

**365**DIAS TRABAJANDO  
PARA UN DESARROLLO  
SOSTENIBLE**9.907**MILLONES DE PESOS  
EN PRÉSTAMOS  
PARA CLIENTES**328.669**HORAS DE CAPACITACIÓN  
A EMPLEADOS**2.661**SUBSIDIOS PARA  
EMPLEADOS EN CASOS  
DE EMERGENCIA**400%**MAS DE PERSONAS  
BENEFICIADAS POR  
PROGRAMAS SOCIALES**2.153**

PROVEEDORES ACTIVOS

**596**HORAS DE FORMACIÓN  
EN RIESGOS AMBIENTALES



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) ES UN CONCEPTO TRANSVERSAL QUE IMPLICA UNA FORMA SOSTENIBLE DE HACER NEGOCIOS, CONSIDERANDO AL COMPORTAMIENTO ÉTICO COMO EJE DE NUESTRA PRÁCTICA EMPRESARIA.

TODA EMPRESA INFUYE TANTO SOBRE EL CONTEXTO COMO SOBRE SÍ MISMA, POR LO QUE ES NUESTRA RESPONSABILIDAD CONOCER Y TRABAJAR SOBRE EL IMPACTO QUE GENERAMOS.

EN BANCO GALICIA ENTENDEMOS QUE EL FIN ÚLTIMO DE LA RSC ES PROMOVER DESDE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL ACCIONES Y CONDICIONES QUE FOMENTEN EL BIEN COMÚN.

MENSAJE  
DEL PRESIDENTE

04



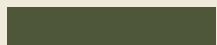
UN COMPROMISO  
QUE CRECE

06



BANCO GALICIA  
EN NÚMEROS

08



GOBIERNO  
CORPORATIVO

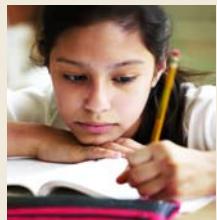
PREVENCIÓN  
DE DELITOS  
FINANCIEROS

10



36  
FUNDACIÓN  
BANCO GALICIA

36



COMUNIDAD:  
COMPROMISO  
CON LA  
EQUIDAD SOCIAL

VALOR A TU  
FUTURO

VALOR A TU  
DESARROLLO

VALOR A TU  
SALUD

PRIAR

50

PROVEEDORES:  
COMPROMISO  
CON LA  
TRANSPARENCIA



BANCO GALICIA  
COMO ACTOR  
SOCIAL

12



CLIENTES:  
COMPROMISO  
CON LA  
ÉTICA COMERCIAL

PERSONAS

EMPRESAS

ATENCIÓN A  
CLIENTES

16



EMPLEADOS:  
COMPROMISO CON  
EL CRECIMIENTO

SELECCIÓN,  
REMUNERACIÓN Y  
ASPECTOS GREMIALES

PROGRAMAS DE  
FORMACIÓN

BENEFICIOS

26



54

AMBIENTE:  
COMPROMISO  
CON EL  
ANÁLISIS DE  
IMPACTO

MINIMIZANDO  
EL IMPACTO  
INDIRECTO

MINIMIZANDO EL  
IMPACTO DIRECTO



INDICADORES  
PRIMARIOS  
DE DESEMPEÑO  
SOCIAL

59



INDICADORES  
GRI  
PACTO GLOBAL

60

INFORME DE  
VERIFICACIÓN



62



CON GRAN ENTUSIASMO TENGO EL AGRADO DE PRESENTAR EL TERCER INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA 2007, CORRESPONDIENTE A NUESTRO EJERCICIO NÚMERO 103. EN ESTAS PÁGINAS, OFRECEMOS INFORMACIÓN ACERCA DE NUESTRO DESEMPEÑO DURANTE ESTE AÑO DE MUCHOS LOGROS, QUE NOS PERMITIERON CONSOLIDAR LOS AVANCES INICIADOS EN PERÍODOS ANTERIORES NO SÓLO EN MATERIA DE NEGOCIOS, SINO TAMBIÉN COMO ACTORES SOCIALES.

DURANTE 2007, EL BANCO EXPANDIÓ LOS SERVICIOS Y LA FINANCIACIÓN A UNA AMPLIA Y CRECIENTE BASE DE CLIENTES, TANTO PERSONAS COMO EMPRESAS DE LOS DISTINTOS SECTORES PRODUCTIVOS, CON ÉNFASIS EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y, DE ESTE MODO, CONTINUÓ CONTRIBUYENDO AL CRECIMIENTO DEL PAÍS, LO QUE NOS LLENA DE SATISFACCIÓN. TODO ELLA, EN EL MARCO DE UN CONSISTENTE ESFUERZO DE TODA LA ORGANIZACIÓN POR PROFUNDIZAR LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES, LA CALIDAD DE SERVICIO Y LA CAPACIDAD DE RESPUESTA AL MERCADO.

AL FINALIZAR EL EJERCICIO, BRINDÁBAMOS SERVICIO A MÁS DE 1,6 MILLONES DE PERSONAS Y APROXIMADAMENTE 43.500 EMPRESAS A LAS QUE LLEGAMOS A TRAVÉS DE UNA AMPLIA Y DIVERSIFICADA RED DE DISTRIBUCIÓN, CON PRESENCIA EN TODO EL PAÍS. A ESA FECHA, EL APOYO CREDITICIO DEL BANCO A LA FINANCIACIÓN DEL CONSUMO Y LA INVERSIÓN SUPERABA LOS \$8.400 MILLONES DE PESOS.

EN TANTO ACTORES SOCIALES, LLEVAMOS ADELANTE UN EJERCICIO SISTEMÁTICO –DESDE HACE MÁS DE UN SIGLO– DE TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN A LOS MERCADOS, ADHERIMOS AL CÓDIGO DE PRÁCTICAS BANCARIAS Y PARTICIPAMOS EN FOROS Y ORGANIZACIONES EMPRESARIAS. CONTINÚA, ADEMÁS, NUESTRA ADHESIÓN AL PACTO GLOBAL, INICIATIVA DE NACIONES UNIDAS A LA CUAL EL BANCO SE SUMÓ DESDE SU INICIO. ASIMISMO, NUESTRO TRABAJO DIARIO SE GUÍA POR UN CÓDIGO DE ÉTICA Y, EN 2007, INCORPORAMOS EL CÓDIGO DE CONDUCTA PARA PROVEEDORES, COMO MARCO PARA LA RELACIÓN CON ÉSTOS Y LA ACTIVIDAD DE ABASTECIMIENTO Y COMPRAS.

RESPECTO DE NUESTRO COMPROMISO CON LA GESTIÓN Y LA EVALUACIÓN DE LOS RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES RELACIONADOS CON EL FINANCIAMIENTO, BANCO GALICIA SE CONVIRTIÓ EN LA PRIMERA ENTIDAD FINANCIERA DE LA ARGENTINA EN ADOPTAR LOS PRINCIPIOS DE ECUADOR.

NUESTRO COMPROMISO CON LA EQUIDAD Y LA CONSTRUCCIÓN DE VALOR SOCIAL NOS LLEVÓ A SEGUIR AVANZANDO Y ASUMIENDO NUEVOS DESAFÍOS CON LA COMUNIDAD. ASÍ, DESARROLLAMOS PROGRAMAS DE LARGO PLAZO EN LAS ÁREAS DE EDUCACIÓN, PROMOCIÓN LABORAL, SALUD Y CULTURA.

A SU VEZ, CONTINUÓ CRECIENDO EL PRIAR, PROGRAMA DE VOLUNTARIADO GESTIONADO POR LOS EMPLEADOS Y PRESENTE EN TODO EL PAÍS. A SEIS AÑOS DE SU FORMACIÓN, SIGUE SIENDO RECONOCIDO COMO UNA INICIATIVA QUE SE DESTACA TANTO POR SU CONTUNDENCIA E IMPACTO COMO POR SU CAPACIDAD PARA MOVILIZAR A EMPLEADOS, EX EMPLEADOS Y CLIENTES, QUE ACTÚAN COMO CATALIZADORES DE APOYOS.

COMO EMPLEADORES DE MÁS DE CINCO MIL PERSONAS, NOS FIJAMOS COMO PRIORIDAD QUE TODOS LOS COLABORADORES ENCUENTREN EN EL BANCO UN ESPACIO QUE FAVOREZCA LA PROMOCIÓN HUMANA Y SOCIO-ECONÓMICA EN UN MARCO DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES. SABEMOS, TAMBIÉN, QUE NUESTRA RESPONSABILIDAD CON NUESTRO PERSONAL SUPERA LO LABORAL E INTEGRA A SUS RESPECTIVAS FAMILIAS.

POR OTRA PARTE, EN EL MARCO DE UNA ECONOMÍA EN CRECIMIENTO, NUESTRO OBJETIVO ES CONTINUAR CONTRIBUYENDO AL PROCESO DE EXPANSIÓN DE LA INTERMEDIACIÓN FINANCIERA, DESDE UNA POSICIÓN DE LIDERAZGO, TAL COMO LO HEMOS HECHO EN NUESTRA LARGA HISTORIA DE COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES Y NUESTRO PAÍS. LA MEJORA EN LA SITUACIÓN COMPETITIVA DEL BANCO EN 2007, ASÍ COMO SUS FORTALEZAS EN MATERIA DE PERSONAL, SISTEMAS, ORGANIZACIÓN Y CULTURA ORGANIZACIONAL, NOS COLOCAN EN UNA POSICIÓN FAVORABLE PARA LOGRARLO.

EN NOMBRE DEL DIRECTORIO, QUE TENGO EL HONOR DE PRESIDIR, QUISIERA CORRESPONDER A TODAS LAS PERSONAS Y ORGANIZACIONES QUE NOS ACOMPAÑAN EN ESTE CAMINO DE ESFUERZO Y APRENDIZAJE CONSTANTE, PERMITIÉNDONOS SOSTENER RELACIONES DE MUTUO BENEFICIO Y CRECIMIENTO. TAMBIÉN, AGRADEZCO MUY ESPECIALMENTE A TODO EL PERSONAL DEL BANCO, SIN CUYA DEDICACIÓN NUESTROS LOGROS NO HUBIERAN SIDO POSIBLES, A NUESTROS CLIENTES Y PROVEEDORES POR SU APOYO PERMANENTE, Y A LOS SEÑORES ACCIONISTAS POR SU COMPROMISO Y RESPALDO.



Antonio R. Garcés  
Presidente  
Banco de Galicia y Buenos Aires S.A.



**CONSTANZA GORLERİ**  
Gerente de Responsabilidad Social Corporativa

## UN COMPROMISO QUE CRECE

En el año 2005 nos sumergimos en un proceso de elaboración del Informe que, desde sus primeros pasos, involucró un gran compromiso de todas las áreas y consolidó el tratamiento transversal de la RSC en la entidad. Al año siguiente, con la creación de la Gerencia de RSC, comenzamos a analizar y sistematizar los indicadores de desempeño económico, social y ambiental para así facilitar la búsqueda de oportunidades de mejora.

Este año publicamos el Informe de RSC 2007 cumpliendo con un nuevo desafío: la transición a los lineamientos internacionales que propone la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global<sup>1</sup> (Global Reporting Initiative - GRI) lanzada en octubre de 2006 y que incluye un “Análisis de Materialidad”<sup>2</sup> para la definición de contenidos. Esta Guía -que ha sido respaldada y adoptada por las principales organizaciones a nivel mundial- promueve una mayor sistematización, transparencia y precisión en la comunicación sobre el desempeño de la entidad. Mediante este instrumento, buscamos rendir cuentas de una gestión empresarial que integra la sostenibilidad en todos los aspectos del negocio.

Nuestro objetivo es seguir profesionalizando el trabajo respecto a la RSC hacia adentro y fuera de la organización de manera tal de favorecer el desarrollo del país y no comprometer el bienestar de las generaciones futuras.

NUESTRO TERCER INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) REFLEJA EL CAMINO RECORRIDO DESDE EL AÑO 2005 PARA COMUNICAR A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS DEL BANCO LA EVOLUCIÓN EN NUESTRA GESTIÓN DE RSC.

## ESCUCHAR PARA MEJORAR

Por segundo año consecutivo, realizamos una encuesta telefónica con una consultora independiente para medir la repercusión del Informe de RSC 2006 con clientes (empresas y individuos), comunicadores, organizaciones sociales, sectores empresarios y académicos.

Este estudio nos permitió detectar los contenidos del Informe relevantes para nuestros públicos y las oportunidades de mejora, incorporar nuevas y mejores acciones, y así lograr un mayor alineamiento de la estrategia de RSC del Banco.

## PRINCIPALES RESULTADOS:

**CRECIÓ EL INTERÉS EN EL INFORME DE RSC:** en el año 2006, el 86% de los encuestados leyó en profundidad el Informe mientras que en el año 2005 lo hizo sólo un 36%.

**MEJORÓ LA CALIFICACIÓN PROMEDIO DEL INFORME:** en una escala del 1 al 10, en el año 2006, fue de 8,76 puntos respecto del año 2005 que fue de 8,66.

**LOS CONTENIDOS DEL INFORME COMO LA RELEVANCIA DE LA INFORMACIÓN** fueron los atributos que mejor puntuación obtuvieron (8,5 y 8,2 puntos sobre 10, respectivamente).

**LAS ACCIONES CONCRETAS DE RSC** siguieron siendo los contenidos más recordados del Informe con un 63%.

**LA CANTIDAD DE INFORMACIÓN COMUNICADA FUE LA ADECUADA** y el 72,5% de los encuestados opinó que no la cambiaría.

**LA COMUNICACIÓN DE LAS ACCIONES QUE REALIZA EL BANCO IMPACTA POSITIVAMENTE:** el 92% piensa que comunicar mejora la percepción de la entidad.

**EL 87% DE LOS ENCUESTADOS MANIFESTÓ ESTAR INTERESADO EN RECIBIR EL INFORME DE RSC 2007.**

1. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

2. Principio de Materialidad de GRI: La información contenida en el Informe debe cubrir aquellos aspectos e indicadores que reflejen los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de la organización o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés.

## LOS VALORES QUE RIGEN NUESTRA ACTIVIDAD

Los valores compartidos por las personas que integran una organización son una clave esencial en su desempeño y continuidad. Por este motivo, contamos con sólidos lineamientos internos que guían la conducta y las decisiones de nuestros colaboradores, brindando un marco ético que promueva la honestidad, la ética comercial y el cumplimiento de las normas legales, tres atributos básicos de nuestras operaciones.

A través de los Principios y Propósitos del Banco, el Código de Ética y el Código de Conducta establecemos pautas para los empleados del Banco, sin distinciones jerárquicas, definiendo desde aquellos valores básicos a compartir por todos hasta las normas relacionadas con cuestiones operativas cotidianas.

Para asegurar la observancia de nuestros valores, lineamientos y normas, hacemos un permanente trabajo de difusión entre todos nuestros colaboradores.

Asimismo, contamos con una línea telefónica especial para denuncias anónimas, que permite a cualquier empleado comunicar irregularidades preservando su identidad y privacidad.

### TEMAS CONTEMPLADOS EN NUESTRO CÓDIGO DE ÉTICA:

- > Derechos humanos e igualdad de oportunidades
- > Protección de los fondos y los bienes del Banco
- > Cuidado de la calidad de los servicios
- > Relaciones de parentesco en el lugar de trabajo
- > Lugar de trabajo y fuerza de trabajo libre de drogas
- > Higiene, ambiente y seguridad
- > Seguridad, buen trato y no violencia
- > Confidencialidad de legajos del personal
- > Confidencialidad de la información de la organización y de los clientes
- > Transparencia de la información
- > Prevención de delitos
- > Objetividad en los negocios y conflicto de intereses
- > Prevención de lavado de activos
- > Obsequios y donaciones
- > Relaciones con gobiernos
- > Sana competencia





LIC. SERGIO GRINENCO  
Vicepresidente

HEMOS LOGRADO UN GRAN FORTALECIMIENTO PATRIMONIAL EN 2007, AL TERMINAR DE CANCELAR LA TOTALIDAD DE NUESTROS PASIVOS CON EL BANCO CENTRAL, REDUCIR EN \$ 2.800 MILLONES NUESTRA EXPOSICIÓN AL SECTOR PÚBLICO E INCREMENTAR NUESTRA CAPITALIZACIÓN EN CASI \$ 500 MILLONES. SIMULTÁNEAMENTE, AUMENTAMOS EN UN 43,0% NUESTROS PRÉSTAMOS AL SECTOR PRIVADO Y EN UN 21,3% NUESTROS DEPÓSITOS DE ESE SECTOR, ALCANZANDO A MÁS DE 1,6 MILLONES DE CLIENTES EN TODO EL PAÍS.

### ORGANIZACIÓN

Ubicado como el 3<sup>er</sup> banco privado del país en depósitos totales<sup>3</sup>, Banco Galicia es una de las principales entidades del sistema financiero argentino. A través de una red de canales de distribución tradicionales y alternativos, en constante evolución, ofrecemos una diversa gama de productos y servicios a una amplia cartera de clientes individuales y corporativos.

