas que maximicen su rentabilidad y aseguren una experiencia diferencial en el mercado.

Objetivos:

- Optimizar el ciclo de vida de los productos de préstamos mayorista, ofreciendo la propuesta de valor más simple y rápida del mercado.
- Brindar la mejor experiencia del mercado acompañando a nuestros clientes en el desarrollo de sus proyectos, anticipándonos a sus necesidades de financiación.
- Maximizar los beneficios/ingresos financieros de productos de préstamos, desarrollando una oferta innovadora en el mercado.

Segmentos: creada con el desafío de acompañar a cada cliente en su día a día generando la mejor propuesta de valor y relacionamiento del mercado garantizando un crecimiento sostenido del negocio minorista y PyMEs minorista.

Objetivos:

- Ser el banco que más atrae a nuevos clientes, logrando el más alto reconocimiento como plataforma financiera.
- Brindar la mejor experiencia del mercado para cada uno de nuestros segmentos a través de propuestas de valor diferenciadas.
- Aumentar la actividad de nuestros clientes entendiendo sus necesidades y acompañándolos con ofertas personalizadas de productos y servicios financieros.
- Convertirnos en la plataforma financiera digital con mayor cantidad de interacciones y clientes digitales.
- Maximizar la rentabilidad del negocio.



Viajes del Cliente: creado para Ser elegidos y recomendados por el cliente por brindar la mejor experiencia del mercado e incrementar la eficiencia en los recorridos críticos del cliente.

Objetivos:

- Ofrecer al cliente la mejor experiencia del sistema financiero, en sus viajes más significativos en todos los canales.
- Tener los viajes de Clientes más eficientes del sector financiero.

Omnicanalidad: se creó para desarrollar y mantener la mejor plataforma habilitadora omnicanal, brindando autonomía mejorando el time to market al resto de la organización, y asegurando una experiencia excepcional y consistente a nuestros clientes.

Objetivos:

- Brindar las plataformas de canales con mejor experiencia del mercado
- Contar con los canales de mejor disponibilidad y robustez del mercado
- Innovar en las experiencias brindadas al cliente generando nuevas capacidades para los canales que sean útiles y valoradas interna y externamente.

- Reducir nuestro time to market mediante la concesión de autonomía para los squads de canales y la construcción de aceleradores.

Naranja

Por su parte Naranja también se sumó a esta nueva forma de trabajar y avanzó con la creación de dos tribus, que buscan innovar y mejorar nuestras prácticas de trabajo.

Las tribus conformadas son: Tribu de Canales Asistidos y Tribu de Tarjetas.

De esta forma, a partir de aplicar nuevas formas de trabajar, la compañía quiere dar un salto incremental en la entrega de valor al negocio, teniendo siempre al cliente en el centro y transformando la organización para ganar agilidad.

5.8. INNOVANDO EN LA CAPACITACIÓN PARA ACOMPAÑAR LA TRANSFORMACIÓN

5.8.1. Lanzamiento de Galicia Innovation

Banco Galicia lanzó Galicia Innovation, una iniciativa organizada por el Lab de Innovación Digital del Banco. La iniciativa premia a los mejores profesionales de la industria tecnológica y a todas las personas con ideas sorprendentes para crear soluciones innovadoras, que tengan visión de negocio para las PyMES.

Los 10 potenciales proyectos destacados de las 250 propuestas presentadas, fueron seleccionados por un jurado compuesto por Mariana Freire, Event Community de Microsoft; Jorge Payró, Director de Ventas Enterprise de Red Hat; Roman Zambrano, CTO de IBM Argentina; Fernando Oris, Associate Partner de McKinsey & Company; Alfonso Amat, Startup Business Development Business de Amazon; Raul Sosa, Business Mentor de Google; y Emiliano Porciani, Gerente de Segmentos y Pablo Fernández Jefe de Lab de Innovación, ambos de Galicia.

Los tres equipos con las propuestas más innovadoras y seguras fueron premiados con las sumas de \$500.000, para el primer premio; \$200.000 para el segundo equipo ganador y \$100.000 para la tercera ubicación.

El primer puesto fue para Agustín Fernández, con su solución “Che! Programadora”. Metronica es una plataforma que se encarga de optimizar los procesos de gestión comercial con más de 35 herramientas disponibles. Se destaca por su flexibilidad, por ser multiplataforma, escalable, rápida e intuitiva y por formar parte de una sucursal virtual.

Por su parte, Sabrina Castelli ocupó el segundo puesto con “Mujer Financiera” y la innovadora herramienta “Facility”, una red social de mujeres que brinda inclusión financiera para mujeres de toda Latinoamérica, a través de la educación, la tecnología, el acceso a servicios financieros de calidad y de acuerdo con sus necesidades.

El tercer puesto fue para Tomás Gil con “GPay”, una plataforma de pagos que

permite a negocios vender de manera ágil, tanto de manera online como offline, con una alternativa de financiamiento extra al momento de la compra.

5.8.2. Academia digital

Banco Galicia desarrolló itinerarios formativos para distintos perfiles según las necesidades, y acompañó a sus líderes, a los colaboradores de los equipos ágiles y las áreas relacionadas, acercando el conocimiento de los nuevos roles a más colaboradores. Además, diseñó sus propias academias para roles claves para la transformación: Scrum Masters, Diseñadores UX y Product Owners. Generó clínicas de agilidad donde se debatió acerca de cómo ser cada vez más ágiles en tu metro cuadrado y potenciar tus habilidades, desarrolló conocimientos técnicos necesarios para la entrega de valor constante, y profundizó en las dimensiones claves de su transformación con herramientas online, como glosario de conceptos para la transformación, principios de marketing digital, y de data analytics.



06

CAPITAL INDUSTRIAL



- CANALES DE ATENCIÓN
- SEGMENTOS DE NEGOCIO
- PRODUCTOS Y SERVICIOS
- PROMOCIONES Y BENEFICIOS

- CIBERSEGURIDAD
- PREMIOS IMPULSADOS POR BANCO GALICIA



6.1. CANALES DE ATENCIÓN

6.1.1. Canales digitales

Banco Galicia

25,6% DE AUMENTO EN TRANSACCIONES DE E-BANKING

36% AUMENTO DE USUARIOS APP GALICIA

Banco Galicia da soluciones y atiende consultas a un 57.72% de clientes que se comunican desde los canales digitales adaptados para cada edad y perfil, a través de los Asesores Éminent Conecta para individuos de Renta alta o Galicia Rural Conecta para las empresas del sector agropecuario. Cuenta también con la App Galicia para todos los segmentos de negocio, la plataforma de *Online Banking* y la atención telefónica personalizada por el WhatsApp para lo cual realiza capacitación y concientización a los clientes para que puedan utilizar con agilidad y eficiencia. Además, promueve la autogestión en las sucursales para que los clientes migren a canales digitales. Para ello, colocó carteles con QR para que puedan solucionar la consulta de alta de claves en las TASI e informó el QR de Gala, la Asistente Virtual de Banco Galicia, para resolver consultas sobre claves u otros procesos.

Nuevo sitio web de Naranja

El sitio web es la puerta de entrada al mundo Naranja, es decir, a todos sus productos y servicios. Además, Naranja es una empresa que se caracteriza por su fuerte cultura, y con Naranja.com trabaja constantemente para poder posicionarse y transmitir la identidad de marca de la mano de información institucional, como así también de toda su agenda cultural.

Así, Naranja rediseñó su sitio web Naranja.com orientada a la venta - contenidos ágiles, dinámicos y útiles -, utilizando herramientas de vanguardia para la industria financiera con las cuales lograron mejorar el desempeño y tiempos de gestión. Al cierre del ejercicio, Naranja Online regis-

tró un promedio de 4 millones de visitas por mes, lo que significó un crecimiento interanual del 23% respecto a 2018.

De esta manera, se convirtió en la primera empresa del sistema financiero de la Argentina en desarrollar su sitio en PWA: Progressive Web App. Además, lanzó una nueva APP Naranja con mejoras en tecnología que permitió crecer 221% en la cantidad de usuarios activos.

En este marco, los objetivos que busca Naranja con su página corporativa son: tener un sitio accesible a teléfonos celulares, con mejor velocidad de carga, con contenidos ágiles, dinámicos y útiles; pensado por y para el cliente.

Además, quienes ingresan a Naranja.com pueden sacar su tarjeta 100% online, en menos de 5 minutos.

Para cumplir los objetivos planteados, Naranja utiliza las siguientes tecnologías como aliadas para brindar la mejor experiencia:

- **PWA (Progressive Web App):** para optimizar la velocidad de carga, el rendimiento en celulares y navegar sin conexión. Naranja es el primer sitio del sector financiero en la Argentina en utilizar esta tecnología.

- **Gestor de contenidos “Contentful”:** Para cargar, editar y administrar todos los contenidos del sitio web. Su elección se basó en la escalabilidad, por ser el repositorio de información de todos los canales de Naranja, permitiendo cambiar de una sola vez el contenido repetido de todas las páginas.
- **Angular 6:** Esta tecnología de front end los posiciona a la vanguardia, dado que facilita la creación de aplicaciones web avanzadas y de fácil mantenimiento.

Naranja Online (NOL)

539 COMERCIOS ADHERIDOS A NARANJA ONLINE

21.966 CLIENTES ADHERIDOS

En 2019 Naranja rediseñó su plataforma con el objetivo de tener un mayor desempeño, disponibilidad y contar con bases sólidas para poder escalar ante la demanda de clientes actuales y futuros, pensando a NOL parte fundamental del ecosistema productos y servicios Naranja. El nuevo NOL fue implementado completamente en la nube de AWS (Amazon Web Services), utilizando una arquitectura de microservicios para acceder a los datos del clientes, asegurando de esta forma que toda la información a la que acceden provenga de la misma fuente de datos, lo que le asegura consistencia. En cuanto a la experiencia de cliente, el nuevo diseño y arquitectura de información se apoyan en la nueva tecnología utilizada para el front-end de NOL, en la cual utiliza Angular + PWA, lo que permite lograr una mejor experiencia, brindando la posibilidad de adecuar el sitio a los dispositivos por los cuales los clientes acceden, desktop o mobile, potenciando de esta forma la experiencia de uso y acceso a la información.

Servicios Naranja de ágil acceso digital

Naranja brinda a los clientes diferentes canales para que accedan a los productos y servicios desde el lugar en dónde estén y en cualquier momento del día. Entre ellos:

Servicios Naranja en tu Celular: Permite recibir mensajes de texto con información de operaciones, compras realizadas, vencimientos, pagos efectuados, extracciones, avisos de transfer y consultas de saldo. Además de poder recargar crédito en el celular vía SMS.

Recarga de celulares: En Naranja Online (NOL), en la APP de Naranja y en las terminales de autoconsultas (TACs) de las Casas Naranja, los clientes pueden recargar crédito en su celular y en el que deseen, sin necesidad de tener efectivo y se abona en el resumen de cuenta del mes siguiente.

Tienda Naranja, el Marketplace de Naranja: Este 2019 se enfocó en construir una plataforma centrada en la experiencia del cliente y logrando el lanzamiento para fines de este año. El objetivo fue poder ofrecerles a sus clientes una mayor variedad de productos y servicios a través de este canal.

Canales digitales de Galicia Seguros

Galicia Seguros renovó su web para que los clientes puedan ingresar desde su celular con un diseño 100% responsive; y puedan tener información sobre sus seguros desde donde estén. Además, desarrolló un canal exclusivo de atención para clientes de Integral Pyme, con asesoramiento personalizado, consejos preventivos y una mayor agilidad a la hora de gestionar siniestros.

Además, cuenta con los siguientes canales:

Web corporativa (www.galiciaseguros.com.ar): este año Galicia Seguros relanzó su web con un diseño mucho más amigable, moderno y cercano para los clientes.

E-mailing: A través de procesos automatizados envía comunicaciones a clientes informando el status de sus trámites referidos a consultas, siniestros o pedidos. También diseñó un pack de bienvenida digital con información sencilla y amigable de las coberturas activadas, que llega luego de la contratación. En ese material los clientes tienen un resumen de la protección y servicios que contrató, consejos de prevención de riesgos e información de cómo denunciar el siniestro.

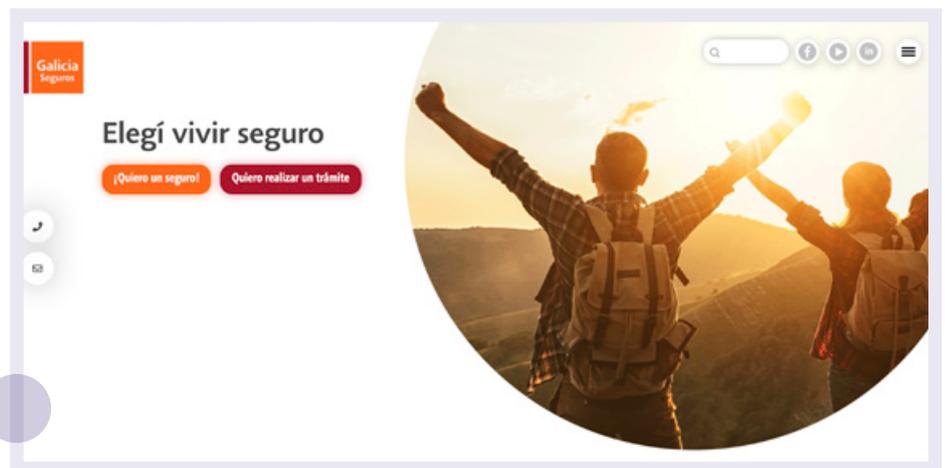
Email Marketing: Galicia Seguros utiliza este medio para realizar campañas promocionales sobre nuevos productos, nuevas coberturas, mejoras en los productos, etc. A su vez, también envía información de valor para el cliente, potenciando el vínculo con la marca, como ser consejos de prevención en distintas temáticas y recordarles que está cerca siempre que lo necesiten.

Centro de Venta Telefónica: es la línea 0800 donde el cliente puede recibir asesoramiento sobre los diversos productos.

Centro de Atención al cliente: Dispone de un 0800 exclusivo para individuos y empresas, y una casilla de correo electrónico (infogalicia@galiciaseguros.com.ar) a través de los cuales el cliente puede recibir información sobre sus coberturas y gestionar los trámites que necesite.

ENTRE LAS NOVEDADES DE LOS CANALES DIGITALES DE GALICIA SEGUROS, SE DESTACAN:

- LA DISPONIBILIZACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE PÓLIZAS EN IVR Y EN CANALES COMO ONLINE BANKING DE BANCO GALICIA, CON IMPACTO EN EFICIENCIA Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE Y EN CANALES.
- LÍNEA EXCLUSIVA DE ATENCIÓN TELEFÓNICA Y POR WHATSAPP PARA COLABORADORES DEL GRUPO PARA LA GESTIÓN DE UN SINIESTRO O TRAMITAR OTRO TIPO DE CONSULTAS. EXCLUSIVAMENTE A EMPLEADOS DEL GRUPO FINANCIERO.
- SIMPLIFICACIÓN DEL TRÁMITE DE SINIESTROS PARA COBERTURAS DE HOGAR.
- AMPLIACIÓN DEL HORARIO DE ATENCIÓN DE REDES SOCIALES, APUNTANDO A LA HOMOGENEIDAD DE LA OMNICANALIDAD, AL IGUAL QUE EL CANAL TELEFÓNICO, SE REALIZA AHORA DE 08 A 20 HORAS.
- INICIATIVA DE CAMBIO DE CENTRAL TELEFÓNICA, EN BÚSQUEDA DEL MANEJO DE LA OMNICANALIDAD CON LOS CLIENTES.



6.1.2. Presencia en Redes Sociales

Desde las empresas del Grupo nos enfocamos en utilizar las redes sociales para fortalecer la comunicación con nuestros clientes, nuestras propuestas de valor, beneficios, los canales de atención, y concientizar sobre la sustentabilidad y el cuidado del ambiente.

Este año Banco Galicia siguió ampliando su estrategia en redes, sumando a Instagram como Banco Galicia, Galicia MOVE, Talentos Galicia y Galicia Éminent. Galicia MOVE muestra la propuesta digital de Galicia de una manera más descontracturada, comunica promociones y brinda atención al cliente. Por su parte, Talentos Galicia es una cuenta dedicada a generar marca empleadora y busca difundir la cultura del Banco y las metodologías de trabajo puertas adentro de la organización con el fin de captar interesados en trabajar con el Banco.

Naranja mantiene una activa participación en redes sociales, con el compromiso de brindar un servicio de atención rápida con calidad y calidez, conversar con su comunidad, y compartir beneficios exclusivos. Durante 2019, la compañía conformó un equipo de trabajo específico con el propósito de reflejar lo que somos como marca a través de contenidos que viven en redes. Para eso, está diseñando el tono, forma y lenguaje que mejor reflejen la personalidad y a construir una estrategia de comunicación alineada al plan 2020. La cantidad de seguidores creció un 5% interanual en sus distintas

comunidades digitales. El sitio oficial de Naranja en Facebook superó la barrera de los 2,2 millones de seguidores. La cuenta de Instagram alcanzó los 127.000 seguidores, un 45% de crecimiento respecto a 2018. La plataforma LinkedIn marcó un crecimiento del 54% comparado a 2018, apalancado por una nueva estrategia de contenido con el foco en la búsqueda de nuevos perfiles profesionales para la evolución digital de la compañía.

Galicia Seguros brinda desde su Fanpage de Facebook contenidos orientados a la familia, salud, lifestyle y ocio, como también sobre los productos, coberturas y beneficios; buscando generar una conciencia aseguradora. Además, desde esta red gestiona reclamos y servicios post-venta.

Por su parte, en LinkedIn genera contenidos orientados a marca empleadora y sustentabilidad, este último sobre todo a través casos de éxito de la compañía con información sobre las acciones que se realizan internamente y la importancia de que estén atravesadas por una mirada de triple impacto. Además, desde el canal de Youtube brinda novedades e información sobre los productos y coberturas, además de consejos importantes sobre cómo actuar frente a un siniestro.



1.262.408 SEGUIDORES DE FACEBOOK/ BANCO GALICIA

157.078 SEGUIDORES DE FACEBOOK.COM/ GALICIA SEGUROS

2.256.307 SEGUIDORES DE FACEBOOK.COM/ NARANJA.SITIOOFICIAL



197.220 SEGUIDORES EN LINKEDIN EN BANCO GALICIA

90.369 SEGUIDORES EN LINKEDIN EN NARANJA

19.751 SEGUIDORES EN LINKEDIN EN GALICIA SEGUROS



115.574 SEGUIDORES EN @BANCO GALICIA

160.660 SEGUIDORES EN @NARANJA



155.290 SUSCRIPTORES EN YOUTUBE.COM/ BANCO GALICIA

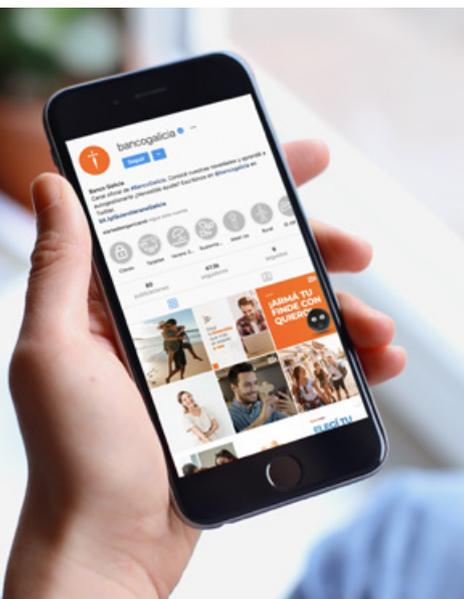
91.500 SUSCRIPTORES EN YOUTUBE.COM/ NARANJA

8.670 SUSCRIPTORES EN YOUTUBE.COM/ GALICIA SEGUROS



44.310 SEGUIDORES EN INSTAGRAM.COM/ BANCO GALICIA

127.990 SEGUIDORES EN INSTAGRAM.COM/ NARANJA



6.1.3. Contenido editorial de Naranja

102-29, 102-31, 102-34, 102-43, 102-44, 102-46,

Naranja cuenta con diversos productos editoriales de alcance nacional. Entre ellos:

- **Convivimos**, la revista con mayor tirada del país: Producto Editorial exclusivo de Naranja, con contenido de interés general para toda la familia. Finalizó el año con 350.000 suscriptores, convirtiéndose en la de mayor tirada de todo el país.
- **Convivimos Digital**: la misma experiencia de disfrutar una revista en papel pero en una plataforma digital.
- **Libros Infantiles**: con contenido de Disney Jr., Princesas y los súper héroes de Avengers.
- **Revista Cima**: A partir de enero la revista CIMA se sumó al porfolio de productos editoriales de Naranja, totalizando 180.000 suscriptores en Mendoza, San Juan, NOA, NEA y Patagonia.

NACE NARANJA X

EN EL MARCO DE LA ESTRATEGIA Y SINERGIAS PLANTEADAS PARA LAS SOCIEDADES CONTROLADAS POR TARJETAS REGIONALES S.A. EN EL DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL ECOSISTEMA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS BASADOS EN TECNOLOGÍA, DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO, LA BILLETERA DIGITAL DENOMINADA "NARANJA CUENTA Y/O NCUENTA" LANZÓ EN CÓRDOBA UN PILOTO, Y LUEGO A NIVEL NACIONAL, PARA USUARIOS ANDROID Y IOS. LA MISMA PERMITIÓ QUE A TRAVÉS DE UN PROCESO DE REGISTRACIÓN Y VALIDACIÓN 100% ON LINE, USAR EL CELULAR PARA PAGAR SERVICIOS, ENVIAR O RECIBIR DINERO ENTRE CUENTAS, PAGAR CON CÓDIGO QR EN COMERCIOS Y RECARGAR LA TARJETA DE TRANSPORTE RED BUS.

POSTERIORMENTE Y ATENDIENDO A LA NECESIDAD DE CONCENTRAR EL ECOSISTEMA DE SERVICIOS DIGITALES EN UNA SOCIEDAD ESPECIALIZADA, EN EL MARCO DE LA ESTRATEGIA PLANTEADA PARA LAS SOCIEDADES CONTROLADAS POR TARJETAS REGIONALES S.A.; COBRANZAS REGIONALES S.A. SE SUMÓ AL DESARROLLO Y UTILIZACIÓN DE ESTE PRODUCTO. EN TAL SENTIDO, NARANJA SUSCRIBIÓ CONTRATOS DE LICENCIA DE USO DE MARCAS Y SUS RESPECTIVOS ISOLOGOS CON COBRANZAS REGIONALES S.A., BAJO EL INTERÉS DE VINCULAR SU MARCA COMERCIAL CON NUEVOS PRODUCTOS QUE INCORPORAN TECNOLOGÍA Y TIENEN PARTICIPACIÓN EN EL UNIVERSO DIGITAL.

Naranja X[®]





6.1.4. Canales físicos

102-4

107.500.893 OPERACIONES EN ATMS

Banco Galicia y Naranja cuentan con 326 y 202 sucursales distribuidas en todo el país, logrando un alcance nacional de sus productos y servicios. Por su parte, Galicia Seguros opera desde las sucursales del Banco y cuenta con oficina en Maipú 241 para brindar una atención personalizada.

En cuanto a la presencia física en todo el país, se concretaron tres aperturas bajo el formato de mini locales, una sucursal en Pacheco, dos mudanzas, un cierre en Buenos Aires y la remodelación integral de un local en Mendoza. Asimismo, y de acuerdo con el plan integral de fusión con Nevada finalizada en 2018, se concretó la readecuación de locales en Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero y Mendoza. Producto de la sinergia comercial, se alcanzaron los resultados esperados en eficiencia y operatividad.

Casas del Futuro: de prueba piloto a proyecto de despliegue nacional

Durante el primer trimestre de 2019 se diseñó un nuevo modelo de atención para las sucursales. El proyecto, llamado Sucursal del Futuro, está enfocado en brindar una mejor experiencia a clientes, pasando de espacios para transacciones a lugares para el relacionamiento, asesoramiento y capacitación.

Se realizó la remodelación integral y prueba piloto en las sucursales de Alta Córdoba, San Isidro y Pacheco, donde se implementó este nuevo modelo de atención. Estas sucursales mostraron un renovado diseño de la sucursal con nueva tecnología, livings de atención, tablets y un sistema de atención mucho más ágil. Se incorporaron terminales de autogestión que permiten brindar una atención persona a persona sin mostradores, con el objetivo de una resolución en el primer contacto y asistencia personalizada para que los clientes migren hacia las herramientas digitales. En octubre 2019 concluyó la prueba piloto en estas tres sucursales; finalizando el ejercicio con el despliegue en otras cinco sucursales: Palermo, Río Ceballos, O'Higgins, Río Cuarto y Caballito. Dentro del plan de escalabilidad, se estima que para el primer trimestre de 2020 la compañía sume otras tres sucursales al proyecto.

Provincia	Cantidad de sucursales	
	Banco Galicia	Naranja
Buenos Aires	122	45
Ciudad de Buenos Aires	102	8
Catamarca	1	3
Chaco	3	5
Chubut	5	4
Córdoba	20	39
Corrientes	3	4
Entre Ríos	4	8
Formosa	1	3
Jujuy	1	5
La Pampa	2	2
La Rioja	1	3
Mendoza	11	15
Misiones	3	4
Neuquén	5	4
Río Negro	4	7
Salta	3	5
San Juan	2	5
San Luis	2	2
Santa Cruz	2	2
Santa Fe	20	18
Santiago del Estero	1	4
Tierra del Fuego	3	2
Tucumán	5	5
Total general	326	202

6.1.5. Accesibilidad

103-2, 103-3, 203-1, ODS 9.4

Criterio de accesibilidad	Banco Galicia		Naranja	
	2018	2019	2018	2019
Sucursales certificadas por APLI que cuentan con caja baja y accesibilidad en toda la sucursal	26	100	0	0
Sucursales acondicionadas con rampas	323	324	167	155
Porcentaje de sucursales acondicionadas con rampas sobre el total de sucursales	100%	99%	89%	85%
Sucursales acondicionadas con ascensores y elevadores para discapacitados	68	69	1	1
Porcentaje de sucursales acondicionadas con ascensores y elevadores para discapacitados sobre el total de sucursales	21,05%	21,17%	0,54% ¹²	0,54%
Sucursales acondicionadas con baños especiales	255	100	94	99

12. El resto de las sucursales no necesita rampas ni elevadores especiales por tener el acceso al nivel del suelo.

6.2. SEGMENTOS DE NEGOCIO

102-2, 102-7

6.2.1. Banca Minorista

103-2, 103-3

Segmento Personas

Banco Galicia definió la estrategia comercial diferenciada en base al perfil de cada tipo de cliente y a sus necesidades para acompañarlo en cada etapa de su ciclo de vida, brindando así la mejor experiencia en cada uno de los canales y puntos de contacto con los que se vinculan.

Entre las principales acciones que realiza el Banco con impacto social y ambiental, se destacan el resumen electrónico; la mejora en la calidad de los datos de clientes; la consolidación de un nuevo rol del ejecutivo de atención como anfitrión en la sucursal quien brinda asesoramiento, información y derivación hacia canales de autogestión para que los clientes utilicen su tiempo eficientemente.

Renta Alta

Con el objetivo de establecer relaciones de confianza y largo plazo, el Banco cuenta con un sistema de atención presencial y personalizado en sucursales a través de los Ejecutivos Éminent, y digitalmente con los Asesores Éminent Conecta por whatsapp, mail o video conferencia. Estos diferenciales le permitieron sostener su liderazgo en NPS con 30% y continuar creciendo en cantidad de altas. Además, continua con la estrategia de seguir posicionando al Banco como un Banco de Inversiones y mejora procesos claves como la implementación de First Contact Resolution (FCR) en tipologías de reclamos importantes.¹³

Banca Privada

Ofrece a sus clientes una variada cartera de inversiones financieras, como depósitos y fondos comunes de inversión FIMA, títulos públicos y privados, acciones y fideicomisos en los que el Banco actúa como colocador.

Los clientes Banca Privada cuentan con una atención más exclusiva e integral y disfrutan de los beneficios de Galicia Éminent, con eventos y charlas exclusivas para ellos. Esto se ve reflejado en su NPS de 43%, siendo líder absoluto del segmento.

Negocios, Profesionales y Pymes

Este año el Banco discontinuó el envío del extracto físico en empresas generando ahorros de 1,4 millones de hojas papel, e implementó la operación de cheques electrónicos, donde sus clientes (48% Pymes) emitieron 4.800 e-cheques, lo que lo convierte en la principal plataforma para operar con una participación de mercado de 75% de cheques electrónicos emitidos.

Además, Banco Galicia lanzó para este segmento el primer Producto Mínimo Viable (por sus siglas en inglés MVP: Minimal Viable Product) para facilitar el alta de comercios, logrando pasar de formularios de 59 hojas a ninguno, de 14 firmas a un token, y reduciendo el tiempo de obtener el nro de comercio de 7 días a 10 minutos.

Por su parte, eliminó cargos por reserva de fondos y simplificó cargos en Pyme, y sumó la calificación automática para Pymes según comportamiento transaccional, sin la necesidad de presentar documentación adicional. Además, mejoró procesos que redujeron la tasa de reclamos en Pymes, como la implementación de First Contact Resolution (por sus siglas en inglés FCR) para reclamos de Cheques no acreditados.

En materia de préstamos, junto con Garantizar, una Sociedad de Garantía Recíproca (SGR), puso en vigencia el motor de créditos en "Garantizar para Galicia". Así, simplificando la presentación en único lugar y de forma 100% inmediata; y empezó a precalificar a prospectos, lo que le permite mejorar por 10 su oferta crediticia para potenciales clientes.

ENCUENTROS BUENOS NEGOCIOS

1.706 PARTICIPANTES

CADA UNO DE LOS TRES ENCUENTROS REALIZADOS EN 2019 COMENZÓ CON UN BLOQUE DE "CASOS DE ÉXITO" EN DONDE TRES EMPRESAS DE LA ZONA COMENTARON SUS INICIOS Y TODO EL CAMINO QUE RECORRIERON PARA LLEGAR DONDE ESTÁN HOY. EN ESTAS JORNADAS, LOS EMPRESARIOS PYME PUDIERON TAMBIÉN PARTICIPAR DE UNA ACTIVIDAD DE NETWORKING QUE LES PERMITIÓ AMPLIAR FUERTEMENTE SU RED DE CONTACTOS COMERCIALES. TAMBIÉN CUENTAN CON ESPACIOS DE CONSULTORÍAS PARA QUE LAS PYMES PUEDEN TENER DIÁLOGOS CERCANOS CON CONSULTAS CONCRETAS CON CONSULTORES EXPERTOS EN DIVERSAS TEMÁTICAS COMO FRANQUICIAS, MARKETING DIGITAL, VENTAS, FRANQUICIAS, COMERCIO EXTERIOR, IMPUESTOS Y COMUNICACIÓN.

ALIANZAS PARA LLEGAR MÁS LEJOS

DE LA MANO DE ALIADOS COMO ASEA, ENDEAVOR, GRUPO SET Y MATERIA BIZ, BANCO GALICIA ACOMPAÑÓ A MÁS DE 15 MIL EMPRENDEDORES EN MÁS DE 20 CIUDADES DE TODO EL PAÍS EN ENCUENTROS DE CAPACITACIÓN Y RELACIONAMIENTO. CON ESTUDIO CANUDAS, ADIRAS Y BNI ORGANIZÓ 10 EVENTOS DE CAPACITACIÓN EN LOS AUDITORIOS DE PLAZA GALICIA Y TORRE GALICIA, EN LOS CUALES DECENAS DE EMPRESARIOS PUDIERON ADQUIRIR HERRAMIENTAS ESPECÍFICAS DE GESTIÓN DE NEGOCIOS. POR SU PARTE, INVITÓ A CLIENTES A DOS ENCUENTROS - SALTO PYME DE IAE Y FAMILY BUSINESS DE LA NACIÓN - PARA QUE SEAN PARTE DE DOS JORNADAS DE FORMACIÓN EN DONDE SE TRATARON TEMAS DIVERSOS DE GRAN IMPORTANCIA A LA HORA DE GESTIONAR Y DIRIGIR UNA EMPRESA. ADEMÁS, ORGANIZÓ LAS PRIMERAS EDICIONES DE "MEET UPS" EN SUCURSALES DE DISTINTAS ZONAS DE BUENOS AIRES JUNTO A EMPRENDEDORES.¹⁴

13. Para más información sobre los beneficios de Éminent ver sección de Promociones y Beneficios de este capítulo.

14. Para más información sobre los "Meets Up" ver capítulo de Capital Social de este Informe.

6.2.2. Banca Mayorista

Corporativa

La Banca Corporativa cuenta con un modelo atención basado en desarrollar relaciones comerciales, estratégicas y cercanas a largo plazo. Teniendo en cuenta las particularidades del negocio, el sector de la actividad económica y los mercados en los que opera, el Banco diseñó soluciones adaptadas a sus exigencias y tiempos de respuesta, apalancados en la banca transaccional digital.

El margen financiero y los ingresos por servicios en este segmento crecieron un 33%, acompañados por la mejora del ratio de eficiencia del Segmento que se ubica en un 42% para fines de 2019.

Empresas

Para poder responder con agilidad y entendimiento acorde a las demandas y características de cada cliente, Banco Galicia cuenta con Centro Banca Empresas con Ejecutivos especializados; distribuidos estratégicamente en 5 regiones de todo el país. Este modelo se complementa con canales digitales, los cuales otorgan simpleza y agilidad en la transaccionabilidad de los clientes.

La Banca Empresas subió su ratio de eficiencia de 40% a 33% en un año. Además, sigue teniendo liderazgo en la satisfacción de los clientes, mejorando interanualmente en un 20% el indicador de NPS Benchmark.

Sector agropecuario

Este año el Banco logró una mejora de 65% interanual en los niveles de satisfacción, manteniendo el liderazgo respecto a sus principales competidores.

Dado el éxito del modelo de atención Galicia Rural Conecta lanzado en 2018 - el cual incorporó funcionalidades remotas apalancados en la banca digital - este año se incorporó Rosario como centro estratégico del sector. Además, la oferta de nuevas funcionalidades en los canales digitales y la plataforma integrada con las principales marcas del sector para financiaciones de maquinaria agrícola y vehículos comerciales son muy valoradas por los clientes.

Banca de Inversión y Mercado de Capitales

Entre las operaciones colocadas en pesos se destaca las emisiones de títulos públicos de la Ciudad de Buenos Aires, y las provincias de Buenos Aires, por \$7.044M, de empresas vinculadas a Grupo Financiero Galicia, como Naranja, por \$1.583M, y por último, Bancos, sector financiero y automotriz por más de \$ 6.405M.

Entre las operaciones colocadas en dólares se destaca la emisión propia del Banco Galicia por US\$ 82M, la del sector financiero por US\$ 488M y la participación como Colocadores locales del bono de Pampa Energía por US\$ 300M en el exterior.

En cuanto a préstamos sindicados se estructuraron operaciones por un monto de más de \$850M y de US\$560M, tanto en ley local como internacional en diversos sectores, principalmente en los segmentos de energía y agro, destacándose entre ellas el préstamo sindicado otorgado a Los Grobo Agropecuaria por US\$82M. En cuanto a reestructuraciones de pasivos, se concretaron operaciones por más de \$2.000M y de US\$ 6M.

En línea con la iniciativa de Banco Galicia de financiar proyectos de inversión sustentables, el Banco otorgó financiamiento por aproximadamente US\$50M entre los que se destaca el préstamo bilateral otorgado a Grupo Insud destinado a la generación de energía a partir de biomasa forestal que resultó adjudicado bajo el programa RenovAR 2.0.

Banca Financiera

Banco Galicia continúa liderando los principales indicadores de posicionamiento en este segmento. La penetración en el mercado medida por el indicador de Presencia fue del 88%, el indicador de Principialidad del Banco fue del 51%.

Sector Público

Finalizando y como consecuencia de la gestión comercial desarrollada, la cartera de clientes alcanzó los 690 organismos, que permitieron un crecimiento de saldos de depósitos del orden del 85% y un incremento en los ingresos de un 150% con respecto al ejercicio anterior.

Gerencia de Productos de Inversión y Custodia Global

En el marco del proceso de transformación digital, actualizó el módulo de Suscripciones y Rescates de Fondos FIMA; con nuevas funcionalidades, por ejemplo, soluciones tecnológicas que permiten la colocación de fondos FIMA a través de nuevos Agentes Colocadores y una nueva solución de intermediación y custodia de títulos valores para incorporar nuevas herramientas de autogestión en 2020.

Gerencia de Trading y Global Markets

Con la última información disponible a 2019, en los últimos 12 meses Banco Galicia pasó del tercer al segundo puesto del Ranking de Renta Fija Total que elabora BYMA (Bolsas y Mercados Argentina) con un total de \$292.210 millones (5,82% de participación), siendo el primer banco de este mercado. A su vez, en los últimos 12 meses Banco Galicia se ubicó en el tercer puesto del Ranking de Renta Fija Total que elabora el MAE (Mercado Abierto Electrónico) con un total operado US\$25.683 millones (10,83% de participación).

6.3. PRODUCTOS Y SERVICIOS

6.3.1. Tarjetas

103-2, 103-3, 413-1

Las compañías del Grupo responden a las necesidades de sus clientes con una oferta destacada de servicios y beneficios de tarjetas de créditos y de débitos. Desde hace seis años, Naranja es la principal entidad emisora de tarjetas de crédito a nivel nacional y la marca líder en el interior del país. Esta nueva tecnología permite realizar operaciones de pago sin contacto, más rápidas y seguras para los clientes.

Banco Galicia implementó la tarjeta de débito adicional posicionándose como el primer banco en lanzarlo en nuestro país. Este producto le permite al titular de la cuenta solicitar un plástico para cualquier persona a partir de los 14 años, sin necesidad de ser cotitular de cuenta y accediendo a sus mismas funcionalidades con la opción de fijar límites de extracción y compra. De esta manera se busca reducir el uso de efectivo, aumentar la educación y la inclusión financiera.