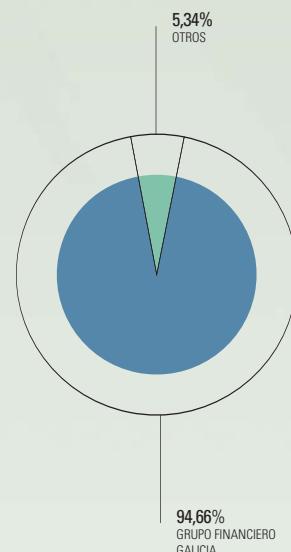
En cada acción de Banco Galicia nos proponemos:

- > Obtener un nivel de rentabilidad consistente a la inversión.
- > Satisfacer las necesidades financieras de las familias y las empresas argentinas.
- > Mantener una línea de servicios y productos amplia y actualizada.
- > Desarrollar un flujo de innovación tecnológica permanente.
- > Contribuir a la realización humana y socio-económica de los integrantes de la institución.



### GRUPO FINANCIERO GALICIA

Grupo Financiero Galicia S.A. (GFG)<sup>4</sup> es una compañía holding de servicios financieros organizada según la legislación argentina. Su activo más importante es su participación en Banco Galicia, del que posee el 94,66% del capital social y de los votos al 31 de diciembre de 2007. El objetivo de GFG es ser una de las entidades líderes en la prestación de servicios financieros integrales y continuar consolidando la posición de Banco Galicia como uno de los principales bancos del país.



## DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Nuestra sede central está ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, y llegamos a todo el país a través de nuestra amplia red de sucursales distribuida en 16 zonas, según se indica en el mapa:



### Región 1

- ZONA 01: MICROCENTRO
- ZONA 02: FLORES
- ZONA 03: NORTE
- ZONA 04: OESTE
- ZONA 05: PILAR
- ZONA 06: NEA
- ZONA 07: MEDITERRÁNEA
- ZONA 08: PATAGONIA

### Región 2

- ZONA 09: MACROCENTRO
- ZONA 10: PALERMO
- ZONA 11: BELGRANO
- ZONA 12: SUR
- ZONA 13: PCIA. DE BS. AS.
- ZONA 14: SANTA FE
- ZONA 15: CORDILLERA
- ZONA 16: MAR DEL PLATA

## BANCO GALICIA EN NÚMEROS - AÑO 2007

	UNIDAD	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2007	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006
<b>PERSONAL</b>			
Empleados	cantidad	5.164	4.676
Inversión en personal <sup>6 y 7</sup>	millones de pesos	435	324
<b>CLIENTES</b>			
Clientes	cantidad	1.714.221	1.541.163
Personas	cantidad	1.670.700	1.500.855
Empresas	cantidad	43.521	40.308
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>			
Préstamos totales	millones de pesos	9.907	8.996
Préstamos al sector privado no financiero <sup>8</sup>	millones de pesos	8.586	6.004
Personas	millones de pesos	2.606	1.708
Empresas	millones de pesos	5.832	3.818
Tarjetas de crédito	cantidad	1.101.645	894.036
<b>PARTICIPACIÓN DE MERCADO<sup>9</sup></b>			
Depósitos totales	%	6,32	6,18
Depósitos del sector privado	%	8,23	8,43
Préstamos totales	%	7,43	8,13
Préstamos al sector privado	%	7,76	7,21
<b>PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN</b>			
SUCURSALES EN LA ARGENTINA	cantidad	232	232
Capital y GBA	cantidad	135	135
Interior	cantidad	97	97
<b>CANALES ALTERNATIVOS</b>			
Cajeros automáticos	cantidad	575	588
Terminales de autoservicio	cantidad	613	530
Transacciones de e-banking <sup>6</sup>	cantidad	56.080.966	39.747.385
Transacciones de banca telefónica <sup>6</sup>	cantidad	6.683.541	5.804.875
<b>IMPUESTOS NACIONALES, PROVINCIALES Y MUNICIPALES<sup>6</sup></b>			
Contribución total propia	millones de pesos	318	195
Impuestos por cuenta de terceros	millones de pesos	17.681	13.630
Retenciones	millones de pesos	2.095	1.660
Recaudaciones	millones de pesos	15.586	11.970
<b>INFORMACIÓN FINANCIERA<sup>6</sup></b>			
Ingresos operativos netos <sup>10</sup>	millones de pesos	1.061	657
Resultado neto del ejercicio	millones de pesos	30	-126
Inversión en bienes de uso y otros	millones de pesos	157	114

3. Fuente: BCRA con información a noviembre de 2007.

4. [www.gfgsa.com](http://www.gfgsa.com)

5. A partir del año 2007 se presenta la información correspondiente al Banco de Galicia y Buenos Aires S.A. en forma individual. La información correspondiente al año 2006 ha sido adecuada a los fines de su presentación comparativa.

6. Para el ejercicio.

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

8. Incluye residentes en el exterior.

9. Sólo Banco de Galicia y Buenos Aires de Argentina. Con base en la información diaria publicada por el Banco Central de la Rep. Arg.

10. Ingresos financieros netos, excluyendo el resultado por valuación de activos del sector de acuerdo a normas del Banco Central, más ingresos por servicios netos. Incluye también el resultado de aforos por operaciones de pase contabilizadas en utilidades diversas.

## COMPROMISO: ÉTICA Y TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN

Construir un modelo de management, integrador, eficiente y efectivo, es el objetivo sobre el que el Banco basa su estrategia de conducción.

Como máximo órgano de gobierno, el Directorio de Banco Galicia está conformado por siete Directores Titulares con funciones ejecutivas, dos Directores Titulares Independientes<sup>11</sup> y cinco Directores Suplentes.

Los Directores Titulares con funciones ejecutivas, cuentan con más de veinte años de trayectoria en distintas áreas de nuestra entidad, combinando diferentes formaciones profesionales, perfiles, cualidades y experiencias en un marco común de compromiso y pertenencia al Banco que agregan valor al manejo del negocio. Cumplen funciones ejecutivas y de supervisión sobre las distintas áreas del negocio.

El Directorio se reúne formalmente dos veces por semana e informalmente todos los días, para tomar decisiones estratégicas y operativas relacionadas no sólo con el desempeño económico del negocio, sino también con la gestión social y ambiental de nuestra entidad financiera.

Tanto los Directores como las altas gerencias reciben una remuneración fija y otra variable que, acorde a los valores del sector financiero, depende de la calidad de la gestión y del desempeño durante el año.

Los miembros del Directorio integran comisiones de trabajo con responsabilidades específicas.

Las decisiones que en ellas se adoptan tienen implicancias que exceden a la propia entidad y que impactan sobre la sociedad toda.

COMISIÓN	RESPONSABILIDAD
Comisión de la Administración de Riesgo	Analiza los riesgos del negocio para anticiparse a cambios en el mercado financiero a fin de afianzar la credibilidad y confianza en las instituciones bancarias.
Comisión de Crédito	Vela por la correcta asignación de los recursos de nuestros clientes.
Comisión de Posición Financiera	Analiza el desempeño financiero de los negocios del Banco, definiendo políticas que fomenten la estabilidad de las operaciones bancarias.
Comité de Sistemas	Busca eficientizar los sistemas de gestión y desarrollar nuevas estructuras para mejorar la calidad del servicio.
Comité de Auditoría	Controla las políticas y procedimientos de gestión para fortalecer la transparencia de los procesos para la toma de decisiones y la ejecución de operaciones.
Comité de Control y Prevención del Lavado de Dinero y del Financiamiento del Terrorismo	Aplica las políticas en materia de prevención y control del lavado de dinero.
Comité para la Integridad de la Información	Supervisa la implementación de políticas y procedimientos tendientes a asegurar la preparación y presentación de Estados Financieros confiables de acuerdo a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA).
Comité de Recursos Humanos	Busca proveer condiciones dignas de trabajo que posibilite el desarrollo personal y profesional de los empleados del Banco.
Comité de Gestión de Activos y Pasivos ("ALCO": Asset and Liability Committee)	Guía a las áreas del Banco en procesos de gestión de activos financieros que permitan maximizar los resultados financieros a fin de contribuir al desarrollo del país.
Comisión para la Atención de Reclamos de la Clientela	Supervisa el servicio de atención a clientes para mejorar la relación y el diálogo con ellos y así poder perfeccionar los servicios ofrecidos.

El Directorio guía y supervisa la estrategia de RSC de la compañía a través de la participación semestral de la Gerencia de RSC en reuniones de Directorio. Sus miembros integran comisiones en organizaciones empresarias y bancarias en las cuales se discuten temas de responsabilidad y ética empresaria. También participan en encuentros de organismos internacionales (Organización Internacional del Trabajo, Banco Interamericano de Desarrollo, Corporación Financiera Internacional, FIBA<sup>12</sup>, entre otros) y en foros empresarios que analizan el rol del sector privado en el desarrollo sostenible.

## DIRECTORES EJECUTIVOS

**ANTONIO ROBERTO GARCÉS** Presidente

**SERGIO GRINENCO** Vicepresidente

**ENRIQUE MARIANO GARDA OLACIREGUI** Secretario

**DANIEL ANTONIO LLAMBÍAS**

**LUIS MARÍA RIBAYA**

**GUILLERMO JUAN PANDO**

**PABLO GUTIÉRREZ**

11. Según el criterio de independencia de las normas de la Comisión Nacional de Valores (CNV).

12. Florida International Bankers Association.



DR. ENRIQUE M. GARDÁ OLACIREGUI

Director Secretario y Asesor Legal<sup>13</sup>

“CONSIDERAMOS QUE LA PREVENCIÓN DEL LAVADO DE DINERO ES CLAVE PARA NUESTRO NEGOCIO Y ES POR ESO QUE A TRAVÉS DE NUEVAS TECNOLOGÍAS INNOVAMOS EN LA METODOLOGÍA DE CAPACITACIÓN Y LOGRAMOS FORMAR A TODOS LOS EMPLEADOS DEL BANCO, CONCIENTIZÁNDOLOS EN LA IMPORTANCIA DE SU CONTRIBUCIÓN PARA ENFRENTAR ESTA PROBLEMÁTICA.”

### PREVENCIÓN DE DELITOS FINANCIEROS. CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA VIGENTE

La lucha contra el lavado de dinero es uno de los pilares para garantizar la transparencia y la credibilidad del Banco en la sociedad. Manifestamos nuestro compromiso con la prevención de delitos financieros a través de:

- > El cumplimiento del marco regulatorio vigente y de los estándares exigidos en el ámbito internacional.
- > La inclusión del tema en nuestro Código de Ética.
- > La implementación de medidas para impedir que nuestros productos y servicios sean utilizados para operaciones delictivas.
- > La capacitación de todos nuestros empleados como herramienta clave de prevención y detección temprana de ilícitos.

Durante el año 2007, se desarrollaron 4 cursos destinados a diferentes perfiles. Tuvieron como objetivo que los empleados tomaran conciencia del rol protagónico de cada uno en el control de estas operaciones a fin de perfeccionar la manera de reportar las acciones inusuales y evidenciar el cumplimiento del marco regulatorio, no sólo en lo atinente a la prevención del lavado de dinero y el financiamiento del terrorismo, sino también en lo referente al cabal cumplimiento de la normativa vigente.

Se dictaron 6.595 horas en cursos a distancia y presenciales, lo que significó un aumento del 121% respecto al año anterior, alcanzando a todos los miembros de la organización.

### SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

DADA NUESTRA CULTURA ORIENTADA AL CONTROL DEL RIESGO, EN BANCO GALICIA DEFINIMOS POLÍTICAMENTE, Y CONSIDERAMOS ESTRATÉGICO, ESTUDIAR E IMPLEMENTAR “LAS MEJORES PRÁCTICAS”. APlicamos las recomendaciones de Basilea<sup>14</sup> y damos cumplimiento de la Ley Sarbanes-Oxley<sup>15</sup>.

A PARTIR DEL AÑO 2004, IMPLEMENTAMOS VOLUNTARIAMENTE BASILEA II<sup>16</sup> CUYO ÉNFASIS ESTÁ PUESTO EN LA GESTIÓN, LA CAPACIDAD DE EVALUAR RIESGOS Y LA SUFICIENCIA DE CAPITAL.

13. Funcionario Responsable frente al BCRA y la Unidad de Información Financiera (UIF).

14. Es una unidad del Bank for International Settlements que fomenta la cooperación entre bancos centrales y otras agencias, en pos de la estabilidad monetaria y financiera.

15. La Ley Sarbanes-Oxley del año 2002, es una ley federal de Estados Unidos que regula las funciones financieras contables y de auditoría y aplica a todas las empresas que cotizan en los principales mercados de valores de los Estados Unidos.

16. Elabora pautas sobre estándares de supervisión, lineamientos y recomendaciones sobre prácticas bancarias, para que los bancos mejoren su capacidad de medición y gestión del riesgo.



# 365

DÍAS TRABAJANDO  
PARA UN DESARROLLO  
SOSTENIBLE

SABEMOS QUE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAMOS EN EL BANCO GENERAN UN IMPACTO QUE VA MÁS ALLÁ DE LAS PERSONAS CON LAS QUE NOS RELACIONAMOS A DIARIO. GENERAMOS EMPLEO BAJO CONDICIONES DIGNAS DE TRABAJO, OFRECEMOS PRODUCTOS FINANCIEROS QUE EFICIENTIZAN LA GESTIÓN DE EMPRESAS Y FACILITAN LA VIDA COTIDIANA DE MILLONES DE PERSONAS. IMPULSAMOS LÍNEAS DE CRÉDITO QUE ACELERAN LA ECONOMÍA. CONTRIBUIMOS CON EL ESTADO A TRAVÉS DEL PAGO DE IMPUESTOS Y DESARROLLAMOS PROGRAMAS SOSTENIBLES PARA LA COMUNIDAD, COMO UNA MANERA MÁS DE COMPROMETERNOS CON EL ENTORNO QUE NOS RODEA Y CON EL QUE ESTABLECEMOS RELACIONES DE INTERDEPENDENCIA.

## COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Para toda sociedad, el acceso a productos y servicios financieros implica posibilidades de crecimiento, progreso y bienestar. Entendiendo al desarrollo sostenible como aquel que se puede mantener en el largo plazo sin amenazar los recursos, los ingresos y el ambiente para las generaciones futuras, en Banco Galicia nos esforzamos por desempeñar nuestro rol como entidad financiera responsable.

**La RSC es responsabilidad de todos**  
En Banco Galicia la Responsabilidad Social Corporativa es un concepto incorporado a la cultura de la empresa, transversal a todas las áreas del negocio. La concebimos como un compromiso que sintetiza el conjunto de nuestros valores y se manifiesta en nuestras conductas.

Como actor social nos vinculamos con todos los grupos de interés que se relacionan con nuestro Banco: clientes, proveedores, empleados y comunidad. Desarrollamos actividades para mejorar de forma sustentable las condiciones del negocio y la calidad de vida de la sociedad en su conjunto.

Estas acciones son coordinadas por la Gerencia de RSC del Banco, la cual interactúa con todas las áreas de la entidad y promueve la identificación de desafíos y oportunidades que generen valor social. El rol de la Gerencia se puede resumir en 3 C: Coordinación, Capacitación y Comunicación.

## RÉGIMEN DE CRÉDITO FISCAL

El Régimen de Crédito Fiscal vincula la educación con el trabajo, permitiendo financiar la ejecución de proyectos presentados por instituciones educativas que hayan sido calificadas previamente por el Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET).

Participamos de este régimen como empresa patrocinante de proyectos de capacitación y adquisición de equipamiento, presentados por entidades educativas ante el INET.

En los últimos tres años hemos patrocinado 29 proyectos en 11 provincias, aportando un monto total de \$ 1.342.101,48.

En esta línea, participamos y adherimos a diferentes organizaciones e iniciativas que nos guían en la forma de hacer negocios sustentables:

> Código de Prácticas Bancarias (Asociaciones de Bancos y Entidades Financieras de la República Argentina): en noviembre de 2005 adherimos al Código y desde entonces trabajamos en avanzar en su implementación. El Banco presentó al Consejo de Autorregulación del Código la Declaración de Cumplimiento Anual que informa sobre nuestro cumplimiento con todos los preceptos establecidos en él.

> Código de Autorregulación Publicitaria: durante el año 2007, aún contradiciendo las cifras de ratings que reflejan las preferencias de la mayoría, tomamos la decisión de suspender la emisión de nuestras publicidades en algunos programas de contenido controversial según lo estipulado en el Código de Autorregulación Publicitaria que hemos suscripto.

> Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE), nos sumamos con el objetivo de difundir y promover los valores y principios de la inversión social estratégica y responsable.

> Pacto Global de las Naciones Unidas: renovamos nuestro compromiso con el Pacto Global de las Naciones Unidas que fomenta la adopción de 10 principios universales en el ámbito de los derechos humanos, las condiciones laborales, el ambiente y la anti-corrupción.



Proyecto "El Yunque". Centro de Formación Profesional N°3. Catamarca.

## RENOVAMOS NUESTRA IDENTIDAD VISUAL

A partir del segundo trimestre del año 2008 cambiamos la imagen de nuestra marca para proyectar una sensación más acogedora, dinámica y eficiente que represente la historia del Banco, su prestigio en el mercado financiero luego de 102 años de constancia y compromiso con nuestros públicos, y su mirada innovadora hacia el futuro.

El desarrollo de una nueva identidad visual es una oportunidad única para continuar articulando de modo orgánico

y constante con el contexto cambiante. Esta construcción, que refleja un cambio de paradigmas, busca alinear los mensajes transmitidos a nuestros grupos de interés. Banco Galicia renueva así su promesa de modernidad y transversalidad de audiencia.

Esta decisión implica un cambio de estilo y es estratégica dado que acompaña al continuo desarrollo de nuestros productos y servicios, construyendo valor para el Banco y su entorno.



LIC. DANIEL LLAMBÍAS  
Director

"TRABAJAMOS PARA CREAR UNA EXPERIENCIA DE SENTIDO DE PERTENENCIA Y DE RECONOCIMIENTO DONDE LA CALIDAD, LA CERCANÍA Y LA EFICIENCIA DEL SERVICIO ESTÉN EN CONCORDANCIA CON UNA IDENTIDAD VISUAL MODERNA."



1905



1958



1977



1992



1999





DR. LUIS RIBAYA  
Director

"ESTAMOS CONVENCIDOS DE LA IMPORTANCIA DE LLEVAR ADELANTE PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA QUE NO SÓLO INCLUYEN AL GAS, SINO TAMBIÉN AL AGUA Y LA ENERGÍA. ESTAS INICIATIVAS BUSCAN MEJORAR LAS CONDICIONES DE ACCESO A BIENES PRIMARIOS PARA MILLONES DE ARGENTINOS.

EN ESTE MARCO, NOS ENORGULLECE HABER SIDO RECONOCIDOS CON LA DISTINCIÓN "THE DEAL OF THE YEAR" POR LA PARTICIPACIÓN DEL BANCO COMO COLOCADOR, FIDUCIARIO Y CO-ESTRUCTURADOR EN EL FIDEICOMISO FINANCIERO GAS I, OTORGADA POR THE BANKER MAGAZINE Y EL FINANCIAL TIMES GROUP."

#### PREMIOS Y DISTINCIONES OTORGADOS A BANCO GALICIA

- > PREMIO THE BANKER MAGAZINE Y FINANCIAL TIMES GROUP: por la participación del Banco como Colocador, Fiduciario y Co-Estructurador en el Fideicomiso Financiero Gas I. La operación fue premiada como "Deal of the Year" (la operación del año) para la Argentina.
- > PREMIO MERCURIO: por la mejor estrategia de Marketing entre las empresas de servicios financieros por "Alcanzá lo que querés", entregado por la Asociación Argentina de Marketing.
- > PREMIO EN LA CATEGORÍA MEGA EMPRESA, AL MEJOR PROGRAMA DE VOLUNTARIADO 2007: por el Programa Interactivo de Ayuda por Regiones (PRIAR), distinguido por la Cámara de Comercio e Industria Franco Argentina.
- > PREMIO RESPONSABILIDAD SOCIAL COMUNICATIVA: por la instrumentación del Programa de Capacitación Docente en Lecto-Escritura junto a la Fundación Escolares.
- > PREMIO EIKON DE PLATA: categoría Patrocinio Cultural, al ciclo "La literatura argentina por escritores argentinos" y Mención Especial por el auspicio al Programa Educativo y Acción Cultural Malba (Revista Imagen).
- > DECLARACIÓN DE INTERÉS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA NACIÓN: al "Taller de Planificación Económica" perteneciente al Programa "Valor a tu Futuro".
- > DECLARACIÓN DE INTERÉS DEL MINISTERIO DE TRABAJO, EMPLEO Y SEGURIDAD: al programa "Del Microemprendimiento a la PyME", perteneciente al programa "Valor a tu Desarrollo".
- > DISTINCIÓN OTORGADA POR LA FUNDACIÓN CIMENTOS: por la labor para la educación de los niños y jóvenes de nuestro país.
- > DISTINCIÓN DE CILSA: por compartir el esfuerzo para lograr una sociedad más justa y solidaria.
- > DISTINCIÓN DE LA FUNDACIÓN GRAMEEN MENDOZA: por el trabajo en Responsabilidad Social Empresaria a través del microcrédito y la capacitación.
- > DISTINCIÓN DE COAS: por el permanente apoyo del Banco a la Salud Pública.

VALORAMOS Y RECONOCEMOS LA CONFIANZA DE NUESTROS CLIENTES ESFORZÁNDONOS CONSTANTEMENTE PARA RESPONDER A SUS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS. DESARROLLAMOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE LES PERMITEN SUPERARSE Y PROGRESAR. DURANTE EL 2007, OTORGAMOS UN 53% MÁS DE PRÉSTAMOS DE LOS CUALES EL 72% SE DESTINÓ A ACOMPAÑAR EL CRECIMIENTO DE LAS PYMES, EL AGRO Y LAS CORPORATIVAS. AUMENTARON TAMBIÉN LOS PRÉSTAMOS DE CONSUMO QUE BRINDARON A NUESTROS CLIENTES LA POSIBILIDAD DE MEJORAR SU CALIDAD DE VIDA, CONTRIBUYENDO DE ESTA FORMA CON LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA A PARTIR DEL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA.

# 9.907

MILLONES DE PESOS EN  
PRÉSTAMOS PARA CLIENTES



## PERSONAS

Trabajamos para brindar a profesionales, estudiantes, emprendedores, empleados y sus familias servicios financieros de primer nivel. Desde la línea de productos hasta la atención en cada una de las sucursales, durante este año mejoramos la calidad y la accesibilidad de nuestros servicios.

## PRÉSTAMOS DE CONSUMO

Acompañamos el crecimiento de la demanda de préstamos personales para consumo y adaptamos nuestras líneas y ofertas a las necesidades de los diferentes segmentos del mercado. Cabe destacar que del volumen total de préstamos otorgados el 48% fue para financiar a empleados en relación de dependencia, claros representantes de la clase media argentina, siendo el monto promedio del préstamo de \$ 6.000.

Los préstamos a profesionales y comerciantes crecieron exponencialmente con respecto al año anterior (896%).

Asumimos un compromiso con los tomadores de crédito de responder a la solicitud de crédito personal para múltiples destinos en 24 horas. Les brindamos así tranquilidad y seguridad al momento de tomar una decisión de compra.

Participamos activamente en diferentes momentos del año tales como el inicio de ciclos lectivos y las vacaciones de invierno y nos acercamos a los clientes con ofertas especiales adaptadas a cada necesidad. Desarrollamos líneas especiales para favorecer el acceso al crédito de personas con ingresos mensuales desde los 500 pesos alcanzando en el año 2007 un 58% del total de las operaciones realizadas, segmento que no solía recibir financiación.

	2007	2006	VARIACIÓN
<b>PRÉSTAMOS PERSONALES</b>			
Monto total (millones de pesos)	979	573	71%
Cantidad de préstamos	122.359	96.464	27%
Monto promedio (pesos)	8.003	5.944	35%

## BENEFICIANDO A NUESTROS CLIENTES

La gama de descuentos y promociones en supermercados, locales comerciales, estaciones de servicios y artículos para el hogar, junto con la posibilidad de pagar en cuotas sin interés, posibilita a nuestros clientes y sus familias acceder a un mayor bienestar.

A su vez, seguimos ofreciendo el Programa Aerolíneas Plus que facilita oportunidades para que nuestros clientes conozcan la Argentina y el resto del mundo. En el año 2007 más de 25.000 personas pudieron viajar gracias a este programa y al servicio de asistencia en viaje sin cargo. Se canjearon 52.959 pasajes a diferentes destinos y se realizaron dos subastas de pasajes por puntos, lo que permitió a nuestros clientes canjear dos pasajes por el precio de uno. Los destinos más solicitados fueron Bariloche, Córdoba, Mendoza, Madrid, Salta y Río de Janeiro.



LIC. ALBERTO CHIARELLI  
Gerente de Marketing Minorista

"NOS OCUPAMOS DE OPTIMIZAR EL PODER DE COMPRA DE NUESTROS CLIENTES, OFRECIÉNDOLES UNA MUY AMPLIA GAMA DE BENEFICIOS Y, DE ESA FORMA, HACER ACCESIBLE UN MAYOR BIENESTAR A CADA VEZ MÁS FRANJAS DE NUESTRA SOCIEDAD. Y NO SÓLO NOS REFERIMOS A LA ADQUISICIÓN DE BIENES, SINO TAMBIÉN A DAR LA POSIBILIDAD A MÁS ARGENTINOS DE CONOCER NUESTRO PAÍS Y EL MUNDO".



## PRÉSTAMOS PARA VIVIENDAS

Impulsamos nuevas líneas de Créditos Hipotecarios mediante campañas que permitieron a nuestros clientes aumentar la posibilidad de acceder a una vivienda.

Continuamos, a su vez, con la campaña "Cero Gasto de Otorgamiento" para la compra, refacción o ampliación de la vivienda o la compra de terreno y construcción de vivienda permanente o no permanente, bonificándose los gastos de otorgamiento, tasación y seguro de incendio.

## SEGUROS

Banco Galicia busca concientizar a sus clientes sobre la importancia de contar con un resguardo que le permita proteger sus bienes y patrimonio a fin de otorgar tranquilidad para sí y su familia. De este modo, los clientes saben que pueden contar con alguien en caso de sufrir algún siniestro. El Banco continuó ofreciendo una amplia gama de productos y afianzó una vez más su posición en el mercado de banca-seguros.

Este año incorporamos un nuevo seguro de vida "Protección Familiar" y consolidamos la venta de seguros destinados al hogar. Se superaron las 111.000 pólizas, y los seguros de vida presenciaron un crecimiento del 44% en la cobertura de accidentes personales.

## E-GALICIA.COM: MÁS CERCA DE NUESTROS CLIENTES

DESDE NUESTROS INICIOS BUSCAMOS OFRECER A NUESTROS CLIENTES CANALES FLEXIBLES PARA REALIZAR SUS TRANSACCIONES, OBTENER ASESORAMIENTO Y CONOCER NUESTROS PRODUCTOS. E-GALICIA.COM FUE EL PRIMER SITIO FINANCIERO Y PERSONALIZABLE LANZADO POR UN BANCO EN LA ARGENTINA, Y HOY EN DÍA SEGUIMOS ADAPTÁNDOLLO A LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES. BRINDAMOS UN AMPLIO ESPECTRO DE CONTENIDOS FINANCIEROS Y NO FINANCIEROS. ACTUALMENTE SON MÁS DE 4.500.000 LAS OPERACIONES MONETARIAS QUE SE REALIZAN A TRAVÉS DE LOS CANALES TRANSACCIONALES EN INTERNET.

DATOS 2007	
Pólizas vigentes	603.740
Montos de Seguros (pesos)	29.274.839



## TARJETAS

El año 2007 otorgamos 218.150 tarjetas Visa, Visa Electrón, American Express y MasterCard.

### Tarjetas Regionales

En Banco Galicia buscamos generar oportunidades para todas las personas. Dimos un nuevo impulso al financiamiento en sectores de bajos y medianos ingresos, ampliando la cobertura de los servicios de las Tarjetas Regionales con la apertura de nuevas sucursales en localidades del conurbano bonaerense.

En la provincia de Buenos Aires logramos la incorporación de 68.531 tarjetas regionales, un desafío que demandó una importante inversión en recursos humanos y materiales, sumado a las necesidades de financiamiento de los futuros clientes.

	2007	2006	VARIACIÓN
Clientes	2.479.788	2.192.097	13%
Compras en comercios (millones de pesos)	6.075	4.626	31%
Préstamos otorgados	561	465	20%
Número de empleados	3.769	3.176	18%
Cartera de créditos <sup>17</sup> (millones de pesos)	2.713	1.869	45%

## PROGRAMA DE REDONDEO SOLIDARIO: SUMANDO CONTRIBUCIONES PARA NUESTRA COMUNIDAD

EL BANCO, JUNTO CON SUS CLIENTES, VIENE IMPLEMENTANDO UNA INICIATIVA A BENEFICIO DE PROYECTOS PRESENTADOS POR ENTIDADES DE BIEN PÚBLICO. LOS CLIENTES QUE LO DESEEN DONAN EL REDONDEO DEL IMPORTE A PAGAR POR EL RESUMEN DE SUS TARJETAS DE CRÉDITO. EL BANCO APORTA EL MISMO MONTO QUE EL RECAUDADO POR LOS CLIENTES.

POR OTRA PARTE, LAS ORGANIZACIONES BENEFICIARIAS DEL REDONDEO SOLIDARIO PERCIBEN LA DONACIÓN DEL MONTO EQUIVALENTE AL VALOR DE LO RECAUDADO POR LAS INSCRIPCIONES AL "MARATÓN POR EQUIPOS BANCO GALICIA" QUE LA ENTIDAD PROMUEVE Y REALIZA.

> **II CAMPAÑA JULIO 2006 / JUNIO 2007.** Lo recaudado por los clientes, sumado al monto aportado por el Banco, más lo recaudado por el Maratón, ascendió a \$ 130.440, destinándose equitativamente entre los proyectos de las siguientes organizaciones:

- Servicio de atención ambulatoria del Centro de Recuperación Madre Teresa de Calcuta, CONIN.
- Instalación del Centro Cultural Responde en San Francisco, Dpto. General López, Santa Fe, Asociación Responde.
- Proyecto de investigación "Evaluación y Perfiles de las Disartrofonías en Esclerosis Múltiple", EMA.
- Programa Nacional de Entrega de Sillas de Ruedas, CILSA.

> **III CAMPAÑA JULIO 2007 / JUNIO 2008.** Los proyectos y las entidades beneficiarias serán:

- Programa de Inclusión Educativa "Emaus", Cáritas Argentina, Comisión Nacional.
- Programa Salud en Don Andrés, Cruz Roja Argentina.
- Programa Atletas Saludables, Nuevas Olimpiadas Especiales.
- Equipamiento del Área de Terapia Intensiva, ALPI.

17. Incluye créditos cedidos a fideicomisos financieros y créditos otorgados por cuenta y orden del BGBA.

## EMPRESAS

Trabajamos para comprender a nuestros clientes y así satisfacer sus necesidades con productos adaptados a cada tipo de empresa, ya sea industrial, rural, de servicios, chica, mediana o grande. También los acompañamos en el desarrollo de sus empresas, ofreciéndoles capacitación para agregar valor a sus negocios. A su vez, la consolidación de los Centros Banca Empresas nos permitió agilizar la gestión de productos y mejorar el servicio para su beneficio.

### EMPRESAS CLIENTES POR ZONAS DEL PAÍS

ZONA	CANTIDAD DE CLIENTES	
	2007	2006
01 Microcentro	5.856	5.655
02 Flores	2.324	2.113
03 Norte	1.521	1.386
04 Oeste	2.166	1.941
05 Pilar	1.204	1.096
06 NEA	2.266	2.185
07 Mediterránea	4.929	4.454
08 Patagonia	1.398	1.185
09 Macrocentro	3.760	3.518
10 Palermo	2.549	2.352
11 Belgrano	2.139	1.947
12 Sur	2.006	1.779
13 Pcia. Buenos Aires	3.112	2.917
14 Santa Fe	3.305	3.114
15 Cordillera	2.144	1.988
16 Mar del Plata	2.842	2.678
<b>Total general</b>	<b>43.521</b>	<b>40.308</b>

### FINANCIAMIENTO A EMPRESAS

PRÉSTAMOS POR SECTOR ECONÓMICO (en millones de \$)	2007	2006
Agricultura y ganadería	1.202	946
Comercio	1.565	772
Construcción	261	238
Industria manufacturera	1.806	1.227
Servicios	1.152	726
Otros	72	50
<b>Total<sup>18</sup></b>	<b>6.058</b>	<b>3.959</b>



## PRÉSTAMOS

Acompañamos el crecimiento de las empresas y los sectores productivos, asistiéndolos con una amplia oferta financiera y una fuerte vocación de servicio. Además, nuestras líneas de crédito especiales son:

Línea de la Corporación Financiera Internacional (CFI)	<p>A fines del año 2007 la CFI amplió la línea otorgada al Banco en 50 millones de dólares. <b>Objetivo:</b> financiar proyectos de inversión en la Argentina de PyMEs de todos los sectores económicos. Este nuevo tramo complementa al que dicho organismo otorgó al Banco en mayo de 2005, por 40 millones de dólares. La característica principal del préstamo es el largo plazo de financiación: 8 años incluyendo un período de gracia durante el cual el cliente sólo paga intereses.</p> <p><b>Hasta 2007:</b> se concretaron 48 operaciones por un total de U\$S 39.899.500.</p>
Programa Global de Crédito–BID 1192	<p>Desde mayo hasta agosto de 2007, se operó la línea de financiación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).</p> <p><b>Objetivo:</b> financiar proyectos de inversión y bienes de capital, en pesos a tasa fija a 10 años.</p> <p><b>Hasta 2007:</b> se colocaron \$102.568.450 instrumentados en 63 operaciones.</p>
Líneas a tasa subsidiada de la Sepyme (Programa de Estímulo al Crecimiento)	<p><b>Objetivo:</b> facilitar el acceso al crédito de las micro, pequeñas y medianas empresas. Se ofrece la posibilidad de financiar hasta el 80% del valor de adquisición de los bienes, sin IVA. En el marco de este Programa, sobresale el lanzamiento de la Sepyme Línea Verde.</p> <p><b>Hasta 2007:</b> se instrumentaron 119 préstamos por \$23.410.752.</p>
Acuerdo de Financiación con el Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR)	<p>Continuamos ofreciendo una línea de crédito para financiar bienes de capital -maquinaria nueva a adquirir, nacional o importada-.</p> <p><b>Objetivo:</b> acompañar la inversión productiva y la innovación tecnológica de nuestros clientes.</p> <p><b>Hasta 2007:</b> se aprobaron 36 proyectos por \$41.362.283.</p>

## CENTROS BANCA EMPRESAS

A través de los Centros Banca Empresas, llevamos nuestra oferta de productos y servicios más cerca de nuestros clientes y la adaptamos a cada región. Estos Centros nacieron con el objetivo de brindar asesoramiento a medida y atender especialmente a las necesidades que surgen de la zona en la que cada empresa desarrolla su actividad. Posibilitan a nuestros clientes recibir asesoramiento especializado en PyME, Agro, Servicios a Empresas y Comercio Exterior.