TARJETAS DE CRÉDITO

	2018	2019
BANCO GALICIA		
Visa	3.136.166	3.043.612
Gold	744.771	704.979
Internacional	1.282.617	1.095.163
Nacional	50.091	34.968 ¹⁵
Business	148.549	157.967
Signature	359.477	459.996
Platinum	550.661	590.539
Galicia Rural	18.188	16.687
American Express	893.314	749.303
Gold	280.239	211.802
Internacional	184.437	122.173
Platinum	270.068	237.968
Signature	158.570	177.360
Mastercard	1.050.041	1.175.833
Gold	284.340	313.874
Mastercard	414.559	416.327
Argencard	148	93
Platinum	170.202	212.354
Black	180.792	233.185
NARANJA	8.817.871	8.559.157
Marcas Regionales	4.777.286	4.605.250
Visa	3.503.792	3.451.277
Mastercard	491.231	453.760
American Express	45.562	48.870
Total	13.915.580	13.544.592

15. No incluye las tarjetas Galicia Ahora.



Redondeo Solidario

61

PROYECTOS BENEFICIADOS DESDE 2005

\$1.800.386,28 RECAUDADOS EN FONDOS EN 2019

El Programa Redondeo Solidario tiene como objetivo principal recaudar fondos para financiar proyectos de bien público presentados por las Organizaciones de la Sociedad Civil. En la última campaña (2018-2019) se recaudaron \$1.800.386,28, de los cuales fue dividido en partes iguales, recibiendo cada uno \$450.096,57, para financiar el programa “Promoción Laboral para Jóvenes Sin Cuidado Familiar” de Asociación Civil por los derechos de niños, niñas adolescentes y jóvenes Doncel, el programa “Formación Integral en Oficios” de Fundación Oficios, el programa “Producción de Miel Orgánica” de Asociación Civil Fe y Alegría y “Videolibros en Señas” de Asociación Civil Canales.

Asociación Civil por los derechos de niños, niñas adolescentes y jóvenes Doncel

Por medio de su programa de inserción socio-laboral, contribuyen con el fortalecimiento de jóvenes que transitan del sistema de protección hacia la vida adulta, para que se desarrollen como ciudadanos activos y productivos. Los fondos serán destinados al programa de “Promoción Laboral para Jóvenes Sin Cuidado Familiar”, que tiene como objetivo la generación de las condiciones (habilidades y oportunidades) que posibilitan la obtención de un empleo digno para esta población en situación de vulnerabilidad social.

Fundación Oficios

Promueve la inclusión socio-laboral de los sectores de la comunidad de menores recursos y la integración de la sociedad como un aporte al bien común, promoviendo la educación y la formación integral de las personas. El aporte será destinado al programa “Formación Integral en Oficios” que tiene como objetivo de reinserir a mayores de 18 años, con baja calificación escolar y laboral en el sistema educativo a través de los oficios con aspiración de acceder a mejores posiciones en el mercado de trabajo. A su vez, se busca responder a la demanda local de oficios, tanto particular como de empresas. La implementación se realizará en el Barrio 31, Retiro, CABA.

Asociación Civil Fe y Alegría

Contribuye por medio de Centros Educativos y Comunitarios en los que se ofrece educación de calidad desde nivel inicial, primario, secundario hasta formación técnico-profesional, además de educación no formal, capacitación laboral y otras actividades en pos de la Promoción Social. Los fondos serán destinados al programa para jóvenes rurales “Producción de Miel Orgánica” que tiene como objetivo ofrecer a los jóvenes una perspectiva para pensar su futuro, favorecer el arraigo, mejorar la calidad de vida de la comunidad y dignificar a través del trabajo a los pobladores de Taco Pozo, Chaco. Se construirá un vestuario, sanitario, salón para guardado de máquinas y herramientas. Se llevará a cabo también la aislación térmica del techo del galpón existente en donde se realiza la extracción y envasado de la miel.



Canales

A través del desarrollo de proyectos educativos y el establecimiento de lazos entre los distintos grupos vinculados con las personas sordas, buscan lograr que los niños sordos accedan a una educación de calidad. El aporte se destinará al programa de “Videolibros enSeñas” que tiene como objetivo crear nuevos Videolibros en Lengua de Señas para que niñas, niños y adolescentes sordos puedan encontrar en www.videolibros.org sus libros preferidos en una lengua accesible -Lengua de Señas Argentina – y puedan compartirlos con sus familias y amigos ya que tienen voz en español.

Débito Solidario

A través de esta iniciativa que lleva 24 años, Naranja brinda a sus clientes la posibilidad de colaborar con distintas organizaciones, adhiriéndose mediante un débito automático. Cada titular elige el monto que desea donar, la organización con la que prefiere colaborar y Naranja entrega el 100% de lo recaudado a la organización seleccionada. En 2019, los titulares aportaron \$253.494.813 pesos a 369 organizaciones de todo el país.

En este marco, se organizan las Campañas Débitos Solidarios para impulsar y fortalecer el trabajo de las organizaciones adheridas. Así, Naranja invita a sus colaboradores de sucursales a realizar campañas de ofrecimiento de débitos solidarios durante un mes a favor de organizaciones a su elección. La premisa fue seleccionar organizaciones que fueran de su interés y que colaboraran directamente con su comunidad inmediata.



6.3.2. Préstamos

Préstamos personales

Durante el primer semestre Banco Galicia, tuvo estabilidad de tasas de interés, lo que permitió colocar préstamos a niveles de los \$1.300 millones mensuales. Desde agosto, por un incremento significativo de tasa de interés los préstamos se vieron impactados disminuyendo a \$850 millones mensuales donde a su vez se dejó de vender la modalidad UVA. Posteriormente, los clientes volvieron a tomar préstamos, alcanzando niveles similares a los de principios de 2018 con \$ 1.450 millones mensuales.

En Naranja, los clientes pueden obtener dinero en efectivo y devolverlo en cuotas fijas y en pesos, a través de los canales digitales, Naranja Online, la app y en las casas.

Lanzamiento de Adelanto de Sueldo

Banco Galicia creó un producto diseñado exclusivamente para clientes haberes con el objetivo de que puedan administrar mejor sus finanzas. La oferta del préstamo se ajusta al sueldo de cada persona y se puede obtener de manera ágil e inmediata a través de *Online Banking*. El adelanto se devuelve en su totalidad entre 2 a 45 días, dependiendo la selección del plazo del cliente y no posee comisión por cancelación anticipada.

Préstamos hipotecarios

El otorgamiento de préstamos hipotecarios UVA se vio afectado de manera directa por el contexto económico del país. En los primeros meses del año, previo a la suba del dólar el promedio mensual de colocación fue de \$17 millones y luego cayó a \$11 millones. El mayor impacto se produjo con el cepo lo cual llevó a colocar en diciembre \$2 millones.

Durante 2019 se otorgaron \$246 millones en préstamos hipotecarios, de los cuales aproximadamente el 80% corresponde a la modalidad UVA mientras que el 20% se colocó en Procrear, línea subsidiaria en la que se debe cumplir con ciertos requisitos para acceder.

Seguros a individuos y empresas

Galicia Seguros dispone de un amplio abanico de productos que a su vez posee una gran cantidad de módulos de sumas aseguradas, cubriendo íntegramente las diferentes necesidades de los clientes; según su ocupación, edad o nivel de ingreso. Los seguros se comercializan tanto a clientes de Banco Galicia como Naranja, de manera que llegan a todo el país y segmentos.

Ofrece coberturas específicas a través de su Broker, para que cada empresa se sienta resguardada y cuente con el respaldo en todo lo que necesite. Así puede ampliar su alcance asesorando de forma integral, con opciones de seguros para empleados o para el patrimonio de una compañía, coberturas para la actividad agrícola o garantías contractuales.

A la par del lanzamiento de Fondo Futuro, actualizó las coberturas del seguro de protección familiar (vida) para adecuarlas a las necesidades que hoy en día tienen los clientes. Es importante destacar que en el caso de tener ambos seguros contratados, el cliente puede deducir hasta \$24.000 de la base imponible de ganancias (se deduce \$12.000 por cada seguro) para 2019. Esta suma aumenta a \$38.000 para el año 2020. A su vez, mantuvo el liderazgo en el ramo combinado familiar y coberturas de robo.

Fondo futuro: nuevo producto de retiro 100% online

Fondo futuro es el primer seguro de Retiro de contratación 100% digital. Es un sistema de ahorro y previsión Individual de mediano o largo plazo de bajo riesgo. Sirve como complemento jubilatorio, para llevar a cabo un plan deseado. El asegurado puede retirar parcial o totalmente los Fondos, como así también incrementar, disminuir o suspender los aportes efectuados, no generando deuda alguna con la entidad. Así, Galicia Seguros se transformó en la primera Compañía de la argentina en lograr emitir una póliza 100% en línea en este tipo de seguros.

6.3.3. Financiamiento a empresas

Banco Galicia ofrece financiamiento a empresas de corto, mediano y largo plazo, servicios transaccionales y operaciones en Comercio Exterior. Así, acompaña a empresas que alcanzan un amplio espectro de actividades económicas con productos y servicios que ofrece. Entre ellos:

Préstamos con garantía de SGR: financiamos a empresas MiPyme de todos los sectores productivos. En 2019 se otorgaron \$3.500 millones, financiando a más de 1.000 empresas.

Galicia convenios: financiamos a 500 empresas por \$2.000 millones.

Bono Verde: durante 2019 seguimos acompañando proyectos de energías renovables y eficiencia energética a través de financiamiento por más de US\$ 44,09 millones.

FONDEP: Firmó acuerdos y brindó préstamos a tasas subsidiadas para cheques de pago diferido y operaciones de comercio exterior.

Programas de créditos provinciales: Con líneas para financiar capital de trabajo y el desarrollo de proyectos de inversión de largo plazo de MiPymes de todos los sectores. Participó en la subasta del programa Fondelfin en el transcurso de 2019 por \$40 millones.

Préstamos Flex: Es una propuesta para financiar capital de trabajo y proyectos de inversión, con 12 a 18 meses y los primeros 3 meses de gracia

Préstamo aguinaldo: Acompañó a las Pymes en capital de trabajo para el pago de aguinaldos.

PRÉSTAMOS POR SECTOR ECONÓMICO

(En millones de pesos, excepto porcentajes)

Diciembre 31	2018	%	2019	%
Sector financiero	7.942	3%	10.796	3%
Residentes en el exterior	5.248	2%	7.404	2%
Servicios	13.771	6%	27.896	9%
Agricultura y ganadería	31.852	13%	47.804	15%
Consumo	93.282	38%	126.073	40%
Comercio	20.589	9%	23.101	7%
Construcción	3.224	1%	4.500	1%
Industria manufacturera	50.537	21%	48.598	15%
Otros	16.570	7%	21.624	8%
Total préstamos	243.015	100%	317.796	100%
Previsiones	(7.263)		(15.488)	
Total préstamos, netos	235.752		302.308	

PRÉSTAMOS POR TIPO DE PRESTATARIO

(En millones de pesos, excepto porcentajes)

Diciembre 31	2018	%	2019	%
Grandes empresas	91.754	38%	111.627	35%
Pymes	48.462	20%	66.633	21%
Individuos	93.253	38%	126.059	40%
Sector financiero	7.942	3%	10.796	3%
Residentes en el exterior	5.248	2%	7.404	2%
Otros	(3.644)	(-1%)	(4.723)	(1%)
Total préstamos	243.015	100%	317.796	100%
Previsiones	(7.263)		(15.488)	
Total préstamos, netos	235.752		302.308	

Lanzamiento de Echeqs:

Banco Galicia implementó la operación de cheques electrónicos, ahorrando 1,4 Millones de hojas de papel.

Los clientes (48% pymes) emitieron 4.800 Echeqs, lo que convierte al Banco en la principal plataforma para operar con una participación de mercado de 75% de cheques electrónicos emitidos.



6.3.4. Comercio Exterior

A través de la plataforma electrónica *Office Banking* los clientes pueden realizar pagos y gestionar sus cobros con el exterior. Por su parte, la comunidad Galicia Comex ofrece opciones de productos y servicios que se ajustan a las operatorias de exportación e importación, además de mantener a los clientes continuamente informados de las novedades del rubro y del mercado.

El volumen operado por Banco Galicia en operaciones de comercio exterior fue de US\$11.125 millones obteniendo un 12,0% de participación de mercado. De los cuales US\$3.043 millones corresponden a exportaciones e importaciones de bienes, con una participación del 12,8%. Siendo el tercer banco del país en términos de volumen.

Los clientes cuentan con líneas especiales de financiación: *forfaiting*, *leasing* de importación, financiación de importación y exportación, aval y *stand by*.

Además, Galicia Seguros ofrece pólizas de caución para todas las necesidades: importación o exportación temporaria, diferencias de derecho, valor o falta de documentación, tránsito terrestre y sustitución de medidas cautelares.

6.3.5. Inversiones

Banco Galicia cuenta con una variada oferta de productos acorde a las necesidades y perfil de cada cliente. Antes de efectuar una inversión, se realiza una encuesta a todos los clientes para conocer su aversión al riesgo y entender los productos que mejor se adaptan a sus objetivos, dicha encuesta se renueva anualmente.

El Banco ofrece plazo fijo en pesos o en dólares, con posibilidad de pago periódico de intereses, y los ajustable por UVA con tasa de interés adicional. Brindó tasas preferenciales en canales digitales, adecuadas a los diferentes segmentos y periódicamente se realizan campañas para atraer nuevos inversores. En 2019 amplió el horario de constitución por los canales digitales de 6 a 22 horas.

Además, asesora de manera presencial en toda la red de sucursales, a través del Centro de Inversiones y de Banca Privada para los clientes de dicho segmento.

En el marco de Campus Galicia el Banco creó la "Academia de Inversiones" para que los oficiales puedan capacitarse. Por su parte, brinda información sobre cada producto en los sitios web del Banco. Esta es actualizada constantemente con la finalidad de que los clientes puedan autogestionarse.

Durante 2019 mejoró la sección de Productos y Servicios Inversiones, alineándose al resto de la información de otros productos.

Fondos Fima

Galicia Administradora de Fondos es una compañía que desde 1960 se dedica a la administración de los Fondos Comunes de Inversión Fima que son distribuidos a través de los distintos canales comerciales de Banco Galicia. Cuenta con una amplia oferta de fondos de inversión diseñados para cada perfil de inversor, lo que permite que los clientes puedan acceder de una forma sencilla al mercado de capitales.

Durante el 2019 se destacaron las siguientes iniciativas:

- Landing Hacete Cliente: permitimos a cualquier usuario que ingresa a nuestra web fondosfima.com.ar, hacerse cliente de Banco Galicia y Fima de manera 100% digital a través de esta opción. En pocos pasos y tomándose una selfie, aquellas personas que aún no son clientes pueden hacerlo y sin necesidad de acercarse a alguna sucursal.
- Ampliación de comienzo de operaciones desde las 4 am: pueden realizarse operaciones de suscripción y rescates en el horario más amplio del mercado, desde las 4 am hasta las 4 pm por cualquiera de nuestros canales digitales Galicia *Online Banking*, *Office Banking* y la app Galicia.
- Alta cuenta comitente y operaciones programadas en app de 16 a 20 horas: a partir de 2019 la app permite programar operaciones de hasta 60 días y gestionar el alta de la cuenta comitente a través de este canal.
- Nueva composición de cartera Fima Mix I al 29/10/19: relanzamos este fondo con el objetivo de adaptarnos a los requerimientos del mercado y brindando una nueva alternativa que opera en pesos pero en una cartera mixta de bonos Latinoamericanos y ETF de acciones que cotizan en la Bolsa de Comercio de Nueva York. Con este fondo se inaugura una nueva categoría en Fima en el año 2019; fondos de renta mixta internacionales que permiten operar en pesos en mercados del exterior, además de las existentes.
- Cambio composición Fima Capital Plus: adaptamos este FCI que tenía como objetivo ganarle a la inflación, para que evolucione según el tipo de cambio \$/US\$ y que permite tener ahorros en pesos pero en activos dolarizados.
- Agentes colocadores de Fima: este canal de distribución que comenzó en el 2018 cierra el 2019 con ocho aliados que comercializan nuestros Fondos Fima en todo el país.

6.4. PROMOCIONES Y BENEFICIOS

Banco Galicia

Beneficios Éminent

Es una propuesta de valor para los clientes de renta alta del Banco con foco en arte, deporte, moda, gastronomía, mujer y familia. A los beneficios de Quiero, Quiero Viajes, Conecta e Inversiones - en sintonía con las nuevas tendencias - sumó una serie de experiencias que ponen el bienestar en primer plano, a través del concepto de Wellness Life, una propuesta para armonizar cuerpo, mente y alma.

Programa Quiero!

Banco Galicia sigue ofreciendo cada vez más opciones de descuentos y beneficios en más de 1.500 categorías y 320 marcas para beneficiarse con descuentos y canjes. Durante 2019, utilizaron al menos un beneficio 1.272.050 clientes.

NUEVO PROGRAMA DE MILLAS

DESDE ESTE AÑO TODOS LOS CLIENTES INSCRIPTOS EN QUIERO! PUEDEN CANJEAR SUS PUNTOS POR MILLAS SMILES. ESTA ALIANZA CON SMILES ARGENTINA, LE PERMITE SEGUIR FORTALECIENDO EL PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN, GENERANDO NUEVAS PROPUESTAS DE VALOR Y MAYOR EFICIENCIA DE QUIERO VIAJES!

Naranja

Financiación de Compras en 1 Pago

Con la opción de financiar en 3 y 6 cuotas fijas y en pesos las compras en 1 pago (en pesos y en dólares) realizadas con cualquiera de sus tarjetas.

Transfer Naranja

Cualquier persona puede enviar dinero a sus titulares o adicionales quienes podrán retirarlo desde cualquier punto del país. Hacerlo es una tarea sencilla y el importe se acredita en la tarjeta del destinatario.

HBO GO

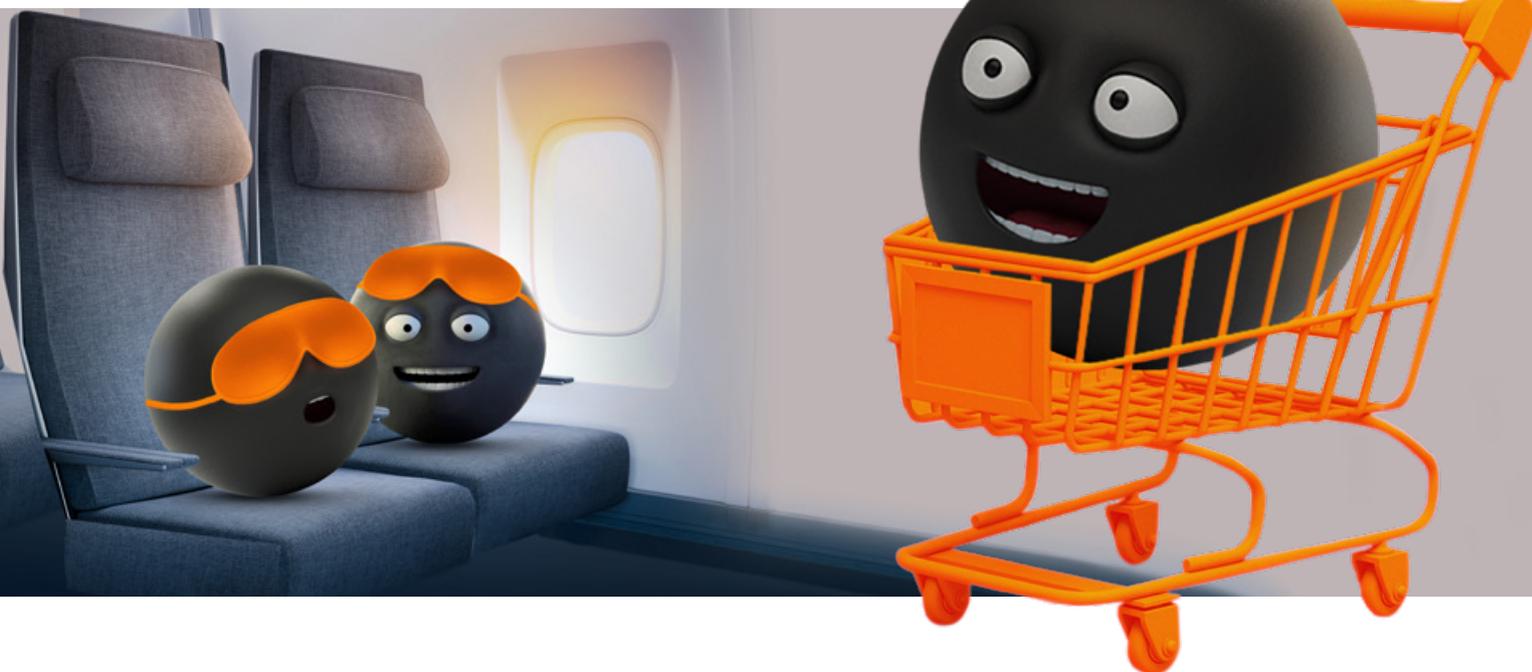
Es un producto de contenido On Demand, donde los clientes pueden suscribirse de manera 100% digital o desde las Casas Naranja, y disfrutar de más de 3.000 películas y series de alta calidad.

Movieclub

Es el programa de los Cines Village con importantes beneficios y descuentos para los amantes del cine.

LANZAMIENTO DE QUIERO! EN NARANJA

NARANJA, CON EL OBJETIVO DE SEGUIR ENTREGANDO VALOR A SUS CLIENTES, ANUNCIÓ LA INCORPORACIÓN DEL PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN DE BANCO GALICIA, QUIERO!, COMO SU PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN. ESTA INCORPORACIÓN PERMITIRÁ LLEVAR TODOS LOS BENEFICIOS DEL PROGRAMA A LOS CLIENTES DE NARANJA Y ROBUSTECER NUESTRA MARCA. EL PROGRAMA QUIERO! ES EL MÁS VALORADO DENTRO DE LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN DEL PAÍS Y OFRECE A LOS CLIENTES UTILIZAR LOS PUNTOS ACUMULADOS POR OPERAR CON TARJETA NARANJA PARA ELEGIR DESCUENTOS SEGÚN SUS PREFERENCIAS. EN LA PRIMERA ETAPA, MÁS DE 230.000 CLIENTES YA COMENZARON A SUMAR PUNTOS PARA CANJEAR POR PRODUCTOS, AHORROS EN DIFERENTES MARCAS Y RUBROS, VÁUCHERS Y BENEFICIOS EN VIAJES ENTRE OTROS, EN FUNCIÓN DE SU CATÁLOGO DE BENEFICIOS, CON MÁS DE 2.163 PROPUESTAS.



6.5. CIBERSEGURIDAD

102-16, 103-2, 103-3, 416-1, 418-1

6.5.1. Seguridad de la información

Banco Galicia

La Gerencia de Seguridad de la Información acompaña la transformación digital del Banco para proteger los activos, tomando medidas de prevención en la forma en que se gestiona la información, pero otorgando al mismo tiempo alternativas más seguras como por ejemplo Office 365 y otras herramientas corporativas. Además, el Banco incorporó diferentes mejoras que elevan la seguridad en los canales *Online Banking* y *Office Banking*.

Entre las iniciativas más destacadas, se encuentran la utilización de Token ante operaciones de riesgo no habituales, dejando el uso de tarjetas de coordenadas, y nuevos mecanismos que chequean la actividad de los clientes, detectando comportamientos inusuales, lo cual permite tomar acciones que elevan de manera significativa la seguridad del canal.

GOBIERNO DE DATOS

BANCO GALICIA TRABAJA PARA LOGRAR LA AUTOGESTIÓN DE LOS COLABORADORES A LA HORA DE QUERER EXPLOTAR Y ANALIZAR INFORMACIÓN. PARA ELLO, PUBLICÓ LA POLÍTICA DE GOBIERNO Y CALIDAD DE DATOS, Y LA POLÍTICA DE ADQUISICIÓN, TRATAMIENTO Y PROTECCIÓN DE DATOS QUE MARCAN LOS LINEAMIENTOS BÁSICOS, RESPONSABILIDADES Y METODOLOGÍAS DE TRABAJO. PARA LA AGILIDAD Y EFICIENCIA DE ESTE PROCESO, SE MAPEARON LAS FUENTES DE INFORMACIÓN, Y SE GENERARON SISTEMAS INFORMÁTICOS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LOS DATOS. ADEMÁS, EL BANCO CAPACITÓ SOBRE LA RESPONSABILIDAD, INTEGRIDAD Y CALIDAD DE LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN, DESDE EL NUEVO CONCEPTO "DUEÑO" Y "CUSTODIO" DE DATOS: QUIENES DEFINEN TÉRMINOS, CRITERIOS DE CÁLCULO Y VALIDAN LAS FUENTES DE INFORMACIÓN QUE CONSIDERAN CRÍTICOS PARA EL NEGOCIO. ASÍ, A TRAVÉS DE CAMPUS GALICIA BRINDÓ CONTENIDOS ACADÉMICOS DE FORMACIÓN, VIRTUALES Y PRESENCIALES SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS DATOS, CÓMO SE GESTIONAN Y HERRAMIENTAS DE EXPLOTACIÓN Y VISUALIZACIÓN. ESTE AÑO FORMÓ A XXX COLABORADORES EN ESTAS CAPACIDADES ANALÍTICAS.

Naranja

Naranja se encuentra alineada a las Normativas ISO/IEC 27001 "Sistema de gestión de seguridad de la información (SGSI)" y a la ISO/IEC 27005 "Gestión de Riesgos en Seguridad de la Información, y contempla las buenas prácticas de la industria. Este año profundizó sus prácticas de ciberseguridad, incorporando el marco de Ciberseguridad (Guía de la SEC sobre Procedimientos de Seguridad Cibernética), la ISO/IEC 27032: Directrices para la Ciberseguridad, NIST Cybersecurity Framework (Identificar, Proteger, Detectar, Responder y Recupera) y el Marco Mitre ATT&CK para el modelado de escenarios ofensivos.

Además, cuenta con una política de Seguridad de la Información, la cual se encuentra publicada y es compartida por toda la compañía y por proveedores críticos. Dentro del mismo marco, se encuentra la política de Ciberseguridad y Privacidad de Datos. Todos los años renueva los contenidos del "Plan de Concientización en Seguridad" para colaboradores y titulares.

Este año Naranja consolidó la información del Centro de Defensa de Ciberseguridad (CDC) lanzado en 2018. Su objetivo es protegerse frente a las amenazas emergentes de alta complejidad, posibilitando la detección y anticipación de posibles eventos de seguridad significativos que afecten a la compañía. Algunas de las actividades realizadas fueron: inteligencia analítica preventiva aplicada al negocio, análisis sobre comportamientos anómalos, Cyber Investigación & Forensis, entre otras. Estas herramientas le permiten estar preparados para brindar respuestas rápidas y efectivas ante los incidentes, mejorando sus procesos, principalmente los relacionados a la gestión de incidentes de seguridad.

Galicia Seguros

Galicia Seguros protege desde el área de seguridad los activos de información; garantizando la disponibilidad, integridad y confidencialidad de los datos de aplicaciones críticas del negocio, repositorios de información, datos en tránsito e infraestructura de sistemas. En materia de seguridad, este año actualizó el Plan de Continuidad de Negocio; implementó políticas para el control de fuga de información por medio del control de acceso a Internet, protección de medios de almacenamiento USB y control de acceso a bases de datos de aplicaciones críticas; realizó una base de datos sensibles, actualizó las plataformas de seguridad, capacitó y concientizó a los colaboradores con una campaña de seguridad informática con charlas y comunicaciones internas, entre otras acciones.



6.5.2. Herramientas de seguridad en Naranja Banco Galicia

En materia de seguridad, Naranja cuenta con herramientas propias con aprendizaje automático (*machine learning*) que proporcionan un alto valor, especialmente a la hora de resolver múltiples problemas de seguridad, como *malware* y ataques avanzados persistentes.

Seguridad Defensiva y Ofensiva

Naranja continúa en el año profundizando los esquemas de seguridad defensiva y seguridad ofensiva, realizando tareas como: revisión de código, búsqueda de vulnerabilidades *Zero-Day*, análisis de datos OSINT y realización de ataques personalizados como otra forma de garantizar que los productos de Naranja cuentan con los estándares adecuados de seguridad, cuidando a los clientes. Estos esquemas se encuentran conformados los equipos defensivos (*blue team*) y los ofensivos (*red team*), que prueban y diseñan los controles respectivamente, mediante la utilización de herramientas propias y de terceros; y se complementa con el esquema tradicional de hacking ético existente.

Alineación a la estrategia "Zero Trust" (confianza cero)

Con las nuevas tendencias y tecnologías, los límites de las redes y accesos han cambiado. Hoy desde las áreas de seguridad de la información se encontró con la necesidad de proteger activos y datos que están más allá de un perímetro determinado. Es por ello, que este año Naranja incorporó tecnologías de última generación que le permiten realizar controles de postura de todos los equipos propios y de terceros que interactúan con servicios de la compañía, independiente de la forma en que se conecten. Permite ser preventivo inclusive desde antes que el equipo se logre conectar a su red y realizarle varios controles de seguridad al dispositivo y avalar su conexión solo en el caso de cumplir los requisitos de seguridad.

Foco en Seguridad en la Nube

Mediante la incorporación de un *framework* de adopción de nube, Naranja evolucionó la arquitectura de seguridad en cloud, incorporando pilares para contrarrestar amenazas cibernéticas y facilitar la implementación de soluciones ágiles y adaptativas para la gestión de datos sensibles, siempre teniendo en cuenta temas de experiencia de clientes y enfocados a una seguridad sin fricción. Los pilares de seguridad en nube establecidos son: Manejo de Identidades y Acceso, Controles detectivos, Seguridad en Infraestructura, Protección de los datos y Respuesta a Incidentes.

Metodologías Ágiles - Desarrollo Seguro

Si bien ya hace varios años Naranja cuenta con la integración de Seguridad en etapas tempranas del ciclo de vida de desarrollo y la adopción de las Normas OWASP (*Open Web Application Security Practices*) para Desarrollo Seguro, siguió en 2019 fortaleciendo el equipo de seguridad para dar soporte a los proyectos de evolución digital, a través de metodologías ágiles y la nueva organización en las distintas tribus, e incorporó conceptos innovadores como DevSecOps, automatizando los controles en los distintos flujos de desarrollo y puesta en producción, realizando revisiones estáticas y dinámicas de los productos y generación de métricas de todo el proceso.

Integrando externos en la estrategia de seguridad

Naranja incorporó en sus sitios públicos oficiales, la Política de Divulgación Responsable para brindar un canal formal para que externos, puedan informar vulnerabilidades detectadas en sus sitios o canales. Las mismas prevén ser analizadas por personal calificado y recibirán el tratamiento y remediación oportuna. Esto evidencia su compromiso con la seguridad.

Plan de Concientización en Seguridad

Naranja renueva y actualiza anualmente el plan de concientización en seguridad con el objetivo de mantener a colaboradores, clientes y la sociedad en general actualizados con las últimas herramientas y posibles situaciones.

PÚBLICO INTERNO

- CAPACITACIONES PARA TODOS LOS COLABORADORES POR MEDIO LA DE PLATAFORMA DIGITAL DE FORMACIÓN INTERNA "ESPACIO" CON CONCEPTOS BÁSICOS DE SEGURIDAD.
- CHARLAS DE CONCIENTIZACIÓN DICTADAS POR PERSONAL CALIFICADO DEL ÁREA DE SEGURIDAD.
- CONSTRUCCIÓN DE GRUPOS EN WORKPLACE, CON LOS OJOS ABIERTOS Y SISTEMAS, CON EL OBJETIVO DE LOGRAR CONCIENTIZAR PARA LAS ACTIVIDADES EN NARANJA COMO EN SU VIDA PERSONAL.

PÚBLICO EXTERNO

- CENTRO DE SEGURIDAD EN EL SITIO NARANJA ONLINE QUE EDUCA, BRINDA CONSEJOS Y TIPS PARA PROTEGER LA IDENTIDAD, Y CUENTA CON UN CANAL DE DENUNCIA PARA INCIDENTES DE SEGURIDAD.
- COMUNICACIONES A TRAVÉS DE PIEZAS GRÁFICAS EN DISTINTOS VÍAS DE COMUNICACIÓN POR EJEMPLO REDES SOCIALES.

En el año 2019 siguió con tendencia creciente de ataques relacionados con phishing hacia su marca, principalmente en redes sociales. Estas son detectadas tempranamente y reportadas al CSIRT correspondiente para su tratamiento.

6.5.3. Seguridad en Galicia Seguros

Galicia Seguros cuenta con una Política de Seguridad de la Información comprende los siguientes fundamentos:

- Lineamientos que deben ser cumplidos por los empleados y por Galicia Seguros, para lograr la seguridad de la información.
- Un marco de trabajo para todos los procesos y sus mecanismos de seguridad.
- Los objetivos de seguridad, clasificación de la información, responsabilidades y principios fundamentales para asegurarla de acuerdo con los objetivos del negocio.
- Requerimientos mínimos para el gerenciamento de la Información, Control de Accesos, Seguridad Física, Comunicaciones, Operaciones y Desarrollo de Sistemas.

Entre las acciones de 2019, se destacan:

- Relevamientos de seguridad para identificar riesgos en las bases de datos del sistema Core VISUAL TIME 7, remediando debilidades de control de acceso a las mismas, y en servidores y computadoras para identificar vulnerabilidades y remediarlas en tiempo y forma.

- Actualización de plataformas de seguridad, con la implementación de un nuevo firewall interno, para el control de tráfico de red entre las redes de servidores y redes de usuarios, a fin de prevenir actividades maliciosas y propagación de malware.
- Implementación de mejoras en el acceso remoto (VPN) por medio de tokens de autenticación multifactorial.
- Extensión de la capacidad de monitoreo de seguridad con Splunk SIEM, haciendo posible ejecutar tareas de informática forense ante casos de ciberataques u otras anomalías.
- Actualización de las soluciones Anti-malware en servidores y workstations, para mejorar el nivel de protección en los equipos de la red.

Además, realizó acciones de concientización y capacitación a colaboradores. Entre ellas: charlas de seguridad informática durante la inducción para todo el personal, reuniones con temática de Ciberseguridad

con la Alta Gerencia, y publicación de contenido sobre ciberseguridad disponible para todos los colaboradores en *Workplace* con información, noticias y novedades.

Durante 2019 se registraron tres intentos de spear phishing enfocados en la alta gerencia, que fueron contenidos oportunamente.



6.6. PREMIOS IMPULSADOS POR BANCO GALICIA

Premio a la Excelencia Agropecuaria La Nación - Banco Galicia

En 2019 se realizó la XVII edición del Premio La Nación Banco Galicia a la Excelencia Agropecuaria 2019. Se inscribieron 163 empresas de las que fueron nominadas 38 para las 11 categorías las cuales fueron evaluadas por un jurado de Honor compuesto por: Marisa Bircher (Secretaria de comercio exterior Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación), Marcelo Mc Grech (Gerente de Agronegocios de Banco Galicia), Fernando Vilella (Director programa Bioeconomía Facultad de agronomía UBA), Gustavo Oliverio (Asesor y coordinador de proyectos Fundación Producir Conservando), Rodrigo Bunge (Director General de laboratorios y control técnico SENASA) y José del Río (Secretario General de Redacción La Nación).

La máxima distinción, el Premio de Oro, que sintetiza los atributos de excelencia, innovación, compromiso y trabajo en nuestro campo, fue para la empresa SALVITA, que resultara ganadora de la categoría Mejor Innovación Tecnológica.

Los demás premiados fueron:

- Mejor innovación tecnológica: SALVITA
- Mejor agricultor: Cresud
- Mejor productor lechero: Grupo Chiavassa
- Mejor productor de carne: Tierra Greda
- Mejor frutihorticultor: Midory
- Mejor fabricante de maquinaria agrícola: CNH Industrial
- Mejor empresa de servicios para la producción: Sanpa Semillas
- Mejor gestión sustentable: Grupo Tigonbu
- Mejor cabañero: Ganagrín
- Mejor industria agroalimentaria: San Miguel
- Mejor trabajo de investigación: Laboratorio plasticidad del desarrollo de las plantas

El jurado decidió también distinguir a dos empresas “por su crecimiento y expansión en el mundo gracias a su capacidad innovadora y de gestión”. En la categoría Innovación Tecnológica reconoció a CONICET - AERODYCA, quienes desarrollaron un sistema de aplicación aérea no tripulado, denominado Mangangá, que permite poner al alcance del usuario un sistema de alta tecnología a un costo menor. El segundo reconocimiento, en la

categoría Industria Agroalimentaria, fue para VALOR A (por “Valor Agregado”), una firma que desde la provincia de Córdoba produce proteína de soja texturizada, garbanzo expandido, arroz expandido, harina precocida de garbanzo y harina precocida de arroz bajo las buenas prácticas agropecuarias.

Se entregó, además, una distinción especial a una empresa familiar que cumple 100 años en el sector. Fundada en septiembre de 1919, Llorente Hnos. se dedica a la administración de campos y la actividad agrícola, contando además con tambos y criaderos de cerdo. Ha sido distinguida con el Premio a la Excelencia Agropecuaria, en distintas categorías, en otras 3 oportunidades. Llorente Hermanos es el modelo de cómo cada generación puede evolucionar redoblando la apuesta y superando nuevos desafíos sin perder de vista los pilares asimilados por la primera generación.





Premio a la Excelencia exportadora La Nación - Banco Galicia

Este año organizaos la IX edición del Premio a la Excelencia Exportadora, en forma conjunta con La Nación: “un premio para los que llevan lo mejor de la Argentina al Mundo”.