Actualmente contamos con cinco Centros Banca Empresas ubicados en distintos puntos de todo el país: Mar del Plata, Rosario, Mendoza, Córdoba y Tucumán. Próximamente, el Banco abrirá Centros Banca Empresas en Corrientes, Neuquén, Pilar y la zona sur de Buenos Aires.



## CAPACITACIÓN A EMPRESAS

Acompañamos a nuestras empresas clientes en su evolución y crecimiento, ofreciéndoles capacitación en las áreas de mayor importancia para el desempeño de sus negocios. En el 2007, logramos los siguientes resultados:

Programa de Diplomaturas Ejecutivas en Comercio Internacional	Realizamos 8 nuevas aperturas de diplomaturas en Neuquén, Puerto Madryn (Chubut), Mendoza, San Juan, San Francisco (Córdoba), Rosario (Santa Fe), Concepción del Uruguay (Entre Ríos) y Mar del Plata (Buenos Aires). Con el soporte educativo de la Universidad Siglo XXI alcanzamos un total de 11 diplomaturas desde el inicio del programa en 2005, y 223 personas graduadas.
Taller de Comercio Exterior y Factoring	Comenzamos a dictar un taller dirigido a nuestros clientes de comercio exterior donde especialistas en Comercio Exterior y Factoring de Banco Galicia desarrollaron temas de Banca Electrónica, Mercado Cambiario y Factoring Doméstico e Internacional. Se invitaron a más de 150 empresas clientes a cada uno de los 5 talleres realizados.
Instituto Vasco Argentino de Formación Tecnológica (IFT)	Participaron 676 operarios industriales, alumnos y profesores de escuelas técnicas en la capacitación de un Centro Tecnológico, con el objetivo de acceder a nuevas tecnologías de diseño y fabricación de piezas y conjuntos mecánicos, facilitando el ingreso al mercado laboral y mejorando la competitividad de las empresas PyMEs empleadoras.
Universidad Austral: Maestría en Agronegocios	Participamos en la definición y la organización del Proyecto Agronegocios de la Universidad, que abarca la Maestría Ejecutiva en Agronegocios y una serie de Programas Ejecutivos y Seminarios Especiales que contaron con la participación de 27 alumnos.
Programa de Educación a Distancia (ESEA) <sup>18</sup>	Acompañamos las acciones de ESEA para brindar a las empresas agroindustriales del interior herramientas de gestión que les permitan posicionarse en el mercado con perspectivas de internacionalización.
Centro de Estudios e Investigación para la Dirección Agroindustrial (CEIDA) <sup>20</sup>	Brindamos soporte económico al Centro, que tiene por misión formar y capacitar hombres y mujeres con vocación dirigencial en los asuntos públicos. Facilitamos el auditorio del Banco y nuestros Directivos participaron en la elaboración del temario.

18. Incluye particulares con actividad comercial.

19. ESEA cuenta con el soporte académico de la Sociedad Rural Argentina y la Universidad Católica de la Plata.

20. [www.ceida.com.ar](http://www.ceida.com.ar)

## SIEMPRE JUNTO AL CAMPO

OFRECEMOS DIVERSAS LÍNEAS DE CRÉDITO PARA ESTE SECTOR Y LA TARJETA GALICIA RURAL, LÍDER DEL MERCADO DE TARJETAS AGROPECUARIAS, QUE PERMITE A NUESTROS CLIENTES FINANCIAR LA ADQUISICIÓN DE MAQUINARIAS Y DE TODOS LOS INSUMOS Y SERVICIOS NECESARIOS PARA EL CAMPO, CON IMPORTANTES BENEFICIOS.

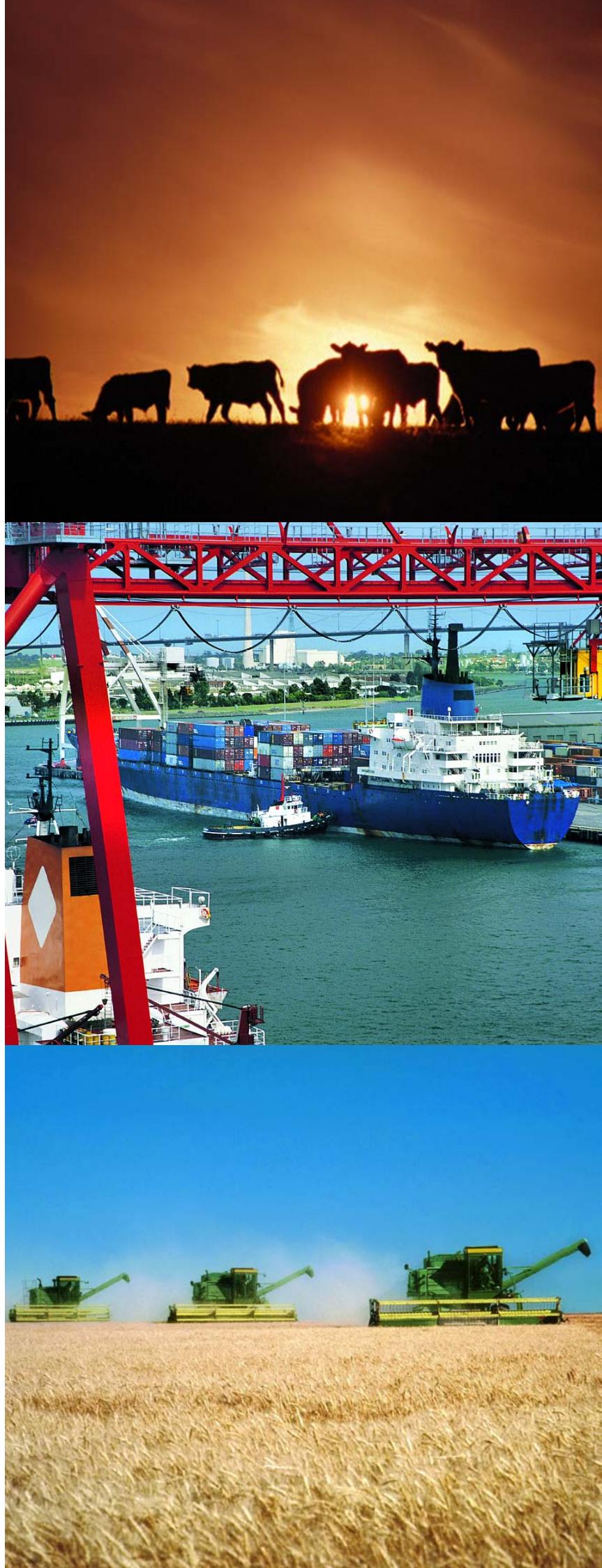
En el año 2007, con las comisiones obtenidas por las compras realizadas a través de la Tarjeta Galicia Rural, realizamos donaciones a los siguientes proyectos sociales definidos junto a nuestra entidad socia.

	INSTITUCIÓN	BENEFICIARIOS
Aapresid	Fed. de Institutos Agrotécnicos Privados de la Rep. Argentina	140 escuelas agrotécnicas 18.000 alumnos
	Proyecto Líderes	48 participantes
AACREA	Programa Padrinazgo a Escuelas	116 escuelas apadrinadas 15.810 alumnos

## RELACIONANDO CLIENTES A TRAVÉS DE CONVENIOS

Galicia Convenios, área que gestiona alianzas estratégicas entre Banco Galicia y empresas de primera línea, busca ofrecer beneficios a toda la cadena de valor. Actualmente posee más de 70 convenios orientados a cubrir las necesidades del Agro, las PyMEs y las empresas corporativas.

Gracias a estos convenios, realizamos campañas comerciales con las cuales se benefician las empresas proveedoras -incrementando sus ventas- y los clientes obteniendo condiciones más ventajosas en cuanto a agilidad, tasas y plazos de financiación.



## PREMIOS QUE IMPULSA BANCO GALICIA

### > PREMIO BANCO GALICIA - REVISTA CHACRA A LA GESTIÓN SOLIDARIA DEL CAMPO

En el marco de la 121º Exposición Rural, entregamos el premio que distingue la acción solidaria del campo a través de un aporte de \$ 10.000 a cada uno de los cuatro programas ganadores con el fin de que puedan replicar su experiencia en otra comunidad. El objetivo de la iniciativa es aumentar la visibilidad, difusión y promoción de experiencias sociales exitosas realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) de todo el país en comunidades rurales con menos de 20.000 habitantes.

Los ganadores del año 2007 fueron:

- Educación: Programa Red Educativa Rural de la Escuela Salesiana Ambrosio Olmos - Federación de Institutos Agrotécnicos Privados de Argentina.
- Promoción Laboral: Programa de Desarrollo Apícola del Norte Argentino - Fundapaz.
- Salud: Programa de Madres de Niños Desnutridos del Depto. de Chimbas - Solidagro Asociación Civil.
- Alimentación: Programa Huerta Niño - Fund. Huerta Niño.

### > PREMIO A LA EXCELENCIA AGROPECUARIA LA NACIÓN - BANCO GALICIA 2007

Por quinto año consecutivo, en alianza con La Nación, entregamos el premio que distingue a diversas actividades del quehacer agropecuario; reconocemos así el esfuerzo de la gente que trabaja en el campo. En esta quinta edición participaron más de 200 empresas y particulares.

### > PREMIO A LA EXCELENCIA EXPORTADORA LA NACIÓN - TCA 2007

Por tercer año consecutivo, patrocinamos el Premio a la Excelencia Exportadora La Nación-TCA 2007, un reconocimiento a las pequeñas y medianas empresas y particulares que contribuyen al desarrollo de una cultura de búsqueda de la calidad en la sociedad argentina. En esta tercera edición participaron más de 280 PyMEs y particulares.

### > CONCURSO CAPA - BANCO GALICIA

El Círculo Argentino de Periodistas Agrarios (CAPA) y Banco Galicia entregaron los premios de la tercera edición del concurso destinado a estimular y distinguir a los periodistas agropecuarios. En el 2007 recibieron el premio diez periodistas de gráfica e Internet de todo el país. Las notas ganadoras fueron seleccionadas de un total de 160 artículos, todos ellos relacionados a diversos temas agropecuarios.



LIC. MIGUEL WOODYATT

Gerente de Área de Negocios Mayoristas

“NUESTRA MISIÓN ES DESARROLLAR RELACIONES MÁS ESTRECHAS CON NUESTROS CLIENTES PARA ASEGURARLES LA SATISFACCIÓN DE SUS NECESIDADES DE ESTRUCTURA, CAPITAL Y FINANCIERA PARA EL LOGRO DE SUS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS. ESTO EN EL ENTENDIMIENTO DE QUE UN SECTOR EMPRESARIO FUERTE ES FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS.”

Esta cercana relación con los sectores productivos y de servicios nos lleva año a año a reconocer y premiar el desempeño de las empresas que participan en el fortalecimiento de nuestra economía.





## LA CALIDAD LA CONSTRUIMOS ENTRE TODOS

NUESTRA META ES QUE LAS PERSONAS INTEGRANTES DE LA ORGANIZACIÓN SIENTAN QUE SON ACTIVOS AGENTES DE CAMBIO, GENERANDO UNA TRANSICIÓN GRADUAL A LA NUEVA MIRADA DE CALIDAD, TRABAJANDO PROACTIVAMENTE PARA CONSTRUIR UN VÍNCULO QUE GENERE VALOR PARA EL CLIENTE Y EL BANCO. DURANTE EL AÑO 2007 REALIZAMOS 51 CURSOS EN LOS CUALES PARTICIPARON 880 COLABORADORES.

## SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Ponemos a disposición de nuestros clientes un completo servicio de Atención que cubre las necesidades que pudieran presentárseles en relación a cualquier producto que comercializamos.

La amplia cobertura horaria permite que Banco Galicia esté disponible las 24 horas durante todo el año. Uno de nuestros colaboradores dará respuesta a consultas, pedidos, reclamos y otros requerimientos de nuestros clientes.

### Gestiόn de Reclamos

Uno de los servicios que brindamos a nuestros clientes se relaciona con la atención y resolución de los reclamos que surgen de la operación habitual. Así, concentraremos las sugerencias, quejas y reclamos en Galicia Responde.

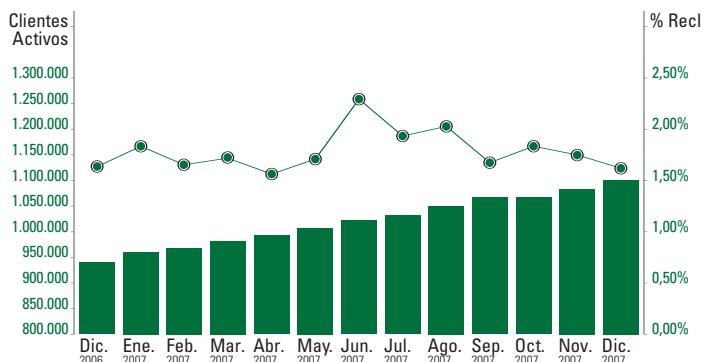
Galicia Responde funciona a través de los siguientes canales de comunicación:

- > Una línea para todo el país con costo de llamada local.
- > Desde nuestro Home Banking remitiendo su comentario vía e-mail.
- > Línea de Fax que funciona 24 horas los 365 días del año.
- > Por carta a una casilla de correo contratada especialmente.
- > A través de las 232 sucursales, nuestros oficiales de atención canalizarán las consultas.

Cada situación recibida es registrada para dar a cambio la certeza de una respuesta precisa en un plazo pre-determinado.

Continuamos con un plan de mejora de los tiempos de espera a través de una encuesta de resultados mensuales, mediciones de tiempos reales de espera, comparaciones con el tiempo percibido y un seguimiento de los casos más críticos en este aspecto.

RECLAMOS Vs CLIENTES ACTIVOS



MEDICIÓN REAL TIEMPO DE ESPERA EN CAJA (minutos)





## CAJEROS AUTOMÁTICOS AL ALCANCE DE TODOS

Para que nuestros clientes puedan tener un cajero a su alcance, durante el año 2007 expandimos nuestros servicios, instalando 138 Cajeros Automáticos (ATM) y 99 Terminales de Autoservicio (TAS) en la Red de Sucursales, y también en supermercados y empresas.

Este año habilitamos los primeros ATM para no videntes en la zona de Quilmes y estamos trabajando en la incorporación gradual de nuevos cajeros.

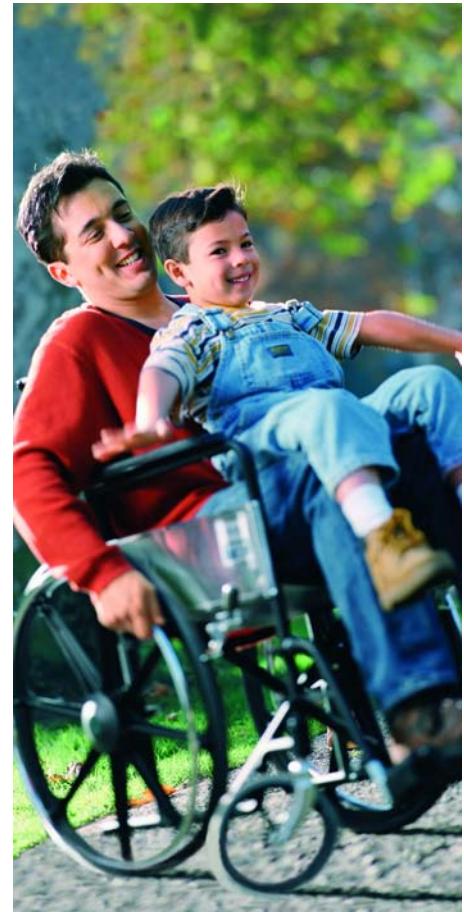
Asimismo, capacitamos en banca automática a funcionarios de las filiales y desarrollamos una actividad denominada "auditoría de imagen" que consiste en recorrer todas las posiciones del Banco para asegurar que cuenten con la señalización correspondiente.

Estos esfuerzos se tradujeron en una mejora en el Nivel de Servicio del parque de ATMs de la Red Galicia de 1,39% con respecto al año 2006.

## ACCESIBILIDAD

Seguimos implementando el plan de acondicionamiento de nuestra red de sucursales, instalando rampas en las que presentan desnivel y construyendo baños que promueven la mayor autonomía posible para personas con capacidades especiales.

Este plan se instrumenta cuando se abren nuevas sucursales, incorporándose estas comodidades en las filiales que se remodelan. Este compromiso se materializó en el 47% de nuestras sucursales que cuentan con rampa para discapacitados y el 30% de sucursales que cuentan con baños especiales.



NIVEL DE CALIDAD Y SERVICIO (puntos porcentuales)





# 328.669

HORAS DE CAPACITACIÓN A EMPLEADOS

CON SU TALENTO, MOTIVACIÓN Y LA INCORPORACIÓN DE LOS VALORES DEL BANCO EN SU VIDA COTIDIANA, NUESTROS EMPLEADOS TRABAJAN DÍA A DÍA PARA CONSTRUIR LA IDENTIDAD DE BANCO GALICIA. DURANTE EL AÑO 2007 HICIMOS FOCO EN LA CAPACITACIÓN PARA SU CRECIMIENTO Y DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL.

## DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS

La incorporación de nuevas tecnologías y productos, la dinámica del mercado, la alta competitividad y la búsqueda de personas entrenadas en diferentes perfiles, son los desafíos actuales que nos exigen trabajar estratégicamente, a fin de impulsar un fuerte vínculo interno basado en valores.

Por eso, a partir de la creación de la Gerencia de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos promovemos un esquema de gestión enfocado en la transformación de la organización para enfrentar estos nuevos desafíos. Su objetivo principal es generar las condiciones propicias para que cada persona pueda desempeñarse y agregar valor al puesto, la empresa y la sociedad. Esto abarca cada una de las instancias de gestión de recursos humanos, desde la selección hasta la capacitación, el desarrollo y la integración de nuestros empleados.

## SELECCIÓN, REMUNERACIÓN Y ASPECTOS GREMIALES

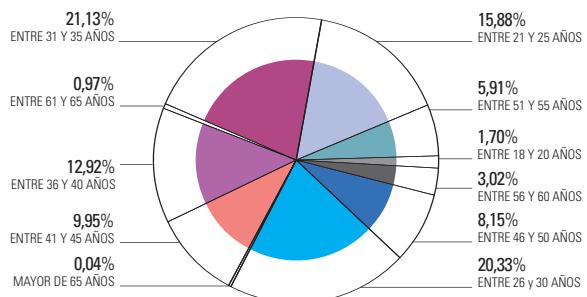
En Banco Galicia alentamos la igualdad de oportunidades y el crecimiento profesional en un ambiente laboral que estimula el trabajo en equipo y el desarrollo humano. En base a nuestro Código de Ética y Política de Trabajo Justo, todas las personas que desean ingresar al Banco siguen el mismo proceso de selección e incorporación, garantizando que sea transparente y equitativo. Durante el año 2007 ingresaron a nuestro equipo 807 colaboradores, incluyendo 4 empleados con capacidades especiales, fruto de nuestro trabajo junto con la Fundación Par.

Los empleados tienen remuneraciones fijas y variables que son revisadas continuamente en función de las necesidades y el crecimiento de cada empleado. Asimismo, todos acceden a un importante conjunto de beneficios para ellos y sus familias. Su relación laboral es efectiva y se encuentran cubiertos por convenios colectivos de trabajo. Estos convenios se realizan con la Asociación Bancaria Argentina, manteniéndose un diálogo continuo con la representación sindical a través de la Asesoría Laboral.

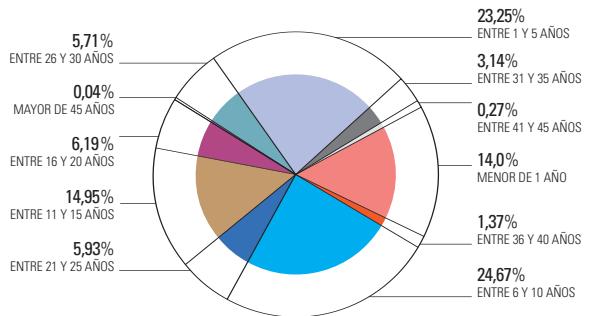
### UNA NUEVA HERRAMIENTA DE AUTOGESTIÓN:

EL DISEÑO ORGANIZACIONAL Y LA GESTIÓN DE LAS TRANSICIONES SON DOS DE LAS FUNCIONES PRINCIPALES DE LA GERENCIA. EN ESTE SENTIDO, UNO DE LOS DESTACADOS DEL AÑO 2007 FUE LA CONSOLIDACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DE LA GESTIÓN DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA DEL NEGOCIO. PARA ELLO, CREAMOS UN NUEVO SISTEMA DE AUTOGESTIÓN LLAMADO "RECURSOS HUMANOS ON-LINE" (RHOL), A TRAVÉS DEL CUAL NUESTROS COLABORADORES PUEDEN MODIFICAR DATOS, COMUNICAR NOVEDADES Y CONSULTAR INFORMACIÓN SOBRE DISTINTAS CUESTIONES QUE HACEN A SU VIDA LABORAL Y PROFESIONAL DENTRO DEL BANCO.

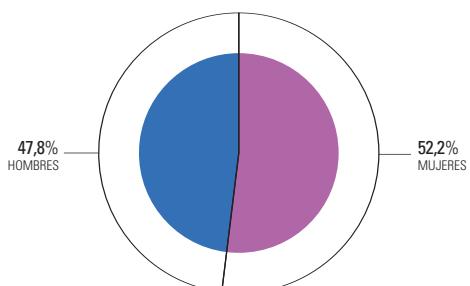
## DISTRIBUCIÓN POR EDAD



## DISTRIBUCIÓN POR ANTIGÜEDAD



## DISTRIBUCIÓN POR SEXO



	MUJERES	HOMBRES
Total empleados 2006	2.404	2.272
Total empleados 2007	2.694	2.470
Distribución por Cargo 2007		
Niveles inciales	1.819	1.310
Niveles medios	736	737
Niveles de jefaturas	127	360
Niveles gerenciales	12	58
Edad Promedio por Cargo 2007		
Niveles inciales	32	33
Niveles medios	39	39
Niveles de jefaturas	43	43
Niveles gerenciales	54	52

A partir del año 2007 se presenta la información correspondiente al Banco de Galicia y Buenos Aires S.A. en forma individual. La información correspondiente al año 2006 ha sido adecuada a los fines de su presentación comparativa.



## CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

Nuestras políticas de recursos humanos están centradas en la capacitación y el desarrollo profesional. Tuvimos una gran demanda para nuevas y más capacitaciones y logramos estándares comparables con las mejores prácticas mundiales de la Sociedad Americana para la Capacitación y el Desarrollo<sup>21</sup>, la mayor organización dedicada al aprendizaje en el trabajo y la capacitación. Aumentamos las horas de formación y crecimos en la oferta y la realización de cursos para áreas centrales.

La estructura de capacitación presencial y a distancia de Banco Galicia está formada por cuatro pilares que abarcan diferentes aspectos de la formación profesional y personal de nuestros empleados:

- > Formación Continua: Generación Galicia
- > Formación para el desarrollo
- > Formación Integral para puestos clave
- > Formación Complementaria

## FORMACIÓN CONTINUA: GENERACIÓN GALICIA

Para mantenernos actualizados en el uso de nuevas tecnologías, productos financieros y cambios del mercado bancario, ofrecemos capacitación constante en temas específicos que brindan las herramientas necesarias para desarrollar las tareas cotidianas en cada puesto de trabajo.

Una parte importante de la capacitación son los cursos a distancia que permiten a nuestros empleados organizar su formación de acuerdo a sus horarios personales y laborales.

### HORAS DE CAPACITACIÓN

	TOTAL HORAS		HORAS POR PERSONA	
	2007	2006	2007	2006
Áreas Centrales	76.334	59.432	43	36
Sucursales	252.335	114.288	78	55
<b>Total Banco</b>	<b>328.669</b>	<b>173.720</b>	<b>63</b>	<b>46</b>



21. American Society for Training & Development (ASTD).



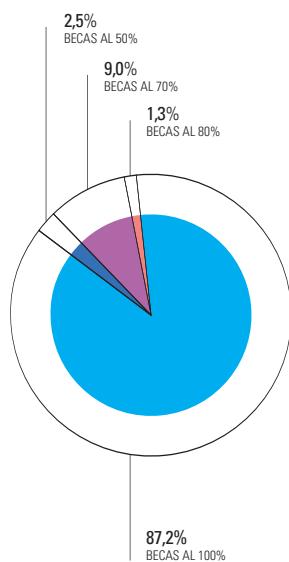
## FORMACIÓN PARA EL DESARROLLO

Acompañamos a nuestros colaboradores en el desarrollo de su carrera profesional dentro del Banco, incentivándolos a través de nuestro Plan de Becas y Escuela de Liderazgo que les permite capacitarse en temas de su interés y especializarse en las diferentes áreas del negocio.

### Plan de becas

A través del Plan de Becas tienen la posibilidad de gestionar su capacitación y desarrollo profesional.

Ofrecemos becas para Maestrías y Posgrados en prestigiosas Universidades e instituciones educativas del país con las que tenemos convenios especiales. En el año 2007 entregamos 78 becas entre el 50 % y 100% del valor de los cursos, totalizando 15.919 horas de formación, es decir, 6.862 horas más que el año anterior.



## FORMACIÓN INTEGRAL PARA PUESTOS CLAVE

Diseñamos programas de formación integral con el objetivo de desarrollar las competencias humanas y técnicas específicas de puestos clave de trabajo.

Los participantes recibieron herramientas teóricas y prácticas para desempeñar tareas de liderazgo, manejo de grupos, análisis de resultados y control de gestión. Ellos fueron evaluados en base a su desempeño en las actividades prácticas, sus capacidades y aptitudes profesionales, y su actitud en relación al programa.

PROGRAMA DE FORMACIÓN INTEGRAL	2007
Horas de Capacitación	64.636
Participantes	180

## HORAS DE CAPACITACIÓN

	CANTIDAD DE BECAS		HORAS DE CAPACITACIÓN	
	2007	2006	2007	2006
Subtotal becas otorgadas por solicitud	20	49	3.746	5.163
Subtotal becas ofrecidas	58	30	12.173	3.894
<b>Total Becas</b>	<b>78</b>	<b>79</b>	<b>15.919</b>	<b>9.057</b>



## FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Adicionalmente a los cursos específicos de formación en el negocio, ofrecemos a nuestros empleados la oportunidad de acceder a cursos fuera del horario laboral orientados a un desarrollo personal más allá de sus puestos de trabajo y actividades dentro del Banco.

Las capacitaciones destacadas durante este año fueron: Taller de Protocolo y Etiqueta Empresarial, Tutorías de Excel Básico y Avanzado, Tutorías de Power Point, Taller de Conversación en Inglés,

Taller de Análisis de Textos Literarios en Inglés, Finanzas para no financieros y Cálculo Financiero, entre otros. Todos éstos son de carácter presencial y su duración, por lo general, oscila entre 2 y 8 horas.

PROGRAMA DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA	2007	2006
Horas de Capacitación	4.682	4.294
Participantes	476	632

OTRAS INICIATIVAS	DESCRIPCIÓN	ALIANZA
Taller Familia	Desarrollamos ciclos de charlas y encuentros orientados a la difusión de valores y al fortalecimiento de los lazos familiares y sociales, con el objetivo de generar un ámbito de discusión de las temáticas que surgen en la relación familia-trabajo, proveer a los padres de herramientas que los ayuden en sus tareas de formadores primarios, y acompañarlos en la búsqueda de mejora en las relaciones familiares. Realizamos 4 talleres a los que asistieron 120 personas, de las cuales el 92% los consideró muy buenos.	Fundación Proyecto Padres
Programa para Madres Profesionales (Maternity Coaching)	Propusimos este espacio de reflexión dirigido a embarazadas y a madres que recién vuelven de sus licencias de maternidad, para integrar la vida familiar con la actividad laboral, siguiendo los valores familiares que promueve el Banco. En su primera edición contó con la participación de 26 madres.	Fundación Proyecto Padres
Cursos de Primeros Auxilios y Reanimación Cardio Pulmonar	Ofrecimos, como todos los años, los cursos con el objetivo de brindar a los empleados conocimientos acerca de las técnicas iniciales de primeros auxilios para que sepan cómo actuar en caso de una emergencia. Durante los años 2006 y 2007, 73 empleados obtuvieron los certificados que acreditan su participación.	Cruz Roja Argentina

## UNA DOBLE VÍA DE COMUNICACIÓN

Los canales de comunicación con nuestros empleados generan un sentido de pertenencia y posibilitan el intercambio de conocimientos entre las distintas áreas y niveles jerárquicos de nuestra organización. Éstos son:

- > **Notigal:** revista interna que publicamos una vez al año y distribuimos a todos los colaboradores con el objetivo de resumir los eventos y logros más importantes de cada área del Banco.
- > **E-Company:** herramienta a través de la cual se publica información relevante de distintas áreas de la compañía.
- > **Correo electrónico:** medio que permite el envío de noticias urgentes a todos los integrantes del Banco y la comunicación de temas corporativos.
- > **Servicio Telefónico de Atención al Personal:** línea que sirve para proveer asesoramiento personalizado sobre distintas temáticas del ámbito laboral y posibilita realizar denuncias anónimas.

Todos estos canales habilitan una doble vía de comunicación a través de casillas de correo donde los empleados pueden enviar sugerencias. Como complemento de estos canales formales, contamos con instancias informales de comunicación presencial. En todos los cierres de los programas más importantes de capacitación, el área de recursos humanos genera un espacio de intercambio donde los empleados pueden consultar personalmente cualquier tema de relevancia para ellos.

## BÚSQUEDAS INTERNAS

Continuamos privilegiando la selección y búsqueda interna para capitalizar el talento y la experiencia de nuestros empleados, y promover su crecimiento en la entidad. Durante este año duplicamos las opciones de crecimiento.

	2007	2006
Búsquedas internas	161	149
Empleados postulados	1.912	586
Pases concretados	66	93

## MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La evaluación es un elemento clave en toda actividad de formación. A través de ella, nuestros empleados reciben de manera regular información que les permite analizar sus fortalezas y áreas a mejorar. También los ayuda a revisar y definir sus objetivos de carrera y a proponerse objetivos y metas para crecer profesionalmente e incrementar su empleabilidad.

## OPORTUNIDADES GALICIA

Oportunidades Galicia es una herramienta de comunicación del Banco con sus integrantes, focalizada en el desarrollo de los mismos. Incluye la publicación de las búsquedas internas para la eventual postulación de los interesados como también la convocatoria para actividades de capacitación.





**DR. ENRIQUE BEHREND**  
Gerente de Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos

"CONCEBIMOS A LA ENCUESTA DE CLIMA ORGANIZACIONAL COMO UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA. NOS PERMITE ESCUCHAR LAS OPINIONES DE LOS EMPLEADOS Y, AL MISMO TIEMPO, ES UN INSTRUMENTO CLAVE EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS DE LA ENTIDAD."

### ESCUCHANDO A NUESTROS EMPLEADOS PARA SEGUIR CRECIENDO

CADA DOS AÑOS REALIZAMOS UNA ENCUESTA DE CLIMA ORGANIZACIONAL CON EL OBJETIVO DE CONOCER LAS OPINIONES DEL PERSONAL SOBRE ASPECTOS IMPORTANTES DEL TRABAJO Y LA VIDA EN EL BANCO. CADA EMPLEADO TIENE LA POSIBILIDAD DE BRINDAR SU OPINIÓN, BASADA EN SU PROPIA EXPERIENCIA DEL TRABAJO DÍA A DÍA EN LA EMPRESA, CON LA SEGURIDAD DE QUE LA INFORMACIÓN BRINDADA ES ESTRÍCTAMENTE ANÓNIMA. ESTA HERRAMIENTA ES FUNDAMENTAL PARA DIALOGAR CON NUESTROS EMPLEADOS Y RETROALIMENTAR CON SUS APORTES LA GESTIÓN COTIDIANA DE NUESTRO NEGOCIO CON SUS APORTES.