La selección de los ganadores estuvo a cargo de un honorable jurado compuesto por: Fabian Kon (CEO Banco Galicia), Jose del Rio (Secretario General del diario La Nación), Marcelo Elizondo (Director de la consultora DNI), Bernardo Kosakoff (Presidente del Consejo de la Producción),

Enrique Mantilla (Presidente de la Cámara de Exportadores de Argentina) y Diana Mondino (Master en economía y dirección de empresas).

Se entregaron estatuillas a los ganadores de 6 categorías:

- Saliento al Mundo: AGROINDUSTRIAS BAIRES
- Grandes Exportadoras: PRODEMAN S.A.
- Exportaciones con alto valor agregado e innovación: ERIOCHEM
- Proyecto exportador sustentable: TECNOVAX
- Exportación de servicios basados en el conocimiento: INTIVE FDV
- Nuevos mercados: BASSO S.A.

Adicionalmente, se distinguieron a 4 empresas por su crecimiento y expansión en el mundo gracias a su capacidad innovadora y de gestión: UNITED SCALE ARTS, UNITAN, BDEV VERIFARMA, EDTRANS BACK TO BACK.

El premio Oro lo ganó la empresa BASSO S.A., por sus atributos de excelencia, innovación, trabajo y compromiso.

Premio Aliment.AR (II edición)

El 4 de noviembre se llevó a cabo la entrega de premios a los ganadores de la 2da edición del Premio Alimentar “un reconocimiento a las empresas de alimentos y bebidas que exportan y agregan valor” junto con Exponenciar S.A. en el Restaurante Central de La Rural.

Para ello se convocó a un jurado de expertos, compuesto por: Marcelo Elizondo (Consultor en comercio internacional); Ariel Desanto (Gerente de Banca Corporativa Banco Galicia), Marisa Bircher (Secretaria de comercio exterior del ministerio de producción y trabajo de la Nación), Andrés Murchison (Secretario de alimentos y bioeconomía del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación), Fernando Vilella (Presidente del Consejo Profesional de Ingeniería Agronómica), Daniel Fernández Canedo (Editor jefe del suplemento económico de diario Clarín), José del Río (Secretario de redacción del diario La Nación), y Fernando Pereyra (Director del área de analítica en Wobax)

Las categorías premiadas y ganadores fueron:

• Bebidas

Cepas Argentinas: es una empresa referente en el mundo de las bebidas en Argentina y Latinoamérica. Fundada hace casi 70 años, lideran el mercado en los diferentes segmentos donde participan a través de marcas con una gran trayectoria, tales como Gancia, Terma, Bacardi y Martini, entre tantas otras.

Establecimiento Las Marías: desde 1924, año en que Víctor Navajas Centeno decidió plantar los primeros yerbales en la pequeña estancia ganadera que había heredado, Las Marías creció de forma sostenida hasta alcanzar un amplio liderazgo como principal productor de yerba mate de la región, además de lograr el reconocimiento mundial de su té.



• Dulces y Golosinas

Dulcor: con una trayectoria de más de 50 años que produciendo alimentos saludables.

Lheritier Argentina: ya reconocida en el mercado por el particular sabor de sus caramelos,

• Frutas y Verduras

Patagonian Fruits Trade: es una de las empresas exportadoras de manzanas, peras, kiwi y uvas líderes en Argentina, tanto en los mercados de producción tradicional como de producción orgánica.

San Miguel: es una compañía multinacional con más de 60 años de experiencia en la producción y distribución internacional de cítricos frescos y procesados

• Industrias Frigorífica

Coto: es una empresa argentina en permanente crecimiento con más de 19.000 trabajadores.

Marfrig Argentina: en Argentina es una de las empresas líderes en la producción y venta de alimentos procesados. Cuenta con 3 plantas ubicadas en San Jorge, Baradero y Arroyo Seco con una capacidad de procesamiento de más de 39 mil toneladas de hamburguesas y más de 30 mil de otros productos por año.

La Anónima: es una cadena de supermercados con más de un siglo de historia. Líder en la Patagonia y en varias localidades de la provincia de Buenos Aires, La Pampa, Santa Fe, Córdoba y Corrientes.

• Lácteos

Vacalin: desde 1926, la tradición familiar, una clara visión empresaria y la capacidad de gestión de su gente, han colocado a Vacalin en un lugar de prestigio como empresa dedicada a la fabricación de productos lácteos.

Tregar: fundada por una pareja de inmigrantes españoles, don Cipriano García y doña Hortensia de Simón en la década del 40, TREGAR aún conserva su carácter familiar.

Lactear: es una empresa creada por productores de la región de Morteros, Córdoba, la cuenca lechera más grande de Argentina y Sudamérica. Desde el año 2005, la empresa, elabora quesos de excelente calidad, exquisito sabor y seleccionada variedad.

• Cereales, oleaginosas y derivados

Molinos Río de la Plata: es una empresa con más de 115 años en el mercado que concentra 15 de las marcas líderes que día a día eligen los argentinos en sus mesas.

Villa D'agri: es una empresa argentina líder en la fabricación de pastas frescas desde 1981.

Premios Pyme Clarín - Banco Galicia

Este año Banco Galicia organizó la 3era edición de Premios Pyme presentado por Banco Galicia y Clarín, que tiene como objetivo reconocer y distinguir a las pequeñas y medianas empresas por su valor y su aporte al desarrollo económico y social de nuestro país. La ceremonia de premiación se realizó en el mes de agosto en el auditorio de Plaza Galicia.

En la ceremonia se realizó la entrega de premio a la Trayectoria, a la empresa “La Delicia Felipe Fort S.A.” por sus años de esfuerzo para consolidarse y convertirse en una empresa Pyme de referencia en el mercado.

Los ganadores de las 3 categorías fueron:

- Pyme innovadora y Premio Oro: TERRRAGENE.
- Pyme de alto impacto Social y Ambiental ECOFACTORY.
- Pyme Familiar COMBUSTIBLES DEL NORTE (CNGRUPO).



07

CAPITAL HUMANO



- PERFIL DE NUESTROS COLABORADORES
- GESTIÓN DEL CLIMA LABORAL
- DIVERSIDAD

- LÍDERES PARA LA TRANSFORMACIÓN
- SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL
- COMPENSACIONES



7.1. PERFIL DE NUESTROS COLABORADORES

102-8, 103-2, 103-3, 401-1, 405-1,
ODS 5.1, ODS 5.5, ODS 8.5, ODS 8.6

COLABORADORES POR APERTURA GENERACIONAL

Generación	Años	Banco Galicia	Naranja	Galicia Seguros	Total	% por generación
Baby boomers	1947 - 1960	98		6	111	1,2%
Generación X	1961 - 1979	1941	723	78	2742	28,6%
Millennials	1980 - 1989	2216	1829	135	4180	43,6%
Generación Z	1990 - actual	1863	520	171	2554	26,6%

INDICADORES DE COLABORADORES 2019

	Banco Galicia			Naranja			Galicia Seguros		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Total de Colaboradores	3061	3057	6118	1875	1204	3019	181	209	390
Distribución por edad									
- Menores de 30	1033	1078	2111	420	239	659	84	78	162
- Entre 31 y 50	1793	1610	3403	1438	935	2373	89	116	205
- Mayores de 50	235	369	604	30	17	47	8	15	23
Distribución por cargo									
- Niveles iniciales	1550	1218	2768	1649	973	2622	159	170	329
- Niveles medios	1325	1414	2739	147	117	264	13	15	28
- Niveles de jefaturas	176	372	548	56	75	131	8	16	24
- Niveles gerenciales	10	53	63	23	39	62	1	8	9
Edad promedio por Cargo									
- Niveles iniciales	33,45	33,24	33,36	34	35	35	32,13	32,76	32,45
- Niveles medios	37,25	36,73	36,98	38	38	38	37,38	37,33	37,36
- Niveles de jefaturas	43,56	43,85	43,68	40	40	40	40,63	44,63	43,29
- Niveles gerenciales	49,2	48,58	48,68	46	46	46	51	48,63	48,89
Tasa de rotación									
- Menores de 30	18,8	16	17,4	15	20,01	16,8	23,81	22,44	23,15
- Entre 31 y 50	5,5	7,8	6,6	9	14	11	20,79	12,07	15,85
- Mayores de 50	12,8	8,4	10,1	35	33	34	0	6,67	4,35
Oficinas centrales	12	11	11,5	13	22	16,8	17,96	18,42	18,21
Sucursales	9,4	10,5	9,9	10	11	10	-	-	-
Total	10,5	10,8	10,7	11	16	12,6	21,27	15,55	18,21

DISTRIBUCIÓN POR ZONAS GEOGRÁFICAS - BANCO GALICIA

	Mujeres	Hombres	Total
CABA	1367	1585	2952
Cordillera	97	138	235
Litoral	109	147	256
Mar y Pampa	99	90	189
Mediterránea	122	135	247
Metro I	143	108	251
Metro II	111	83	194
Metro III	107	78	185
Metro IV	113	93	206
Metro V	115	89	204
Nea / Noa	81	110	191
Norte	144	83	227
Oeste	157	73	230
Patagonia	82	85	167
Prov. Bs. As.	74	76	150
Sur	150	84	234

DISTRIBUCIÓN POR ZONAS GEOGRÁFICAS - NARANJA

	Mujeres	Hombres	Total
Patagonia	93	51	144
Nea	180	100	280
Noa	155	159	314
Córdoba Capital	671	459	1130
Centro	132	59	191
Región Oro	115	39	154
INBA	97	17	114
AMBA 1 - nueva zona	133	111	244
AMBA 2 - nueva zona	183	60	243
Cuyo	116	149	265

DISTRIBUCIÓN POR ZONAS

GEOGRÁFICAS - GALICIA SEGUROS	Mujeres	Hombres	Total
Caba	172	192	364
Nea / Noa	1	1	2
Norte	0	0	0
Mar y Pampa	0	0	0
Patagonia	1	1	2
Prov. Bs. As.	2	7	9
Centro	2	1	3
Metro I	0	3	3
Metro II	1	0	1
Cuyo	0	1	1
Córdoba Capital	1	2	3

DISTRIBUCIÓN POR CARGO Y EDAD

	Banco Galicia			Naranja			Galicia Seguros		
	Mujeres	Hombres	Totales	Mujeres	Hombres	Totales	Mujeres	Hombres	Totales
Niveles iniciales									
Menores de 30	736	699	1435	404	224	628	82	75	157
Entre 31 y 50	709	369	1078	1234	729	1963	71	86	157
Mayores de 50	105	150	255	11	20	31	6	9	15
Niveles Medios									
Menores de 30	296	373	669	14	12	26	2	3	5
Entre 31 y 50	927	918	1845	130	103	233	11	12	23
Mayores de 50	102	123	225	3	2	5	0	0	0
Niveles Jerárquicos									
Menores de 30	1	6	7	2	1	3	0	0	0
Entre 31 y 50	150	289	439	53	72	125	7	13	20
Mayores de 50	25	77	102	1	2	3	1	3	4
Niveles Gerenciales									
Menores de 30	0	0	0	0	2	2	0	0	0
Entre 31 y 50	7	34	41	21	31	52	0	5	5
Mayores de 50	3	19	22	2	6	8	1	3	4

INGRESOS Y EGRESOS

	Banco Galicia			Naranja			Galicia Seguros		
	Mujeres	Hombres	Totales	Mujeres	Hombres	Totales	Mujeres	Hombres	Totales
INGRESOS									
Por edad									
Menores de 30	249	195	444	49	56	105	21	27	48
Entre 31 y 50	43	73	116	41	75	116	6	18	24
Mayores de 50	0	4	4	1	0	1	0	0	0
Por cargo									
Niveles iniciales	231	169	400	93	74	167	26	43	69
Niveles medio	58	92	150	5	12	17	0	0	0
Niveles jerárquicos	3	9	12	5	14	19	1	2	3
Niveles gerenciales	0	2	2	6	13	19	0	0	0
Por región									
Oficinas centrales	150	163	313	122	65	187	27	45	72
Sucursales	142	109	251	10	25	35	-	-	-
EGRESOS									
Por edad									
Menores de 30	140	151	291	77	40	117	14	13	27
Entre 31 y 50	153	179	332	223	185	408	22	19	41
Mayores de 50	60	58	118	10	18	28	2	0	2
Por cargo									
Niveles iniciales	180	182	362	277	194	471	34	28	62
Niveles medio	145	145	290	18	19	37	2	3	5
Niveles jerárquicos	26	57	83	12	21	33	2	1	3
Niveles gerenciales	2	4	6	3	9	12	0	0	0
Por región									
Oficinas centrales	177	187	364	78	87	165	38	32	70
Sucursales	176	201	377	232	156	388	-	-	-



7.2. GESTIÓN DEL CLIMA LABORAL

102-43, 102-44, 103-2, 103-3

Para conocer la percepción de nuestros colaboradores sobre sus ambientes laborales y trabajar en propuestas que impulsen mejoras, en el Grupo contamos procesos de gestión de clima que promueven la construcción colectiva entre líderes y colaboradores. Esos procesos son gestionados internamente a través de *Great Place to Work*®.

Cantidad de colaboradores que respondieron a la encuesta de clima:

5.679	EN BANCO GALICIA
2.895	EN NARANJA
360	EN GALICIA SEGUROS

Encuesta de clima interno en Banco Galicia

En 2019, el Banco lanzó una encuesta de clima interno, con 17 sentencias, con el fin de conocer con más certeza los desafíos de la organización en materia de gestión del clima. Con los resultados consolidados, Banco Galicia promovió la reunión de equipos para conversar y armar planes de clima. El resultado del promedio general Banco de esta encuesta fue del 87%, con una tasa de respuesta del 76% de los colaboradores. En los equipos con bajos resultados el Banco trabajó con los asesores para acompañar a los líderes y equipos a que realicen y gestionen su plan de clima. El 80% de estos equipos lograron mejorar el clima entre la encuesta interna y la de GPTW.

Desarrollo de estrategia de acompañamiento en clima en Naranja

Este año Naranja desarrolló una estrategia de acompañamiento segmentada de resultados de clima que le permite llegar de manera concreta a cada público. Para todos los equipos, independientemente de la segmentación, se diseñaron los siguientes productos: un tutorial sobre

cómo armar un plan de clima de manera coparticipativa, una guía de autodiagnóstico, para facilitar la interpretación de los resultados de las mediciones; y otra guía de retroalimentación de clima, para realizar el seguimiento de los planes y actualizarlos en función de las conversaciones que se den en los equipos, entre colaboradores y líder. Para los equipos que evidenciaron mayores oportunidades de mejora para trabajar, se desarrolló un laboratorio de casos, que consiste en un taller donde los líderes se entrenan en habilidades de liderazgo para gestionar el clima e integrar la visión de negocio. Todos los equipos, independientemente de sus resultados, contaron con un plan de clima con los principales focos de trabajo.

Clima 1 Click en Naranja

Encuesta elaborada especialmente para colaboradores de la fábrica digital de Naranja. Tiene el objetivo de contar con información de manera más frecuente para trabajar en la gestión de clima de modo constante. Fue diseñada como una prueba que se realiza en 2019 en la fábrica digital, para analizar su viabilidad y escalarla luego a más equipos de Naranja. Consiste en implementar, cada tres meses, una encuesta de clima.

7.3. DIVERSIDAD

102-8, 103-2, 103-3, 201-1, 201-3, 401-1, 405-1

Creemos que la diversidad internamente suma valor a los equipos, fomenta la innovación, atrae y fideliza talento, crea valor como marca empleadora. También, genera rentabilidad al negocio, ya que distintas miradas permiten brindar una mejor respuesta a las diversas necesidades del mercado, contribuyendo así a fomentar economías más fuertes y sociedades más justas.

Gestionamos la diversidad de nuestro capital humano con metas al interior de nuestra organización; y también extendemos nuestra estrategia hacia nuestros grupos de interés.



5.679 PERSONAS CON DISCAPACIDAD INCLUIDAS EN LAS COMPAÑÍAS DEL GRUPO

2.895 JÓVENES UNIVERSITARIOS REALIZARON PRÁCTICAS PROFESIONALES EN EL BANCO

360 DE LAS INICIATIVAS DE LA HERRAMIENTA DE WEPS

Discapacidad:

22 personas con discapacidad a nuestra dotación y cadena de valor.

100 sucursales certificadas por ALPI Asociación Civil como accesibles para personas con movilidad reducida.¹⁶

Primer Empleo:

10 (cantidad de personas participantes en prácticas profesionales) jóvenes universitarios realizaron prácticas profesionales en el Banco.

150 jóvenes capacitados en el marco del programa Entrenamiento Para el Trabajo.

Generaciones:

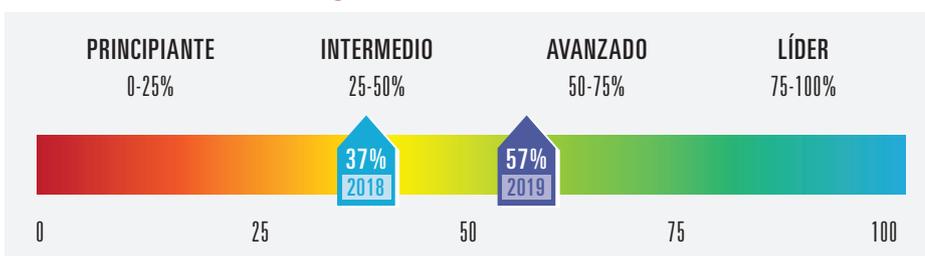
El **80,3%** de posiciones ágiles fueron cubiertas con perfiles internos.

Género:

Banco Galicia alcanzó el **57%** de las iniciativas de la herramienta de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEPs) de ONU Mujeres.

A través de nuestros programas de educación financiera economía, capacitó **2.066** mujeres en escuelas secundarias.

WEPS - herramienta de autodiagnóstico



16. Para más información ver capítulo de Capital Industrial de este Informe.

Impulso de acciones de diversidad

Estrategia interna de género de Banco Galicia

3% DE MUJERES PROMOVIDAS A PUESTOS DE LIDERAZGO

El Banco definió cuatro ejes de gestión interna para su estrategia de género: equilibrio, igualdad, talento y flexibilidad. Su primer y principal objetivo es propiciar un mejor equilibrio entre mujeres y varones en todos los niveles en la organización. Para ello trabaja con foco en el semillero de talentos, con acciones de marca orientadas a mujeres, asegurando la equidad de ingresos de mujeres y varones en el programa Jóvenes Profesionales; y ofreciendo pasantías para mujeres durante toda la carrera. Además de asegurar la igualdad salarial de mujeres y varones, el Banco desarrolla el talento femenino para fortalecer la línea de liderazgo a través de dos focos: la aceleración del *pipeline* femenino y la fidelización de talentos. Y, por último, apoya a las familias, apostando a la flexibilidad y a la retención del talento femenino.

Estrategia externa de género de Banco Galicia

Banco Galicia trabaja en materia de género promoviendo la igualdad de oportunidades y el empoderamiento de la mujer.

En este marco, cuenta con una propuesta para clientes, con una propuesta de valor personalizada que responda a las necesidades de cada mujer. La estrategia busca empoderar a las clientas mujeres a través de los segmentos (Renta Alta, Negocios y Profesionales y Personas) y acompañarlas en los distintos momentos de su vida. De esta manera, brinda una oferta personalizada que da respuesta a sus necesidades.

Para su implementación, se identificaron tres perfiles de mujeres con necesidades diferentes en los cuales el Banco trabaja y pone foco:

- **Mujeres Líderes o Administradoras:** desde los segmentos Éminent y Banca Privada el Banco dicta ciclos de charlas con mujeres líderes, referentes, que, ante los escasos modelos de referencia, inspiran a las mujeres dando a conocer casos de emprendedoras exitosas.
- **Mujeres Emprendedoras:** desde el segmento Negocios y Pymes se realizan acciones de capacitación y networking, ciclos en sucursales que el Banco comunicó como "meet ups", que consisten en brindar charlas inspiradoras junto con asociaciones de emprendedoras y diferentes comunidades. Por ejemplo, junto con la Asociación de Emprendedores de Argentina (ASEA), organizó el ciclo 2019 #Mujeres Emprendedoras, para promover el intercambio de aprendizajes y asentar

las bases para un ecosistema emprendedor diverso a través de temas como "Desarrollo de marca personal", "Técnicas de negociación", "Modelo de negocio", "Finanzas" y "Mentoría".

A través de la Comunidad de Buenos Negocios el Banco capacitar y crear redes de contacto a través de una plataforma online y de encuentros presenciales. La plataforma tiene una sección que se llama mujeres emprendedoras.

En alianza con Mujeres en Carrera, dicta capacitaciones para mujeres emprendedoras con una metodología de rotating learning center en los siguientes temas: análisis de indicadores financieros para la toma de decisiones, viabilidad de negocios, inteligencia emocional financiera y una propuesta para agilizar el presupuesto. El encuentro permitió generar una red de emprendedoras y un espacio de networking.

Además, el Banco se sumó al "She Festival", un encuentro organizado por y para mujeres empresarias en el que se brindaron charlas, talleres y dinámicas para compartir experiencias y estrategias que les permitan potenciar sus negocios, y crecer personal y profesionalmente.



- En alianza con Fundación FLOR, el Banco capacitó a mujeres emprendedoras de la Provincia de Buenos Aires en talleres presenciales en las localidades de Moreno y Bragado. El objetivo es empoderar a las mujeres que tienen pequeños emprendimientos en el interior del país.

Mujeres que administran sus finanzas:

El Banco organiza encuentros de mujeres con el objetivo de transmitir buenas prácticas sobre el uso de las tarjetas de crédito. La capacitación está dirigida a clientas y no clientas. Se trabajan diferentes conceptos como cierre, vencimiento, cargos en dólares y cómo entender las diferentes partes del resumen.

Junto a Mujer Financiera, trabaja en la generación de contenido para capacitar a sus clientes en temas de financiamiento e inversiones, que tiene por propósito incluir financieramente a más mujeres, brindando información valiosa e instalando hábitos de ahorro y gestión eficiente del dinero.

En el evento Galicia Innovation el Banco premió la App de Mujer Financiera #Felicity, otorgándole un incentivo económico de \$200.000.- para el desarrollo de la misma. En #Felicity las mujeres podrán acceder a contenidos de educación financiera de acuerdo a sus perfiles, cursos online, conectar con otras mujeres, y solicitar la contratación de servicios financieros.

BANCO GALICIA SE PARTICIPÓ EN EL ENCUESTO GLOBAL EN PARÍS DE FINANCIAL ALLIANCE FOR WOMAN (FAW) PARA OFRECER UNA PROPUESTA DE VALOR CON PERSPECTIVA DE GÉNERO, BAJO LINEAMIENTOS INTERNACIONALES. ADEMÁS, LA ENTIDAD FUE RECONOCIDA POR GREAT PLACE TO WORK ARGENTINA COMO UNO DE LOS "MEJORES LUGARES PARA TRABAJAR PARA LAS MUJERES".

Por su parte, a través del Programa de Educación Financiera, EconoMía, se capacitaron a 2.066 mujeres en escuelas secundarias. Por medio de esta iniciativa, jóvenes entre 16 y 22 años dan sus primeros pasos en manejo de presupuesto, registro de gastos, planificación financiera personal y en función de un proyecto. Busca brindar conceptos fundamentales para la inserción en el mundo laboral, impulsando a las mujeres en una etapa inicial de sus vidas.

Programa de inclusión laboral de personas con discapacidad

El objetivo de este programa es favorecer y promover la integración y formación laboral de personas con discapacidad. Para ello, Banco Galicia y Galicia Seguros los acompaña en la capacitación y desarrollo de habilidades y competencias que faciliten su inserción laboral.

El programa se realiza en alianzas con Inclúyeme, organización especialista en reclutamiento de talentos con discapacidad, distintas organizaciones de la Sociedad Civil y referidos de colaboradores internos.

Naranja obtuvo el 1^{er} puesto en el ranking Los Mejores Lugares para Trabajar para Mujeres

NARANJA 1^{er} puesto en el ranking los mejores lugares para trabajar para mujeres de GPTW.¹⁷

Este año, Naranja se sumó a la primera edición del ranking Los Mejores Lugares para Trabajar para Mujeres, compartiendo la visión de maximizar el potencial humano de todos los que integran la organización para crear una experiencia positiva. Un gran aval y un destacado a su manera de hacer las cosas fue obtener el primer puesto en el ranking GPTW entre empresas con más de mil colaboradores. Y el puesto 12 en GPTW Latinoamérica. Esta distinción es un reconocimiento a la cultura y al ADN de Naranja, centrado siempre en las personas.

Taller de lenguaje No-sexista en Naranja

En los últimos años, la mirada de inclusión de género en Naranja creció progresivamente. A mediados de 2019 se realizó un taller de lenguaje No-sexista del que participaron 20 colaboradores involucrados en el desarrollo de comunicaciones en Naranja. Durante la jornada se analizaron temas como: sexismo, androcentrismo, misoginia, estereotipos sexistas y uso de las formas de cortesía, entre otros. Finalmente, se proporcionaron criterios para analizar cómo se puede emplear el lenguaje y componer las frases para evitar sesgos de género al escribir.

Programa de Inclusión Laboral de Galicia Seguros

Este programa tiene como propósito favorecer y promover la integración y formación laboral de personas con discapacidad. En este sentido, la compañía realizó una alianza con Inclúyeme, una organización especialista en la temática, con el fin de ser asesorados en la selección de estos perfiles. Como ventajas se detecta una mejora en el clima laboral y un compromiso mayor con los valores como el respeto, la aceptación de la diversidad, la inclusión, y la no discriminación. Además, en 2019 se avanzó en desarrollar una alianza con Fundación Forge, institución que se ocupa de acompañar a jóvenes en situaciones de vulnerabilidad a conseguir su primer empleo.

17. Categoría empresas con más de mil colaboradores.

7.4. LÍDERES PARA LA TRANSFORMACIÓN

103-2, 103-3, 404-2, ODS 8.2, ODS 8.5

En el Grupo facilitamos espacios para inspirar a nuestros colaboradores, y fomentar su crecimiento, tanto en el plano profesional como en el personal. Así, las compañías buscan que cada líder tenga a disposición un ecosistema de prácticas que promuevan desplegar todo su talento y potencial en contextos de confianza, creatividad y trabajo de equipo. En 2019, todas llevaron a cabo un encuentro anual con líderes, en donde se generaron iniciativas y se definieron en conjunto aspectos relacionados a los proyectos organizacionales, así como también se fortaleció un estilo común de liderazgo.

Acciones de inspiración y formación para líderes

Escuela de líderes Galicia

Banco Galicia continuó acompañando y escuchando a los líderes a partir de un proceso de aprendizaje en el que se facilitan espacios de feedback semanales y se generan conversaciones con foco en las fortalezas y oportunidades del proceso formativo. El Círculo de Líderes en Banco Galicia le permite a los nuevos líderes expandir su experiencia aprendiendo de otros líderes, y mirar y analizar sus desafíos de liderazgo desde nuevas y enriquecedoras perspectivas.

Programa de Jóvenes Líderes en Banco Galicia

Comienza desde que se seleccionan nuevos perfiles para que formen parte de la red de sucursales y acompaña a los talentos comerciales con perfil para liderar nuevos desafíos. Forman parte de un programa de desarrollo con crecimiento acelerado en miras de formar a los líderes que gerenciarán las sucursales del futuro.

Programa de Liderazgo Ágil de Naranja

Naranja evolucionó su modelo de liderazgo coparticipativo e incorporó nuevas habilidades para afrontar los desafíos de su negocio. El programa tiene un formato enfocado en la práctica y en la experimentación como medios para incorporar habilidades. Durante 2019, se priorizó trabajar en la adaptación al cambio, el aprendizaje continuo, la toma de decisiones colaborativas y el desarrollo de equipos autogestionados. Además, se fomenta el cambio de mindset digital en todos los líderes combinando actividades de reflexión en línea, formación presencial y virtual, sesiones de coaching individual y actividades de simulación grupal y workshops integradores. En 2019, tuvo una participación del 84% de líderes en las instancias presenciales y de un 80% en las virtuales.

Programa Piloto de Liderazgo Ágil

Naranja desarrolló, con un grupo reducido de líderes impactados directamente por grandes procesos de cambio, otro formato intensivo de formación y desarrollo en liderazgo ágil. Participaron seis gerentes, cuatro subdirectores y un director, con 63 horas de actividades grupales y 10 sesiones de coaching individual. La instancia apuntó a la toma de conciencia de cómo se encuentra cada líder en términos de competencias de liderazgo ágil. Asimismo, a partir de este diagnóstico se determinó la brecha de desarrollo y, en instancias virtuales de coaching individual, se están trabajando las habilidades necesarias. Además, este proceso se complementa con cuatro talleres grupales.

Programa para Nuevos Líderes

Naranja acompañó a los nuevos líderes brindando contenidos para conocer y poner en práctica políticas y herramientas necesarias para su gestión, para identificar áreas y actores clave, y para generar redes de soporte.



CoLabRH

Galicia vivió la tercera edición del CoLABRH, un espacio para conversar, cocrear y compartir sobre las nuevas tendencias con líderes y referentes de Recursos Humanos de compañías de todo el país. A partir de un Market Place, se generaron distintos espacios de conversación sobre temáticas vinculadas a los desafíos en cuanto a la formación, al desarrollo, la comunicación, entre otros. Para cerrar la jornada, se realizó una actividad con foco en la diversidad, debatiendo sobre los distintos sesgos y cómo hacer frente a los próximos desafíos.

Lab de Conversaciones en Banco Galicia

Consiste en una experiencia que brinda a los líderes herramientas para abrir espacios conversacionales que permitan generar movimiento, acompañamiento y cambio con sus colaboradores. Los objetivos fueron: expandir las habilidades para tener conversaciones de desarrollo poderosas; adquirir una metodología de trabajo que permita apalancar las conversaciones con información clara y objetiva para el desarrollo del colaborador; e integrar estos espacios y las acciones posteriores con las herramientas utilizadas por el Banco.

Campaña #ExperienciasdeDesarrollo en Naranja

Se llevó a cabo una campaña en Workplace para compartir buenas prácticas de desarrollo. Una de las prácticas destacadas fue la de visitas cruzadas diseñada para que los líderes de distintas sucursales de la zona NEA se visitaran de manera cruzada e intercambiaran miradas y mejores prácticas.

Conociéndonos - encuentros con líderes y colaboradores de Banco Galicia

El líder es uno de los canales de comunicación para acercar temas estratégicos a todo el equipo, profundizar información corporativa, potenciar la cultura Galicia y responder dudas de los colaboradores. Por eso generó encuentros donde sus Líderes pueden encontrarse con colaboradores de distintas áreas, conocerlos y conversar de lo que quieran. En un contexto de transformación, el Banco entiende que las conversaciones cara a cara son fundamentales para potenciar la cultura y estar cerca de sus colaboradores.

Modelo de líder Galicia evolucionado

Este año Banco Galicia trabajó en las siguientes acciones para avanzar en una evolución del modelo.

- Énfasis en el rol del líder como facilitador y habilitador, descentralizado.
- Un modelo que abraza el modelo de competencias, lo desarrolla y acompaña.
- Modelo en versión “evolucionada” respecto del anterior.
- Movimiento del líder hacia el desarrollo del empowerment organizacional.
- Potenciar un rol del líder que no se basa en jerarquías y que desafía el estatus.
- Liderazgo sin territorialidad.
- Comunicar más.
- Transparentar.
- Ayudar a decir, acercando conversaciones.
- Liderazgo transformador para el cambio.
- Convivir con el error, capitalizarlo.
- Estado Beta permanente.
- Impulsar a otros a hacer.
- Más cercano y diciendo con el propósito de generar sinergias.





Líder Ejemplar evolucionó a Líder Inspirador

Una dimensión tiene que ver con un líder que transparenta, que desde la construcción de confianza ayuda a decir lo que se piensa, se acerca, contiene a las personas. Inspira la búsqueda de propósito, trabaja para generar acuerdos, abre conversaciones, ayuda a la sinergia entre sectores, es desde su actuación consistente que inspira una visión de Galicia, representándola en su modo de actuar e invitando a los otros a sumarse con la misma actuación.

Líder Desarrollador

Una dimensión tiene que ver con un líder-coach, que genera condiciones para el despliegue del talento, que contribuye a que la organización consolide la dinámica del dar y recibir feedback como práctica habitual, que invierte en la asignación de objetivos y da tiempo para el desarrollo del empowerment, con estilo colaborativo y cercano manteniendo conversaciones de desarrollo y coaching tanto para sus equipos como para las personas que se le acercan como referente.

Líder Emprendedor

Una dimensión que tiene que ver con habilitar a otros para actuar, con empoderar, con animar a que las personas hagan, se apropien, dejando el rol de ejecución para lograr que otros lo tomen, apoyando, fortaleciendo, liberando obstáculos, generando desafíos y celebrando logros. Es un proveedor de mirada sistémica que permite que los equipos comprendan, se apropien y tengan una ejecución excelente.

Líder Visionario evolucionó a Líder Transformador

Una dimensión del líder que viene a transformar, donde innovar es un resultado del ejercicio transformador, un líder que trabaja con el error como capital, ayudando a aprender y a desaprender, experimentando, animando a probar, ensayar, liderando los cambios y cambiando. Pasando las ideas a la acción.

Primer Encuentro Nacional de Líderes Naranja

Los líderes en Naranja cumplen un rol clave: son embajadores de la estrategia del negocio, para que todos los equipos puedan tener objetivos claros y trabajar

empoderados, conociendo su aporte a los resultados. La realización de los encuentros es muy importante, tanto para compartir prácticas entre pares como para que la estrategia del negocio sea concreta y accesible. En este marco, en 2019 organizó el primer encuentro nacional con los principales líderes y referentes nacionales en distintos temas. Participaron más de 500 personas en la ciudad de Córdoba quienes conversaron sobre la actualidad del negocio, el contexto macroeconómico y las tendencias del sector: agilidad, marketing digital, data science, modelos de atención, entre otros temas de interés.

Galicia Seguros

Con el objetivo de acompañar a los nuevos líderes, Galicia Seguros creó un programa de capacitación para abordar temáticas específicas de liderazgo para aquellos que dieron sus primeros pasos en este rol basado en los pilares del Modelo de Líder GS. Por otra parte, Naranja avanzó en la implementación de un Sistema Integral de Gestión del Talento para facilitar el desarrollo de los colaboradores y el despliegue de competencias.

7.5. CREDIBILIDAD

7.5.1. Seleccionar y dar la bienvenida

Con el objetivo de hacer foco en el desarrollo de sus colaboradores, las compañías del Grupo implementan distintas instancias de búsquedas internas, salvo excepciones específicas que respondan a determinadas necesidades. Además, se establecen mecanismos de búsquedas externas para identificar talentos fuera de las organizaciones. Todas las compañías cuentan con programas de bienvenida, con el fin de que los nuevos colaboradores conozcan, desde un primer momento, la cultura de las organizaciones.

7.5.2. Proceso de selección

En todos los procesos de selección de las compañías se prioriza la contratación de empleo local en la localidad donde se realiza la búsqueda. Así, el Grupo privilegia el conocimiento de la zona y la movilidad interna, para generar mayores oportunidades de desarrollo de los colaboradores. Además, en estos procesos se garantizan la transparencia y el respeto por la diversidad, la integridad humana y la privacidad de la información. Estos valores están incluidos en políticas y procesos formales de las empresas que son conocidos por los colaboradores y candidatos en los procesos de selección y contratación.



7.5.3. Búsquedas internas

Las compañías del Grupo priorizan la selección de talento interno, dando oportunidad de seguir desarrollándose a los colaboradores a través de la asignación de distintos roles, desplegar nuevas competencias y seguir aprendiendo. El foco es brindar oportunidades de desarrollo al talento interno a través de nuevos desafíos, potenciándolos y capitalizando la experiencia ya adquirida.

767 PASES CONCRETADOS

BÚSQUEDAS INTERNAS

Actividad	Banco Galicia	Naranja	Galicia Seguros
Cantidad de pases concretados por búsquedas internas	618	111	38
Cantidad de búsquedas totales en el año	930	221	105
Búsquedas cubiertas con colaboradores internos	66,45%	50%	36%

Oportunidades Galicia

La oportunidad de crecer y desarrollarse profesionalmente es el principal motivo de permanencia de los colaboradores de Banco Galicia. Esto potencia la generación de un mayor compromiso por parte de ellos y que el Banco cuide la movilidad interna brindando oportunidades de movimiento y desarrollo. Cuando se genera una vacante, primero se hace una búsqueda interna y sólo se busca el perfil en el mercado si es que en el Banco no se tiene. Con foco en la reconversión del talento interno, en 2019 el Banco implementó procesos de *shadowing* para colaboradores que tenían la aspiración de ocupar posiciones de diseño UX, formándolos en metodología y herramientas básicas y dándoles la oportunidad de poder trabajar con otros colaboradores con experiencia en el rol.

Concurso de Cargos en Naranja

A través de la iniciativa de Concursos Internos, Naranja da prioridad a los colaboradores para cubrir vacante o puestos nuevos que surjan en la empresa. La

comunicación de la búsqueda se realiza en *Workplace*, en donde todos los interesados pueden informarse sobre los detalles de la vacante, requisitos para participar y postularse. Cada colaborador recibe, al finalizar el proceso, una entrevista sobre el análisis de sus competencias, con el foco puesto en los aspectos a mejorar.

Política de Job Posting dentro de Galicia Seguros

Además de la Política de Empleos, Galicia Seguros cuenta con una Política de Postulaciones Internas denominada "*Job Posting*", la cual genera oportunidades de desarrollo profesional interno e incentiva la posibilidad de asumir diferentes roles y responsabilidades dentro de la compañía. En 2019, con el objetivo de potenciar la sinergia entre las compañías del Grupo, tanto los colaboradores de Galicia Seguros como los de Banco Galicia pudieron participar en los procesos de selección siempre que los postulantes tengan el perfil solicitado. Esto representa una oportunidad para la carrera profesional de todos los colaboradores del Grupo Financiero Galicia.

Promociones como Estrategia de Desarrollo en Galicia Seguros

Con el fin de fidelizar el talento y generar nuevos espacios para el crecimiento de su colaboradores, Galicia Seguros desarrolló una Política de Promociones en la que intenta, no sólo lograr mayor claridad y transparencia en el proceso, sino también que sea una instancia de autodesarrollo del colaborador. Así, se compromete a generar espacios de oportunidades internas de crecimiento y motivar, a aquellos que así lo quieran, para continuar su carrera profesional como Líderes/Jefes/Gerentes en la compañía. En este período, 23 personas transitaron un proceso de promoción interna, de las cuales la promoción se hizo efectiva en 17. Además, se implementaron los comités de promociones cruzados para que, cuando hay un candidato a ser promocionado en cualquier rol, referentes de otras áreas con las que tiene contacto participen del encuentro en el que se evalúa su posible promoción.

7.5.4. Búsquedas externas

46	CANDIDATOS EXTERNOS REFERENCIADOS EN BANCO GALICIA
14%	DE BÚSQUEDAS EXTERNAS CUBIERTAS POR REFERENCIADOS DE COLABORADORES PROPIOS
27%	EXTERNOS REFERIDOS QUE INGRESARON

En cuanto a las búsquedas externas, se destaca la utilización de procesos digitales ágiles y simples que se basan en canales digitales como el portal de empleos online, y reclutamiento en redes sociales, portales de empleo y universidades; y en persona: ferias de empleo, y programa de referidos. Las compañías del Grupo cuentan con un programa de referidos por el cual los colaboradores proponen candidatos para participar en procesos de selección.

Para estos procesos, las compañías priorizan procesos digitales caracterizados por ser ágiles y simples. Estas búsquedas se basan en canales digitales, como el portal de empleos online, y reclutamiento a través de vinculación con academias y universidades, redes sociales y portales de empleo. También se realizan acciones en persona a partir de la participación en ferias de empleo y existen programas de referidos para que los colaboradores propongan candidatos. Asimismo, se resalta, cada vez más, el uso de herramientas digitales durante los procesos de entrevistas y selección de candidatos, tales como VideoCV, psicotécnicos on line y videoentrevistas.

Roadtrip Galicia

4	ENCUENTROS
25	INCORPORACIONES A BANCO GALICIA

A través del desarrollo de estos eventos de reclutamiento masivo en diferentes localidades, el Banco llega a candidatos del interior del país, visitándolos en el lugar donde viven y ampliando sus posibilidades de participar en procesos de selección de talento comercial. Además de permitirles vivir una experiencia de selección, el Banco les aporta a los candidatos un feedback y orientación sobre su perfil, darse a conocer y conocer la organización, posicionándonos como marca empleadora. Estos procesos se realizan para identificar perfiles de posiciones iniciales, que son semillero de talento para la organización. En 2019, se realizaron roadtrips en las zonas de CABA, provincia de Buenos Aires, Cordillera y NEA/NOA.

Búsquedas externas online y participación en ferias

A través del portal de Empleos de Banco Galicia (www.bancogalicia.com/empleos) se ofrece a los posibles candidatos los programas de semillero a partir de los cuales podrían ingresar a la organización. Su propuesta de valor incluye los programas de Jóvenes Profesionales, Jóvenes Líderes, Experiencia Galicia, Roadtrip, entre otros. A través del portal se reciben todas las postulaciones para sus diferentes procesos. Asimismo, Banco Galicia participa en ferias de empleos para acercarse a potenciales candidatos e instalar la marca Galicia en el aspiracional de los jóvenes que se están formando. En 2019 el Banco participó en ferias de empleo en ITBA, Universidad Di Tella, Facebook y *Recruiting day* de Digital House.

Atracción de jóvenes

Desde el Grupo llevamos a cabo distintas iniciativas con el fin de acompañar a jóvenes de diferentes grupos sociales en su ingreso al mundo laboral. Banco Galicia brindó la oportunidad a jóvenes de entre 19 y 23 años de realizar una pasantía de 3 meses en el Banco a partir de su programa "Experiencia Galicia". Por otro lado, Naranja continuó apoyando los siguientes programas impulsados por el Gobierno de Córdoba: Programa de Inserción Profesional (PIP) con el fin de apoyar a profesionales recientemente egresados de universidades e instituciones de educación superior, públicas y privadas, a partir de prácticas profesionales; y Programa Primer Paso (PPP), cuyo objetivo es facilitar la transición hacia el empleo formal de jóvenes entre 18 y 24 años que se encuentran sin empleo.

Hiring Room de Galicia Seguros

Este portal le permite a la compañía integrar políticas de *job posting*, programa de referidos y búsquedas externas, así como gestionar el proceso de selección desde el inicio del posteo hasta la incorporación del nuevo talento a la organización.

7.6. RESPETO

102-43, 102-44

Hablar y escuchar

Impulsamos conversaciones cercanas, transparentes y constructivas entre nuestros colaboradores, convencidos de que es la mejor manera de vincularnos para generar nuevas y mejores ideas, y potenciar el negocio y el clima de la organización. Lo hacemos a través de canales online, como Workplace, secciones en la Intranet, redes sociales y encuestas; y presenciales, como eventos, visitas y puntos de encuentro y reuniones entre colaboradores.

Consolidación de Workplace como principal canal de comunicación en las compañías

A través de esta plataforma, las compañías del Grupo buscan horizontalidad en la circulación de la información. Consiste en una plataforma de trabajo colaborativa que permite a todos los colaboradores estar conectados de manera online para conocer la estrategia de las compañías, la propuesta de valor y las novedades de negocio. A partir de la creación de distintos grupos dentro de este canal, se fomenta que los referentes de cada uno de los temas y los proyectos claves cuenten las novedades en primera persona.

Dinamismo y agilidad en espacios de Banco Galicia

En 2019, Banco Al Día se caracterizó por ser un espacio más dinámico. Todos los meses, el Gerente General de la Entidad se reunió con distintos colaboradores en su espacio de trabajo para que cada uno cuente como está transformando el Banco desde lugar y que está haciendo para mejorar el día a día de más personas. En cuanto a la iniciativa Desayuno de Líderes, este año se generó un espacio más ágil, con pequeños bloques de preguntas y respuestas dónde los distintos líderes de la organización cuentan el avance de los proyectos estratégicos, a su vez que se priorizó la inclusión de líderes más Juniors y la diversidad de género al momento de llevar adelante las presentaciones de proyectos.

Herramienta Better Me

Este año el Banco sigue potenciando las conversaciones continuas para potenciar el desarrollo y el eje de todas las campañas fueron los colaboradores. Este modelo replantea la forma de abordar la gestión de desempeño y desarrollo de cada colaborador y busca potenciar el autodesarrollo y favorecer la mirada integral. En Banco Galicia, en 2019 se incorporaron nuevas funcionalidades en la herramienta para que el feedback empiece a generarse de manera colaborativa.

Meetups en Naranja

Naranja comenzó a organizar sus propias meetups, en alianza con comunidades IT. El objetivo fue crear espacios de aprendizaje colaborativo a través de diferentes temáticas y acciones que se implementaron en Naranja. La principal característica

de las meetups fueron los colaboradores, quienes diseñaron la presentación a través de su propia experiencia aplicando tecnologías, herramientas, metodologías y aprendizajes que les permitieron alcanzar objetivos en sus equipos. A su vez, como parte de la experiencia, se sumó coaching para que los colaboradores aprendan y perfeccionen sus habilidades como expositores.

Campañas bajo el concepto #HOY en Naranja

A mediados de 2017 la organización puso en agenda Naranja del futuro. Estando en la mitad del camino del viaje trazado en aquel despliegue, Naranja invitó a los colaboradores a reconocerse como protagonistas del día a día y a construir juntos -hoy- Naranja del futuro. A través de Videos #HOY, referentes de distintas áreas explicaron, en un minuto, el desafío de negocio en que estaban trabajando y qué pasos se vienen.

Open Space de Naranja

Se trata de un espacio abierto para que los colaboradores de la fábrica digital compartan desafíos, aprendizajes, un caso de trabajo, una nueva herramienta o una pregunta para resolver en equipo. Se realizó una vez al mes y cualquier colaborador pudo proponer un tema para tratar.



7.7. DESARROLLAR

103-2, 103-3, 404-1, 404-2, 404-3, ODS 4.3, ODS 4.4, ODS 4.5, ODS 5.1, ODS 8.2, ODS 8.5

143.540 HORAS TOTALES DE CAPACITACIÓN

15 HORAS DE CAPACITACIÓN POR COLABORADOR

El Grupo lleva a cabo programas e iniciativas de formación con el fin de acompañar el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores.

Banco Galicia

14,94 HORAS DE CAPACITACIÓN POR COLABORADOR EN BANCO GALICIA

Los programas de talento tienen como objetivo acelerar el desarrollo de competencias claves, potenciar la motivación y el compromiso, y maximizar la contribución de aquellos colaboradores que, de acuerdo al mapeo, cuentan con un potencial diferencial. Estos programas buscan:

- propiciar el autodesarrollo a través de herramientas de autoconocimiento,
- brindar visibilidad y facilitar el networking en los diferentes niveles organizacionales,
- brindar instancias de exposición y vivir experiencias poco habituales en la vida diaria,
- lograr una visión integral del negocio bancario desde un rol activo en diferentes ámbitos de aprendizaje, y
- favorecer el involucramiento en experiencias desafiantes.

Estos programas de talento se diferencian según el perfil de sus participantes y sus ejes de trabajo varían según el objetivo de formación que se quiera abordar en cada uno.

Futuro Galicia: este año se lanzó la tercera edición del programa diseñado para desarrollar a los futuros líderes. Este grupo participa de un programa de formación exclusivo en la Universidad de San Andrés. Ejes del programa: autoconocimiento y desarrollo, gestión de proyectos, trabajo colaborativo y construcción de equipos.

Talento Galicia: programa pensado para líderes de Matriz y Canales que participan de distintas instancias de formación y desarrollo. Una de las más importantes es en el IAE Business School, con quien se diseñan los módulos a partir de los ejes de Líder Galicia.

Ejes del programa: autoconocimiento y desarrollo, liderazgo de equipos y visión integral.

Alta Gerencia: Los perfiles con alto potencial de Alta Gerencia tienen un seguimiento personalizado del Plan de Desarrollo Individual. Si bien no tiene entidad de programa grupal como los demás, es una acción más dentro de los programas de talento.

Asimismo, se realizaron los siguientes programas de acompañamiento y formación:

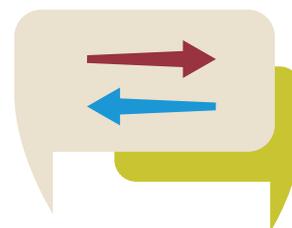
Programa de Mentoring

A través de este programa, Banco Galicia acompaña el talento de sus colaboradores con alto potencial con el objetivo de:

- acelerar el proceso de desarrollo personal y profesional a través del apoyo de una persona de mayor experiencia,
- transferir el saber hacer capitalizando el saber acumulado en las personas que existen en la organización,
- generar vínculos que refuercen el desarrollo personal y profesional del mentee, y
- contagiar la cultura del Banco.

Así, se asigna un Mentor a cada uno de los participantes de los Programas de Talento para que, a través de espacios de conversación, los guíe en su Desarrollo dentro del Banco. Los Mentores nuevos, inician su rol con un taller donde reciben herramientas que les permiten:

- Contribuir con la progresiva creación de una cultura organizacional de Mentoring, entendiendo este proceso como un catalizador del aprendizaje continuo en el Banco.
- Potenciar el desarrollo de los colaboradores clave, apalancando también áreas de mejora.
- Setear las expectativas de carrera de los Mentees con las necesidades de la organización y del negocio.
- Potenciar el autodesarrollo de todos los participantes involucrados en el proceso de *Mentoring*.
- Fomentar la integración y sentido de pertenencia de los colaboradores con la Organización.



Naranja

+140

CURSOS ONLINE EN ESPACIO N

827

ACCIONES DE FORMACIÓN, ENTRE INSTANCIAS VIRTUALES Y PRESENCIALES

14,25

HORAS DE CAPACITACIÓN POR COLABORADOR NARANJA

El 100% de las salas de Naranja cuenta con espacios físicos que contribuyen a mejorar la experiencia de formación de los participantes. Naranja busca preparar a los colaboradores para los desafíos futuros de negocio, y potenciar su desarrollo. Para ello, cuenta como aliados para el aprendizaje a los siguientes públicos, capacitados para desempeñar estos roles: Formadores, colaboradores seleccionados mediante concursos internos; e Influencers del desarrollo, colaboradores que potencian cambios en comportamientos y habilidades. Así, se da un doble impacto en el desarrollo: para quien suma nuevas habilidades a su perfil y para quien acompaña. Además, en 2019 se incluyó el módulo de Acciones de Desarrollo en el portal de Relaciones Humanas para que los colaboradores de Naranja puedan realizar los cursos disponibles.

Espacio N

Plataforma de e-learning que brinda formaciones virtuales de distintos formatos: cápsulas de contenidos, podcast, videos interactivos y webinars. Todo este material queda disponible para su consulta permanente. En 2019, se implementaron cambios en el acceso, en el buscador de cursos y en la estructura e información disponible de cada capacitación. Además, se incorporó un historial de cursos realizados por cada colaborador y la posibilidad de puntuar cada contenido. Actualmente, Espacio N cuenta con más de 140 cursos que están segmentados en categorías de temas y por competencias. 100% de los colaboradores se encuentran sumados a Espacio N.

Planes de formación para puestos comerciales

Incluye formación presencial y virtual que se complementa con un período de apadrinamiento en el puesto. Estos planes se complementan con todas aquellas instancias de formación que Naranja desarrolla para apalancar focos estratégicos del negocio, lanzamientos de nuevos productos o servicios y nuevas herramientas de gestión, entre otros.

Programa de pasantías en locales comerciales y call center

Programa orientado a colaboradores de áreas internas e ingresantes de los equipos de Evolución Digital, para que puedan tener mayor visibilidad de estos canales de atención, además de dimensionar cómo su trabajo impacta en la experiencia final de cada cliente en tiempo real.

Programa de formación de Sucursales del Futuro para líderes y colaboradores

Un grupo de 26 colaboradores de las tres primeras Sucursales del Futuro desplegadas hasta la actualidad participó de una instancia de aprendizaje vivencial que contó con talleres de habilidades, laboratorios en locales, herramientas y software en aula y locales, y el desarrollo de una

aplicación de juego para consolidar conocimientos de manera lúdica. Los ejes desarrollados fueron los siguientes: expertos en negocio, mindset digital, habilidades del nuevo modelo de atención y tecnología con propósito. El programa contó con un total de 71 horas y 12 acciones de formación presenciales.

Programa de idiomas

Para promover el desarrollo del top management de Naranja, se implementó un programa de formación en inglés adaptado a las necesidades de este público. El programa culminó con la realización de los exámenes internacionales IELTS y KET, para medir la evolución del aprendizaje. Los principales avances en programas y acciones para perfiles digitales fueron:

Vinculación con las academias de formación Acámica y Udemy

Naranja generó vinculación con las academias de formación Acámica y Udemy en las carreras del futuro, para ofrecer descuentos y becas para los colaboradores. Hasta la actualidad, dos comisiones de la carrera Data Science, con 35 Colaboradores en total y una duración de seis meses, ya formaron parte de esta propuesta que estuvo dirigida a todos los colaboradores de Naranja. Además, a partir de 2019, se otorgaron 230 licencias en la plataforma Udemy a colaboradores con perfiles digitales para el acceso a aprendizajes en línea.

Programa de Desarrollo para Scrum Masters

15 colaboradores participaron de este programa diseñado a medida y con una duración de tres encuentros. Además, cuentan con acompañamiento de Relaciones Humanas en la gestión de sus equipos y con la posibilidad de realizar procesos de coaching individual.



Galicia Seguros

97,9 % DE LOS COLABORADORES PARTICIPARON DE UNA ACTIVIDAD DE FORMACIÓN

4 NUEVOS CURSOS E-LEARNING LANZADOS

La oferta de programas de formación de Galicia Seguros se caracteriza por brindar cursos abiertos, que incluyen actividades variadas sobre habilidades blandas y contenidos que apuntan a ser genéricos, y talleres y cursos cerrados, diseñados de acuerdo a una necesidad del contexto específico. Asimismo, la compañía da acceso a planes de capacitación por roles, capacitaciones a nuevos colaboradores, formación en idioma inglés y capacitaciones externas, que agregan valor a las necesidades que pueden ser más específi-

cas del rol o sector, acompañando así tanto al empleado como a la compañía en su desarrollo profesional.

Desde 2017 Galicia Seguros brinda un curso de e-learning en sustentabilidad, y Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo llegando al 100% de sus colaboradores.

HORAS DE CAPACITACIÓN

Actividad	Total
Banco Galicia	91.403,7 ¹⁸
Naranja	43.889
Galicia Seguros	8.247,5 ¹⁹

18. Banco Galicia: Horas de capacitación hombres: 45.212,5; Horas de capacitación mujeres: 46.191,2.

19. Galicia Seguros: Horas de capacitación hombres: 4.495,5; Horas de capacitación mujeres: 3.752

Gestión del desempeño y modelo de evaluación de colaboradores

Todas las compañías del Grupo utilizan un modelo de gestión del desempeño de colaboradores basado en un feedback 360°. Durante 2019, las compañías trabajaron para que este proceso sea ágil, simple, colaborativo y aportando al desarrollo de cada uno de los colaboradores.

Banco Galicia desarrolló un esquema de evaluación de rendimiento y desempeño que mide resultados cuantitativos, que derivan de objetivos individuales de cada colaborador a lo largo del ciclo, y competencias, resultantes de ciclos de conversaciones continuas y 360° con foco en el autodesarrollo, logro de resultados y construcción de una cultura de confianza. Los objetivos se pueden compartir y establecerse por equipos, llevando a que todos trabajen de manera colaborativa, asumiendo diferentes desafíos que tienden a lograr un mismo propósito.

El horizonte de Naranja 2022 impulsó a la compañía a renovar sus procesos del Sistema Integral de Gestión del Talento. Por un lado, se avanzó en la revisión del proceso de Gestión del Desempeño (GEDE), que guía la manera en que Naranja conversa, interactúa y coordina acciones para alcanzar metas estratégicas; identificando la contribución de cada uno al negocio, a través de la práctica del Feedback 360°. Apostando a este cambio se diseñó un plan de implementación por fases que permitió este año desplegar el modelo en el 100% de los colaboradores, utilizando herramientas que dan soporte y agilizan la

gestión: Tablero de Objetivos Fijos, Tarjetas de Coordenadas, Portal de RH, Políticas GEDE, Catálogo de Objetivos, Guía de Fijación y BetterMe. Asimismo, se revisó el proceso de gestión del potencial, y se definieron incorporar nuevas variables, como la agilidad de aprendizaje (entendida desde cinco agilidades: cambio, personas, resultados, conciencia de sí mismo y mental) que permiten continuar trabajando en el desarrollo de los colaboradores. En 2019, Naranja avanzó con el mapeo del 100% de los líderes Naranja, incluida la dirección, y el 100% de colaboradores de la fábrica digital. El proceso tiene fases de evaluación, de construcción de planes de crecimiento individual, de revisión de estrategias de desarrollo organizacional y de calibración final de miradas.

- 41 colaboradores ingresantes participaron del proceso gestión del talento digital y el 100% recibió su devolución.
- Todos los colaboradores iniciaron su plan de autodesarrollo a partir de la información brindada tras este proceso de evaluación.

Por otra parte, Galicia Seguros realizó este año una mejora de su Proceso Integral del Desempeño, migrando a un modelo 360° en el que se toman integralmente feedbacks del Líder y de otros colaboradores, sobre competencias y valores. Para facilitar la simpleza y conectividad, la compañía implementó dos sistemas que permiten reconocer valores y dar feedback de competencias en cualquier momento y lugar, desde cualquier dispositivo habilitado: Better Me y StarMeUp. Con el objetivo de generar espacios potentes de conversaciones en estos temas, se implementaron acciones de dialogo en formato “charlas de café”, desarrollo de una estrategia de comunicación con la identidad #Seamos-NuestraMejorVersión, desarrollo de e-learning para acompañar esta transformación cultural y encuentros de feedback entre áreas. Asimismo, Galicia Seguros generó una página web que permite gestionar en un solo lugar el desarrollo y la formación de cada uno de sus colaboradores.

INDICADORES DE EVALUACIÓN

DE COLABORADORES 2019	Banco Galicia	Naranja	Galicia Seguros	Total
Total	5.635	1.166	349	7.150
Por género				
Mujeres	2.746	672	168	3.586
Hombres	2.889	494	672	4.055
Por categoría				
Niveles Iniciales	2.536	956	293	3.785
Niveles medios	2.472	81	23	2.576
Niveles de jefaturas	517	97	25	639
Niveles gerenciales	110	32	8	150

7.8. CELEBRAR

103-2, 103-3, 404-2

StartMeUp

Con el objetivo de incentivar el trabajo colaborativo en Galicia Seguros, se incrementó la cantidad de estrellas y se incorporó dentro de la Plataforma de Reconocimiento StarMeUp, el concepto de Reconocimiento GRUPAL, a través de KUDOS, una palabra griega que refiere a la admiración y reconocimiento grupal por una acción destacada.

3.422 ESTRELLAS OTORGADAS
EN GALICIA SEGUROS

379 COLABORADORES PARTICIPARON
EN GALICIA SEGUROS

Premio por desempeño

Cada trimestre o semestre (depende de la gerencia), todos los colaboradores de Naranja que cumplen con un resultado mínimo, correspondiente a una nota basada en objetivos medibles, reciben una bonificación extraordinaria para agradecer y reconocer su trabajo durante ese período

Distribución de utilidades

Se trata de una gratificación extraordinaria anual que consiste en compartir un porcentaje de las ganancias del año anterior en Naranja. El criterio de asignación es el mismo que se sigue para el premio por desempeño. Esto quiere decir que la gratificación extraordinaria está atada al último resultado de la Evaluación por Desempeño. Se realiza una vez por año. En abril de 2019, lo recibieron 2.840 Colaboradores, es decir, el 83 por ciento de la compañía.

Yo presente

Es una retribución trimestral que reconoce a quienes tienen tres inasistencias o menos acumuladas en ese período en Naranja.

Aniversarios

Cada año que pasa en la historia en Naranja es motivo de festejo. Por ello, los Líderes, junto a los Comités de motivación, organizaron festejos para homenajear a los cumpleaños de 5, 10, 15, 20 y 25 años. Además, se celebró de manera exclusiva el aniversario número 30 de dos colaboradoras.

Incentivo a roles especiales en Naranja

Quienes cumplieron funciones de formador, auditor o líder proveedor recibieron premios remunerativos de acuerdo con las horas dedicadas por mes a estas tareas.

Reconocer la Transformación

Galicia Seguros diseñó los Principios de Transformación que son acciones que la compañía desea que se den en las personas de la compañía. Con el fin de afianzar esta cultura en la compañía, se realizó una campaña especial en la que se reconocieron a las personas que implementaran estos principios. Además, se premió a aquellos que enviaron y recibieron mayor cantidad de estrellas. Con esto, Galicia Seguros se propuso fomentar la puesta en práctica de la transformación.



7.9. CUIDAR

401-2, ODS 3.2, ODS 8.5

Ponemos a disposición de nuestros colaboradores programas integrales de bienestar, beneficios y salud corporativa que contribuyan a acompañar y mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

7.9.1. Salud

El Grupo incentiva hábitos y ambientes saludables a través de diferentes campañas y acciones saludables. En el caso de Banco Galicia, se realiza la Semana de la Salud, con actividades y consultas médicas de diferentes especialidades, masajes, charlas y talleres saludables; acciones de nutrición con el comienzo de cada estación del año; planes de vacunación y donación voluntaria de sangre. El Banco ofrece también descuentos especiales en cadenas de gimnasios del país y actividades al aire libre con el grupo de Running & Walking Team. Asimismo, en Áreas Centrales o en Plaza Galicia la Entidad cuenta con espacios cicletteros para fomentar ese tipo de transporte, clases de yoga y talleres de relajación. Por otro lado, el Banco cuenta con tres comedores distintos, ubicados en la Torre Corporativa, en casa Matriz y en Plaza Galicia, donde ofrece una amplia variedad de menús para los colaboradores, todos con una subvención en el costo de los menús por parte del Banco.

En 2019, Naranja impulsó un cambio en los hábitos de comida en el trabajo: se redujo la cantidad de pan y se incorporaron tostadas de gluten, barras de cereales y frutas. Además, se incorporó el servicio de nutricionista in Company. Los colaboradores de Casa Naranja Córdoba tienen atención en un consultorio ubicado en el edificio y quienes trabajan en otros lugares pueden acceder vía Skype. Asimismo, a lo largo del año se realizó la campaña de vacunación anual.

Galicia Seguros lleva a cabo su plan Bienestar GS, por el cual ofrece a los colaboradores diversos beneficios con el objetivo de fomentar hábitos saludables tanto en las oficinas como en su vida personal, junto a la Fundación Banco Galicia. Entre estos, se incluyen: acceso al Centro Médico Fundación Banco para realizar su consulta con distintos profesionales, campaña anual de vacunación antigripal gratuita, subsidios por vacunas para hijos no comprendidas en calendario, colaciones saludables y frutas todos los días, talleres saludables durante el año, y descuentos en gimnasios de todo el país.

BENEFICIARIOS SALUD 2019

Actividad	Inscriptos
Semana de la Salud:	
- Consultas médicas en Banco Galicia	981
- Masajes y reflexología en Banco Galicia y Galicia Seguros	1.631
- Diversas actividades en Banco Galicia y Galicia Seguros	1.283
Donación voluntaria de sangre en Banco Galicia y Galicia Seguros	49
Campaña de vacunación en todas las compañías	1.971





7.9.2. Familia

401-3, ODS 5.1, ODS 8.5

Llevamos a cabo encuentros e iniciativas con el objetivo de compartir experiencias enriquecedoras con las familias de nuestros colaboradores.

En los Family Day realizados en las sucursales del interior, se comparte y se celebra junto a las familias de los colaboradores. Además, en las vacaciones de invierno y en época de navidad los chicos visitan a sus papás en las sucursales y edificios corporativos. Banco Galicia y Galicia Seguros acompañan los distintos momentos en la vida de sus colaboradores, y obsequian regalos por casamiento y nacimiento de hijos. Además, la Fundación del Banco ayuda económicamente a los colaboradores durante los tres primeros meses del bebé en la compra de pañales, mamaderas, etc. Las madres también cuentan con el beneficio por guardería por cada hijo nacido. Además, pueden reintegrarse al trabajo gradualmente después de su licencia por maternidad o trabajar desde sus casas.

Asimismo, el Banco pone a disposición para las madres que trabajan en Áreas Centrales un espacio de lactario con bombas extractoras eléctricas y todo lo que necesitan para llevar el mejor alimento a su bebé y para las madres que trabajan en la red de sucursales se les entrega un kit saca leche.

INDICADORES SOBRE LICENCIAS Y REINCORPORACIONES

	Banco Galicia	Naranja	Galicia Seguros
Cantidad de colaboradores que tuvieron derecho a su licencia por maternidad/paternidad	6.118	3.079	390
Cantidad de colaboradores que hicieron uso efectivo de su licencia por maternidad/paternidad	225	256	12
Cantidad de colaboradores que regresaron al trabajo durante el año de reporte luego de su licencia por maternidad/paternidad	209	256	14
Cantidad de colaboradores que continuaron trabajando después 12 meses de regresar al trabajo luego su licencia por maternidad/paternidad	168	236	9
Tasa de regreso	99,5%	83%	100%
Tasa de retención	93,85%	92,2%	100%

Para los padres que trabajan en CABA o GBA, y tienen hijos de entre 5 y 12 años, durante las vacaciones escolares de invierno y verano pueden trabajar sin preocuparse en pensar al cuidado de con quién los va a dejar, ya que se desarrolla una Colonia de Vacaciones de verano e invierno. Para aquellos colaboradores que trabajan en las zonas más alejadas, se les realiza un reintegro para que puedan enviar a sus hijos a la colonia.

Para los hijos de los colaboradores que tienen entre 18 y 25 años que estén cursando carreras universitarias, pueden acceder al Programa de Becas. Mientras para los hijos que estén entre sala de 4 años y el último año del secundario, van a poder elegir un kit de útiles para su ciclo lectivo.

A su vez, cuando los chicos empiezan las clases, a través de la Fundación del Banco se les otorga a los colaboradores una ayuda escolar para los gastos de uniformes, útiles o libros. Y para hijos que cursan de sala 4 hasta el último año del secundario, se da un monto establecido para el año en curso. También se realiza la entrega de guardapolvos.

La Fundación del Banco también ofrece el subsidio para vacunas, de hasta el 50% de su valor comercial, aplicadas a hijos de colaboradores menores de 18 años del Banco y Galicia Seguros.

PROGRAMAS

2019

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 915

Plan estudiantil: entrega de guardapolvos al comienzo del período escolar a los hijos de los colaboradores y además brinda una asignación extraordinaria por hijo.

Asignación extraordinaria de hasta \$350 2.927

Guardapolvos entregados 794

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 569

Colonia de vacaciones: se realiza en el Club del Banco para los hijos de entre 5 y 13 años. 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) 672

Cantidad de hijos de colaboradores del interior verano e invierno 579

Becas a hijos de colaboradores: se otorgan becas universitarias y escolares para hijos e hijas de colaboradores

Cantidad de becas otorgadas en Banco Galicia 827

Ajuares: entrega de un obsequio a quienes fueron padres para dar la bienvenida al nuevo integrante de la familia.

Cantidad de ajuares entregados 278

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 4.290

BENEFICIARIOS DE FAMILIA 2019

Actividad	Participantes
Nuestros hijos visitan en Banco Galicia, cantidad de jornadas	229
Kit de lactancia entregados en Banco Galicia	79
Entrega de cajas de útiles en Banco Galicia	3.132

7.9.3. Equilibrio vida laboral y personal

Desde el Grupo implementamos las siguientes acciones con el objetivo de que nuestros colaboradores logren un mejor equilibrio entre su vida personal y laboral:

Banco Galicia

Jornadas Flexibles

Banco Galicia amplió los beneficios de sus jornadas flexibles. Incorporó un día de licencia por tratamiento de fertilidad, dos días para trámites por adopción desde la asignación, 30 días de licencia por paternidad, y la opción de reincorporación gradual para madres y padres. Además, los colaboradores que se desempeñen en sucursales gozan del beneficio de retirarse hasta 2 horas antes o ingresar hasta 2 horas más tarde de su horario habitual una vez a la semana, dependiendo de las necesidades de cada sucursal. Esta flexibilidad les permite a sus colaboradores organizar su semana, sin relegar su vida personal bajo la laboral.

Asistencia a víctimas de violencia

Este año, Banco Galicia puso a disposición un equipo de asistencia a las víctimas de violencia que brinda un apoyo integral (jurídico, psicológico, económico, entre otros) en el cual también se le otorgan días de licencia a la persona que forma parte del equipo Galicia y este pasando por una situación de violencia.

Horarios Flexibles

Los colaboradores pueden gozar de la modalidad de entrar 2 horas antes o 1 hora después del horario de entrada habitual, teniendo que cumplir siempre la jornada completa, tanto para áreas centrales como para Sucursales.

Vestimenta flexible

El Banco cuenta con una Política de Vestimenta Flexible en áreas centrales.

Cumpleaños flexible

Como siempre, cada colaborador puede gozar durante el mes de su cumpleaños de un día libre, sin importar si este cae un feriado o un fin de semana. Además, el Banco continuó innovando con la elección de regalo de cumpleaños flexible, en donde cada colaborador cuenta con la posibilidad de elegir su regalo de cumpleaños entre diferentes opciones.

Piloto de trabajo flexible

Actualmente el Banco lleva a cabo el piloto de trabajo flexible, dándole la posibilidad a cada colaborador de trabajar desde diferentes lugares.

Descuentos

Para Banco Galicia, los colaboradores son considerados los mejores clientes, por eso se les ofrece todos los descuentos que perciben los clientes Éminent. Por otra parte, el Banco cuenta con una plataforma digital, BeneficiosGalicia.com, donde los colaboradores pueden anotarse a eventos, charlas, actividades de recreación y demás. A su vez le brinda la posibilidad de acceder a diferentes descuentos por convenios corporativos, en hoteles, universidades, entradas de cine, bodegas, compras de

artículos electrónicos, electrodomésticos, vehículos, vestimenta, etc. y compra de productos a precios exclusivos a través de la sección Galicia Store.

Torneos

Para quienes disfrutan del deporte y de jugar en equipo, en 2019 se llevaron a cabo los torneos (tanto femeninos como masculinos) de fútbol de verano y Metropolitano, para CABA y GBA, y el Torneo de Finales Nacionales en la provincia de Córdoba. Estos torneos se caracterizan por ser altamente competitivos, pero sin perder de foco el "fair play". Durante 2019, también se realizaron torneos de tenis en todas las categorías y torneo de ping pong.

Copa América Banco Galicia

Se realizaron diferentes acciones en el contexto de la Copa América Banco Galicia, como por ejemplo incentivar la pasión a través de productos de Merchandising a precios competitivos, con el objetivo de que todos los colaboradores puedan disfrutar el esparcimiento, el encuentro y amistad.

Clases gratuitas

Yoga, relajación, boxeo, baile, stretching, aero local y entrenamiento funcional.

Celebración de fechas especiales

25 de Mayo, Día de la Secretaria, Día del amigo, entre otras.

Alianza con Aerolíneas Argentinas

Para el lanzamiento de esta nueva alianza se le brindó a todos los colaboradores poder triplicar el canje de puntos Quiero ofrecido a clientes! cuando hacían el canje a millas en Aerolíneas Argentinas.



Naranja

Descuentos y sorteos

Se hicieron descuentos especiales compra de entradas para Circo du Soleil, en alojamiento para hoteles en Sierras de Córdoba e Iguazú. Además, se realizaron sorteos para diversos eventos del país.

Licencia por paternidad ampliada

Con el objetivo de que los colaboradores compartan más tiempo con sus hijos en la primera etapa desde su nacimiento, se extendió la licencia por paternidad de 15 a 30 días conservando además el beneficio de 1 hora libre durante los primeros 30 días desde su regreso al trabajo.

Mamás en acción

Para las madres, se mejoró el beneficio “mamás en acción”, el cual consiste en una hora libre adicional a la hora de lactancia: hasta 2018 podían gozarlo hasta los 10 meses del bebé y a partir de 2019 pueden hacerlo hasta que cumpla 12 meses. De este modo, durante el primer año de su hijo la madre cuenta con una jornada reducida de 6 horas.

Bono navideño

Tanto pasantes como colaboradores con un mínimo de antigüedad recibieron un regalo en efectivo.

Reunión Semestral

Es el evento más cultural de año. Una fiesta hecha por colaboradores y para colaboradores. Un espacio donde se reunieron los más de 3.000 colaboradores de Naranja.

Galicia Seguros

Beneficios flexibles

La compañía ofrece distintos beneficios a fin de que los colaboradores logren mantener un balance entre el trabajo y su vida personal, familiar y social, entre los que se encuentran: Horarios Flexibles GS, Viernes Flex GS, Home Office, Diversión GS, Día de Cumpleaños GS y Reconocimiento de Antigüedad anterior para Vacaciones.

Licencia Extendida por Matrimonio

14 días corridos.

Licencia extendida por Paternidad

Se amplió a 30 días corridos.

Jornadas flexibles para madres

Las colaboradoras que son madres, una vez cumplida la licencia por maternidad de tres meses, pueden optar por trabajar en horario reducido manteniendo el sueldo. De este modo, las madres de Galicia Seguros pueden reincorporarse a su puesto de trabajo de manera gradual y disfrutar al máximo de esa etapa. Además, durante este año se amplió este beneficio para que, cumplida la licencia por maternidad de tres meses, el 4to mes de licencia sea pago, de manera que la madre pueda seguir disfrutando de su bebé manteniendo su ingreso.

Espacio Mamá

En 2019, Galicia Seguros inauguró un nuevo espacio de lactario para que las madres tengan un lugar privado e íntimo, para poder llevar a cabo esta actividad tan importante para el desarrollo de sus bebés.

Lanzamiento de la Política Día Flex

Esta política, lanzada en 2019, define que todos los colaboradores pueden retirarse más temprano o ingresar más tarde cualquier día de la semana, dos veces al mes, garantizando las cinco horas laborales efectivas durante ese día.

Home Office

Se extendió el beneficio de home office de lunes a viernes e incluso complementarlo con otros beneficios.

Vestimenta informal

En 2019, se dio la posibilidad a los colaboradores de ir al trabajo con vestimenta informal, siempre y cuando su agenda se lo permita.

Sorteos

Se ofreció la posibilidad de participar en sorteos para vivir distintas experiencias desde recitales, hasta cursos de cocina, escapadas románticas, cenas, show de teatro, entre otros. Todos los meses se publicó por Workplace la propuesta de Diversión GS.

Torneo Deportivo GS

Se llevó a cabo una nueva edición de este torneo que incluye partidos entre los colaboradores de Fútbol masculino y femenino y, ya por segundo año consecutivo, partidos de Vóley mixto.

Eventos

Galicia Seguros realizó más de 40 eventos en el año para celebrar distintas fechas especiales.



PRINCIPALES INDICADORES DE EQUILIBRIO 2019

Actividad	Participantes
Torneos de fútbol de Banco Galicia	1142
Torneos de fútbol de Galicia Seguros	144
Actividades recreativas en Banco Galicia (teatro, cocina, baile, coro, running team)	107
After office en todo el país en Banco Galicia	4.410
Personas inscritas para usar el estacionamiento de bicicletas	178
Talleres de yoga en Banco Galicia	279

7.9.4. Futuro

Las compañías del Grupo ofrecen ayuda a los colaboradores para que puedan desarrollarse a nivel personal, poniendo a disposición propuestas diferenciales de bonificaciones en productos bancarios, servicios financieros y seguros.