En el año 2007, se destaca la alta participación de los empleados en la Encuesta, habiendo participado el 91% de la plantilla. Ellos nos contaron lo siguiente:

- > **Trabajar en el Banco**
  - El 91% está satisfecho con trabajar en el Banco.
  - El 81% está satisfecho con los beneficios que le brinda el Banco.
  - El 65% logra un equilibrio entre su vida laboral y personal.
  - El 69% cree que la capacitación que recibe es útil para el desarrollo de su trabajo.
- > **Ética y Valores**
  - El 84% conoce la Visión, Misión y Valores del Banco.
  - El 71% de los encuestados cree que la comunicación interna transmite a los empleados claramente los valores que el Banco desea reflejar.
  - El 94% manifiesta conocer el Código de Ética del Banco.
  - El 86% afirma que el comportamiento de los integrantes del Banco está guiado por la honestidad, la ética comercial y el cumplimiento de las normas legales.
- > **Calidad**
  - Para el 77% de los encuestados el principal valor que quiere transmitir el Banco en su accionar es la Calidad del Servicio.
  - El 90% respondió positivamente a la existencia del compromiso con satisfacer las necesidades del cliente.
  - El 87% conoce cuáles son los estándares de calidad que se aplican en la atención al cliente.
- > **Entorno**
  - El 85% piensa que el Banco está comprometido con el desarrollo de actividades que contribuyen a la comunidad.
  - El 70% cree que el Banco responde con rapidez a los cambios del entorno.

## SALUD Y SEGURIDAD

La cobertura médica de nuestros empleados está garantizada en el marco del Sistema de Obras Sociales, a través de entidades de medicina prepaga entre las cuales se destaca Santiago Salud S.A. Asimismo, las sucursales del Banco tienen cobertura de emergencias médicas. Tenemos un consultorio que permite a las oficinas centrales solicitar atención médica primaria por parte de un profesional asentado en la Fundación Banco Galicia.

### Seguridad

Si bien contamos con personal de seguridad en cada sucursal, es importante que todos los empleados estén preparados para enfrentar situaciones de riesgo. Por eso, capacitamos a los nuevos miembros de las sucursales en temas de seguridad, vulnerabilidad y riesgo. También abordan la importancia de la prevención y la seguridad física, el rol de cada empleado y las herramientas de seguridad que tienen disponibles en las sucursales. En noviembre del año 2007 realizamos con éxito el primer simulacro de evacuación del nuevo Edificio Corporativo, ubicado en Perón 430.

### Cartilla de Visitas

Para la seguridad de todos los empleados y las visitas que ingresan a los edificios corporativos del Banco, contamos con una Cartilla de Visitas que indica cómo comportarse dentro de las instalaciones en caso de una situación de crisis. A su vez, contiene una serie de indicaciones sobre el ingreso y el egreso a los edificios.





## BENEFICIOS PARA EMPLEADOS

### Tarjetas y préstamos

Los beneficios ofrecidos a través del área de Recursos Humanos incluyen prestaciones tales como seguros de vida, bonificaciones por caja de ahorro, cuentas corrientes, préstamos, tarjetas de crédito y asignación por guardería. Durante el año 2007 otorgamos 1.328 tarjetas VISA y 364 tarjetas American Express.

TIPO DE PRÉSTAMOS OTORGADO A EMPLEADOS	CANTIDAD	IMPORTE
Préstamos personales	431	\$25.040.682
Préstamos hipotecarios	295	\$35.243.885
Préstamos inquilinos-propietarios	25	\$3.505.700
Préstamos hipotecarios para construcción	11	\$1.226.000
<b>Total</b>		<b>\$65.016.267</b>

### Beneficios Internos Programados

Este Programa ofrece a nuestros empleados y sus familias una amplia gama de beneficios, desde descuentos en la compra de productos y servicios, hasta actividades exclusivas para colaboradores del Banco.

En el 2007 realizamos 40 actividades de recreación y deportivas, como torneos de tenis doble, rugby, fútbol, paddle y squash. Éstos permitieron a los 5.164 participantes hacer deporte en equipo y conocerse desde otra perspectiva.

Además, los empleados practicaron yoga, entrenamiento al aire libre, running, footing y disfrutaron de los beneficios por convenios con gimnasios de todo el país. Mediante estas actividades -que cubren diferentes necesidades e intereses de los colaboradores- también se busca promover la incorporación de hábitos saludables.

Contamos con un coro del Banco que ensaya dos veces por semana y que se presentó en el Teatro de la Comedia. Al evento asistieron 400 personas y lo recaudado fue donado al Programa Interactivo de Ayuda por Regiones (PRIAR).

## SANTIAGO, ASOCIACIÓN MUTUAL DEL PERSONAL DE BANCO GALICIA

LA MUTUAL TRABAJA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE SUS 1.426 S Y 218 JUBILADOS QUE PARTICIPAN DE FORMA VOLUNTARIA APORTANDO UN MÍNIMO PORCENTAJE DE SU SALARIO.

## CLUB DEL PERSONAL DE BANCO GALICIA

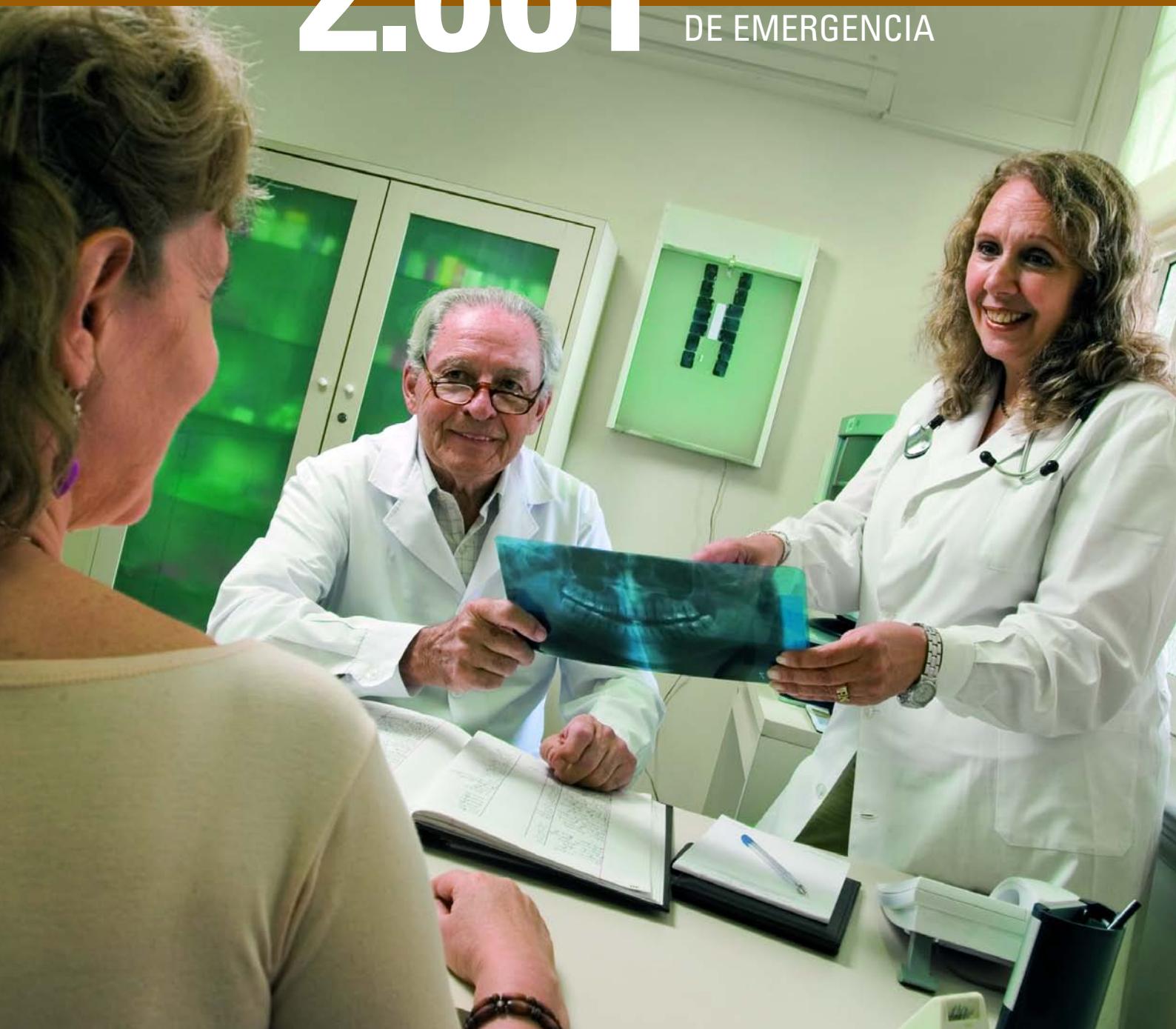
EL CLUB ES UN ESPACIO DE RECREACIÓN DE LOS EMPLEADOS, JUBILADOS Y SUS FAMILIAS, Y OTROS SOCIOS. MEJORAMOS LAS INSTALACIONES PARA BRINDAR UN SERVICIO DE MAYOR CALIDAD:

- > Instalamos agua corriente al predio del Club.
- > Renovamos las dos canchas de fútbol, y mejoramos el sistema de riego por aspersión.
- > Reparamos el techo del salón principal con cambio de canaletas e impermeabilización.
- > Construimos un nuevo estacionamiento con espacio para 60 autos.

LA FUNDACIÓN BANCO GALICIA TRABAJA CON LA MISMA VOCACIÓN DE SERVICIO QUE INSPIRÓ HACE MÁS DE 40 AÑOS A SUS CREADORES. APORTA FUNDAMENTALMENTE A LA SOLUCIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE LOS EMPLEADOS Y JUBILADOS DEL BANCO, Y DE SUS FAMILIAS.

**2.661**

SUBSIDIOS PARA  
EMPLEADOS EN CASO  
DE EMERGENCIA



### > COLONIA DE VACACIONES

Todos los veranos e inviernos, la Fundación organiza la colonia de vacaciones para los hijos de entre 5 y 13 años de todos los empleados en las instalaciones del Club de Empleados del Banco. Asistieron 440 chicos en los dos períodos de invierno y verano.

### > PLAN ESTUDIANTIL

Consiste en la entrega de una caja completa de útiles escolares a los hijos de los empleados del Banco en período escolar y guardapolvos para quienes así lo requieran. Se entregaron 2.512 cajas de útiles y 965 guardapolvos.

### > BECAS ESTUDIANTILES

Están destinadas a empleados con más de un año de antigüedad en el Banco y con un sueldo menor a \$ 4.000. Las Becas son mensuales y se renuevan cada cuatrimestre. En el primer cuatrimestre se entregaron 119 becas y en el segundo 123. A partir del segundo cuatrimestre, se amplió el monto de la beca desde \$ 200 a \$ 250 mensuales.



### > SUBSIDIOS A EMPLEADOS EN SITUACIONES DE EMERGENCIA

La Fundación habitualmente asiste a los colaboradores del Banco con acciones concretas y pedidos especiales, contemplando cada caso particular en un espacio de confianza y contención. Este tipo de contribución creció considerablemente, aumentando el nivel de ayuda a los empleados y alcanzando los 2.661 subsidios mensuales y renovables.

### > ENTREGA DE AJUARES

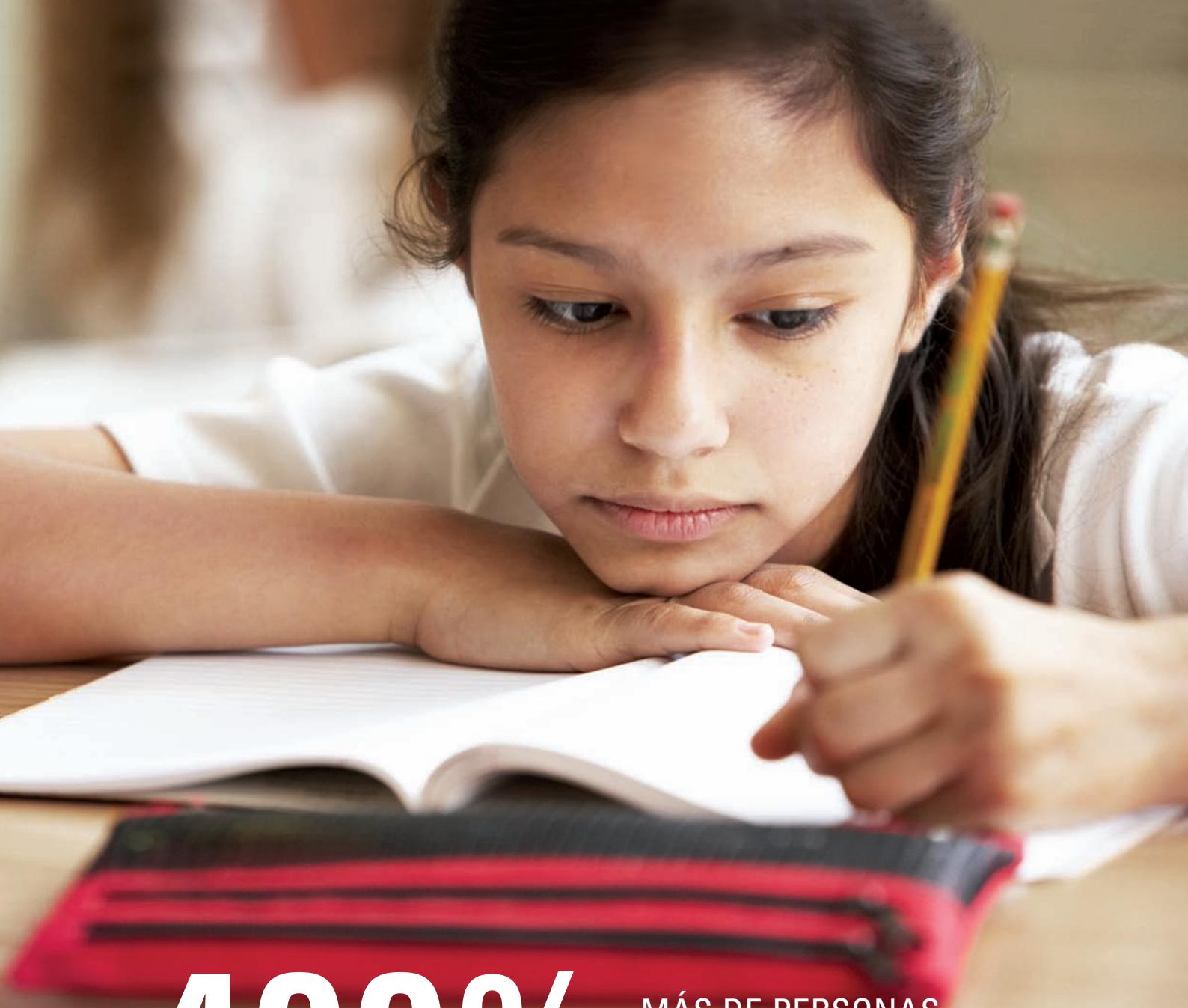
La Fundación entregó 250 ajuares a todos los hijos recién nacidos en el año 2007. Además, se realizó una fiesta por el día del niño con la asistencia de 450 hijos de empleados.

### > DONACIÓN DE EQUIPAMIENTO Y PCs

La Fundación canaliza la donación de todos aquellos bienes que se dejan de utilizar en el Banco. Así, se destinan piezas de mobiliario, PCs equipadas y otros bienes en buen estado que el Banco ya no emplea, principalmente a escuelas y hospitales. El material distribuido en el año asciende a un total de 746 PCs, 333 impresoras y 3.229 muebles.

### SANTIAGO SALUD

LA ATENCIÓN MÉDICA A LOS EMPLEADOS -INDEPENDIENTEMENTE DE SU NIVEL DE INGRESOS- Y A LOS JUBILADOS DEL BANCO SE PRESTA A TRAVÉS DE SANTIAGO SALUD S.A. QUE DEPENDE DE LA FUNDACIÓN. ESTE SERVICIO, SIMILAR AL SISTEMA DE MEDICINA PREPAGA, BRINDA A TODOS NUESTROS EMPLEADOS CONSULTORIOS MÉDICOS, CLÍNICAS ADHERIDAS, CENTROS DE ATENCIÓN DE EMERGENCIAS, LABORATORIOS DE ANÁLISIS CLÍNICOS, DIAGNÓSTICO POR IMÁGENES Y MUCHAS OTRAS ESPECIALIDADES, ADEMÁS DE DESCUENTOS EN FARMACIAS DE CAPITAL FEDERAL Y GRAN BUENOS AIRES. EN LA ACTUALIDAD CUENTA CON 5.172 SOCIOS, ENTRE EMPLEADOS DEL BANCO, SUS FAMILIARES Y PERSONAL JUBILADO.