Banco Galicia ayuda a sus colaboradores en su desarrollo personal acercando propuestas diferenciales de bonificaciones en productos bancarios, servicios financieros y seguros, también una línea de préstamos personales e hipotecarios a tasas preferenciales y asesoramiento impositivo y jurídico. Además, todos los colaboradores del Banco cuentan con el Programa de Becas Universitarias. Este programa, consiste en una ayuda económica, que se brinda trimestralmente para que puedan afrontar distintos gastos. Durante 2019, se realizaron tres “Descuentos” en Supermercados, destinados a que cada colaborador perciba un reintegro en la compra de durante el mes del día del Amigo, en el mes de la primavera y en época de Navidad.

Galicia Seguros ofrece un Servicio de Asesoramiento Profesional para Jubilación a aquellos colaboradores que transitan esta etapa, sin gastos de gestión. Además, se les ofrece la posibilidad de continuar con la medicina prepaga, a un precio diferencial. Adicionalmente, reciben una gratificación por los años de servicio. Asimismo,

la compañía cuenta con beneficios de tasas preferenciales en Préstamos Personales, Hipotecarios, Plazos Fijos, Compra de USD y Caja de Seguridad, Paquete Haberes con mantenimiento bonificado y descuentos como Éminent en Tarjetas de Crédito Galicia y Visa Platinum. La compañía cuenta con descuento de 25% en UADE, y descuentos para estudiar idiomas en ICANA y AACI. Por otra parte, brinda becas de grado para colaboradores e hijos de colaboradores, y becas de posgrado para colaboradores según requisitos y condiciones establecidas por política. Por otra parte, se da a los colaboradores una gran diversidad de descuentos en diferentes seguros, enmarcados dentro de lo que se denomina Protección GS otorgándoles importantes bonificaciones. Galicia Seguros otorga además el beneficio de Outplacement para Líderes, Jefes y Gerentes, que consiste en un servicio de acompañamiento para transitar con éxito los momentos de cambio y ayudarlos a lograr una reinserción laboral en las mejores condiciones y en el menor tiempo posible a través de distintas herramientas, técnicas, talleres, etc.

7.9.5. Club del Banco Galicia

Club Banco Banco y Galicia Seguros cuentan con un espacio para disfrutar del tiempo libre durante todos los días del año. Pagando una cuota mensual por recibo de sueldo, y pudiendo acceder a las instalaciones (canchas de tenis, pileta, parque, entre otras). Allí, los hijos de colaboradores disfrutaban de sus vacaciones de verano e invierno en la colonia que ofrece actividades infantiles para disfrutar de lunes a viernes en Pilar.

PRÉSTAMOS PARA COLABORADORES DE BANCO GALICIA LIQUIDADOS EN 2019

Tipo de préstamos	Cantidad de préstamos	Monto total en pesos
Personal	1.453	271.922.341,68
Hipotecario	39	86.858.801,8
Total préstamos	1492	358.781.143,5

7.10. SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

El Grupo implementa acciones para preservar la salud y bienestar de sus colaboradores y familias, incluyendo iniciativas de promoción y prevención de la salud, evaluación y seguridad de colaboradores, y seguimiento de los casos médicos, entre otros.

Todos los colaboradores de las compañías del Grupo cuentan con Cobertura Médica al que pueden acceder de manera voluntaria junto a su grupo familiar primario, sin costo. En el caso de Banco Galicia, los colaboradores pueden optar entre tres prepagas médicas de excelente reconocimiento: Galeno, Medicus y Swiss Medical. Galicia Seguros cuenta con un Dual Choice con planes de primer nivel, provistos por las prepagas Galeno y Medicus. Por su parte, Naranja otorga el beneficio Plan Salud con la posibilidad de acceder a la cobertura de Swiss Medical con planes diseñados exclusivamente para a compañía, por el que opta el 86% de sus colaboradores.

Los colaboradores de Banco Galicia cuentan con el Espacio Salud, ubicado junto a la Torre Corporativa y Plaza Corporativa, que brinda servicios en siete especialidades médicas: cardiología, médica clínica, nutrición, dermatología, traumatología, otorrinolaringología y flebología. Además, para los casos de salud más delicados de los colaboradores y sus familiares, el Banco cuenta con el Comité de Salud Corporativa y Asistencia Social, integrado por el Director médico, la médica laboral, asistente social, miembros del área de salud de RRHH y de su Fundación.

Galicia Seguros continuó trabajando en temas de salud y seguridad con las personas que trabajan en el Centro de Atención al Cliente a través de un Plan de Salud específico para el call center, que incluye: realización de exámenes; capacitación en el uso de la voz y ergonomía, entre otros; plan de vacunación; y controles periódicos sobre seguridad e higiene de los puestos de trabajo.

Este año, en respuesta a la necesidad expresada por los colaboradores, Naranja realizó, en conjunto con la ART, una evaluación ergonómica de cada puesto de trabajo. Se relevaron las necesidades de cada trabajador y los puestos de trabajo en sí, en pos de mejorar el mobiliario para locales existentes y futuros.

BANCO GALICIA

	Total
Tasa de accidentes por región	
CABA	0,07%
CORDILLERA	0,36%
MAR Y PAMPA	0,00%
MEDITERRÁNEA	0,11%
METRO I	0,23%
METRO II	0,00%
METRO III	0,03%
METRO IV	0,00%
METRO V	0,13%
NORTE	0,06%
OESTE	0,00%
PATAGONIA	0,19%
NEA / NOA	0,00%
LITORAL	0,03%
PROV. BS AS	0,00%
SUR	0,13%

Tasa de enfermedades ocupacionales por región

EN TODAS LAS REGIONES	0,00%
-----------------------	-------

Tasa de ausentismo/días perdidos por región

CABA	0,08%
CORDILLERA	0,36%
LITORAL	0,03%
MAR Y PAMPA	0,00%
MEDITERRÁNEA	0,11%
METRO I	0,23%
METRO II	0,00%
METRO III	0,03%
METRO IV	0,00%
METRO V	0,13%
NEA/NOA	0,00%
NORTE	0,06%
OESTE	0,00%
PATAGONIA	0,19%
PCIA. BS AS	0,00%
SUR	0,33%

NARANJA

	Mujeres	Hombres	Total
Tasa de enfermedades ocupacionales por región			
NEA	0,11%	0,62%	0,30%
NOA	1,34%	0,72%	1,03%
Centro	0,07%	0,33%	0,15%
Córdoba capital	0,10%	0,01%	0,07%
Región Oro	0,10%	0,00%	0,07%
INBA	0,00%	0,03%	0,00%
AMBA I - zona nueva	0,32%	0,34%	0,32%
AMBA II - zona nueva	0,51%	0,04%	0,40%
PATAGONIA	0,28%	0,40%	0,32%
Cuyo	0,14%	0,13%	0,13%
Tasa de ausentismo/días perdidos por región			
NEA	7,00%	3,00%	5,40%
NOA	8,00%	3,00%	5,40%
Centro	6,00%	4,00%	5,00%
Córdoba capital	4,00%	1,00%	2,40%
Región Oro	7,00%	2,00%	6,10%
INBA	7,00%	1,00%	5,70%
AMBA I - zona nueva	8,00%	1,00%	5,70%
AMBA II - zona nueva	10,00%	3,00%	8,60%
PATAGONIA	6,00%	4,00%	5,50%
Cuyo	6,00%	1,00%	3,00%
Tasa de enfermedades ocupacionales por región			
EN TODAS LAS REGIONES	0,00%		

GALICIA SEGUROS

	Total
Tasa de enfermedades ocupacionales por región	
EN TODAS LAS REGIONES	0,00%
Tasa de enfermedades ocupacionales por región	
EN TODAS LAS REGIONES	0,00%
Tasa de ausentismo/ días perdidos por región	
CABA (SOLO EN ESTA REGIÓN, EL RESTO NO REGISTRO CASOS)	5,05%



7.11. COMPENSACIONES

El Grupo ofrece compensaciones competitivas para sus colaboradores, y monitorea las tendencias del sector a través de encuestas con empresas líderes, estudios y relevamientos. Las remuneraciones se conforman de un pago de sueldo fijo y variable para el personal de ventas y un sueldo fijo para el resto de los colaboradores que no tienen objetivos fijados en aperturas y venta de productos.

El Comité de Incentivos de Banco Galicia funciona en un nivel táctico/ operativo, integrado por representantes de todas las

áreas involucradas y se reúne trimestralmente. El Comité de Recursos Humanos, toma conocimiento de los temas tratados y las decisiones compartidas en dicho Comité. La validación de la coherencia y equidad de todos los sistemas de incentivos se realiza anualmente por una consultora externa, que emite un informe para poner a disposición del Directorio y de los organismos externos que así lo requieran.

En el Banco Galicia existen tres tipos de sistemas:

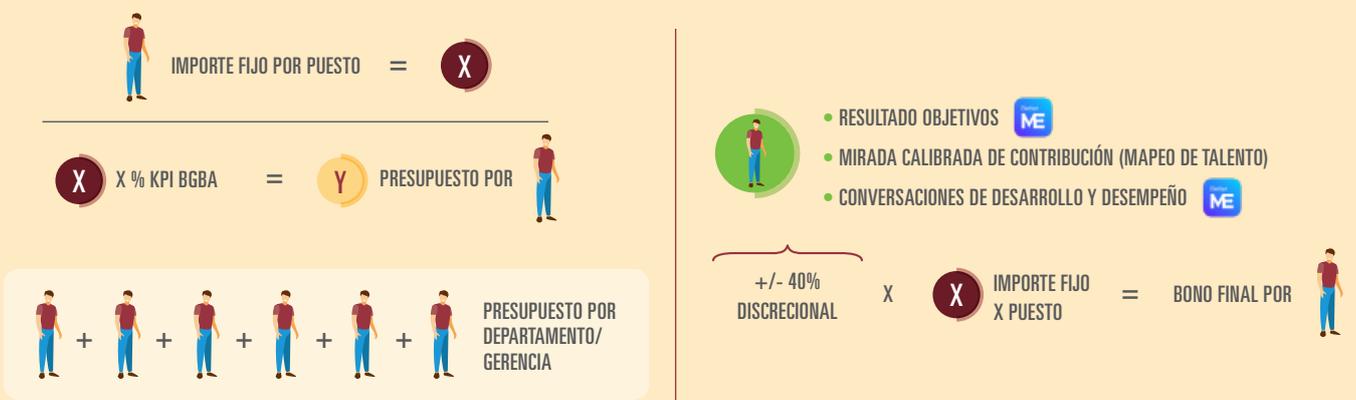
I. Incentivos para áreas y puestos comerciales y del Centro de Contactos con clientes: Todos los colaboradores que ocupen puestos en áreas comerciales y cumplan funciones que impacten directamente en los resultados del Banco o que cierren (concreten) negocios, están comprendidos en programas de incentivos, correspondientes a cada área, por ventas e Incentivos y/o cumplimiento de métricas.

II. Bonos por desempeño para todos los puestos: corresponde a todos los colaboradores que ocupan puestos de nivel Hay menor o igual a 8.

Cálculo para Áreas Centrales



Cálculo para Puestos Comerciales



III. Bonos por desempeño para la alta gerencia: se determina a través del Tablero de Gestión (KPI's) con indicadores cuantitativos y cualitativos, respetando como mínimo tres aspectos: Resultados, Volumen o tamaño del negocio y Proyección. Este último se refiere a indicadores que protegen el negocio a futuro, incluyendo aspectos como calidad, satisfacción del cliente interno y externo, cobertura de riesgos, clima laboral, entre otros. 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 darles consistencia a los incentivos de resultados y crecimiento con los umbrales de riesgos definidos por el Directorio

En 2019, Galicia Seguro continuó con el Programa Conversando sobre Compensaciones con el fin de brindar transparencia y además “desmitificar” conceptos salariales sobre posicionamiento salarial. De este modo, la compañía compartió con Gerentes y Jefes datos tales como: posicionamiento salarial de Galicia Seguros y de las distintas gerencias, acciones salariales recomendadas, conceptos de administración de compensaciones y administración de incrementos selectivos.

La política de compensaciones de Naranja incluye el pago de bonos para:

- Colaboradores de Sucursales con Atención al Público: Se abona un incentivo trimestral en función del cumplimiento individual y grupal de objetivos. Los objetivos son los mismos para todos los Colaboradores.
- Colaboradores de Áreas Internas: Se abona un premio anual (en dos cuotas) relacionado al cumplimiento de objetivos y a los comportamientos del Colaborador.
- Equipos de ventas: cobran comisiones por ventas mensuales, e incentivos trimestrales en función al logro de objetivos.

A su vez, para todos los grupos mencionados, se paga un bono anual, atado a desempeño integral (objetivos y comportamientos del colaborador). Adicionalmente a los bonos, existen tres pagos anuales en concepto de premios ligados al desempeño, cuatro premios por presentismo, dos pagos de uniforme y un pago anual por regalo de navidad.



09



CAPITAL SOCIAL



- ESTRATEGIA DE INVERSIÓN SOCIAL
- FINANCIAMIENTO DE IMPACTO
- PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL
- GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR



8.1. ESTRATEGIA DE INVERSIÓN SOCIAL

102-43, 102-44, 413-1, 413-2, ODS 1.4

En el Grupo Financiero Galicia nos proponemos generar transformaciones positivas para contribuir con la resolución de problemáticas sociales que impactan en el desarrollo de las comunidades locales.

La estrategia de inversión social se articula en torno a través de sus tres ejes estratégicos, Educación, Empleo y Salud. Las compañías del Grupo desarrollan programas de gran valor social que generan un impacto en los individuos y las comunidades. Esto posible a partir de un trabajo en conjunto con Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC), clientes y colaboradores voluntarios. Además, impulsa acciones de restauración de patrimonios históricos.

Para el desarrollo de las iniciativas se consideran tres principios fundamentales: eficiencia en la utilización de recursos para el abordaje de los temas relevantes, articulación con especialistas y el sector público para darle escala a la intervención; y la capacidad de incidencia para generar transformaciones reales. A partir de esta premisa, contamos con distintos tipos de abordaje en nuestro trabajo con la comunidad:

Programas Insignias: Se denominan así a los programas propios, creados por las compañías e implementados con el apoyo de especialistas y Organizaciones Sociales.

Alianzas estratégicas: Son los acompañamientos en carácter de alianza con Organizaciones sociales en programas de su propia iniciativa.

Apoyos institucionales: Aportes puntuales a diferentes entidades para ayudarlas a fortalecer sus iniciativas en marcha.

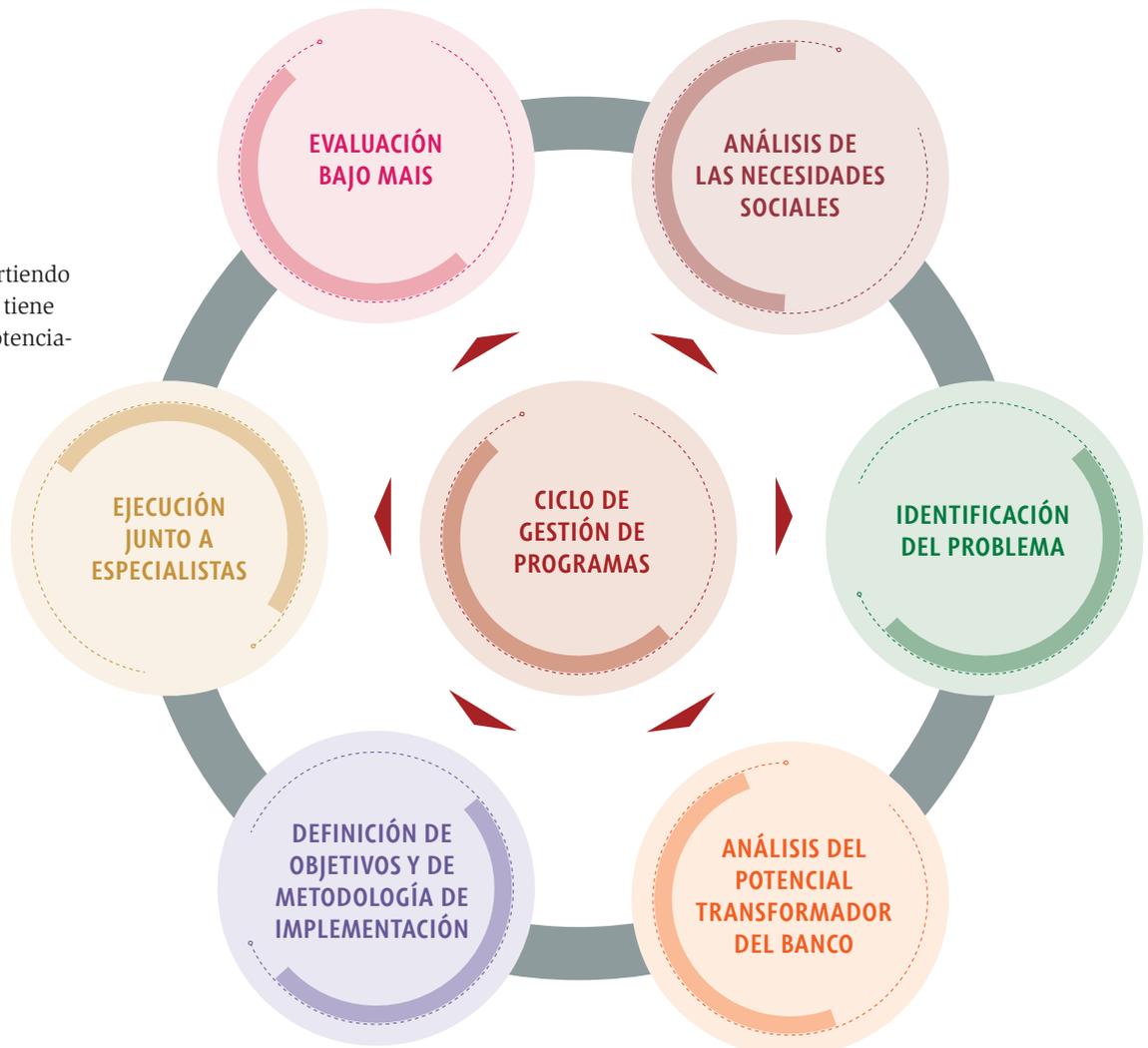
Programas con aportes mixtos, programas con aportes mixtos

Voluntariado: Apoyo a las iniciativas de acción social voluntaria de los colaboradores

Gestión y evaluación del impacto social

Ciclo de gestión de programas

Las iniciativas se gestionan partiendo de un diagnóstico integral que tiene en cuenta las necesidades y potencialidades de cada comunidad



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

Para evaluar la gestión de nuestra inversión social, y los programas que se desarrollan en alianza con OSC, desde 2011 utilizamos la Matriz de Análisis de la Inversión Social (MAIS), una herramienta creada especialmente por el Banco siguiendo los estándares internacionales de Retorno Social de la Inversión (SROI) y las Normas Relativas a Inversiones (IRIS), que permiten realizar una evaluación integral de los proyectos en tres dimensiones clave (Organización, Programa y Beneficiarios).

Los resultados arrojados facilitan tener un conocimiento más profundo de las organizaciones aliadas además de brindar información cualitativa y cuantitativa del alcance de la inversión social.

Cada organización es evaluada a partir de 35 indicadores que hacen referencia al Retorno Social de la Inversión y a su Desempeño Organizacional. El puntaje final de cada organización se compone de las evaluaciones en los dos aspectos anteriormente mencionados.

En 2019 realizamos nuevas adaptaciones a la MAIS con el propósito de medir la contribución que realizan las organizaciones y sus programas acompañados por el Banco, en relación al empoderamiento de la mujer y la igualdad de oportunidades.

Así, se evaluaron 39 programas, de los cuales el 51 % calificaron como “Muy Bueno” y el 49% “Bueno”.





8.1.1. Alianzas estratégicas

102-12, 102-13

Principales alianzas con organizaciones, instituciones, organismos públicos, sectores académicos y cámaras con las cuales las compañías del Grupo adhieren y trabajan en conjunto para las acciones de impacto social

- Banco Galicia
- Universidad Católica Argentina - (UCA) - Observatorio de la Deuda Social
- CIPPEC - Programa de Educación
- Argentinos por la Educación – Observatorio de la Educación
- CIAS - Centro de Investigación y Acción Social - Programa en Liderazgo y Análisis Político
- Fundación La Nación - Premio Comunidad a la Educación
- Dirección General de Cultura y Educación - Gobierno de la Provincia de Buenos Aires - Red de Escuelas de Aprendizaje
- RAP - Red de Acción Política - Acuerdos Básicos para el Tricentenario
- GDFE - Grupo de Fundaciones y Empresas
- Fundación Trauma - Programa Trauma

PREMIO ABANDERADOS DE LA ARGENTINA SOLIDARIA

COMO PARTE DE SU COMPROMISO CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE, BANCO GALICIA, EN EL DÍA DE LA SOLIDARIDAD, REALIZÓ CUATRO ENCUENTROS, DENOMINADOS MEET UPS, EN LOS CUALES GANADORES DE DIFERENTES EDICIONES DEL PREMIO ABANDERADOS COMPARTIERON SU EXPERIENCIA E INSPIRARON A LOS ASISTENTES. LA ACTIVIDAD SE DESARROLLÓ EN LAS SUCURSALES DEL BANCO EN RESISTENCIA, MAR DEL PLATA, CÓRDOBA Y NEUQUÉN.

EL BANCO VIENE ACOMPAÑANDO ESTA INICIATIVA QUE EN 2019 CUMPLIÓ 10 AÑOS DE VIDA Y NACIÓ CON EL OBJETIVO DE VISIBILIZAR Y DIFUNDIR LAS HISTORIAS SILENCIOSAS DE PERSONAS COMUNES QUE, DE MANERA DESINTERESADA, LLEVAN ADELANTE OBRAS SOLIDARIAS POR EL OTRO. EL ABANDERADO DEL AÑO RESULTA SEGÚN LA VOTACIÓN DEL PÚBLICO QUE PARTICIPA MEDIANTE LAS REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS.

Naranja

102-12, 102-13

- UTN (Universidad Tecnológica Nacional).
- UPC (Universidad Provincial de Córdoba).
- CUP (Colegio Universitario de Periodismo).
- CILE (Congreso Internacional de la Lengua Española).
- CIPPEC (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento).
- CPRPRA (Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina).
- UIA (Unión Industrial Argentina).
- Fundación Comunidad Empresaria.
- CPRP (Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina).
- Comité de Abogados de Bancos.
- Bolsa de Comercio de Córdoba.
- ADRHA (Asociación de Recursos Humanos de la Argentina).
- CEC (Club de Empresas Comprometidas Córdoba).
- ASARCOB (Asociación Argentina de Empresas de Cobranzas y Servicios Jurídicos).
- Gobierno de la Provincia de Córdoba.
- Municipalidad de Córdoba.
- IDEA (Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina).
- IARSE (Instituto Argentino de Responsabilidad Social)
- Cámara de Comercio de Córdoba.
- Fundación SUMA.
- Fundación Capital.



8.2. FINANCIAMIENTO DE IMPACTO

103-2, 103-3, 203-1, 203-2, ODS 3.8, , ODS 8.2, ODS 8.3, ODS 8.5, ODS 9.4

Acompañamos a los emprendedores de triple impacto para potenciar sus negocios. Nos aliamos con Mayma y Sistema B para acompañar en la capacitación y empoderamiento de los negocios con impacto económico, social y ambiental de nuestro país.

Además, ofrecemos 2 líneas de financiamiento para microemprendedores y emprendedores de impacto.

Bono de Impacto Social (BIS)

El BIS finalizó el primer año de ejecución con 740 jóvenes que iniciaron los cursos de capacitación de los cuales 140 se insertaron laboralmente hasta finales de diciembre y 68 que finalizaron el secundario. Destacamos el buen trabajo realizado por los Proveedores adaptándose a las adversidades que se les iban presentando y colaborando entre ellos para lograr los resultados esperados. El acompañamiento realizado a los jóvenes durante la etapa de búsqueda laboral y una vez insertados permite que la tasa de mantenimiento a 4 meses sea mayor a la proyectada (26% vs 18% proyectada hasta diciembre 2019).

El Grupo Inversor junto con Acrux y FYMSA acompañaron a los proveedores en el proceso colaborando dentro de sus posibilidades en mitigar los problemas que iban surgiendo.

Microfinanzas

Banco Galicia cuenta con una alianza estratégica con la Red Argentina de Instituciones de Microcréditos (RADIM) para promover y fortalecer el trabajo de las instituciones de microcrédito (IMF) a nivel nacional. Esta alianza contempla el apoyo a RADIM de los espacios de intercambio y capacitación. Durante 2019, acompañó las Jornadas de Microfinanzas que contó con la presencia de 400 participantes. A través de esta línea de financiamiento durante 2019 se acompañó a OMLA SA – Oportunidad Microfinanciera Latinoamérica SA y a Fundación Pro Mujer Argentina. La suma total de inversión en esta línea desde su lanzamiento fue de \$18.502.270,74

Mezzofinanzas

Banco Galicia impulsa una línea de financiamiento para emprendimientos y proyectos sustentables que generen alto impacto social y ambiental, con criterios innovadores y escalables. Desde su lanzamiento se han acompañado a más de 38 emprendimientos de impacto vinculados a la salud, medio ambiente, empoderamiento de mujeres, educación especial y desarrollo comunitario, otorgando financiamiento bajo condiciones preferenciales. Desde 2015, la suma total de inversión en esta línea alcanza los \$27.102.200.



8.3. PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL

8.3.1. Educación

IMPULSAMOS PROGRAMAS EDUCATIVOS CON FOCO EN EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA EDUCACIÓN FORMAL, ALCANZANDO DESDE NIVELES INICIALES HASTA FORMACIÓN UNIVERSITARIA. EL OBJETIVO ES PROMOVER OPORTUNIDADES PARA QUE NIÑOS Y JÓVENES DE BAJOS RECURSOS PUEDAN ACCEDER A UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD Y GENERAR OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO PERSONAL Y PROFESIONAL. ADEMÁS, BUSCAMOS BRINDAR HERRAMIENTAS FINANCIERAS SOBRE EL CORRECTO Y RESPONSABLE USO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS BANCARIOS A PERSONAS EN DIFERENTES MOMENTOS DE SU VIDA, Y ASÍ ACOMPAÑAR LA INCLUSIÓN LABORAL Y SU BIENESTAR, FOMENTANDO A NIVEL AGREGADO EL DESARROLLO DE LAS COMUNIDADES.

Educación Financiera

EconoMía

779	ESCUELAS ALCANZADAS
28.441	ESTUDIANTES IMPACTADOS
996	DOCENTES PARTICIPARON

Las compañías del Grupo desarrollan programas de educación financiera con el objetivo empoderar a personas en todas sus etapas de su vida en la toma de decisiones económicas y financieras responsables; y en la enseñanza de la utilización de los medios digitales y la banca electrónica que mejoran su inclusión financiera.

Banco Galicia desde hace más de 12 años lleva adelante el Taller de Educación Financiera orientado a jóvenes que cursan el último año de educación media en escuelas públicas y privadas para que incorporen conceptos de la planificación económica personal, conozcan la función de las entidades bancarias y del Sistema Financiero en la sociedad y fortalezcan los valores ciudadanos, como la responsabilidad, la solidaridad, el respeto y la cooperación. Mediante tres jornadas se acompaña

a los jóvenes en la identificación y la forma de poder alcanzar metas personales para que puedan aplicarlas a su realidad y a la de su entorno. Este programa se realiza en alianza con Asociación Conciencia.

Este año se incorporó una dinámica interactiva para poner en práctica la generación de un presupuesto personal, en la plataforma digital ubicada en www.educacionfinancieragalicia.com.ar, esta herramienta se utiliza en las capacitaciones presenciales, como cierre del último encuentro.

No sólo se dictaron los talleres en escuelas secundarias, sino también en alianza con organizaciones sociales aliadas como Asociación Civil Dale, Forge, Reciduca, etc. Cada una de ellas trabaja en fortalecer la educación, en diferentes estratos.

PROVINCIAS	TALLERES
CABA y PBA	94
Catamarca	5
Chaco	1
Córdoba	19
Corrientes	7
Formosa	3
Jujuy	2
Mendoza	17
Misiones	4
Neuquén	5
Río Negro	7
Salta	4
San Juan	1
Santa Fe	4
Santiago del Estero	4
Tierra del Fuego	4
Tucumán	4
17 provincias	184

Además, junto al Banco Central de la República Argentina (BCRA) se organizaron talleres “Aprendiendo a Ahorrar” y “Habilidades Financieras para la Vida” en escuelas públicas de Mendoza. También, en alianza con el ANSES, se realizaron 15 talleres para adultos mayores en 4 provincias.



Meetups - Educación Financiera

En alianza con Mujeres en Carrera, Banco Galicia dictó una capacitación para mujeres emprendedoras con una metodología de rotating learning centers. En cada uno se encontraban referentes de cuatro diferentes temas: análisis de indicadores financieros para la toma de decisiones, viabilidad de negocios, inteligencia emocional financiera y una propuesta para agilizar el presupuesto. Participaron 26 mujeres que lideran sus emprendimientos, en el auditorio de Plaza Galicia.

A su vez, organizó una capacitación para mujeres, con el objetivo de transmitir buenas prácticas para el uso de las tarjetas de crédito. La capacitación estaba dirigida a clientas y no clientas, y estuvo a cargo de Sabrina Castelli, fundadora de Mujer Financiera y Tomas Ayanz, referente de tarjetas en Banco Galicia. Se trabajaron diferentes conceptos como cierre, vencimiento, cargos en dólares, cómo entender las diferentes partes del resumen y se resolvieron diversas consultas.

Talleres de educación financiera en Naranja

En alianza con las organizaciones Innovar Sustentabilidad y Finanzas Fem, se realizaron talleres para mujeres emprendedoras y jóvenes sobre finanzas personales. Estos fueron dictados en el auditorio de Casa Naranja con el objetivo de formar a mujeres emprendedoras en los distintos aspectos de la economía y de las finanzas. Participaron más de 100 mujeres, entre ellas 25 Colaboradoras de la empresa. Además, se dictaron dos talleres para jóvenes del último año del secundario del colegio IPEM N° 92 Antonio Berni sobre herramientas prácticas para la administración finanzas personales.

Educación superior

Potenciamos Tu Talento

A través de esta iniciativa Banco Galicia busca acrecentar las oportunidades de acceso a la educación superior a jóvenes que en su mayoría son primera generación de estudiantes universitarios. Para ello trabaja junto a 17 organizaciones sociales especializadas en la temática, quienes son las que postulan a los candidatos para que luego el Banco seleccione los jóvenes que serán beneficiados a través de este programa. El objetivo es acompañar de forma integral a jóvenes talentosos, tanto en lo económico como en el asesoramiento y seguimiento a lo largo de su carrera; buscando no solo ser un puente entre los estudios secundarios y universitarios, sino también lograr la terminalidad de los estudios.

En 2019 ingresaron 45 nuevos estudiantes al Programa, alcanzando un total de 211 becados en curso que estudian en universidades públicas en distintas localidades del país.

Desde los comienzos del programa, que funciona como semillero de talento, ya participaron 51 jóvenes en los programas de Prácticas profesionales y Experiencia Galicia que les permite realizar un período acotado una práctica laboral rentada. Al finalizar estos programas, varios de los participantes han sido incorporados como parte de la dotación del Banco de forma efectiva. Desde los comienzos del programa, 51 jóvenes son los que ya forman parte de la dotación del Banco.

Al mismo tiempo, el Banco realiza aportes a fondos de becas de universidades privadas: T.Di Tella, San Andrés, UCA, ITBA y Universidad Austral. Bajo esta modalidad se han acompañado a 231 jóvenes en los 12 años de programa.

Cada año se realiza un encuentro que reúne a todos los becados del programa con el fin de reconocer a los graduados, compartir buenas prácticas y brindar una capacitación que se complementa con su formación.



Iniciativas en educación

EDUCACIÓN EN BANCO GALICIA

	INICIATIVA	NOMBRE DEL PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS 2019	UBICACIÓN 2019
Programas Insignia	Apoyo a la educación superior	Potenciamos tu talento	Marista, Demos, Fonbec, Forge, Agrupar, Anpuy, Brazos Abiertos, León, Integrar, Reciduca, Puentes, Liga Solidaria, Reinventar, Germinare, Mujeres 2000, Sociedad Rural de Lobos, Bisblick, Grano de Mostaza	Promoción del desarrollo de la educación superior a jóvenes en situación de vulnerabilidad, a través de becas y acompañamiento mediante tutorías personalizadas.	172 alumnos	Buenos Aires, CABA, Neuquén, Jujuy, Chaco, Córdoba, Corrientes, Mendoza, Misiones, Salta, Santiago del Estero, Tucumán
		Aporte a fondo de becas	UTDT, UDESA, UCA, ITBA, Cascos Verdes, Universidad Adventista, Universidad Austral, ESEADE	Apoyo a jóvenes de bajos recursos en sus estudios superiores, a través de aportes a los Fondos de Becas propios de las Universidades / Organizaciones Sociales.	39 alumnos	Buenos Aires, Salta, CABA, Entre Ríos
	Educación Financiera	Programa de Educación Financiera	Conciencia, Junior Achievement, BCRA, ANSES	Capacitación sobre la importancia de la planificación personal, las finanzas y el sistema bancario, incorporando y fortaleciendo los valores ciudadanos.	6.042 alumnos 187 docentes 128 escuelas 28 organizaciones	Nacional
	Retención escolar	Programa de becas escolares	Conciencia, Cimientos, Voy con vos	Acompañamiento a alumnos secundarios mediante becas. Fortalecimiento de alumnos secundarios en la transición al mundo educativo-laboral adulto.	54 alumnos	Buenos Aires, Chaco, Salta
	Actividades de formación	Certamen escolar	Fundación La Nación	Apoyo a certámenes orientados a apoyar la labor docente y los esfuerzos de las escuelas, incentivando el interés de los alumnos y el desarrollo de proyectos participativos.	97 escuelas	Nacional
		Acercamiento al Arte	AAMNBA, Fundación Teatro Colón, La Scala de San Telmo	Promoción del arte entre niños y jóvenes a través de talleres y becas de especialización.	19.521 alumnos	Buenos Aires, CABA
		Jornadas educativas	Museo del Holocausto, Misiones Rurales Argentinas, Hacer Lazos, Propuesta Dale	Apoyo a jornadas presenciales de capacitación y perfeccionamiento docente e institucional.	109 docentes 44 escuelas 350 alumnos	Nacional
Alianzas estratégicas	Fortalecimiento institucional	Formación y apoyo continuo para profesionales	Enseñá por Argentina, Laureus	Capacitación a jóvenes profesionales y docentes que son preparados para liderar en las aulas y escuelas de contextos de vulnerabilidad social.	11 docentes 602 alumnos	Buenos Aires, CABA
		Maratón de lectura	Fundación Leer	Concientización de la población sobre la importancia que tiene la lectura para el desarrollo personal y crecimiento de sociedades. Capacitación a ganadores, establecimiento de rincones de lectura y asesoramiento pedagógico a distancia para instituciones ganadoras.	8 docentes 1600 alumnos 8 escuelas	Nacional
	Sustentabilidad y Políticas Públicas	CIPPEC, Fundación RAP, CIAS, Chequeado, Observatorio Argentinos por la Educación, GDFE, Fundación Libertad, UDESA, Provincia de Bs. As., Fundaedu, GDFE	Articulación con organizaciones de la sociedad civil y los sectores público y privado, a fin de promover políticas públicas que fomenten la equidad, el crecimiento y el desarrollo sustentable.	7 organizaciones escuelas 40 docentes 140 líderes sociales	Nacional	
	Infraestructura y equipamiento	Asociación Cristiana de Jóvenes, Obispado de San Isidro, Ford	Mejora de las condiciones edilicias, de equipamiento e insumos de escuelas, organizaciones y universidades.	3 escuelas 40 alumnos	Buenos Aires, CABA	
	Fortalecimiento de capacidades para OSC	Capacitación a OSC	RACI	Fortalecimiento e instalación de capacidades en OSC.	1 organización	CABA

EDUCACIÓN EN NARANJA

NOMBRE DEL PROGRAMA	ALIANZA	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS 2019	UBICACIÓN 2019
Apadrinando escuelas	Comercios amigos	Aporte económico mensual a escuelas públicas primarias de todo el país.	321 escuelas 84.072 alumnos	Nacional
Programa de becas de nivel primario y secundario	Fonbec y Liga Solidaria	Acompañamiento a niños y a jóvenes destacados por su desempeño escolar que se encuentran en situación de vulnerabilidad (económica, social, emocional), para asegurar su continuidad en la escuela.	124 alumnos	Bahía Blanca, Buenos Aires, Catamarca, Córdoba, Mar del Plata, Rosario y Salta
Un gol un potrero	Selección Argentina de Fútbol ESPN	Promoción del deporte y el esparcimiento sano en los barrios, entre las niñas y niños.	11 potreros entregados	Nacional

8.3.2. Empleo

102-12, 413-1

RECONOCEMOS LA IMPORTANCIA DE LA GENERACIÓN DE EMPLEO COMO PILAR FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO DE UN PAÍS. ES POR ESO QUE DESDE EL GRUPO TRABAJAMOS PARA CREAR OPORTUNIDADES LABORALES A PERSONAS DE SECTORES DESFAVORECIDOS, GARANTIZANDO EL TRABAJO DECENTE Y PROMOViendo EL EMPRENDEDURISMO SUSTENTABLE DESDE EL ACOMPAÑAMIENTO FINANCIERO.

Programas Experiencia Galicia y Entrenamiento para el Trabajo

Banco Galicia, en articulación con la Secretaría de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación y el Servicio de Empleo de la AMIA, organiza la cuarta edición del programa “Experiencia Galicia - Entrena-

miento para el Trabajo”. Este programa tiene como objetivo brindar a jóvenes de bajos recursos herramientas que les permitan su inserción en el mercado laboral. A lo largo de este año se capacitaron 157 jóvenes de entre 18 y 24 años, de los cuales 50 realizaron su primera experiencia laboral en áreas centrales del Banco.

PROMOCIÓN LABORAL EN BANCO GALICIA

	INICIATIVA	NOMBRE DEL PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS 2019	UBICACIÓN 2019
Programas Insignia	Promoción de la empleabilidad	Experiencia Galicia - Entrenamiento para el Trabajo	Amia, Secretaría de Trabajo de la Nación, GCBA, Municipios de: Vicente López, Morón, Tres de Febrero, Almirante Brown, Lanús	Capacitación en auxiliar administrativo con orientación bancaria, y prácticas laborales en áreas centrales de Banco Galicia.	150 desempleados	Buenos Aires, CABA
	Promoción de las microfinanzas y mezzofinanzas	Financiamiento a instituciones de microfinanzas	RADIM	Fortalecimiento de entidades de microfinanzas para que puedan desarrollar sus actividades de microcréditos, a través de una línea de financiamiento y de jornadas y capacitación técnica.	400 líderes sociales 28 organizaciones	Nacional
		Mezzofinanzas	Contribuir, Sistema B	Fortalecimiento de emprendimientos y proyectos sustentables e innovadores que buscan soluciones a problemas sociales y ambientales con abordaje de mercado, a través de una línea de mezzofinanzas, y de jornadas y formación técnica.	1.200 emprendedores	Nacional
	Impulso a emprendedores	Apoyo a Emprendedores	Marzano, Contribuir	Formación de emprendedores en gestión de emprendimientos, con apoyo económico y mentoría. Adquisición de productos de emprendedores para actividades del Banco y para regalos empresariales.	100 emprendedores 1 escuela	Santa Fe, Mendoza
Alianzas estratégicas	Capacitación para la empleabilidad	Talleres de formación en oficios	Manos Abiertas, Fundación CUBA, F. Zorraquin	Capacitación para mujeres, jóvenes y adultos de escasos recursos con el fin de brindarles herramientas y una formación integral que les permita superarse como personas y como potenciales emprendedores. Capacitación técnica para facilitarles el acceso al empleo.	878 emprendedores	Buenos Aires
		Formación Laboral para Jóvenes	Opisu, Prosegur, Securitas, Siseg, AMIA	Formación de jóvenes en habilidades blandas y técnicas para la inserción laboral.	12 desempleados	Buenos Aires
	Integración laboral de personas con discapacidad	Educación y apoyo para el empleo	PAR, Discar	Desarrollo de un perfil laboral para personas con discapacidad acorde a los requerimientos del mercado para favorecer la búsqueda de empleo, y seguimiento mediante profesionales capacitados.	60 líderes sociales 150 desempleados	CABA, Jujuy
	Desarrollo Rural	Fortalecimiento de Comunidades Rurales	Cruzada Patagónica, Fundación Bunge y Born, Cáritas Argentina, Responde, Energizar, Procaypa	Promoción de oportunidades de desarrollo a familias de comunidades rurales, fomentando la Agricultura Familiar Sustentable a través de la diversificación y mejoras productivas y capacitación técnica y jurídica. Promoción de la economía social y de pueblos rurales emprendedores.	1.010 emprendedores 970 alumnos 50 docentes 6 escuelas	Buenos Aires, Rio Negro, Misiones

PROMOCIÓN LABORAL EN NARANJA

NOMBRE DEL PROGRAMA	ALIANZA	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS 2019	UBICACIÓN 2019
Pasantías Aprender trabajando	-	Promoción de oportunidades laborales para alumnos que se encuentran cursando el último año del nivel secundario.	139 jóvenes	Nacional
Enlazar	Fundación Córdoba Mejora	Acompañamiento a jóvenes del último año del secundario en situación de vulnerabilidad con capacitación en competencias laborales y socioemocionales para, luego, acercarles la oportunidad del primer empleo en empresas que abren sus puertas para recibirlos.	4 jóvenes	Córdoba
Inserción Profesional (PIP)	Gobierno de la Provincia de Córdoba	Oportunidad laboral para profesionales recientemente egresados de universidades e instituciones de educación superior, públicas y privadas.	5 nuevos colaboradores	Córdoba
Primer Paso (PPP)	Gobierno de la Provincia de Córdoba	Facilitar la transición hacia el empleo formal de jóvenes entre 18 y 24 años que se encuentran sin empleo con la realización de prácticas en el ámbito de empresas privadas complementado con acciones de formación profesional.	7 participantes	Córdoba



8.3.3. SALUD

102-12, 203-1, 413-1, ODS 9.4

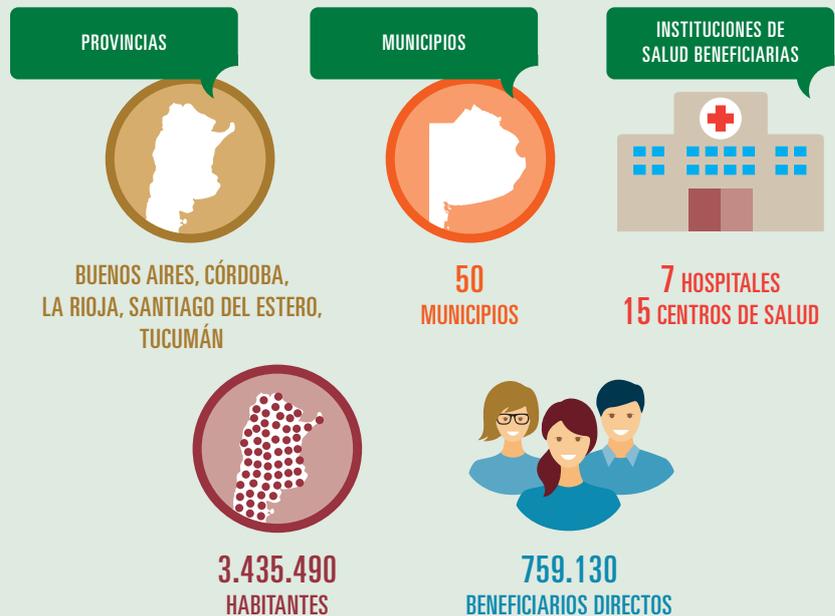
DESARROLLAMOS PROGRAMAS DE IMPACTO EN LAS COMUNIDADES LOCALES, EN ALIANZAS CON DIVERSOS ACTORES SOCIALES, PARA CONTRIBUIR CON EL BIENESTAR DE LAS PERSONAS DESDE LA PROMOCIÓN DEL ACCESO A LA SALUD DE CALIDAD, LA REDUCCIÓN DE LA MORTALIDAD INFANTIL Y LA CONCIENTIZACIÓN SOBRE HáBITOS SALUDABLES PARA UNA BUENA NUTRICIÓN DESDE TEMPRANA EDAD.



Programa de mejoras en hospitales y centros de salud

Buscamos mejorar los sistemas de salud y la calidad de atención de los pacientes en todo el país, trabajando junto a la Red de Sucursales y Surcos para identificar las necesidades en hospitales y centros de salud locales, y dar respuesta a los mismos a través de mejoras en aparatología, recursos hospitalarios y reformas edilicias.

RESULTADOS 2019



Programa de Nutrición infantil

Impulsamos talleres para capacitar a líderes sociales, referentes barriales, encargados de comedores, docentes iniciales y primarios, enfermeros y demás referentes que estén en contacto directo con madres embarazadas y familias con niños en situación de vulnerabilidad, para que actúen como agentes multiplicadores en temas relacionados con la malnutrición, desarrollo infantil, alimentación saludable y estrategias para aplicar en las familias, jardines y escuelas.

Para la implementación de esta se realizan alianzas con entidades locales, que asumen la función de articuladoras entre los organizadores y los líderes comunitarios locales.

RESULTADOS 2019



Iniciativas en salud

SALUD EN BANCO GALICIA

INICIATIVA	NOMBRE DEL PROGRAMA	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS 2019	UBICACIÓN 2019				
Programas Insignia	Infraestructura y Equipamiento	Mejoras en Hospitales y Centros de Salud	Surcos, Asoc. Coop. del Hospital Gutierrez, COAS, Damas Rosadas, Fundación del Hospital de Clínicas, Fundación Dr. Juan A. Fernandez, Fundación Policia Federal Argentina, Fundación Trauma, Sanatorio Mater Dei	Mejora en la atención de pacientes de instituciones de salud pública, mediante aportes realizados directamente o por medio de organizaciones de la sociedad civil:	Total del programa: 18 Centros de salud 1.462.865 pacientes	Nacional			
				*Aparatología: Compra de un grupo electrógeno	Hospital Municipal de Chivilcoy	Chivilcoy			
				*Aparatología: Compra de equipo de laparoscopia, un carro de paros y una lavacentrifugadora industrial.	Hospital Zonal General de Agudos Julio de Vedia	9 de julio			
				*Aparatología: Compra de Monitoreo	Hospital Universitario Austral	Pilar			
				*Recursos Hospitalarios: Paneles de Gas para obra de infraestructura	Hospital Nacional de Clínicas - Universidad Nacional de Córdoba	Córdoba			
				*Aparatología: Compra de un espinografo y un equipo de luminoterapia	Hospital Interzonal Materno Infantil Tettamanti	Mar del Plata			
				*Recursos Hospitalarios: Incremento de 60 camas en la capacidad de la guardia, a través de la compra de 60 camas, colchones y almohadas	Hospital Vera Barros	La Rioja			
				*Recursos Hospitalarios: Equipamiento de 4 centros de salud, plomado de la unidad de rayos y compra de dos compresores	Centros de Salud	Tucumán			
				* Aparatología: Ecógrafo y camas y camillas	Hospital de Niños de San Justo	La Matanza			
				* Infraestructura: Armado de Deck para plaza en el sector de oncología	Hospital de Clínicas	CABA			
Alianzas estratégicas	Hábitos Saludables y Nutrición	Prevención de la desnutrición Infantil	CONIN, Haciendo Camino	Capacitación de líderes sociales para que puedan replicar lo aprendido en sus áreas de influencia. Capacitación, atención y seguimiento domiciliario a mujeres y niños con riesgo social y nutricional.	975 líderes sociales 281 organizaciones 6.141 beneficiarios	Nacional			
				Apoyo a la investigación, capacitación, concientización y tratamiento de enfermedades	Formación para el tratamiento de enfermedades	Aciapo, Asociación ELA Argentina	Capacitación y equipamiento para profesionales de áreas de salud e investigación, para optimizar sus conocimientos y habilidades.	400 líderes sociales	Nacional
				Acción social	Asociación Distrofia Muscular (ADM), Fundaleu, Fundación Flexer, Hospice Buen Samaritano, Hospice San Camilo, Fundación Zaldivar, ALPI, Solidagro, Comisión para las personas con discapacidad, Ruta 40, Fundación Espartanos	Apoyo para el tratamiento de pacientes con patologías neuro-ortopédicas, enfermedades oncológicas, oftalmológicas, neurológicas, distrofia muscular, enfermedades terminales, atención primaria, estimulación temprana y atención en emergencias.	2.465 pacientes 5 organizaciones	Nacional	
Alianzas estratégicas	Integración a través de espacios de contención y apoyo personalizado	Educación y apoyo para el empleo	Padres de Schoenstatt, Fundación Tzedaká, Fundación Baccigalupo, Ayudar a soñar	Creación de espacios artísticos, deportivos, talleres de oficios, y apoyo escolar. Promoción de la educación no formal, con acompañamiento psicológico, psicopedagógico, de salud y alimentación.	604 pacientes 150 alumnos 2 organizaciones	Buenos Aires, CABA			

SALUD EN GALICIA SEGUROS

NOMBRE DEL PROGRAMA	ALIANZA	DESCRIPCIÓN	DESTINATARIOS 2019	UBICACIÓN 2019
Agua Segura	-	Aporte de filtros de agua a diferentes escuelas de la Argentina, complementado con capacitaciones sobre el buen uso del agua; contribuyendo con la mejora de la salud de niños y adultos.	2 colegios	Nacional

8.3.4. Mecenazgo

102-12, 413-1

Las compañías del Grupo participan del Régimen de Promoción Cultural de la Ciudad de Buenos Aires, que permite financiar proyectos culturales destinando

parte de lo que les corresponderá pagar en concepto de ingresos brutos. En 2019 se acompañaron 38 proyectos por un total de \$60.754.328,50.

Restauración piso Basílica de Flores	PARROQUIA SAN JOSE DE FLORES	PATRIMONIO CULTURAL
100 Años del disco argentino. Abasto de artistas	ASOCIACIÓN DE AMIGOS DEL MUSEO CARLOS GARDEL ASOCIACION CIVIL	ARTES VISUALES
Restauración y puesta en valor del órgano - Santuario Nuestr	ORDEN DE HERMANOS MENORES CAPUCHINOS (ORDEN DE FRAILES MENOR)	PATRIMONIO CULTURAL
Clorindo Testa Estudio Abierto	FUNDACIÓN CLORINDO TESTA	PATRIMONIO CULTURAL
Leandro Katz, obra fílmica. Puesta en valor de la filmografía	ULANOVSKY LUCIA	PATRIMONIO CULTURAL
Puesta en valor y restauración de fachada - boiserías - carpintería de madera y cúpula de cartapesta y varios en confeitería ideal	CONDE VAZQUEZ DANIEL MARTIN	PATRIMONIO CULTURAL
Las colecciones del Museo Histórico Nacional	ASOCIACIÓN CIVIL DE APOYO AL MUSEO HISTÓRICO NACIONAL	RADIO TELEVISION Y SITIOS DE INTERNET
Proyecto de refuncionalización de los subsuelos del histórico Edificio Barolo	ECONOMÍA POLÍTICA Y SOCIEDAD (ECOPOLYS)	PATRIMONIO CULTURAL
Mantenimiento del Centro Cultural Los Arrayanes	ASOCIACIÓN PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA	PATRIMONIO CULTURAL
Restauración de vitrales en la Escuela Superior de Comercio	ROSASPINI HECTOR CARLOS	PATRIMONIO CULTURAL
Plan Recuperar, Segunda etapa	FUNDACIÓN DAC POR LA CULTURA Y LAS ARTES AUDIOVISUALES	ARTE AUDIOVISUAL Y ARTE DIGITAL
Restauración Convento San José de Carmelitas Descalzas	MONJAS DESCALZAS DE LA ORDEN DE LA BIENAVENTURADA VIRGEN MAR	PATRIMONIO CULTURAL
Puesta en valor de techos - Regimiento de Granaderos	CONTADURÍA EJERCITO ARGENTINO - REGIMIENTO DE GRANADEROS A CABALLO	PATRIMONIO CULTURAL
Observatorio	PAULS CRISTIAN	ARTE AUDIOVISUAL Y ARTE DIGITAL
Ricardo Vilca - quebrada, música y silencio -	GARCIA JAVIER ALEJANDRO	ARTE AUDIOVISUAL Y ARTE DIGITAL
Maniobras de desplazamiento	CAPELLI MATIAS	ARTE AUDIOVISUAL Y ARTE DIGITAL
Antonio Vilar 360° Arquitectura Moderna Argentina	LOPEZ CLAUDIA ODINA	DISEÑO
Laboratorio Hola Madera	PALACIO GONZALEZ ZUELGARAY BEATRIZ MARIA	DISEÑO
Darte II - taller de muralismo	PIQUE SOFIA	ARTES VISUALES
Capilla del Sol, seis conciertos en Buenos Aires y Córdoba	MAKARIUS LILIANA	MUSICA ACADEMICA
Inventario, catálogo y difusión del Fondo Laboratorio de Investigación y Producción Musical (FLIMP) del Centro Cultural Recoleta	KORSUNSKY FARA	MUSICA ACADEMICA
El inodoro de cristal	SPENZA ARIANA	RADIO TELEVISION Y SITIOS DE INTERNET
Radio-taller comunitaria	ZAVALETEROS PARA LA INSERCIÓN SOCIAL DE SECTORES DESFAVORECIDOS	RADIO TELEVISION Y SITIOS DE INTERNET
Mapa de reparadores	SCIOLI MELINA LUZ	RADIO TELEVISION Y SITIOS DE INTERNET
Un día grande en el Museo Histórico Nacional	KRAKOV JULIAN	TEATRO
Cultura reparadora	ASOCIACIÓN CIVIL AMBIENTATE	ARTESANIAS Y ARTE POPULAR
Trayectorias	MARCANTONI NATALIA EVANGELINA	RADIO TELEVISION Y SITIOS DE INTERNET
Buenos Aires Historia	ASOCIACIÓN CIVIL RUMBO SUR	PATRIMONIO CULTURAL
Hechos culturales en la Ciudad de Buenos Aires	ASOCIACIÓN CIVIL RUNAKAY KUDAW (NATURALEZA Y TRABAJO) - CULT	MUSICA POPULAR
Chela, Centro de Arte Digital de Buenos Aires	FUNDACIÓN EXACTA	ARTE AUDIOVISUAL Y ARTE DIGITAL
Reparación sala principal	ASOC CIVIL SPORTIVO TEATRAL	TEATRO
Restauración digital del film "Trapito" de Manuel García Ferre	FERMEPIN JULIO	ARTE AUDIOVISUAL Y ARTE DIGITAL
Lagamur Delrioba espectáculo 2020	DELGADO GERMAN ANDRES	CIRCO, MURGAS, MIMICA Y AFINES
Escenarios de hospital.	CHILD LIFE ARGENTINA PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA HOSPITALARIA DE LOS NIÑOS	MUSICA POPULAR
Alegria Intensiva, payasos profesionales de hospital en pediatría	ALEGRIA INTENSIVA PARA LLEVAR ALEGRIA A NIÑOS HOSPITALIZADOS ASOCIACION CIVIL	TEATRO
Rehabilitación Iglesia Nuestra Señora de la Misericordia	SOCIEDAD DAMAS DE LA MISERICORDIA	PATRIMONIO CULTURAL
Revista Balam N6 Mestizx	JUAREZ MAYEN LUIS ALBERTO	RADIO TELEVISION Y SITIOS DE INTERNET
Conservación preventiva y puesta en valor del acervo de obras sobre papel de Kenneth Kemble. Etapa 1	KEMBLE SMITH JULIETA	ARTES VISUALES

8.3.5. Voluntariado

102-12, 413-1

Las empresas del Grupo consideran al voluntariado como una posibilidad concreta y tangible de impulsar mejoras en la sociedad, cumplir con un deseo de contribución social de sus colaboradores y atender a las necesidades de desarrollo local. El acompañamiento institucional de iniciativas de voluntariado permite a las compañías del Grupo fortalecer sus valores organizacionales de compromiso, cercanía y entusiasmo. A su vez las acciones de voluntariado tienen como objetivo dejar capacidades instaladas en instituciones de bien público con necesidades vinculadas a educación, promoción laboral y salud.

Programa Interactivo de Ayuda por Regiones – PRIAR

86.345	BENEFICIARIOS DESDE INICIO DEL PROGRAMA
333	PROYECTOS DESDE EL INICIO DEL PROGRAMA
9.981	VOLUNTARIOS (DESDE COMIENZOS DEL PROGRAMA)

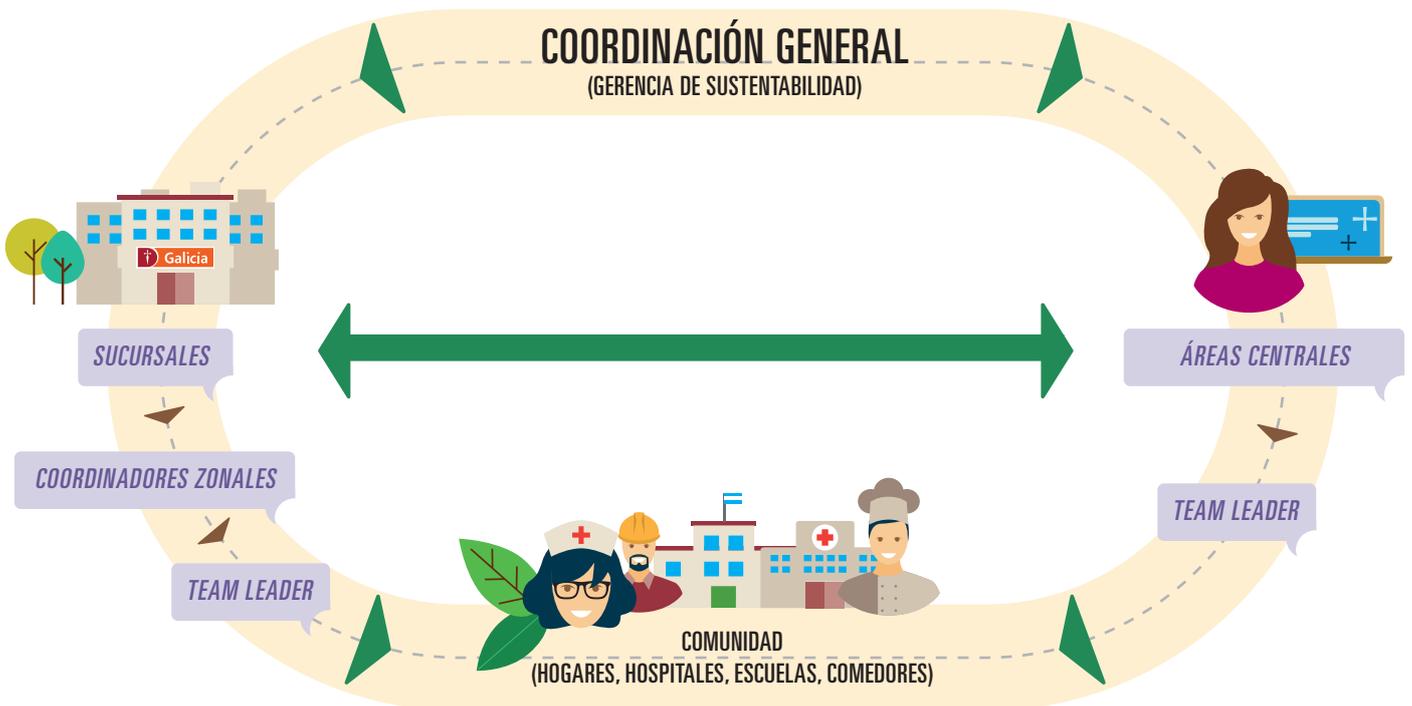
Desde su origen en 2002, PRIAR, el programa de voluntariado corporativo del Banco, lleva impulsados 301 proyectos solidarios. Nació por iniciativa de los colaboradores y funciona en el marco de la “Asociación Civil Ayudando a Ayudar” con la misión de dar soluciones sustentables a necesidades de los sectores más vulnerables de la sociedad. Galicia Seguros forma parte de PRIAR impulsando también proyecto alineados al Programa. .

Las formas de participación pueden ser impulsando y participando de proyectos solidarios, en una Jornada “Todos somos

protagonistas”, realizar donaciones en especie o monetarias en el marco de las campañas mensuales o adherirse a la donación a través del débito automático.

Para una mejor organización, teniendo en cuenta que todos los colaboradores pueden presentar proyectos solidarios, el PRIAR funciona bajo el siguiente esquema: cuenta con un coordinador general cuya principal función es la de coordinar, monitorear y realizar el relevamiento de cada proyecto además de brindar soporte a los proyectos en marcha, dar respuestas a las inquietudes sociales de los voluntarios y brindar herramientas para canalizarlas.

Por otra parte, cuenta con 65 Team Leaders que son quienes promueven los proyectos en su ámbito de acción y lideran el mismo además de impulsar las campañas mensuales. También se cuentan con coordinadores zonales que nuclean a los Team Leaders de las sucursales de cada zona. Su principal objetivo es generar nuevos proyectos solidarios que permitan dejar capacidades instaladas en instituciones de bien público con la participación activa de los voluntarios de la zona.





Acciones destacadas

102-12, 413-1

11 TODOS SOMOS PROTAGONISTAS

1.965 BENEFICIARIOS ALCANZADOS

Este año, además de las acciones de voluntariado tradicional, desde Priar se impulsaron iniciativas de voluntariado de transferencia de conocimientos.

Una de las iniciativas consistió en desarrollar un taller sobre metodologías ágiles para OSc's, donde voluntarios del Banco que forman parte de las células agile,

diseñaron y desarrollaron un taller para compartir conocimientos sobre esta nueva forma de trabajo y co crear junto a ellas soluciones ágiles e innovadoras a sus principales desafíos.

La otra actividad estuvo vinculada a participar como facilitador de los talleres de Educación Financiera que se impulsaron en la Pcia de Mendoza en articulación con el Banco Central de la República Argentina, Por otra parte, PRIAR posibilita que voluntarios participen de acciones puntuales de una Jornada, denominadas "Todos Somos Protagonistas". Se trata de iniciativas que, con tareas previas, se concretan en un día. Bajo esta modalidad los voluntarios en alianza con:

- TECHO realizaron construcciones de viviendas en Tucumán, Resistencia - Chaco y Posadas – Misiones,
- también trabajaron en mejoras de 6 viviendas del Barrio Belén de Florencio Varela en alianza con Módulo Sanitario,
- pintaron y equiparon instituciones de bien público,
- confeccionaron huertas móviles junto a Huerta Niño para donarlas a escuelas públicas
- compartieron con jóvenes y adultos de la Fundación Luz de Esperanza la producción de velas y
- armaron cajas navideñas para familias de Cachi – Salta.

Participación de espacios de intercambio

- Seminario de Voluntariado Corporativo: Durante marzo se realizó un encuentro organizado por GDFE, donde el Banco como sponsor principal facilitó las instalaciones y además desde la coordinación de PRIAR se participó en un panel presentando el Programa de Voluntariado PRIAR.

Encuentros Latinoamericano de Voluntariado-

PRIAR estuvo presente en el Encuentro Latinoamericano de Voluntariado realizado en Lima – Perú, organizado por la Asociación Internacional de Esfuerzos Voluntarios (IAVE) y el Consejo Latinoamericano de Voluntariado Empresarial (CLAVE).

La coordinadora PRIAR y una Voluntaria formaron parte de los más de 100 líderes de la sociedad civil, gobierno, sector académico y empresarial que convocó el encuentro donde se trabajó bajo una metodología participativa y colaborativa, los desafíos críticos que formarán el futuro del voluntariado e identificar los retos para cumplir estos desafíos considerando los diversos escenarios,



VOLUNTARIADO DEL FUTURO: NUEVOS PARADIGMAS

Reunión Latinoamericana de Líderes Voluntariado
Lima, Perú | 15-17 de Setiembre



Proyectos impulsados por Banco Galicia

32 PROYECTOS INICIADOS DURANTE 2019

1.167 VOLUNTARIOS INVOLUCRADOS EN 2019

20% DE LA DOTACIÓN DEL BANCO PARTICIPA ACTIVAMENTE EN EL VOLUNTARIADO

5.480 BENEFICIARIOS DURANTE 2019

Todos los proyectos impulsados buscan dejar una capacidad instalada que se traducen en equipamiento o mejoras de infraestructura de la entidad destinataria. Los proyectos son propuestos por los colaboradores voluntarios quienes desarrollan diferentes acciones de recaudación de fondos para reunir el monto necesario para cumplir con la mejora propuesta. El Banco facilita recursos y tiempo para contribuir con los proyectos que se llevan adelante.

Durante el 2019, se impulsaron los siguientes proyectos por las distintas áreas centrales y la red de sucursales.

LOCALIDAD	INSTITUCIÓN	PROYECTO	
Tandil	Hogar de Ancianos San Jose	Puesta en valor y mejora del comedor del Hogar, que incluye: pintura, iluminación, alacenas y bajo mesadas. Además se realizó la reposición de sillas, cubiertos, platos, vasos, tasas y jarras.	Finalizado
MDQ	Jardin del Hospital Materno Infantil de Mar del Plata	Puesta en valor del patio reparando y pintando paredes y quipando de juegos	Finalizado
Balcarce	Hogar de Niños Balcarce	Mejoras de infraestructura.	En curso
Mar del Plata	Comedor Ayelen Campos	Construcción de un baño para el comedor y equipamiento de mesas, sillas, y elementos de cocina.	Finalizado
Santiago del Estero	Haciendo Camino Suncho Corral	Mejoras de infraestructura	Finalizado
Casilda	Hogar de Huérfanos San Cayetano	Mejoras de infraestructura y equipamiento de herramientas para los talleres de oficios	En curso
Villa María	FONBEC - Centro Comunitario Pinceladas	Equipamiento de la sede con elementos informáticos y didácticos	Finalizado
Córdoba	Asociación Civil Mis Niños del Chaparral	Equipamiento de un Horno Pizzero, mejora del espacio deportivo y equipamiento de materiales para las actividades.	En curso
Córdoba	Juntando Sonrisas	Mejoras de infraestructura en la sede.	En curso
Río Cuarto	Comedor Maria Madre de Dios	Mejoras de infraestructura en la sede.	Finalizado
Río Tercero	Copita de leche - Comedor	Construcción de un baño.	Finalizado
Goya	Parroquia Nuestra Señora del Rosario - Catedral - Goya	Mejora de infraestructura en los salones adjuntos a la parroquia donde se realizan reuniones y actividades.	En curso
Jujuy	Escuela 308 - El Tunalito - Tumbalaya	Mejoras de infraestructura en los baño y cocina.	En curso
Bolívar	Escuela de Educación Secundaria Agraria N°1 "Ing. Tomas Anadeo"	Mejoras de infraestructura en el establecimiento.	En curso
9 de julio	Asociación Civil Brigada Sonrisas	Mejoras de infraestructura en la sede.	En curso
CABA	Hospital de Agudos Alvarez	Mejoras en el comedor, alambrado de la huerta, y pintura en los juegos del jardín. Equipamiento de elementos para las actividades didácticas.	Finalizado
San Justo	Hogar de Día Los Chicos e UAD Virrey del Pino,	Techado del patio descubierto con colocación de piso y mampostería de medianera, bajada de techo en salon comedor y pintura interior de hogar.	Finalizado
Tres Arroyos	Escuela de Educación Primaria y Secundaria Rural	Mejoras de infraestructura	En curso
Pilar	Hogar de día Sagrada Familia	Mejoras de infraestructura en las aulas, el cerramiento de la huerta, y la construcción de otra huerta con frutales.	Finalizado
Rosario	Asociación Civil Nidos	Mejoras de Infraestructura	En curso
Río Grande	Casa del Niño Maria Teresa Calcuta	Mejoras de infraestructuras	Finalizado
Quilmes	Comedor Caritas Sucias	Mejoras de infraestructuras	Finalizado
Olavarría	Escuela N 57 Damaso Arce	Equipamiento de la cocina	En curso
Trenque Lauquen	Anin, Asociación para la nutrición infantil	Equipamiento del comedor	En curso
Lanús	El nidito de Cecilia	Mejoras de infraestructura.	Finalizado
JCPaz	Asociación civil Pequeños Pasos	Mejoras de infraestructura	Finalizado

Florencio Varela	Asociación Civil La Nazarena	Contrucción de duchas.	En curso
Tucumán	Escuela Secundaria de Ampimpa. Ubicada en Ruta Provincial 307 km 111. Localidad de Ampimpa. Dpto. Tafí del Valle. Prov. Tucumán.	Equipamiento de materiales didácticos y de elementos de cocina para el comedor.	Finalizado
Mendoza	Merendero Piedras Blancas	Mejoras de infraestructura	En curso
La Loma	Escuela La Loma	Mejoras en el equipamiento e infraestructura	En curso
CABA	Hospital de Clínicas	Construcción de una plaza seca para el servicio de oncología pediátrica	En curso
CABA	Escuela Tecnica de Chacarita	Contrucción del Escenario	Finalizado

Iniciativas impulsadas por Galicia Seguros

En Galicia Seguros las acciones de voluntariado se encuadran bajo #PRIAR. Además, promueve iniciativas que realizan a través del programa #GSSustenta con impacto ambiental.

En relación a los proyectos impulsados se destacan las mejoras de infraestructura y equipamiento de PC's realizadas en el Hogar de abuelos "Mensajeros de la Paz", iniciado y finalizado durante el año y el segundo proyecto se inició en la "Fundación Sendero" que consiste en la puesta en valor de un espacio de usos múltiples que tienen en la fundación. La segunda mitad del año estuvo compuesta por acciones de recaudación, para llevar adelante la obra que se estima finalizar durante el 2020.

Acciones especiales en Galicia Seguros

Se realizó de la mano de Agua Segura la donación de un filtro de agua en la Escuela N20 de San Andrés de Giles. Voluntarios de Galicia Seguro hicieron la entrega y participaron de la donación. Además llevaron donaciones de útiles que los colaboradores recaudaron para entregar a los niños de la comunidad.

Campañas

Priar impulsa campañas bimestrales para recaudar donaciones en especie que luego son donadas a los proyectos vigentes o a entidades de bien público que presenten una necesidad puntual. Durante el año se promovieron las siguientes campañas bimestrales:

ESTE REGRESO A CLASES ¡TU AYUDA PUEDE SER UTIL! campaña destinada a recaudar donaciones en especie para acompañar el regreso a clases a los niños de los proyectos vigentes. Se recaudaron 14 cajas de útiles

NUTRI EL CRECIMIENTO DE LOS MAS PEQUEÑOS campaña de leche larga vida. Se juntaron 120 litros de leche, que fueron repartidos entre los distintos proyectos.

ABRIGA EL INVIERNO CON TU SOLIDARIDAD campaña destinada a junta ropa de abrigo, calzados, frazadas y colchas. Se juntaron 10 cajas que se enviaron a un proyecto de Ushuaia y un proyecto de Mar del Plata.

MANOS A LA OLLA - campaña destinada a juntar alimentos no perecederos. Además se convocó a las sucursales de Mendoza para contribuir con el objetivo de Banco de Alimentos de juntar 3200 kg de alimentos. Se juntaron 250 kilos de alimentos.

JUGANDO SE APRENDE, AYUDA A JUGAR - campaña destinada a juntar juguetes para el día del niño y también juguetes para enviar a las escuelas y equipar los rincones de juegos de los más pequeños. Se juntaron 16 cajas de juguetes.

POR UNA MEJOR NOCHEBUENA Y NAVIDAD PARA LAS FAMILIAS DE CACHI - SALTA - campaña destinada a juntar alimentos y regalos para armar 35 cajas navideñas para las familias de Cachi - Salta

Galicia Seguros, todas las donaciones recibidas por las campañas, Galicia Seguros eligió una entidad como beneficiaria de todo el año que es el Hogar Nomadelfia, institución que aloja 45 niños.

Eventos de recaudación de fondos

Con el fin de recaudar fondos para llevar adelante los proyectos, los voluntarios organizan diferentes eventos, durante el año se organizaron 9 torneos de Golf, y 13 acciones que consistieron en desayunos solidarios, venta de empanadas, venta de huevos de pascuas y pan dulce entre otras.

Débito automático

\$1.025.725	DÉBITO AUTOMÁTICO - MONTO RECAUDADO DURANTE 2019
1.061	DE ADHERENTES DURANTE 2019

Los voluntarios que desean colaborar con Priar a través de un aporte económico lo pueden hacer adhiriéndose al débitos automático mensual con un aporte mínimo de \$20 y sin tope de máximo.

ESTE AÑO SE PUBLICÓ EL INFORME DE GESTIÓN 2017-2018 DONDE SE DA CUENTA DE TODA LA GESTIÓN BIMESTRAL DE PRIAR - SE PUEDE CONOCER MÁS EN WWW.PRIAR.ORG.AR

Programa de voluntariado Naranja

Naranja cuenta con su programa de voluntariado desde hace 16 años en el que realiza múltiples iniciativas en las cuales participan activamente los colaboradores, quienes se movilizan para poner en marcha cada programa, transferir saberes, colaborar y compartir con las instituciones con las que articula propuestas. Entre ellas, Una gota de salud donde visitan zonas inhóspitas del nordeste cordobés y gestiona la compra de productos de primera necesidad; Directo al corazón para escuelas, comedores, hogares de niños y ancianos, dispensarios, familias; y RM solidarios junto con la fundación Iram, brindando apoyo a la investigación y acompañando al hogar de ancianos Elpidio González.

Apadrinando comedores

A través de un staff de colaboradores voluntarios, Naranja colabora con la alimentación, educación, vestimenta y recreación de niños en comedores y merenderos comunitarios de distintas localidades del país. En 2019, acompañó 40 comedores.

Este programa nace de la inquietud de los colaboradores y son ellos quienes primero conforman un grupo de apadrinamiento. Luego, con el acompañamiento técnico de Responsabilidad Social, relevan necesidades de comedores alejados y seleccionan aquel con el que quieren colaborar. Una vez iniciado el apadrinamiento, el equipo de voluntarios diseña un plan de acción a la medida de la comunidad que beneficia que pueden consistir en los siguientes aspectos:

- Satisfacer necesidades alimentarias.
- Realizar actividades educativas: talleres de lectura y apoyo escolar.
- Llevar adelante la celebración de momentos especiales: cumpleaños, día del niño, Navidad y reyes magos.

Los voluntarios de cada grupo cuentan con 16 horas mensuales para desarrollar las actividades. El líder a cargo procura que este tiempo se haga efectivo y son los compañeros de equipo los que se organizan para cubrir a los voluntarios durante su ausencia. A su vez, los voluntarios cuentan con un presupuesto anual que autogestionan.

Naranja acompaña a estos grupos de voluntarios en cuatro momentos especiales del año con acciones concretas de las que participan y se benefician todos los comedores apadrinados:

- Vuelta al cole: envió kits de útiles para el inicio de clases y un refuerzo luego de las vacaciones de julio. Los voluntarios diseñan el momento, visitan el comedor y les hacen la entrega a los niños. En total, durante 2019 se otorgaron 3.413 kits escolares .
- Día del niño y Navidad: a través de colectas y de un club de compras de productos solidarios, Naranja reúne los aportes de sus Colaboradores, suma el propio y se lo entrega a los voluntarios para que celebren estas fechas en cada comedor apadrinado.