# 400%

MÁS DE PERSONAS  
BENEFICIADAS POR  
PROGRAMAS SOCIALES

NUESTRO COMPROMISO CON LA EQUIDAD Y LA CONSTRUCCIÓN DE VALOR SOCIAL NOS LLEVÓ A SEGUIR AVANZANDO EN PROGRAMAS DE LARGO PLAZO, DESARROLLADOS POR ORGANIZACIONES SOCIALES, Y NOS IMPULSÓ A CREAR NUEVAS INICIATIVAS IDEADAS INTERNAMENTE EN EL BANCO, MOSTRANDO MADUREZ EN LA RELACIÓN CON LA COMUNIDAD. ESTE AÑO TRABAJAMOS EN 118 PROGRAMAS.



SR. GUILLERMO PANDO

Director

“ESTAMOS CONVENCIDOS QUE NUESTRA ORGANIZACIÓN DEBE TENER EN CUENTA EL CONTEXTO DONDE OPERA. ESO NOS LLEVA A SEGUIR ACOMPAÑANDO INICIATIVAS DE LA SOCIEDAD CIVIL, Y A DESARROLLAR PROGRAMAS QUE CONTEMPLEN LA GENERACIÓN DE VALOR SOCIAL Y AMBIENTAL. ASÍ, NUESTRO COMPROMISO CON LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD CON EQUIDAD SE PLASMA EN UNA GESTIÓN PROFESIONAL CONCRETA.”

Toda organización establece una relación de mutua influencia con la comunidad de la cual forma parte. Contribuir a su desarrollo no sólo es asumir la responsabilidad hacia ella, sino que además es estratégico para maximizar las posibilidades de crecimiento de la entidad.

Canalizamos nuestra colaboración a través de alianzas con organizaciones que cuentan con una gestión seria y un sólido conocimiento de las temáticas que abordan. De esta manera, ampliamos nuestro aporte y las oportunidades para seguir aprendiendo y lograr un intercambio mutuamente beneficioso con nuestro entorno. Dichas alianzas se llevan a cabo mediante programas propios y con el apoyo a proyectos impulsados por organizaciones sociales.

Trabajamos sobre tres ejes principales que son pilares clave para la inclusión social y la construcción de una sociedad con equidad:

- > **PROGRAMA DE EDUCACIÓN:  
VALOR A TU FUTURO**
- > **PROGRAMA DE PROMOCIÓN LABORAL:  
VALOR A TU DESARROLLO**
- > **PROGRAMA DE SALUD:  
VALOR A TU SALUD**

## RESULTADOS

Presencia en Provincias	24
Programas Comunitarios	118
Alianzas con Organizaciones	143
<b>Beneficiarios:</b>	
- Entidades de bien público	118
- Emprendedores	2.316
- Desempleados	3.905
- Pacientes	14.986
- Escuelas	781
- Docentes	5.023
- Alumnos	27.802

## EDUCACIÓN: VALOR A TU FUTURO

Entendemos a la Educación como uno de nuestros temas prioritarios de trabajo ya que es la variable crítica para romper el círculo de pobreza y la base para un desarrollo socio-económico equitativo. El Programa Educativo está estructurado a través de dos dimensiones: el Programa de Fomento a la Formación y el Programa de Mejora de la Calidad Educativa. Ambos apuntan a distintos ámbitos y sectores.

PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
Becas Escolares	Asociación Conciencia. Fundación Cimientos.	Ofrece oportunidades educativas a niños de bajos recursos a través de becas, y de un servicio gratuito de apertura y mantenimiento de cajas de ahorro para la administración de becas.	Nacional
Retención Escolar Secundaria	Fundación Tzedaká	Busca retener alumnos secundarios en riesgo de deserción escolar.	CABA Buenos Aires
Promoción del Estudio Superior	UDESA ITBA Univ. T. Di Tella Univ. del Salvador CEIDA	Ofrece becas de estudio superior y realiza aportes al Fondo de Becas.	CABA Buenos Aires
Programa Nexus	CIPPEC	Busca crear mayores capacidades autónomas a nivel provincial para discutir, diseñar y justificar las decisiones de política educativa.	Nacional
Escuelas del Bicentenario	IIPE/ UNESCO UDESA	Propone mejorar las condiciones básicas para el aprendizaje de los alumnos de escuelas de baja calidad educativa, favoreciendo el desarrollo de las principales áreas académicas y las condiciones de educabilidad, y de gestión institucional.	Tucumán
Educación a distancia	Misiones Rurales Argentinas - EGEA	Mejora la formación de los docentes rurales aplicando la educación a distancia vía Internet y nuevos elementos pedagógicos.	Misiones
Capacitación en Lecto-Escritura	Fundación Escolares	Impulsa la capacitación docente y la creación de bibliotecas escolares para favorecer las habilidades de lecto-escritura de los alumnos rurales.	Santa Fe
Los chicos leen y escriben sus derechos	Secretaría de Cultura de la Nación	Aborda la cuestión de los derechos de los niños y su ejercicio, trabajando con actividades didácticas para chicos de entre 5 y 10 años.	Olavarría Bahía Blanca Mar del Plata
Programa Educativo y de Acción Cultural: Malba para educadores	Malba	Acerca la obra y el pensamiento de artistas latinoamericanos al mundo de los chicos, mediante fichas didácticas que se ofrecen a docentes.	CABA
Red Cimientos	Fundación Cimientos	Brinda un espacio de intercambio, capacitación y apoyo para unir y potenciar las acciones de las organizaciones de la sociedad civil que desarrollan programas educativos de Cimientos.	Córdoba Corrientes Salta Misiones
Potenciar Invernáculo en Escuela Agropecuaria N° 1	Fundación Emprendimientos Rurales Los Grobo	Busca mejorar la calidad educativa de la escuela agropecuaria a través del estudio y la adquisición de destrezas y conocimientos en el trabajo con plantas dentro de un invernáculo.	Provincia de Buenos Aires

## CERTAMEN ESCOLAR 2007 "EDIFICIOS HISTÓRICOS, TORRES, CAPILLAS Y CAMPANARIOS"

JUNTO A LA FEDERACIÓN ARGENTINA DE AMIGOS DE MUSEOS (FADAM), DESARROLLAMOS EL CERTAMEN DE ALCANCE NACIONAL CON EL OBJETIVO DE APOYAR LA LABOR DOCENTE ORIENTADA A QUE LOS ALUMNOS DESCUBRAN Y VALOREN EL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO DE SU REGIÓN. ADEMÁS, BUSCAMOS PROPICIAR EN EL ÁMBITO ESCOLAR ACCIONES PARA EL CONOCIMIENTO Y LA DEFENSA DE ESE PATRIMONIO.

Participaron 900 alumnos de 79 escuelas de 15 provincias.

Las escuelas ganadoras fueron:

- > 1º Premio: Escuela N° 36 "C. María Onetti", Dto. Sauce, Nogoyá, Entre Ríos.
- > 2º Premio: Casa Salesiana Instituto Nuestra Sra. de los Remedios, CABA.
- > 3º Premio: Escuela N° 4127 "Manuela Pedraza", Rosario de la Frontera, Salta.
- > 4º Premio: Escuela Primaria N° 325 "Independencia", San Salvador de Jujuy.



## EL FUTURO SOMOS NOSOTROS, LOS CHICOS

COMO MIEMBROS DE LA COMISIÓN DE EDUCACIÓN DEL CONSEJO PUBLICITARIO ARGENTINO, CONTINUAMOS APOYANDO A LA CAMPAÑA EDUCATIVA DE ALCANCE NACIONAL "LA EDUCACIÓN ES UNA TAREA DE TODOS" INICIADA EN EL AÑO 2006. EN ESTE SEGUNDO AÑO, CON LA FIGURA DE UN NIÑO COMO CANDIDATO POLÍTICO PARA LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES, LA CAMPAÑA TUVO COMO FINALIDAD CONTRIBUIR A SENSIBILIZAR A PADRES, DOCENTES, FUNCIONARIOS, POLÍTICOS Y OPINIÓN PÚBLICA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN COMO VEHÍCULO DE TRANSFORMACIÓN DE LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS Y DE DESARROLLO DEL PAÍS EN SU CONJUNTO.



## TALLER DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA

A través de este proyecto, desarrollado por el Banco y que forma parte de la dimensión Fomento a la Formación, buscamos incrementar la conciencia de los jóvenes -que cursan el último año del secundario en colegios públicos y privados con subvención estatal- sobre la importancia del ahorro, la planificación personal, la fijación de metas y el sistema bancario para que puedan aplicarlos a su propia realidad y a la de su entorno.

Este Programa fue pensado para contribuir a que los jóvenes reflexionen a mediano y largo plazo, y para brindarles herramientas de apoyo de forma tal que puedan alcanzar sus objetivos personales y profesionales con la mayor optimización de sus recursos.

En esta iniciativa se los interpela como actores en un escenario democrático; fomentándoles la participación justa, responsable y comprometida en diferentes ámbitos sociales.

El Taller de Planificación Económica se ejecuta en cursos conformados por 30 alumnos aproximadamente. Las actividades se desarrollan en dos jornadas, siendo de frecuencia quincenal. Al concluir, los participantes trabajan con los conceptos de planificación a fin de obtener, como resultado final, la materialización de un sueño definido como meta personal.

Para llevarlo adelante, se elaboraron módulos de trabajo que contienen propuestas didácticas, teoría y sugerencias bibliográficas. Los mismos tienen como finalidad articular la realidad individual con los conceptos discutidos.

El proyecto se desarrolló en distintas regiones del país: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Salta y Provincia de Buenos Aires. La Asociación Conciencia es nuestra socia encargada de su implementación.

En la evaluación de la primera etapa del proyecto, formulado a cinco años, el 94% de los alumnos estimó que lo aprendido les sirvió para pensar algo nuevo sobre la administración de su dinero y su relación con el sistema financiero; y el 89% consideró que esta iniciativa debe seguir aplicándose en otros colegios.

RESULTADOS: 1º AÑO	
BENEFICIARIOS	CANTIDAD
Escuelas	12
Alumnos	370
Beneficiarios indirectos	1.500

## PROMOCIÓN LABORAL: VALOR A TU DESARROLLO

Creemos que el trabajo no sólo es un medio para la obtención de sustento económico. La posibilidad de acceder a un trabajo digno es un derecho fundamental cuyo cumplimiento repercute positivamente en la calidad de vida del individuo y la sociedad. A través del Programa de Promoción Laboral, impulsado por el Banco, nos proponemos acercar la educación a la demanda laboral y contribuir a la generación del empleo a través de la formalización de emprendimientos sustentables.

“Valor a tu Desarrollo” está estructurado a través de tres dimensiones: el Programa del Microemprendimiento a la PyME, el Programa Promoción de la Inserción Laboral de Grupos Vulnerables y el Programa de Formación para la Empleabilidad.



**Promoción de la Inserción Laboral de Grupos Vulnerables:** ofrece capacitación a personas provenientes de sectores desfavorecidos a fin de que puedan incorporarse al mercado laboral e integrarse socialmente.

PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
Adopte un Joven	Fundación Impulsar	Tiene por objetivo contribuir a la formación de jóvenes empresarios mediante la capacitación, la orientación y el apoyo económico a sus emprendimientos.	San Luis
Desafío - Cursos de Formación Auxiliar Contable y Formación para Call Center	Fundación de Organización Comunitaria (FOC)	Su objetivo es que los jóvenes puedan completar sus estudios, aprendan un oficio y se inserten en el mundo del trabajo.	Buenos Aires
Programa de Becas en Oficios - Escuela Taller	Dirección General Casco Histórico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires	Su finalidad es articular capacitación y empleo, formando mano de obra idónea para la recuperación del patrimonio edilicio.	CABA



**Formación para la Empleabilidad:** brinda herramientas a aquellas personas que buscan empleo a fin de ampliar sus posibilidades de ingreso al mercado.

PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
Estrategias para la búsqueda de empleo	Servicio de Empleo AMIA	Taller que, a través de la red nacional de oficinas del Servicio de Empleo AMIA, capacita a personas que buscan insertarse o reintegrarse laboralmente, permitiéndoles ampliar sus posibilidades de ingreso en el mercado de trabajo.	CABA, Buenos Aires, Tucumán, Córdoba, Santa Fe y Mendoza
Educación para el Empleo y Apoyo a Emprendedores	Fundación Par	Programa integral que brinda herramientas estratégicas a las personas con discapacidad para fomentar su integración, ya sea desarrollando su propio emprendimiento o trabajando en relación de dependencia.	Región Cuyo

## PROGRAMA DEL MICROEMPRENDIMIENTO A LA PYME

Con el objetivo de contribuir a la formalización de actividades productivas de quienes ya tienen un microemprendimiento sustentable y de potenciar la generación de empleo, creamos el Programa del Microemprendimiento a la PyME para todo el país. Esta iniciativa privilegia a aquellos emprendedores que hayan tenido que afrontar mayores dificultades socio-económicas a la hora de construir su emprendimiento.

Impulsar el empleo formal es una iniciativa clave para el desarrollo de una nación porque encuadra a las actividades efectuadas dentro de un marco institucional y jurídico definido.

Las tres fases del programa son:

- > **Inscripción y entrega de Guía de Orientación al emprendedor.**  
Selección de emprendimientos sustentables, de al menos de tres años de antigüedad.
- > **Capacitación a los emprendedores para que adquieran competencias necesarias para formar una PyME.** Los principales temas que aborda el curso están relacionados con la estrategia de crecimiento del emprendimiento a fin de que puedan adecuar su plan de negocios. La capacitación trata temáticas tales como: el financiamiento, la administración y el marco legal e impositivo, entre otras.
- > **Otorgamiento de créditos blandos a los emprendedores destacados durante el proceso de capacitación.**

El gran desafío del Programa del Microemprendimiento a la PyME consiste en instrumentar un proceso que impulse emprendimientos que, a futuro, puedan ser más rentables y sostenibles y que, a su vez, se conviertan en fuentes de nuevos puestos de trabajo.

Desarrollamos esta iniciativa con el apoyo de las siguientes organizaciones: Fundes, Fundación Impulsar, Fundación Grameen Mendoza, Servicio de Empleo AMIA, Fundación Par, Centro de Investigación de la Empresa (CIE) de la Facultad de Ciencias Sociales y Economía de la UCA, y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.

### RESULTADOS: 1º AÑO



#### CANTIDAD

Inscriptos	282
Seleccionados para la capacitación	75
Provincias	20



### Programa Fomento a la Salud e Integración de Grupos Vulnerables:

contribuimos con el acceso de los sectores menos favorecidos a un estado de bienestar físico, mental y social.

PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
Proyecto de investigación "Evaluación y Perfiles de las Disartrofonías en E.M."	EMA	Proyecto que busca objetivar parámetros vocales y acústicos de la disartria (síntoma común de la esclerosis múltiple).	San Luis
Prevención de enfermedades zoonóticas.	FABA	Talleres para concientizar sobre prevención de enfermedades transmitidas por animales doméstico y la tendencia responsable de animales.	Nacional
Contención y Cuidado de Enfermos terminales	Fundación Manos Abiertas	Iniciativa que, a través del centro de salud "Casa de la Bondad Buenos Aires" brinda apoyo al paciente terminal, recuperando su dignidad como persona y acompañando a la familia.	Buenos Aires

### SALUD: VALOR A TU SALUD

La salud no se reduce a la ausencia de enfermedad sino que implica un estado de bienestar físico, mental y social. Por este motivo, es necesario adoptar un enfoque que contemple y trabaje también sobre el entorno socio-ambiental de las personas, dedicando especial atención a aquellos grupos más vulnerables de nuestra sociedad.

Apoyamos acciones e iniciativas que promueven una mejor calidad de vida para las comunidades destinatarias, relacionadas con temáticas tales como nutrición, atención médica para pacientes de bajos recursos y apoyo a la investigación de enfermedades a través del Programa Fomento a la Salud e Integración de Grupos Vulnerables y del Programa de Mejoras en Hospitales y Centros de Salud.



**Programa de Mejoras en Hospitales y Centros de Salud:** realizamos mejoras en distintos hospitales y centros de salud.

PROYECTO	ORGANIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	ALCANCE
Adquisición de Equipamiento	COAS	Se aportó para la compra de un tomógrafo y un microscopio quirúrgico para el Hospital Oftalmológico Pedro Lagleyze.	CABA
Adquisición de Equipamiento	Fundación Policía Federal Argentina	Se adquirieron 4 Monitores Multiparamétricos Datascope y 2 Respiradores portátiles IMPACT para el servicio de Unidad de Emergencia del Hospital Policial "Churruca - Visca".	CABA
Ampliación del Centro Valoremos la Vida	Padres de Schoenstatt	Se contribuyó con el centro al que concurren personas con discapacidad mental donde reciben atención médica, alimentos, asesoramiento y realizan actividades recreativas y formativas.	Florencio Varela
Aumento de Capacidad	Fundación Dr. Juan A. Fernández	Se apoyó la duplicación de la capacidad de la Sala de Terapia Intensiva del Hospital de Agudos Dr. Juan A. Fernández con aparatoología de última generación.	CABA



## PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE LA DESNUTRICIÓN INFANTIL

### RESULTADOS: 1º AÑO

	CANTIDAD
Líderes sociales capacitados	166
Escuelas	53
Organizaciones Sociales	48
Beneficiarios indirectos (madres)	2.385

Junto a la Cooperadora para la Nutrición Infantil (CONIN), desarrollamos un programa de capacitación a líderes sociales locales (docentes, agentes sanitarios y referentes de organizaciones comunitarias) para que actúen como agentes multiplicadores en sus respectivas comunidades de influencia a fin de crear capital social para combatir este mal. Para ello, se abordan temas del área pediátrica, de estimulación alimentaria y de desarrollo afectivo. Las actividades consisten en el dictado de cursos por parte de profesionales de CONIN y la entrega de material informativo tanto para las organizaciones como para su distribución entre las madres.