8.4. GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR

8.4.1. Perfil de nuestros proveedores

103-2, 103-3

1.499 NUEVOS PROVEEDORES EN EL GRUPO

8.4.2. Código de conducta para proveedores de Banco Galicia

102-16, 103-2, 103-3, 407-1, 408-1, 409-1

ODS 8.7, ODS 8.8

Banco Galicia cuenta con un Código de conducta para proveedores disponible en la página web corporativa.

La declaración de los objetivos del Código es:

“En alineación con los Principios y Propósitos y el Código de Ética que guían todas las políticas y actividades de Banco Galicia, establecemos el presente Código de Conducta dirigido a nuestros proveedores.

Los lineamientos que en él detallamos ya forman parte de nuestras prácticas habituales de compras: a través de este documento buscamos formalizar las pautas que guían nuestras prácticas de abastecimiento.

Consideramos prioritario preservar y consolidar relaciones de confianza y beneficio mutuo con nuestros proveedores. Para lograrlo, creemos que es esencial contar con valores y criterios de trabajo comunes.

Como empresa, formamos parte de una trama de relaciones comerciales que tiene impactos socioeconómicos diversos, los cuales dependen de las prácticas y valores de sus actores. A través de la manera en la que gestionamos nuestra área de compras, deseamos contribuir -en nuestro ámbito de influencia- a la consolidación de relaciones comerciales sanas y éticas, que repercutan en la creación de valor social”.

MONTO PAGADO A PROVEEDORES POR PROVINCIA

	Banco Galicia	Naranja	Galicia Seguros
Buenos Aires	1.234.967.180,75	5.608.427.817,70	114.599.503,93
Santa Fe	248.918.565,94	267.808.493,60	122.519.522,25
Tucuman	111.639.496,22	105.150.448,10	58.197,07
San Luis	17.387.549,75	7.822.630,70	39.281,99
Salta	11.635.174,68	52.504.562	89.188,34
Neuquen	29.307.750,09	20.241.916,30	0
Chaco	7.004.780,24	26.009.110,70	14.880
Corrientes	26.187.307,79	39.971.617,60	0
Entre Rios	15.897.990,85	50.690.801,30	0
Chubut	38.301.825,20	7.529.495	0
Misiones	6.366.932,02	12.137.114,30	1.864
Formosa	385.717	7.683.533	8.000
Jujuy	3.317.350	10.739.687,40	12.000
Rio Negro	13.421.335,87	11.468.285,20	0
La Rioja	5.929.146,20	12.734.799,30	0
Catamarca	614.926,44	24.279.382,90	0
Santiago Del Estero	241.071,18	10.978.265,90	0
Santa Cruz	766.833,98	4.296.728,50	0
Tierra Del Fuego	10.198.189,95	3.738.306,60	0
La Pampa	7.314.797,98	3.655.217,50	0
Mendoza	39.864.851,96	267.161.980,40	0
Ciudad De Buenos Aires	21.193.291.744,28	0	865.969.872,39
San Juan	10.013.527,21	29.580.316	457.985,41
Cordoba	435.696.831,88	2.013.011.251,60	334.055.586,21
Monto total	23.468.670.877,46	8.597.621.761,60	1.437.825.881,59

Nos proponemos de esta manera fortalecer la comunicación y el establecimiento de criterios y bases comunes con nuestros proveedores para contribuir juntos al desarrollo sostenible.”

8.4.3. Comunicación y diálogo

Los principales canales de comunicación y diálogo con los proveedores de Banco Galicia son:

- Plataforma Ariba – Banco Galicia.
- Sitio específico para proveedores en la página del Banco.
- Línea Ética para proveedores.
Por teléfono al: 0800 - 122 - 5671
Por correo electrónico a: eticagrupo Galicia@kpmg.com.ar
A través del sitio web en: www.eticagrupo Galicia.kpmg.com.ar
Por correo a: Bouchard 710, 6to piso, Código Postal 1001, Buenos Aires, Argentina, dirigida a “KPMG - Línea Ética Grupo Galicia”.

Además, las compañías del Grupo se comunican con sus proveedores por teléfono, correo electrónico, reuniones presenciales y visitas para tener un contacto transparente y cercano. Naranja dos veces al año genera encuentros con todos los proveedores contratados de mantenimiento para compartir buenas prácticas, encontrar oportunidades de mejora y alinearse en cara a las necesidades del cliente.

8.4.4. Compras responsables

103-2, 103-3, 203-2, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2

ODS 3.8, ODS 8.2, ODS 8.3, ODS 8.5, ODS 8.8

45% DE ÓRDENES DE COMPRA CENTRALIZADAS EN BANCO GALICIA

12,28% DE COMPRAS CENTRALIZADAS EN NARANJA

Trabajamos desde las compañías del Grupo en generar un impacto social también desde nuestras compras. Es por eso que, siempre que tal posibilidad exista, seleccionamos productos o servicios que consideren y busquen generar un impacto positivo la sustentabilidad, o que mitiguen su impacto negativo sobre medioambiente y sociedad.

En este marco, durante 2019 las compañías del Grupo realizaron las siguientes compras de productos que poseen valor ambiental o social.



Producto	Proveedor
Banco Galicia	
Huevos de Pascuas	San José Providente
Pan dulce	Abadía de Santa Escolástica
Gorras	Nicolás Lund
Servicio de catering	Nos sobran Motivos Eventos
Cuadernillos hechos con materiales reciclados y producidos por la Cooperativa La Juanita.	Movimiento Dante
Lápices plantables y portalápices hechos a mano por la Cooperativa la Juanita	Movimiento Dante
Botellas de agua	Fundación Gracias
Relojes artesanales de madera	Lengas Wear
Bolsitas de algodón hechas a mano por mujeres que cosen desde su hogar para los kits de cubiertos reutilizables	Somos Juno
Set de eco-cubiertos kids a partir de caña castilla de San Juan	Ciclo Sin Fin
Productos orgánicos	BeePure/ Templar Asociación Civil
Cerámicas realizadas por emprendedores de la Provincia de Buenos Aires.	Obra
Cajas de cartón elaboradas de forma mecánico-artesanal por un emprendimiento familiar de Buenos Aires	Obra
Bolsas para regalos de fin de año	RedActivos
Aceite de oliva	Fundación Marzano
Naranja	
Bolsa institucional 2019	Arprom SA
Lápices plantables	Gm promociones
Paneles Foamboard	Alsapema Servicios S.A
Bolsos maternal	Globba
Bolsos Juguetero	Entre Costuras
Galicia Seguros	
Retiro de residuos verdes	Estación Verde
Filtros de agua	Weimer S.A.
Armado de composteras	Asociación Civil Dedo Verde
Plantas	Asociación Civil Plantarse

	Banco Galicia	Naranja	Galicia Seguros
% gasto en proveedores locales	100%	94,27%	98%

09

CAPITAL NATURAL



- GESTIÓN AMBIENTAL
- ENERGÍA Y HUELLA DE CARBONO
- OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS
- CONCIENCIACIÓN AMBIENTAL
- GASTOS AMBIENTALES



9.1. SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL (SGA)

Banco Galicia cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental, certificado bajo ISO 14001: 15 en sus edificios corporativos “Torre Galicia” y “Plaza Galicia”, que le proporciona un marco para gestionar y mejorar de manera activa y sistemática su comportamiento ambiental. A través

de este sistema se establece la estructura organizativa, las actividades, las responsabilidades, los procedimientos y los recursos para desarrollar, implementar y hacer efectiva la Política Ambiental del Banco.

El SGA abarca toda la organización y se gestiona a través de 4 programas fundamentales:

- Programa de Concientización Ambiental
- Programa de Optimización de Recursos
- Programa de uso racional de energía, agua y gas natural
- Programa de Riesgos Ambientales Indirectos

9.2. ENERGÍA Y HUELLA DE CARBONO

103-2, 103-3, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5
ODS 7.3, ODS 8.4, ODS 12.2, ODS 12.4, ODS 13.1

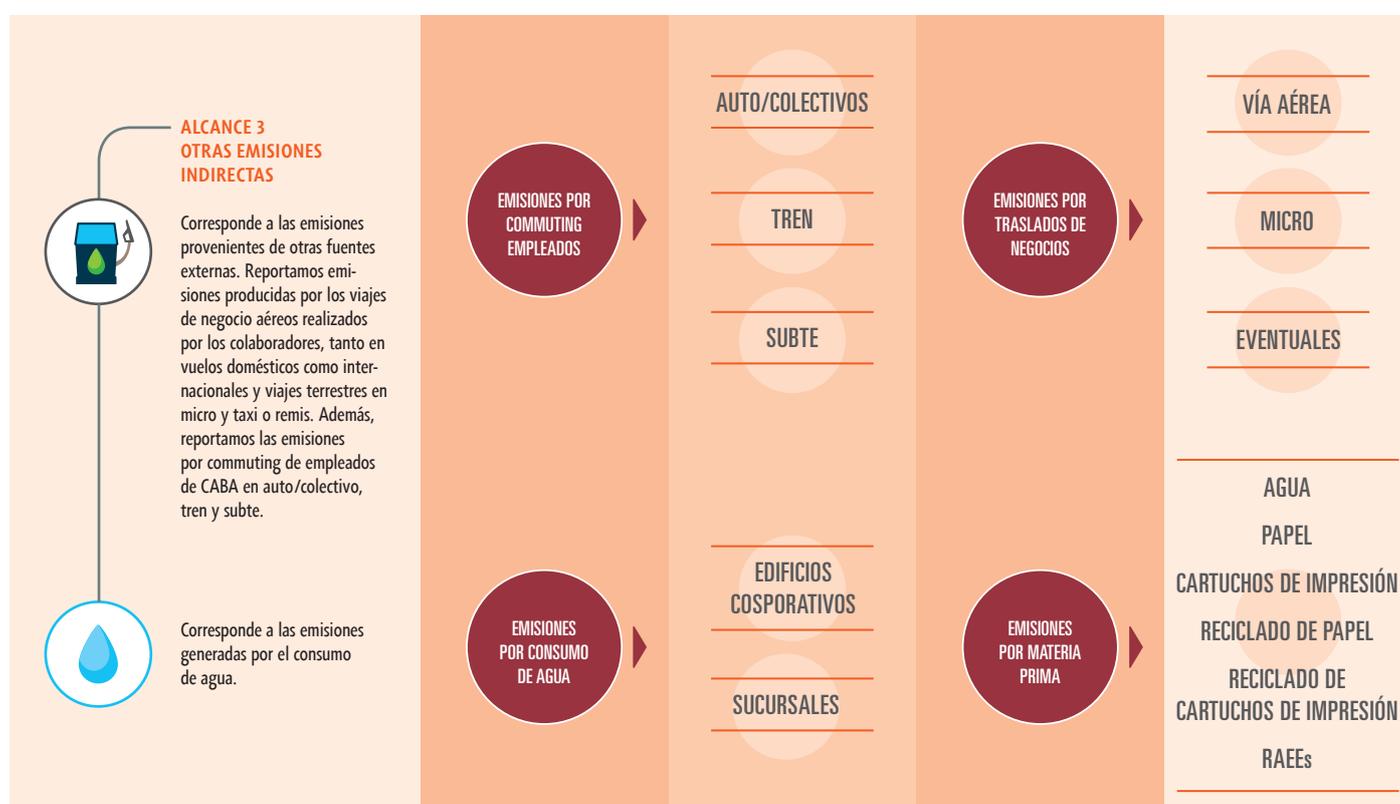
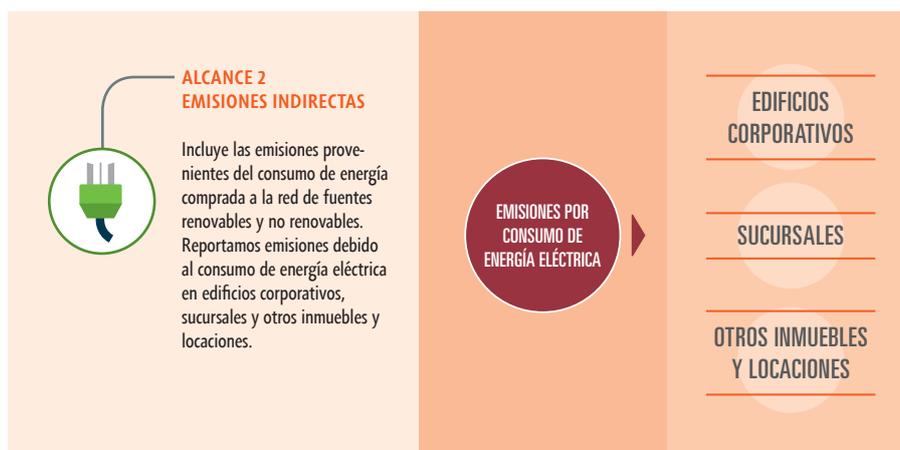
Durante 2019 Banco Galicia como Naranja realizaron la medición de huella de carbono generada por su actividad y continuaron implementando acciones que permitan una mitigación de emisiones a través de la concientización y la implementación de nuevas tecnologías.

La metodología utilizada para el cálculo de la huella de carbono cumple con los requisitos de la ISO 14.064:2015 y los precedentes sentados por el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero: Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte (GHG), publicado por el World Resource

Institute y World Business Council for Sustainable Development.

Alcance de medición de huella de carbono





Eficiencia energética en edificios centrales

	2018	2019	
Intensidad energética en Banco Galicia	266	238,81	kW/m ² /año
Intensidad energética en Naranja	195,8	178,89	kW/m ² /año
Intensidad energética en Galicia Seguros	321,54	287,42	kW/m ² /año

Eficiencia energética en sucursales de Banco Galicia

Intensidad energética 2018	208	kW/m ² /año
Intensidad energética 2019	174,72	kW/m ² /año

Eventos sustentables de Naranja

Los eventos que organiza Naranja no sólo sostienen la filosofía corporativa, sino que además promueven el respeto por el ambiente, la responsabilidad social y los derechos de las personas.

En base a los lineamientos de la Norma ISO 20.121 para el desarrollo de eventos sustentables, Naranja realiza un consumo controlado de la energía, reduce la huella generada por el uso del transporte, separa y recicla los residuos, utiliza materiales renovables y compensa las emisiones de dióxido de carbono que produce en cada encuentro. También incorpora acciones que aportan valor social, como trabajar con proveedores locales, de triple impacto, con productos de consumo responsable.

Este plan se centra en tres acciones fundamentales:

1. Mitigar

Minimiza el impacto ambiental de los eventos trabajando las siguientes líneas de acción:

Transporte: Naranja se propone reducir las emisiones dióxido de carbono derivadas del traslado de los asistentes. Como los colaboradores que participan de estos espacios viajan desde distintos puntos del país, implementa estrategias para lograr minimizar el impacto. Por un lado, para aquellos que viajan, planifica todas las rutas y medios de transporte de manera eficiente, agrupa a los participantes por región, localidad, cercanía. Por otro, para los que se encuentran en la ciudad sede del evento, se les provee el carpooling para que compartan el recorrido y lleguen juntos al encuentro.

Materiales: trabaja con los equipos organizadores para que reduzcan al máximo la generación de papel y otros materiales. Reemplaza las comunicaciones y las tarjetas por medios digitales o amigables con el ambiente.

Sede y alojamiento: para los eventos, selecciona hoteles y establecimientos que cuenten con certificaciones medioambientales y que se comprometan con la reducción del consumo de energía y agua.

Alimentación y bebida: se reúne con los proveedores de catering y de manera conjunta incorpora criterios que lo ayuden a minimizar los impactos ambientales y sociales. Elimina los productos de plásticos descartables y los reemplaza por vajilla de loza. Además, presta especial atención a las necesidades nutricionales de los participantes del evento y le asegura de que existan opciones para todos (celiacos, vegetarianos, veganos, etc).

Residuos: se propone reducir el volumen de residuos para enviar a enterramiento, y separa y gestiona el reciclado de aquellos que se pueden recuperar.

Proveedores y merchandising: prioriza la contratación local y las compras inclusivas. Incorpora criterios ambientales o sociales en la elección de regalos. Los equipos organizadores velan por el cumplimiento de estos desafíos y, mediante estrategias de comunicación, sensibilizan a los participantes de eventos para que contribuyan a disminuir el impacto ambiental.

2. Medir

Mide la huella de carbono generada por el desarrollo de sus eventos y comunica a todos los participantes los resultados obtenidos. En 2019 se realizaron dos eventos:

- Encuentro Nacional de líderes: 115.398,32 Kg CO₂ eq
- Total de emisiones: 456,52 Tn CO₂ eq

3. Compensar

Una vez transcurridos y medidos todos los eventos, implementa una estrategia de compensación para neutralizar el impacto generado en el medioambiente. Así, lleva adelante acciones de protección de bosques, de biodiversidad y de sensibilización de los colaboradores. En 2019, compensó la huella que genera en los eventos de 2018 a través de dos acciones:

- Aportó para la conservación de 6.375 metros cuadrados de Bosque Atlántico. Esta parcela agrandó la superficie del Parque Provincial Uruguá-í de Misiones, lo que le permitió neutralizar el impacto, ya que se protege una fracción de bosque que se encuentra activo y captando emisiones. En total, lleva conservados 16.167 metros cuadrados conservados entre 2018 y 2019.
- Otra se realizó en alianza con los colaboradores. Plantó 300 especies nativas en las Reservas Hídricas Naturales Los Manantiales de Río Ceballos y Los Quebrachitos de Unquillo. Se realizaron dos jornadas junto con los guardaparques de cada reserva en el que se dictaron talleres de especies nativas y se habló sobre la importancia de la conservación de estos bosques.



9.3. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

103-2, 103-3, 306-2

Mediante una correcta gestión de nuestros residuos propiciamos que se transformen nuevamente en recursos. Aquellos que no pueden ser reciclados o reutilizados, son transportados y dispuestos de manera responsable. Trabajamos en el reciclado de papel, cartón y plásticos, residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) residuos especiales como lámparas y tubos fluorescentes, y Aceites de Vegetales Usados (AVU)

CONSUMO DE AGUA	Banco Galicia		Naranja		Galicia Seguros	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Agua m3	88.490,22	66.086	12.840,18	33.876,42	3.852	3.121



En 2019 Banco Galicia hizo foco en la disminución de plásticos de un solo uso con el reemplazo de botellas de agua y gaseosa incluidas en el menú de los comedores de Plaza Galicia y Casa Matriz (CMZ) por vasos de vidrio y dispensers, y sacando vasos y revolvedores de plástico de las máquinas de café de Torre y CMZ. Así, logró disminuir 1.100 botellas plásticas. Además, redujo en las sucursales 32% del consumo de cartuchos de impresión y 31% de papel blanco.

Naranja digitalizó los resúmenes, amplió nuevos servicios virtuales como Tienda Naranja, Naranja Online, la APP Naranja, que permiten que sus clientes y Comercios Amigos puedan realizar las mismas operaciones que en una Casa Naranja sin usar papel, y digitalizó la documentación de ingreso de colaboradores que implicaba 40 páginas. Además, usa solo papel con certificación *Forest Stewardship Council* (FSC) y de un menor gramaje. Por su parte, implementó acciones con el objetivo de disminuir el consumo de tóners y realizó una alianza con un proveedor para su reciclado, y compró bolsas de friselina que reemplazan a las de papel. También entregó cubiertos, tazas y botellas reutilizables con una campaña

de comunicación, y reemplazó las botellas plásticas en las salas de reuniones por jarras de vidrio, logrando una reducción del volumen de basura de 60 kilos mensuales mediante la eliminación de descartables de un solo uso de sus edificios corporativos.

En Galicia Seguros el foco estuvo puesto en la gestión de los residuos, en particular los orgánicos. Asimismo, realizó el envío de pólizas de manera digital y la declaración de siniestros a través de un cartero virtual y entregó más de 100 *notebooks*, lo que permite disminuir considerablemente el consumo de papel ya que muchas de la información que antes se escribía en un cuaderno.

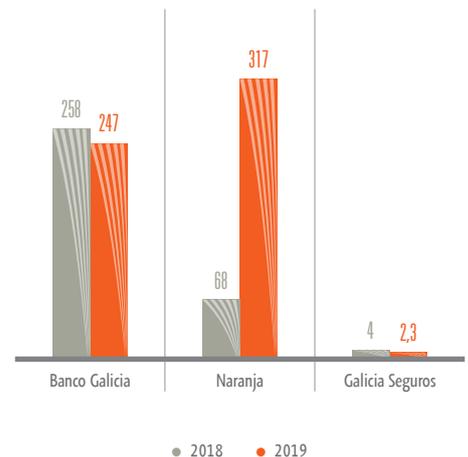
Además, implementó un plan de acción realizado en base a estudios efectuados por la organización Dedo Verde, quienes indicaron las posibilidades que tenían de disminuir el porcentaje de residuos. Es así como crearon un *Green Team* que los capacitó y orientó para que los ayuden con la implementación de las composteras. El *Green Team* se creó con más de 85 personas interesadas en el tema que querían hacer eco de lo positivo en cuida a nuestro medio ambiente. Llegó a más de

85 personas con representación en todo el edificio de Galicia Seguros.

En el lanzamiento, se presentaron los nuevos tachos de orgánicos en donde los colaboradores tiran a diario las cascara de las frutas, la yerba, saquitos de té, café, entre otros materiales. Durante 2019 se recolectaron más de 700 kg de orgánicos que se convirtieron en compost en tan solo 7 meses. Esto significa que no se enviaron a los rellenos sanitarios y que además ahora ese compost puede volver a las plantas de GS o a las casas de los colaboradores.

CONSUMO DE PAPEL BLANCO

Toneladas





9.4. CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL

Desde la plataforma digital de comunicación interna Workplace, Banco Galicia fomenta la concientización ambiental. Durante este año el principal enfoque fue la disminución de plásticos de un solo uso acompañado por comunicaciones de separación de residuos, apagado de monitores y medición de huella de carbono.

Durante el año, Banco Galicia difundió 356 comunicaciones de concientización ambiental e información de gestión a través de sus canales internos y externos, llegando así a todos sus grupos de interés.

Entre estas acciones se distinguen:

Semana del Ambiente - 5 de junio

Acompañando el Día Mundial del Ambiente, este año Banco Galicia celebró durante toda la semana una campaña digital de concientización acompañada de una campaña de concientización por todos los pisos de sus edificios centrales junto a Eco House Asociación Civil y activaciones en los edificios donde se invitaba a los colaboradores a generar energía eléctrica para exprimir su desayuno generada por su propia energía pedaleando una bicicleta. Participaron 245 personas de la capacitación online "Día del ambiente".

Introducción a la Sustentabilidad

470 nuevos ingresantes al Banco fueron formados en temas ambientales, sociales y de voluntariado en la jornada de bienvenida.

Concurso de Fotografía Ambiental

Participaron de esta iniciativa hijos de colaboradores de Banco Galicia de entre 5 y 12 años. Este año se los invitó a subir una foto a Workplace con acciones en sus casas o en sus barrios relacionadas al cuidado ambiental.

Capacitaciones a Oficiales de Atención al Cliente

Se llevaron a cabo estas acciones de formación con el objetivo de explicar en qué se basa el sistema de gestión ambiental, cuáles son los requerimientos considerando la lista de exclusión, en qué consisten las líneas de proyectos sustentables y qué tipo de análisis es necesario realizar.

Por su parte, Naranja organiza espacios de trabajo más sustentables, identificando oportunidades que permiten reducir impactos e implementa las siguientes acciones en la manzana Naranja:

- **Gestión diferenciada de residuos:** realiza una campaña para separar los residuos orgánicos de los reciclables.
- **Chau botellas de plástico:** detectó que se utilizaban en salas de reuniones 9.600 botellas de agua en el año. En base a este dato, decidió decirle adiós a esta práctica, y compró jarras y colocó expendedores especiales en las cocinas. Así, cuenta con agua en condiciones de potabilidad y temperatura para llenar las jarras.
- **Reemplazo de descartables:** actualmente se encuentran en el desarrollo de una acción para la eliminación de vasos y cucharas descartables y su reemplazo por

productos reutilizables. La empresa anualmente en estos productos gasta \$700.000.

- **Pinturas lavables en sucursales y edificios corporativos:** comenzó a utilizar pinturas lavables por lo que disminuyó la frecuencia de pintado ya que se pueden lavar, reduciendo el impacto ambiental.

Galicia Seguros, además de la instalación de la compostera que generó un gran impacto en materia de concientización ambiental, realiza comunicaciones con información de interés en fechas clave o desde canales específicos, como por ejemplo el Día del Ambiente, en la introducción a la sustentabilidad en el proceso de inducción a la empresa, en capacitaciones a Oficiales de Atención al Cliente, en el marco de PRIAR, entre otros. Además, junto a Agua Segura, organizó una Campaña de concientización "Cuidamos el Agua y a la comunidad".

Alianza para la Acción Climática

Banco Galicia firmó la alianza en 2018. Esta Alianza se enmarca en una iniciativa global liderada por WWF (la Organización Mundial de Conservación) la cual reúne socios tales como CDPI, C40ii, CANiii, We Mean Business y Fundación Avinav entre otros. En Argentina esta alianza se encuentra liderada por la Fundación Vida Silvestre Argentina junto a Fundación Avina con el apoyo de los socios globales.

Fondo para la Conservación Ambiental

20 PROVINCIAS PARTICIPARON EN 2019

En esta edición especial de 2019, Banco Galicia en alianza con Fundación Williams, premiaron cuatro proyectos bajo tres grandes temáticas: Biodiversidad, Energía y Ambientes Urbanos, las cuales se inscriben también en el marco del apoyo a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. a través de los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Objetivo 7 “Energía asequible y no contaminante”, Objetivo 11 “Ciudades y Comunidades Sostenibles”, Objetivo 13 “Acción por el Clima”, Objetivo 14 “Vida Submarina” y el Objetivo 15 “Vida de Ecosistemas Terrestres”. Cada uno de los ganadores recibió \$250.000 para llevar adelante su proyecto.

El jurado en 2019 estuvo conformado por:

- María Eugenia Di Paola - Coordinadora del Programa de Ambiente y Desarrollo Sostenible en Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- Manuel Jaramillo - Director General de Fundación Vida Silvestre Argentina.
- Maximiliano Morrone - Director Nacional de Promoción de Energías Renovables y Eficiencia Energética en Ministerio de Hacienda.
- Silvana Montanelli - Investigadora, Departamento de Ecología y Ciencias Ambientales, Universidad Maimónides.
- Alejandro Rodolfo Malpartida - Coordinador de la Maestría en Ingeniería Ambiental de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN).
- Susana Larrondo - Profesora Titular Regular y Directora de la Carrera de Ingeniería Ambiental de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM).
- Christian Wallace - Cofundador de Enersol Ingeniería - Energías Renovables.



9.5. GASTOS AMBIENTALES

201-1, 201-2, ODS 8.2, ODS 9.4

GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES (MONTO EN PESOS)¹ - 2019

Banco Galicia + Naranja²

Costos de eliminación de residuos, tratamiento de emisiones y costes de remediación	1.803.957,25
Costos de prevención y gestión medioambiental relacionados con la operación del Banco	24.789.149,49
Costos de prevención y gestión medioambiental relacionados con proyectos externos al Banco	1.659.241,82
Total gastos e inversiones ambientales	28.252.348,56

¹ Si bien Galicia Seguros cuenta con algunos gastos ambientales, aún no poseen un presupuesto formal.

² Los gastos e inversiones de Naranja corresponden a: 1) Eliminación y disposición segura de residuos generados en el depósito por actividades de área que incluyen embalajes y desarmes; 2) Destrucción y tratamiento seguro de plásticos que se imprimen con errores o no son retirados por los clientes; 3) Envío para reciclado y destrucción segura de los pallets de carcasas de tóner;

4) Reciclaje y disposición final de residuos tecnológicos.

10. PBR

102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-34

El Grupo, a través de la adhesión de Banco Galicia a los Principios de Banca Responsable (PBR), lanzados en septiembre de 2019, por la Iniciativa Financiera del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP FI), se convirtió en uno de sus signatarios fundadores.

De esta manera asume el compromiso de alinear estratégicamente su negocio con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Acuerdo de París sobre Cambio Climático. Al firmar los Principios de Banca Responsable, nos convertimos en la única entidad financiera de capitales nacionales argenti-

nos, que se une a una coalición de 130 bancos en todo el mundo que representan más de 47 billones de US\$ en activos, comprometiéndose a asumir un papel decisivo para ayudar a lograr un futuro sustentable. Esta iniciativa marcó el comienzo de la asociación más importante hasta la fecha entre la industria bancaria global y la ONU.

Los seis Principios de Banca Responsable proporcionan un marco efectivo para identificar y aprovechar sistemáticamente las nuevas oportunidades de negocio

creadas por la emergente economía de desarrollo sostenible, al mismo tiempo que permiten identificar y abordar los riesgos relacionados de manera efectiva. Mediante estos lineamientos, las entidades financieras firmantes, se comprometen a seguir impulsando acciones concretas por la acción climática y la sustentabilidad del negocio.

Este año presentamos el cumplimiento de los seis principios del Grupo en relación a cada uno de los temas materiales, e indicadores de rendimiento y resultados.

REQUISITOS DE INFORMES Y AUTOEVALUACIÓN	RESUMEN EJECUTIVO DE LA RESPUESTA DEL BANCO (SE REQUIERE AUDITORÍA LIMITADA PARA LAS RESPUESTAS A LOS ELEMENTOS RESALTADOS)	REFERENCIA (S) / ENLACE (S) A LA RESPUESTA COMPLETA DEL BANCO / INFORMACIÓN RELEVANTE
PRINCIPIO 1: ALINEAMIENTO Alinearemos nuestra estrategia comercial para ser coherentes con las necesidades de los individuos y los objetivos de la sociedad y contribuir a ellos, tal como se expresan en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el Acuerdo Climático de París y los marcos nacionales y regionales pertinentes.		
1.1 Describa (de forma ejecutiva) el modelo de negocio de su banco, incluidos los principales segmentos de clientes atendidos, los tipos de productos y servicios prestados, los principales sectores y tipos de actividades y, en su caso, las tecnologías financiadas en las principales geografías en las que opera su banco o proporciona productos y servicios.	Banco Galicia; junto con Tarjetas Regionales S.A. (Naranja), Sudamericana Holding S.A. (Galicia Seguros), y Galicia Administradora de Fondos S.A.; forma parte del Grupo Financiero Galicia. Creado en 1999 bajo leyes de la República Argentina, el Grupo es uno de los principales holding de servicios financieros del país. Desde el Grupo, el Banco brinda oportunidades de ahorro, crédito, e inversión a personas y empresas a través de sus canales de distribución, físicos y digitales, y una amplia gama de productos y servicios financieros.	II: 4-5, 8-9, 43, 49
1.2 Describa cómo su banco se ha alineado y/o planea alinear su estrategia para ser coherente y contribuir a los objetivos de la sociedad, como se expresa en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el Acuerdo Climático de París y los marcos nacionales y regionales relevantes.	El propósito de Banco Galicia responde a la Visión Estratégica del Grupo Financiero Galicia, en la que se define la contribución específica al desarrollo sostenible. En base a esta Visión y Propósito, el Grupo, en un proceso con una mirada 360° con la participación de la dirección estratégica y los diferentes grupos de interés, definió los Objetivos de negocio y los relacionó con los principales temas materiales que responden a los ODS y al Acuerdo de París.	II: 4-5, 6-7 IA: 2.1, 2.2
PRINCIPIO 2: IMPACTO Y ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS Continuaremos incrementando nuestros impactos positivos al mismo tiempo que reduciremos los impactos negativos, y gestionaremos los riesgos para las personas y el medio ambiente como resultado de nuestras actividades, productos y servicios. Con este fin, estableceremos y publicaremos objetivos donde podamos tener los impactos más significativos.		
2.1 Análisis de impacto: Muestre que su banco ha identificado las áreas en las que tiene su impacto positivo y negativo más significativo (potencial) a través de un análisis de impacto que cumple con los siguientes elementos: a) Alcance: Las principales áreas de negocio, productos/servicios del banco en las principales áreas geográficas en las que opera el banco, como se describe en 1.1., que han sido considerados en el alcance del análisis. b) Escala de exposición: Al identificar sus áreas de impacto más significativas, el banco ha considerado dónde está su negocio principal/sus actividades principales en términos de industrias, tecnologías y geografía. c) Contexto y relevancia: Su banco ha tenido en cuenta los desafíos y prioridades más relevantes relacionados con el desarrollo sostenible en los países / regiones en los que opera. d) Escala e intensidad / importancia del impacto: Al identificar sus áreas de impacto más significativas, el banco ha considerado la escala e intensidad/importancia de los (potenciales) impactos sociales, económicos y ambientales resultantes de las actividades del banco y la oferta de productos y servicios. (su banco debería haberse comprometido con las partes interesadas relevantes para informar su análisis bajo los elementos c) y d)) Muestre que basándose en este análisis, el banco tiene <ul style="list-style-type: none"> • Identificado y revelado sus áreas de impacto positivo y negativo más significativo (potencial) • Identificadas las oportunidades comerciales estratégicas en relación con el aumento de los impactos positivos / reducción de los impactos negativos. 	A partir de la Visión Estratégica del Grupo, los Objetivos de negocio y los temas materiales, el Grupo identificó los impactos económicos, sociales y ambientales del negocio en función a las áreas mapeadas por UNEP FI, analizando el alcance, escala y contexto local de nuestras operaciones. Además, analiza los impactos del negocio desde su gestión integral de riesgos.	II: 4-5, 6-7 IA: 2.1, 2.2
Proporcione una conclusión / declaración de que su banco ha cumplido con los requisitos relacionados con el Análisis de impacto.		
El Banco analiza los impactos del negocio desde su gestión integral de riesgos y el análisis de materialidad que realiza en el marco del Informe integrado.		

REQUISITOS DE INFORMES Y AUTOEVALUACIÓN	RESUMEN EJECUTIVO DE LA RESPUESTA DEL BANCO (SE REQUIERE AUDITORÍA LIMITADA PARA LAS RESPUESTAS A LOS ELEMENTOS RESALTADOS)	REFERENCIA (S) /ENLACE (S) A LA RESPUESTA COMPLETA DEL BANCO / INFORMACIÓN RELEVANTE
<p>2.2 Configuración de objetivos</p> <p>Muestre que el banco ha establecido y publicado un mínimo de dos objetivos específicos, medibles (pueden ser cualitativos o cuantitativos), alcanzables, relevantes y con límite de tiempo (SMART, por sus siglas en inglés), que abordan al menos dos de las "áreas de impacto más significativo" identificadas, resultante de las actividades del banco y la oferta de productos y servicios.</p> <p>Muestre que estos objetivos están vinculados e impulsan la alineación y una mayor contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) apropiados, los objetivos del Acuerdo de París y otros marcos internacionales, nacionales o regionales relevantes. El banco debería haber identificado una línea de base (evaluada en relación con un año en particular) y haber establecido objetivos en función de esta línea de base.</p> <p>Muestre que el banco ha analizado y reconocido los impactos negativos significativos (potenciales) de los objetivos establecidos en otras dimensiones de los objetivos de los ODS /cambio climático/sociedad y que ha establecido acciones relevantes para mitigarlos en la medida de lo posible para maximizar el impacto positivo neto de los objetivos establecidos.</p>	<p>En base al trabajo de análisis de impactos en relación a los objetivos de negocio, temas materiales y al cumplimiento de los ODS; el Banco participó en la selección de los indicadores estratégicos del Grupo para ser gestionadas durante 2019.</p>	<p>II: 4-5, 6-7 IA: 2.1, 2.2</p>
<p>Proporcione una conclusión / declaración de que su banco ha cumplido con los requisitos relacionados a la Configuración de objetivos.</p>		
<p>El Banco participa en la selección de los indicadores estratégicos del Grupo basados en la Visión Estratégica del Grupo, los Objetivos de negocio y los temas materiales identificados.</p>		
<p>2.3 Planes para la implementación y monitoreo de objetivos</p> <p>Muestre que su banco ha definido acciones e hitos para cumplir los objetivos establecidos.</p> <p>Muestre que su banco ha establecido los medios para medir y monitorear el progreso en relación con los objetivos establecidos. Las definiciones de los indicadores clave de rendimiento, cualquier cambio en estas definiciones y cualquier redefinición de las líneas de base deben ser transparentes.</p>	<p>Para el cumplimiento de los indicadores se definieron las áreas responsables de impulsar las acciones para su cumplimiento, en función a la Estrategia del negocio.</p>	<p>II: 4-5, 6-7 IA: 2.1, 2.2</p>
<p>Proporcione una conclusión / declaración de que su banco ha cumplido con los requisitos con respecto a los Planes para la implementación y el monitoreo de objetivos.</p>		
<p>Para el cumplimiento de los Objetivos del negocio y las metas identificadas, se definen áreas responsables que desarrollan acciones y miden su desempeño.</p>		
<p>2.4 Progreso en la implementación de objetivos</p> <p>Para cada objetivo por separado:</p> <p>Muestre que su banco ha implementado las acciones que había definido previamente para cumplir con el objetivo establecido.</p> <p>O explique por qué las acciones no pudieron implementarse / necesitaban modificarse y cómo su banco está adaptando un plan para cumplir con sus objetivos establecidos.</p> <p>Informe sobre el progreso de su banco en los últimos 12 meses (hasta 18 meses en su primer informe después de convertirse en signatario) hacia el logro de cada uno de los objetivos establecidos y el impacto que tuvoso progreso. (Cuando sea factible y apropiado, los bancos deben incluir divulgaciones cuantitativas)</p>	<p>Los indicadores son revisados anualmente en el marco de la estrategia del negocio y se comunican a través del Informe Anual Integrado.</p>	<p>II: 4-5, 6-7 IA: 2.1, 2.2</p>
<p>Proporcione una conclusión / declaración de que su banco ha cumplido con los requisitos con respecto al Progreso en la implementación de objetivos.</p>		
<p>Los indicadores son revisados anualmente en el marco de la estrategia del negocio y se comunican a través del Informe Anual Integrado.</p>		

REQUISITOS DE INFORMES Y AUTOEVALUACIÓN	RESUMEN EJECUTIVO DE LA RESPUESTA DEL BANCO (SE REQUIERE AUDITORÍA LIMITADA PARA LAS RESPUESTAS A LOS ELEMENTOS RESALTADOS)	REFERENCIA (S) /ENLACE (S) A LA RESPUESTA COMPLETA DEL BANCO / INFORMACIÓN RELEVANTE
PRINCIPIO 3: CLIENTES Trabajaremos de manera responsable con nuestros clientes y nuestros clientes para fomentar prácticas sostenibles y permitir actividades económicas que generen prosperidad compartida para las generaciones actuales y futuras.		
3.1 Proporcione una descripción general de las políticas y prácticas que su banco ha implementado y/o planea implementar para promover relaciones responsables con sus clientes. Esto debe incluir información significativa de los programas y acciones implementados (y / o planificados), su escala y, cuando sea posible, los resultados de estos.	Con la inversión en tecnología y digitalización de procesos, promueve la accesibilidad y la buena experiencia del cliente con foco en la atención y el diálogo. Desde la generación de alianzas multisectoriales, participa activamente en la promoción de estas prácticas, concientiza a los grupos de interés y es referente en estos temas en el país.	II: 43-47, 67-71 IA: 1.1, 1.3, 1.4
3.2 Describa cómo su banco ha trabajado y/o planea trabajar con sus clientes para fomentar prácticas sostenibles y permitir actividades económicas sostenibles. Esto debe incluir información sobre las acciones planificadas / implementadas, los productos y servicios desarrollados y, cuando sea posible, los impactos logrados.	Banco Galicia realiza un análisis de riesgos ambientales y sociales a todos los proyectos que financia a partir de los \$23,6 MM. A partir de los US\$5 MM aplica los Performance Standards del CFI y desde los US\$20 MM los Principios de Ecuador, siendo el único banco local adherido voluntariamente a esta iniciativa internacional. Además, emitió un Bono Verde para el financiamiento de proyectos ambientalmente sustentables, buscando seguir incrementando el porcentaje de la cartera verde. Por su parte, trabaja en la promoción de productos financieros brindando créditos a emprendedores de triple impacto, apoyando a las instituciones de microfinanzas. Además, trabaja en la educación financiera con herramientas digitales y presenciales para toda la comunidad.	II: 4-5, 16-19, 44-45, 56-59, 69 76, 79 IA: 1.6, 8.1.1, 8.2
PRINCIPIO 4: PARTES INTERESADAS Consultaremos, participaremos y nos asociaremos de manera proactiva y responsable con las partes interesadas relevantes para lograr los objetivos de la sociedad.		
4.1 Describa con qué partes interesadas (o grupos / actores clave) ha consultado, comprometido, colaborado o se ha asociado su banco con el propósito de implementar estos Principios y mejorar los impactos de su banco. Esto debe incluir una descripción general significativa de cómo su banco ha identificado a las partes interesadas relevantes y qué problemas fueron abordados / resultados logrados.	El Banco tiene identificado sus principales grupos de interés con los cuales tiene un diálogo fluido y transparente para fortalecer el vínculo. Por su parte, el Banco es referente local en las temáticas de sustentabilidad y participa activamente en asociaciones y cámaras empresarias. Entre ellos, adhiere a los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas, coordina la Comisión de Finanzas Sostenible de ADEBA, reporta la huella de carbono en CDP, forma parte del Índice de Sustentabilidad de la Bolsa y Mercados Argentinos (BYMA), adhiere como único banco argentino a los Principios de Ecuador, es miembro de la Alianza por la Acción Climática, firmó los Principios de Banca Responsable, adhirió el Protocolo de Finanzas Sostenible de la Argentina, adhirió Principios de Empoderamiento (WEPs) de Naciones Unidas y somos el primer banco argentino en ser miembro del Financial Alliance for Women. Los temas materiales, que dan marco a los indicadores estratégico de negocio, son priorizados por los grupos de interés anualmente en el marco de la elaboración del Informe Integrado.	II: 4-5, 6-7, 68, 69, 79 IA: 1.1, 1.3, 1.4, 1.6, 2.1, 2.2, 8.1.1
PRINCIPIO 5: GOBIERNO Y CULTURA CORPORATIVA Implementaremos nuestro compromiso con estos Principios a través de un gobierno efectivo y una cultura de banca responsable.		
5.1 Describa las estructuras, políticas y procedimientos de gobernanza relevantes que su banco ha implementado / está planeando implementar para gestionar impactos significativos positivos y negativos (potenciales) y apoyar la implementación efectiva de los Principios.	La Visión Estratégica, el Propósito y los Objetivos de negocio tienen el aval de la Dirección Estratégica del Banco. Además, para la construcción de los indicadores estratégicos participan las principales áreas del Banco quienes definen los indicadores y las acciones a desarrollar sistemáticamente para trabajar en materia de sustentabilidad.	II: 12-15 IA: 3
5.2 Describa las iniciativas y medidas que su banco ha implementado o planea implementar para fomentar una cultura de banca responsable entre sus empleados. Esto debería incluir una visión general significativa de la creación de capacidad, inclusión en estructuras de remuneración y gestión del desempeño y comunicación de liderazgo, entre otros.	El Banco realiza capacitaciones en sustentabilidad para los colaboradores, y continuamente informa al público interno y externo - desde redes sociales y canales digitales - su compromiso con la sustentabilidad. El Banco cuenta con una página web especial para comunicar temas de sustentabilidad.	II: 12-15, 46-47, 63, 65 IA: 3, 4.7, 7.7
5.3 Estructura de gobierno para la implementación de los principios Muestre que su banco cuenta con una estructura de gobierno para la implementación del PRB, que incluye: a) establecimiento de objetivos y acciones para alcanzar los objetivos establecidos b) medidas correctivas en caso de que no se logren objetivos o hitos, o se detecten impactos negativos inesperados.	La estructura de gobierno para el cumplimiento de los PBR parte del Directorio y la Dirección Estratégica que toma las decisiones de negocios para la implementación de los principios. Ellos son quienes definen y monitorean los indicadores estratégicos definidos. Además, la Gerencias de sustentabilidad trabaja articuladamente para el desarrollo de programas y acciones en este sentido.	II: 12-15 IA: 3
Proporcione una conclusión / declaración de que su banco ha cumplido con los requisitos con respecto a la Estructura de gobierno para la implementación de los Principios.		
El Presidente del Banco desde su firma de adhesión a los PBR en septiembre de 2019, está plenamente comprometido con el cumplimiento de los principios, a los que sumó al Directorio y la Dirección Estratégica quienes son los responsables de la toma de decisiones para su cumplimiento. Por su parte, la Gerencia de Sustentabilidad del Banco coordina la implementación de los Principios de forma transversal.		

REQUISITOS DE INFORMES Y AUTOEVALUACIÓN	RESUMEN EJECUTIVO DE LA RESPUESTA DEL BANCO (SE REQUIERE AUDITORÍA LIMITADA PARA LAS RESPUESTAS A LOS ELEMENTOS RESALTADOS)	REFERENCIA (S) /ENLACE (S) A LA RESPUESTA COMPLETA DEL BANCO / INFORMACIÓN RELEVANTE
PRINCIPIO 6: TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD Revisaremos periódicamente nuestra implementación individual y colectiva de estos Principios y seremos transparentes y responsables de nuestros impactos positivos y negativos y de nuestra contribución a los objetivos de la sociedad.		
<p>1.1 Progreso en la implementación de los principios para la banca responsable</p> <p>Muestre que su banco ha progresado en la implementación de los seis Principios en los últimos 12 meses (hasta 18 meses en su primer informe después de convertirse en signatario), además del establecimiento e implementación de objetivos en un mínimo de dos áreas (ver 2.1-2.4).</p> <p>Muestre que su banco ha considerado las buenas prácticas internacionales / regionales existentes y emergentes relevantes para la implementación de los seis Principios para la Banca Responsable. En base a esto, ha definido prioridades e intereses para alinearse con las buenas prácticas.</p> <p>Muestre que su banco ha implementado / está trabajando en implementar cambios en las prácticas existentes para reflejar y estar en línea con las buenas prácticas internacionales / regionales existentes y emergentes, y ha avanzado en la implementación de estos Principios.</p>	<p>Durante estos meses desde la firma de adhesión a los PBR en septiembre de 2019, el Banco trabajó en la identificación de sus acciones y los indicadores estratégicos de gestión en relación a los PBR, con el fin de tener un primer mapeo de su cumplimiento y planificar oportunidades de mejora para seguir contribuyendo al desarrollo sostenible en el marco de los ODS y el Acuerdo de París.</p> <p>El trabajo relacionado con los PBR está publicado en este Informe Integrado 2019 del Grupo Financiero Galicia.</p>	<p>II: 4-5, 6-7 IA: 1.1, 1.3</p>
Proporcione una conclusión / declaración de que su banco ha cumplido con los requisitos con respecto al Progreso en la implementación de los principios para la banca responsable.		
En estos primeros meses, el Banco analizó los PBR a la luz de la Visión Estratégica del Grupo y los Objetivos de negocio, con el fin de mapear la gestión, programas e indicadores de cumplimiento en relación a los seis Principios, y así seguir contribuyendo con el desarrollo sostenible en el marco de los ODS y el Acuerdo de París.		

11. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE²⁰

102-12

A fines de 2015, en la Cumbre para el Desarrollo Sostenible, los 193 Estados Miembros de la Organización de Naciones Unidas aprobaron la nueva Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Esta consta de un conjunto de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia, y hacer frente al cambio climático.

Los ODS, también conocidos como Objetivos Mundiales, se basan en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), ocho objetivos contra la pobreza que el mundo se comprometió a alcanzar en 2015. Los ODM, adoptados en 2000, apuntan a una serie de áreas que, incluidos la reducción de la pobreza, el hambre, las enfermedades, la desigualdad de género y el acceso al agua y saneamiento. Se han hecho enormes progresos en los ODM, lo que muestra el valor de una agenda unificada apoyada por metas y objetivos.

Las compañías del Grupo se comprometen con los ODS materiales a su negocio, los cuales fueron revisados este año a partir del análisis de materialidad, incorporando el ODS5 “Igualdad de género y empoderamiento de la mujer” al conjunto de ODS mapeados:

- **Objetivo 1:** Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
- **Objetivo 3:** Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
- **Objetivo 4:** Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
- **Objetivo 7:** Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
- **Objetivo 8:** Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
- **Objetivo 9:** Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
- **Objetivo 10:** Reducir la desigualdad en y entre los países
- **Objetivo 11:** Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

- **Objetivo 12:** Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
- **Objetivo 13:** Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
- **Objetivo 16:** Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas
- **Objetivo 17:** Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

Además, a partir de diferentes documentos, realizados por Naciones Unidas y GRI como son “SDG Compass: Linking the SDGs and GRI”, “An Analysis of the Goals and targets”, “A practical guide to defining priorities and reporting” y “Addressing investors needs” - este último a partir de la elaboración del Reporte bajo el Marco del IIRC - presentamos la contribución del Grupo a la Agenda 2030 a través de nuestras acciones y la gestión del negocio responsable y con foco en la sustentabilidad.

En el Índice de Contenidos GRI se comunica el relacionamiento entre las metas de los Objetivos materiales y los indicadores GRI publicados en el Reporte Integrado y el Informe Ampliado.



20. Para más información ingresar en www.un.org/sustainabledevelopment/es

12. PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

102-12, 102-13, 103-2, 103-3, 407-1, 408-1, 409-1
ODS 8.7, ODS 8.8

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.

Banco Galicia es uno de los socios fundadores de la Red en la Argentina, participando activamente desde 2004.

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

Este año presenta nuestra COP 2019 Nivel Avanzado a través de la información publicada en el Reporte Integrado del Grupo Financiero Galicia y este Informe Ampliado.

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.

13. ISO 26000

102-12

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 constitu-

yen 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 Integrado 2019 del Grupo Financiero Galicia 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.

14. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

El Informe Integrado 2018 del Grupo Financiero Galicia fue elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción exhaustiva, siguiendo los lineamientos de los estándares de GRI, obteniendo la verificación de PWC Argentina. El índice de contenidos GRI se presenta en este documento y la información se complementa con el Informe Ampliado disponible online.

Para el servicio de content index, GRI ha confirmado que el índice de contenidos de GRI en el Informe es claro, y que las referencias para cada contenido incluido correspondan con las secciones indicadas del Informe.

Para el SDG Mapping Service, equipo de servicios GRI ha confirmado que los contenidos incluidos en el índice de contenidos han sido contrastados con los ODS.

A través de esta publicación y el Informe Ampliado, Banco Galicia presenta la comunicación sobre el progreso 2018 dando cumplimiento a los 10 principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

Referencias

II: Informe Integrado 2019 del Grupo Financiero Galicia
IA: Informe Ampliado de Grupo Financiero Galicia 2019
CGS: Código de Gobierno Societario

Indicadores que responden a los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas de Banco Galicia



Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta directa	Omisión	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
GRI 101: Fundamentos 2016				
CONTENIDOS GENERALES				
GRI 102: Contenidos Generales 2016	Perfil de la organización			
	102-1 Nombre de la organización	II: 8-9.		✓
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	II: 8-9, 50, 53-55. IA: 6.2.		✓
	102-3 Ubicación de la sede	Buenos Aires, Argentina.		✓
	102-4 Ubicación de las operaciones	II: 50. IA: 6.1.4. Grupo Financiero Galicia no realiza actividades significativas en el exterior.		✓
	102-5 Propiedad y forma jurídica	Grupo Financiero Galicia S.A.		✓
	102-6 Mercados servidos	II: 8-9, 50, 53-55.		✓
	102-7 Tamaño de la organización	II: 26, 50, 56-59, 62. IA: 6.2.		✓
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	II: 62. IA: 7.1. La división por tipo de contrato se reemplazó por cargo por ser más significativo.		8.5 ✓
	102-9 Cadena de suministro	II: 72.		✓
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	II: 8-9, 10, 51. IA: 6.1.3.		✓
	102-11 Principio o enfoque de precaución	II: 16-19, 76, 79. IA: 4.1, 4.1.1.		✓
	102-12 Iniciativas externas	II: 4-6, 79. IA: 1.6, 8.1.1, 8.3.1-8.3.5, 10-14.		✓
	102-13 Afiliación a asociaciones	II: 4-6, 79. IA: 1.6, 8.1.1, 10, 12.		✓
	Estrategia			
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	II: 2-3.		✓
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	II: 2-3, 4-7, 16-19. IA: 2.1, 2.2, 4.1		✓
	Ética e integridad			
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	II: 4-7, 16-19, 76. IA: 1.5, 1.6, 3.3, 4.1-4.3, 6.5, 8.4.2		✓
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	IA: 4.2, 4.3.		✓
	Gobernanza			
	102-18 Estructura de gobernanza	II: 12-15. IA: 3.1.		✓
	102-19 Delegación de autoridad	II: 13-15. IA: 3.1.		✓
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	II: 13-14. CGS: 2.		✓
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	II: 4. IA: 1.4. CGS: 25, 26. Las consultas son realizadas en el marco de la elaboración de este Informe y compartidas con el gobierno corporativo.		✓
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	II: 13-15. IA: 3.1.		5.5 ✓
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	II: 13, 15.		✓
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	CGS: 12, 13, 14.		5.5 ✓
	102-25 Conflictos de intereses	IA: 4.2, 4.3. CGS: 24		✓
	102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	II: 13-15. CGS: 1, 2, 3.		✓
	102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	IA: 3.2. CGS: 7, 8.		✓
	102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	IA: 3.2. CGS: 7. En la evaluación no se involucra a actores externos.		✓
	102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	II: 2-3, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1, 2.2, 10. El Comité Ejecutivo define los objetivos estratégicos y las metas de sustentabilidad, y se nutre de encuestas y estudios sobre los grupos de interés.		✓
	102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	II: 13-14, 17-19. IA: 4.1.		✓
	102-31 Revisión de temas económicos, ambientales y sociales	II: 2-3, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1, 2.2, 10. Los objetivos estratégicos y temas materiales se revisan anualmente.		✓
	102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sustentabilidad	El Gerente General y el Comité Ejecutivo revisan, aprueban y son responsables del Informe de Sustentabilidad.		✓
	102-33 Comunicación de preocupaciones críticas	IA: 1.4. El gobierno corporativo conoce las opiniones, reclamos y expectativas de los grupos de interés por los Gerentes de Área.		✓
	102-34 Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	II: 44. IA: 1.1, 4.2, 5.2, 10. Son "preocupaciones importantes" las manifestaciones de los grupos de interés que puedan impactar en el negocio o en algún público clave.		✓
	102-35 Políticas de remuneración	CGS: 15, 16, 17, 22.		✓

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta directa	Omisión	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
CONTENIDOS GENERALES				
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-36 Proceso para determinar la remuneración	CGS: 15, 16, 17, 22.		✓
	102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	CGS: 25, 26. Además de estudios de mercado realizados por consultores externos, no se realizan otro tipo de consulta a grupos de interés.		✓
	102-38 Ratio de compensación total anual		Problemas de confidencialidad. La totalidad de este estándar no se reporta. Dado el contexto local en el que se desarrollan las actividades del Grupo Financiero Galicia, esta información resulta confidencial para salvaguardar la seguridad personal de nuestros colaboradores y los altos mandos de la entidad.	✓
	102-39 Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual		Respuesta igual a la incluida en el contenido 102-38.	✓
Participación de los grupos de interés				
	102-40 Lista de grupos de interés	II: 4. IA: 1.4.		✓
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	99,36% de los empleados de Banco Galicia se encuentran cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva, 93,40% de Naranja y 97,44% de Galicia Seguros.	8.8	✓
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	IA: 1.4.		✓
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	II: 4-5, 44, 51-52, 63, 73. IA: 1.1, 1.3, 1.4, 5.2, 7.2, 7.6, 8.1.		✓
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	II: 4-5, 44, 51-52, 63. IA: 1.1, 1.3, 4.2, 5.2, 7.2, 7.6, 8.1.		✓
Prácticas para la elaboración de informes				
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Banco Galicia, Naranja y Galicia Seguros.		✓
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	II: 4-5. IA: 1.1.		✓
	102-47 Lista de los temas materiales	IA: 1.1.		✓
	102-48 Reexpresión de la información	II: 8-9, 10, 51. IA: 6.1.3.		✓
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	II: 4-5. IA: 1.1.		✓
	102-50 Periodo objeto del informe	Año 2019.		✓
	102-51 Fecha del último informe	Enero a diciembre de 2018.		✓
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual.		✓
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	II: 86.		✓
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Exhaustiva de los Estándares GRI.		✓
	102-55 Índice de contenidos GRI	II: 80-84. IA: 14.		✓
	102-56 Verificación externa	II: 85. IA: 15.		✓
TEMAS MATERIALES				
Desempeño económico				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 4-5, 6-7, 25, 26. IA: 1.1, 2.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 4-5, 6-7, 8-9, 26. IA: 1.1, 2.1.		✓
GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	II: 26, 39, 68. IA: 9.5.	8.2, 9.4	✓
	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	II: 79. IA: 9.5. No se registraron en las compañías del Grupo consecuencias financieras debido al cambio climático.	13.1	✓
	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Además del plan de prestaciones establecido según la ley laboral, no existe en las compañías del Grupo un fondo independiente para tal propósito para sus colaboradores.		✓
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	No se recibió ayuda del estado argentino.		✓
Presencia en el mercado				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 4-5, 6-7, 8-9, 25, 26. IA: 1.1, 2.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 8-9, 26. IA: 1.1.		✓
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	El salario inicial estándar de los colaboradores del Grupo Financiero Galicia supera en 224,77% el Salario Mínimo Vital y Móvil de la Argentina (SWMV), el de Naranja en 118% y el de Galicia Seguros en 276,68%.	5.1, 8.5	✓
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	IA: 3.1. Las compañías del Grupo dan preferencia a la contratación local, siempre que se cumpla con los requisitos del puesto.	8.5	✓
Impactos económicos indirectos				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 4-5, 6-7, 25, 43, 49, 67-68, 73. IA: 1.1, 8.2, 8.4.1, 8.4.4.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 4-5, 6-7, 25, 43, 49, 67-68, 73. IA: 1.1, 8.2, 8.4.1, 8.4.4.		✓
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	II: 45, 52, 68. IA: 6.1.5, 8.2, 8.3.3.	9.4	✓
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	II: 44-45, 68, 73. IA: 8.2, 8.4.4.	3.8, 8.2, 8.3, 8.5	✓
Prácticas de adquisición				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 72-73. IA: 1.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 72-73. IA: 1.1.		✓
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	II: 72.	8.3	✓
Anticorrupción				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 4-5, 6-7, 17-19. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 4.4.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 4-5, 6-7, 17-19. IA: 1.1.		✓
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	II: 17-19. IA: 4.2, 4.3, 4.4. Todas las unidades de negocio de las compañías del Grupo son analizadas en materia de corrupción.	16.5	✓
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	II: 17-19. IA: 4.2, 4.3, 4.4.	16.5	✓
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No se registraron casos.	16.5	✓

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta directa	Omisión	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
TEMAS MATERIALES				
Materiales				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7, 75, 76, 78. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 75, 76, 78. IA: 1.1, 9.3.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 75, 76, 78. IA: 1.1, 9.3.		✓
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	II: 78.		8.4, 12.2. ✓
	301-2 Insumos reciclados	II: 78. Banco Galicia utiliza sobres reutilizables que contienen un porcentaje de papel reciclado.		8.4, 12.2, 12.5. ✓
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado		No procede. Debido a que las actividades del Grupo se relacionan con servicios financieros, sus empresas no comercializan productos que permitan calcular el indicador.	8.4, 12.2, 12.5. ✓
Energía				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7, 75-77. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 75-77. IA: 1.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 75-77. IA: 1.1.		✓
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	II: 76-77.		7.2, 7.3, 8.4, 12.2, 13.1 ✓
	302-2 Consumo energético fuera de la organización		Información no disponible. Grupo Financiero Galicia no realizó este tipo de análisis, por lo tanto no se dispone de información. Se evaluará su sistematización en el mediano plazo.	7.2, 7.3, 8.4, 12.2, 13.1 ✓
	302-3 Intensidad energética	II: 76-77.	Información parcialmente disponible. La información publicada alcanza a Banco Galicia y Naranja, y no incluye a Galicia Seguros. Actualmente solo Banco Galicia y Naranja reportan este indicador. Se evaluará su sistematización en el mediano plazo.	7.3, 8.4, 12.2, 13.1 ✓
	302-4 Reducción del consumo energético	II: 76-77.		7.3, 8.4, 12.2, 13.1 ✓
	302-5 Reducciones de los requerimientos energéticos de productos y servicios	II: 76-77.		7.3, 8.4, 12.2, 13.1 ✓
Emisiones				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 75-77. IA: 1.1, 9.2.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 75-77. IA: 1.1, 9.2.		✓
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	II: 77. IA: 9.2.	Información parcialmente disponible. La información publicada alcanza a Banco Galicia y Naranja, y no incluye a Galicia Seguros. Actualmente solo Banco Galicia y Naranja reportan este indicador. Se evaluará su sistematización en el mediano plazo.	12.4, 13.1 ✓
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	II: 77. IA: 9.2.	Información parcialmente disponible. La información publicada alcanza a Banco Galicia y Naranja, y no incluye a Galicia Seguros. Actualmente solo Banco Galicia y Naranja reportan este indicador. Se evaluará su sistematización en el mediano plazo.	12.4, 13.1 ✓
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	II: 77. IA: 9.2.	Información parcialmente disponible. La información publicada alcanza a Banco Galicia y Naranja, y no incluye a Galicia Seguros. Actualmente solo Banco Galicia y Naranja reportan este indicador. Se evaluará su sistematización en el mediano plazo.	12.4, 13.1 ✓
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	II: 77. IA: 9.2.	Información parcialmente disponible. La información publicada alcanza a Banco Galicia y Naranja, y no incluye a Galicia Seguros. Actualmente solo Banco Galicia y Naranja reportan este indicador. Se evaluará su sistematización en el mediano plazo.	13.1 ✓
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	II: 77. IA: 9.2.		13.1 ✓
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)		Información no disponible. Grupo Financiero Galicia no realizó este tipo de análisis, por lo tanto no se dispone de información. Se evaluará su sistematización en el mediano plazo.	12.4 ✓
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire		No procede. Este indicador no aplica a Grupo Financiero Galicia siendo que es una entidad financiera y no emite NO, SO y otras emisiones en forma significativa.	12.4 ✓
Efluentes y residuos				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 75-76, 78. IA: 1.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 75-76, 78. IA: 1.1.		✓
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino		No procede. No se reporta esta información siendo que los principales edificios y sucursales del Grupo se encuentran en zonas urbanas y los efluentes generados son tratados por el servicio sanitario público.	✓
	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación	II: 76, 78. IA: 9.3.		✓
	306-3 Derrames significativos		No procede. No se reporta esta información por la actividad del Grupo, siendo que al ser de servicios financieros, sus operaciones no generan derrames.	✓

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta directa	Omisión	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
TEMAS MATERIALES				
	306-4 Transporte de residuos peligrosos	II: 78. Mediante una correcta gestión de nuestros residuos propiciamos a que se transformen nuevamente en recursos. Aquellos que no pueden ser reciclados o reutilizados son transportados y dispuestos de manera responsable		✓
	306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías		No procede. No se reporta esta información siendo que las oficinas y sucursales del Grupo se encuentran en zonas urbanas escorrentía procedentes de la organización y nuestras operaciones no impactan significativamente en espacios naturales protegidos o áreas de alta biodiversidad no protegidas.	✓
Evaluación ambiental de proveedores				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 72-73. IA: 1.1, 8.4.2, 8.4.4.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 72-73. IA: 1.1, 8.4.2, 8.4.4.		✓
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	II: 72-73. IA: 8.4.4.		✓
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	II: 72-73. IA: 8.4.4. No se detectaron impactos ambientales negativos en la cadena de suministro.		✓
Empleo				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 61-63. IA: 1.1, 7.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 61-63. IA: 1.1, 7.1.		✓
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	II: 62. IA: 7.1.	8.5, 8.6	✓
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	II: 62-63. IA: 7.9.	3.2, 8.5	✓
	401-3 Permiso parental	IA: 7.9.2.	5.1, 8.5	✓
Formación y enseñanza				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 44-47, 61-63, 65. IA: 1.1, 7.4, 7.7, 7.8.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 44-47, 61-63, 65. IA: 1.1, 7.4, 7.7, 7.8.		✓
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	II: 63. IA: 7.7.	4.3, 4.4, 4.5, 5.1, 8.2, 8.5	✓
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	II: 44-47, 62-63, 65. IA: 7.4, 7.7, 7.8.	8.2, 8.5	✓
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	IA: 7.7.	5.1, 8.5	✓
Diversidad e igualdad de oportunidades				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 61-64. IA: 1.1, 7.3. El respeto por las personas y la lucha contra la discriminación son parte esencial de nuestra gestión en recursos Humanos.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 61-64. IA: 1.1, 7.3.		✓
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	II: 13, 15, 62, 64. IA: 3.1, 7.1, 7.3.	5.1, 5.5, 8.5	✓
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Las compañías del Grupo no hacen diferencia entre el salario de hombres y mujeres bajo iguales condiciones laborales.	5.1, 8.5	✓
Libertad de asociación y negociación colectiva				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 4-5, 6-7, 61, 72-73. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 8.4.2, 12.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 4-5, 6-7, 61, 72-73. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 8.4.2, 12.		✓
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	II: 72-73. IA: 4.2, 4.3, 8.4.2, 12. No se identificaron riesgos.	8.8	✓
Trabajo infantil				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 4-5, 6-7, 61, 72-73. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 8.4.2, 12.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 4-5, 6-7, 61, 72-73. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 8.4.2, 12.		✓
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	II: 72-73. IA: 4.2, 4.3, 8.4.2, 12. No se identificaron riesgos.	8.7	✓
Trabajo forzoso u obligatorio				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 4-5, 6-7, 61, 72-73. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 8.4.2, 12.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 4-5, 6-7, 61, 72-73. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 8.4.2, 12.		✓
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	II: 72-73. IA: 4.2, 4.3, 8.4.2, 12. No se identificaron riesgos.	8.7	✓
Comunidades locales				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 67-68. IA: 1.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 67-68. IA: 1.1.		✓
GRI 413: Comunidades Locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	II: 68-71. IA: 6.3.1, 8.1, 8.3.1-8.3.5.		✓
	413-2 Operaciones con impactos negativos significativos reales y potenciales en las comunidades locales	II: 68. IA: 8.1. No se detectaron impactos negativos.	1.4	✓
Evaluación Social de Proveedores				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 67, 72-73. IA: 1.1, 8.4.2, 8.4.4.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 67, 72-73. IA: 1.1, 8.4.2, 8.4.4.		✓
GRI 414: Evaluación Social de Proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	II: 72-73. IA: 8.4.4.	8.8	✓
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	II: 72-73. IA: 8.4.4. No se detectaron impactos sociales negativos en la cadena de suministro.	8.8	✓

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta directa	Omisión	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
TEMAS MATERIALES				
Salud y seguridad de los clientes				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 17-19, 49, 51. IA: 1.1, 6.5.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 17-19, 49, 51. IA: 1.1, 6.5.		✓
GRI 416: Salud y Seguridad de los Clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	II: 51. IA: 6.5.		✓
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	IA: 4.6. No se registraron incidentes.		✓
Privacidad del Cliente				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 17-19, 49, 51. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 4.6, 6.5.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 17-19, 49, 51. IA: 1.1, 4.2, 4.3, 4.6, 6.5.		✓
GRI 418: Privacidad del Cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	IA: 4.6, 6.5.		✓
Cartera de productos con beneficios sociales y ambientales				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 8-9, 49-50, 67, 69, 79. IA: 1.1, 4.1.1, 6.2.1, 6.3.1, 8.2.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 8-9, 49-50, 67, 69, 79. IA: 1.1, 4.1.1, 6.2.1, 6.3.1, 8.2.		✓
	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión y el sector de actividad.	II: 8-9, 50, 79.		✓
	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	II: 50, 56-57, 69-71. IA: 6.3.1, 8.2, 8.4.4.		✓
	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio medioambiental específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	II: 79. IA: 8.4.4.		✓
Accesibilidad				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 49, 52. IA: 1.1, 6.1.5.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 49, 52. IA: 1.1, 6.1.5.		✓
	Puntos de acceso en áreas poco pobladas o económicamente desfavorecidas por tipo	II: 52. IA: 6.1.4, 6.1.5.		✓
	Iniciativas para mejorar el acceso de personas desfavorecidas a los servicios financieros	II: 52. IA: 6.1.4, 6.1.5, 8.2, 8.3.1.		✓
Clima laboral				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 4-5, 6-7, 61, 63. IA: 1.1, 7.2.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 4-5, 6-7, 61, 63. IA: 1.1, 7.2.		✓
	Cantidad de colaboradores que responden la encuesta de clima laboral	II: 63. IA: 7.2.		✓
Articulación público-privada				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 67-68. IA: 1.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 67-68. IA: 1.1.		✓
	Cantidad de alianzas con organizaciones de la sociedad civil	II: 4-5. IA: 1.6, 8.1.1.		✓
Participación de grupos de interés en acciones sociales				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 67-68, 71. IA: 1.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 67-68, 71. IA: 1.1.		✓
	Acciones de impacto social junto a clientes	IA: 6.3.1.		✓
	Acciones de voluntariado	II: 73. IA: 8.3.5.		✓
Transformación digital				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 43-45, 49, 51. IA: 1.1, 5.1.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 43-45, 49, 51. IA: 1.1, 5.1.		✓
	Crecimiento de los clientes que usan canales digitales	II: 51.		✓
Experiencia del cliente				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	II: 4-5, 6-7. IA: 1.1, 1.3, 2.1.		✓
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	II: 2-3, 6-7, 43, 44. IA: 1.1, 5.2.		✓
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	II: 2-3, 6-7, 43, 44. IA: 1.1, 5.2.		✓
	Resultados del NPS	II: 44. IA: 5.2.		✓

Informe de seguridad limitada independiente sobre la Memoria Anual Informe Integrado 2019 de Grupo Financiero Galicia S.A.

A los señores Presidente y Directores de
Grupo Financiero Galicia S.A.
Tte. Gral. Juan D. Perón 430
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina

Introducción

Hemos sido contratados por los directores de Grupo Financiero Galicia S.A. (en adelante, "la Sociedad") para realizar un encargo de seguridad limitada sobre cierta información contenida en la Memoria Anual Informe Integrado desempeño económico, social y ambiental 2019 de Grupo Financiero Galicia (en adelante, "la Memoria") por el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2019. La preparación de la Memoria es responsabilidad del Directorio de la Sociedad. Nuestro trabajo, fue realizado por un equipo multidisciplinario integrado por contadores públicos, licenciados en administración de empresas y licenciados en gestión ambiental.

Información sujeta a análisis

Nuestro trabajo de seguridad limitada consistió en la revisión de la siguiente información contenida en la Memoria:

- Contenidos GRI cuantitativos y cualitativos detallados en el "Índice de Contenidos GRI", identificados con el símbolo √.
- La manifestación realizada por el Directorio de la Sociedad respecto a que el Informe se ha elaborado de conformidad con la opción Exhaustiva de los Estándares GRI y con el Marco Internacional <IR> Reporte Integrado, según el Consejo Internacional de Reporte Integrado ("IIRC").

El alcance de nuestra revisión incluye solamente la información contenida en la sección de la Memoria a la cual se hace referencia en forma precedente, correspondiente al período iniciado el 1° de enero y finalizado el 31 de diciembre de 2019; por lo tanto, no hemos realizado ningún procedimiento con respecto a períodos anteriores o cualesquier otro de los elementos incluidos en la Memoria 2019.

Criterios con los cuales fue preparada la Memoria 2019 (en adelante, "los Criterios")

Los contenidos GRI cuantitativos y cualitativos detallados en el "Índice de Contenidos GRI", identificados con el símbolo √, y la manifestación realizada por el Directorio de la Sociedad respecto a que el informe se ha elaborado de conformidad con la opción exhaustiva de los lineamientos de los Estándares GRI. Así también el lineamiento con el Marco Internacional <IR> Reporte Integrado, según el IIRC.

Limitaciones inherentes

La información no financiera está sujeta a limitaciones propias distintas que la información financiera, dada su naturaleza y los métodos utilizados para determinar, calcular, hacer muestreos o estimar valores. Las interpretaciones cualitativas de relevancia, materialidad y exactitud de los datos, están sujetas a suposiciones y criterios individuales.

Responsabilidad del Directorio por la información incluida en la Memoria 2019

El Directorio de la Sociedad es responsable de la preparación de la información incluida en la Memoria, preparada de acuerdo con los Criterios identificados en forma precedente. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantenimiento del control interno necesario para que dicha información se encuentre libre de errores significativos, ya sea por fraude o error.

Independencia y Control de Calidad

Hemos cumplido con las normas de independencia y otros requisitos éticos incluidos en el Código de Ética para Contadores Públicos emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Contadores, que se fundamenta en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y conducta profesional.

Nuestra firma aplica las Normas Internacionales de Control de Calidad 1 y, por lo tanto, mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados sobre el cumplimiento de los requisitos éticos, normas profesionales y los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una conclusión de seguridad limitada sobre la información incluida en la Memoria 2019 que se detalla en el apartado "Información sujeta a análisis" en función de los procedimientos de revisión que hemos realizado y de la evidencia que hemos obtenido. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma Internacional sobre Compromisos de Seguridad (NICS) 3000 emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB por su siglas en inglés), adoptada en Argentina mediante la Resolución Técnica N° 35 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (FACPCE), la cual exige que cumplamos con requerimientos de ética, así como que planifiquemos y ejecutemos nuestra tarea con el fin de obtener una seguridad limitada sobre si la información identificada en el apartado "Información sujeta a análisis", se encuentra libre de incorrecciones significativas.

Un trabajo de seguridad limitada implica la evaluación, en base a pruebas selectivas, del uso de los Criterios por parte de la Dirección de la Sociedad para la preparación de la información sujeta a análisis identificada en forma precedente, principalmente evaluando los riesgos de incorrecciones significativas en la preparación de dicha información debido a fraude o error y la presentación general de la información sujeta a análisis. Un trabajo de seguridad limitada es sustancialmente menor en alcance que un trabajo de seguridad razonable, tanto en relación con los procedimientos de evaluación de riesgos, el entendimiento del control interno, como los procedimientos que se realizan en respuesta a los riesgos identificados.

Los procedimientos realizados fueron basados en nuestro juicio profesional; incluyen indagaciones, la observación de los procesos realizados, la inspección de documentos, procedimientos analíticos, la evaluación de la idoneidad de los métodos de cuantificación y evaluación de las políticas utilizadas.

Nuestro trabajo consistió, entre otros procedimientos, en:

- Evaluar el diseño de los procesos claves y controles para monitorear, registrar y reportar la información seleccionada. Nuestro trabajo no incluye el testeado de la efectividad de los controles operativos para el período bajo análisis;
- Realizar pruebas, sobre bases selectivas, para verificar la información presentada;
- Realizar entrevistas con la gerencia y altos directivos para evaluar la aplicación de los Estándares GRI;
- Inspeccionar, sobre bases selectivas, la documentación para corroborar las manifestaciones de la gerencia y altos directivos en nuestras entrevistas;
- Revisar el Índice de Contenidos GRI para considerar la afirmación de la gerencia en relación con la aplicación de los Estándares GRI;
- Revisar el lineamiento con el Marco Internacional <IR> Reporte Integrado, según IIRC.

Conclusión

Sobre la base del trabajo descrito en el presente informe, nada llamó nuestra atención que nos hiciera pensar que la información sujeta a análisis, incluida en el acápite "Información sujeta a análisis", no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de conformidad con los Criterios identificados.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 20 de Febrero de 2020.

PRICE WATERHOUSE & CO. S.R.L.



(Socio)

C.P.C.E.C.A.B.A. T° 1 F° 17
Dr. Sebastián Morazzo
Contador Público (UM)
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 347 F° 159