Los cursos se desarrollaron en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Mendoza, Salta y La Pampa. El Programa está abierto a que organizaciones de la sociedad civil soliciten su implementación en sus ámbitos de influencia. En el año 2007 Misiones Rurales Argentinas y el Banco de Alimentos actuaron como articuladores locales.

## PROGRAMA INTERACTIVO DE AYUDA POR REGIONES (PRIAR)

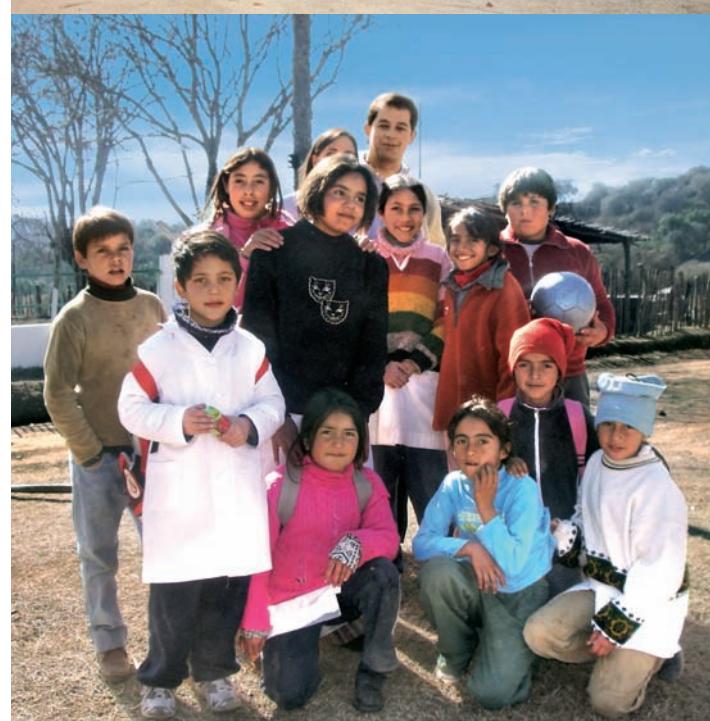
El PRIAR es el programa de voluntariado creado y gestionado por empleados del Banco que funciona ya hace cinco años. En el marco de este programa se desarrollan e implementan proyectos en las comunidades más necesitadas donde el Banco está presente. Se integran equipos de trabajo y se canalizan esfuerzos, capacidades y talentos para fines solidarios.

El objetivo del PRIAR es brindar respuestas concretas a través de proyectos en diferentes instituciones (escuelas, hospitales, hogares de niños y ancianos, comedores, centros vecinales) que les permitan continuar su actividad de manera auto-sustentable.

Según las necesidades que nuestros empleados identifican en comunidades locales y las propuestas que acercan a los Líderes de Equipo (Team Leaders), se elige la organización a la que se ayudará en base a criterios de prioridad, sostenibilidad en el tiempo y factibilidad del proyecto, entre otros.

Trabajamos en las 16 zonas en las que se divide la red de sucursales con un fuerte soporte desde Casa Matriz, quienes desarrollan campañas, actividades especiales, sorteos y torneos deportivos en apoyo a proyectos.

RESULTADOS	
Voluntarios	2.952
Proyectos desde el comienzo del programa	88
Proyectos finalizados	64
Proyectos en ejecución	24
Beneficiarios	13.434





PROYECTOS EN MARCHA

ZONA	LOCALIDAD	INSTITUCIÓN	BENEFIC.	DESCRIPCIÓN
Buenos Aires	Bragado, Pcia. Bs. As.	Escuela N° 14 Fragata Sarmiento	100	Construcción de pared medianera, asistencia integral.
Buenos Aires	Chacabuco, Pcia. Bs. As.	Centro Educativo Complementario 801	152	Equipamiento de las aulas con material didáctico y libros, y pintura exterior e interior del edificio.
Cordillera	Mendoza	Asociación Nuestra Señora del Milagro	220	Ampliación y equipamiento de la cocina.
Cordillera	San Rafael, Mendoza	Comunidad San José Moscati - Cotelengo Rama Caída	80	Reposición de una bomba y un tanque de agua, refacción de baños, instalación de termotanques.
Cordillera	La Rioja	Congregación de Hermanas Dominicanas	20	Refacciones generales, equipamiento de aulas y salón comedor.
Cordillera	San Juan	Escuela para Niños Hipoacúsicos	80	Alimento, ropa y medicamentos.
Galicia Seguros	Chacabuco, Pcia. Bs. As.	Hogar Paolo Jesús Machello	10	Compra de transporte escolar.
Macrocentro	Lanús, Pcia. Bs. As.	Instituto Sagrado Corazón	70	Refacción y equipamiento de la sala de computación.
Mediterránea	San Francisco, Santa Fe	Colegio Jesús de la Misericordia	120	Equipamiento y refacción de talleres de carpintería y costura.
Mediterránea	San Juan	Comedor Escuela Emanuel	200	Puesta en marcha y equipamiento de un salón de usos múltiples.
Mediterránea	Tucumán	Escuela N° 190	80	Construcción de techo para patio cubierto, equipamiento de taller de computación y puesta en marcha de huerta.
Mediterránea	Santiago del Estero	Escuela N° 85 República del Perú	100	Construcción de un pozo de agua y refacción general de la escuela.
Mediterránea	Salta	Parroquia Nuestra Señora de Itatí	100	Construcción de salón comunitario y compra de bloquera para taller de fabricación de ladrillos.
NEA	Formosa	Comunidad Laguna Yema	240	Puesta en marcha del emprendimiento productivo de Harina Algarroba y derivados.
NEA	Gualeguaychú, Entre Ríos	La Casita de Cáritas L. Rossi	30	Equipamiento de un taller de costura.
NEA	Goya, Corrientes	Comedor Santa Rita	180	Construcción de un quincho.
NEA	Posadas, Misiones	Escuela Provincial N° 730	100	Instalación de huerta comunitaria y construcción de un nuevo horno para elaborar pan.
Norte	San Fernando, Pcia. Bs. As.	Club Virreyes	300	Equipamiento de sala de primeros auxilios.
Oeste	San Miguel, Pcia. Bs. As.	Comedor María Madre de los Pobres	80	Alimentación diaria.
Palermo	Hurlingham, Pcia. Bs. As.	Hogar de Niños Fundación María Virgen	170	Asistencia integral.
Patagonia	Santa Rosa, La Pampa	Taller y Guardería de las Hermanas Adoratrices	1.250	Apoyo al hogar de día que brinda talleres de capacitación a mujeres en situación de vulnerabilidad.
Pilar	Pilar, Pcia. Bs. As.	El Jagüel de María	48	Reconstrucción general, puesta en marcha de huerta, gallinero y talleres.
Santa Fe	Rosario, Santa Fe	Asociación Vecinal Saladillo Sur Tiro Suizo	250	Ampliación de la sede para poder implementar talleres.
Sur	Adrogué, Pcia. Bs. As.	Casa del Niño Nuestra Señora de Betharram	70	Refacción de salón comedor.



LUIS QUINTEROS  
Team Leader PRIAR Rosario

“NOS LLENA DE ORGULLO PODER DAR UNA MANO A QUIENES MÁS LO NECESITAN Y GRACIAS AL APOYO, SENSIBILIDAD Y COMPROMISO DE NUESTRA GENTE, SUS FAMILIAS Y TODOS LOS CLIENTES QUE COLABORAN, PUSIMOS MANOS A LA OBRA Y LOGRAMOS LAS METAS PROPUESTAS. ESTA EXPERIENCIA NOS DEMUESTRA QUE TRABAJANDO EN EQUIPO TODO ES POSIBLE.”

### COLABORANDO CON EL COMEDOR SALADILLO SUD

CUANDO EN PRIAR DECIDIMOS COLABORAR CON EL COMEDOR SALADILLO SUD ENCONTRAMOS QUE LA CAPACIDAD Y LA ESTRUCTURA DE ESTA ORGANIZACIÓN ESTABA AL LÍMITE. POR UN LADO, LAS CONDICIONES EDILICIAS NO ERAN LAS ADECUADAS, Y, POR EL OTRO, EXISTÍA UNA GRAN DEMANDA INSATISFECHA. DÍA A DÍA REPARTÍAN 350 RACIONES DE ALMUERZO Y 350 DE MERIENDA, ALBERGANDO A 200 CHICOS DE HASTA 5 AÑOS Y 150 ANCIANOS, DISCAPACITADOS Y EMBARAZADAS.

EN ESTE CONTEXTO, COMENZAMOS NUESTRA LABOR BRINDANDO AL COMEDOR HERRAMIENTAS PARA SU COCINA. GRACIAS AL APOYO DE ALGUNAS EMPRESAS Y CLIENTES DE NUESTRA CIUDAD, PUDIMOS DARLES 2 FREEZERS, UNA CORTADORA DE FIAMBRES Y ACONDICIONAMOS LA COCINA CON UTENSILIOS Y OLLAS. ESTO FACILITA LA LABOR COTIDIANA DE ALIMENTAR A TANTAS PERSONAS DE MANERA EFICIENTE, HIGIÉNICA Y DIGNA.

COMO SEGUNDO PASO, BASADOS EN NUESTRA PREMISA DE AUTO-SUSTENTABILIDAD, TRABAJAMOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE UN TALLER DE COSTURA PARA MADRES Y EMBARAZADAS, APOYANDO AL EQUIPO DE LA ZONA EN LA RECOLECCIÓN DE FONDOS PARA ESTE EMPRENDIMIENTO. EL TALLER SE CONVIRTIÓ EN REALIDAD Y PERMITE A LAS MADRES TENER UN SUSTENTO ECONÓMICO. LUEGO, COMENZAMOS Y TERMINAMOS LA CONSTRUCCIÓN DE UNA LUDOTECA QUE SIRVE PARA LA EDUCACIÓN DE LOS NIÑOS, Y REALIZAMOS UNA COLECTA EN TODAS LAS SUCURSALES DE MÁS DE 400 LIBROS.

TAMBIÉN OBSERVAMOS QUE EXISTÍA UNA IMPORTANTE NECESIDAD DE CONTENCIÓN POR PARTE DE LA FRANJA DE CHICOS PREADOLESCENTES Y ADOLESCENTES QUE ASISTÍAN AL COMEDOR. ES ASÍ QUE PARA BRINDARLES UN ESPACIO DE PERTENENCIA SEGURO -EN EL QUE ENCONTRASEREN EJEMPLOS POSITIVOS Y LA OPORTUNIDAD DE ACCEDER A UNA SALIDA LABORAL- COMENZAMOS LA CONSTRUCCIÓN DEL “TALLER ESCUELA DE CARPINTERÍA Y OFICIOS”.

EL PROYECTO ERA AMBICIOSO Y LA COLABORACIÓN DE TODOS, UNA VEZ MÁS, LO HIZO POSIBLE.



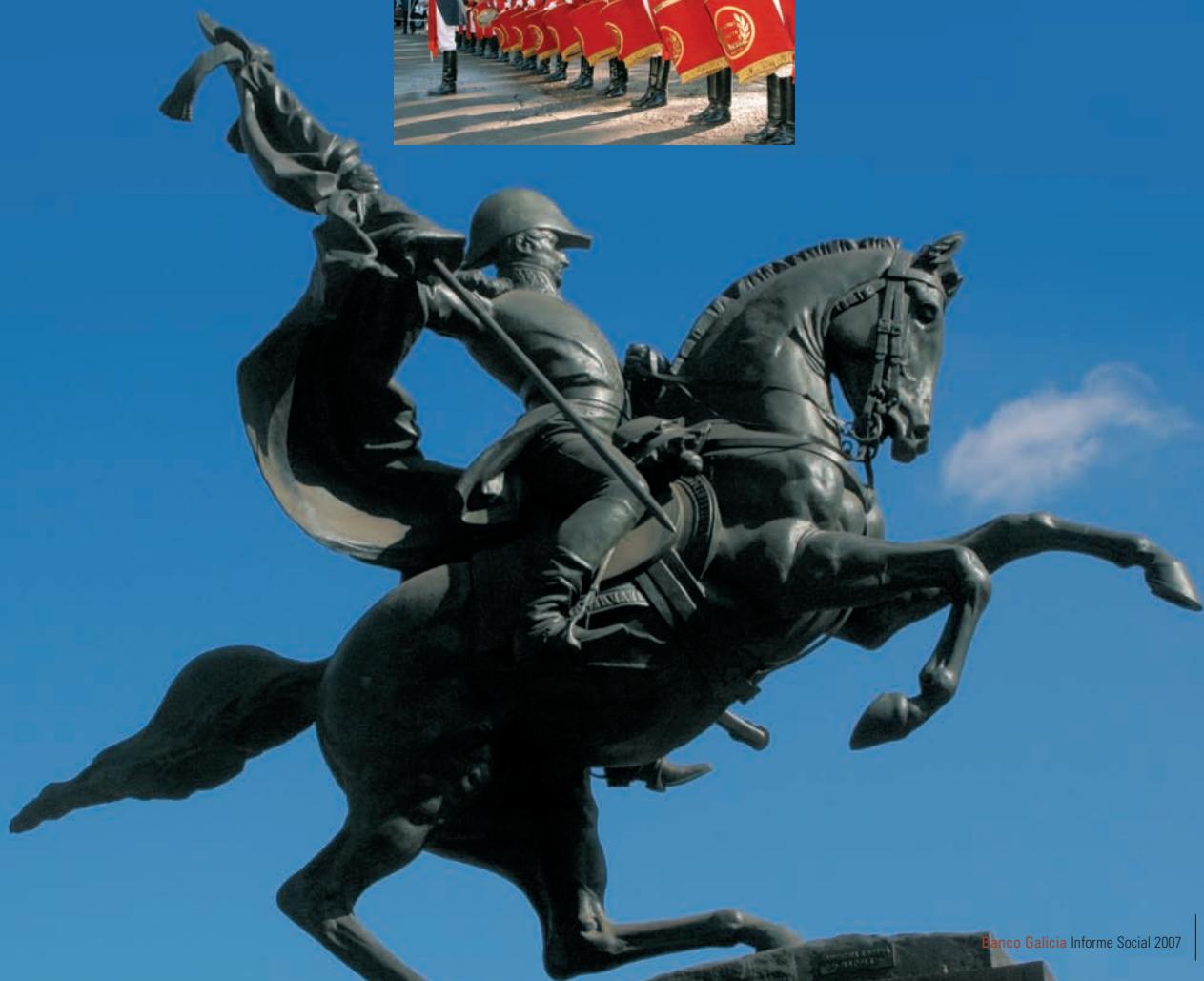
## CELEBRANDO EL PATRIMONIO CULTURAL

En el marco de este programa gestionamos proyectos de conservación de bienes históricos y culturales que forman parte del legado de los argentinos y financiamos las tareas de restauración, mantenimiento y conservación de edificios y monumentos. A esta iniciativa, se suman numerosas actividades institucionales de sponsoreo en el ámbito de la cultura y el deporte.

### Restauración del Monumento al Gral. Manuel Belgrano

Finalizamos en el año 2007 las obras de restauración del Monumento al Gral. Manuel Belgrano, una de las estatuas más emblemáticas de la ciudad de Rosario.

Este proyecto se realizó conjuntamente con la Municipalidad de la Ciudad, bajo la coordinación de las Secretarías de Obras Públicas y de Cultura y Educación. La dirección estuvo a cargo del escultor Marcelo Castaños. Las obras de restauración se realizaron durante un año y medio y permitieron el mejoramiento estético y la curación de la estatua.



También participamos de los siguientes proyectos de restauración:

- > Iglesia de la Merced (CABA).
- > Parroquia de la Catedral de San Isidro (Buenos Aires).
- > Parroquia Nuestra Señora de Aranzazu (Buenos Aires).
- > Parroquia San Ignacio de Loyola (CABA).
- > Casa de Isaac Fernández Blanco (CABA).
- > Museo José Hernández (CABA).

EN BANCO GALICIA NUESTROS PROVEEDORES SON UNA PIEZA FUNDAMENTAL PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO. ES POR ESO QUE DURANTE EL AÑO 2007, A TRAVÉS DE NUESTRO CÓDIGO DE CONDUCTA, TRANSMITIMOS A LO LARGO DE LA CADENA DE VALOR NUESTROS PRINCIPIOS Y VALORES, APOYÁNDONOS EN LA CONFIANZA Y EL BENEFICIO MUTUO PARA FORTALECER LAS RELACIONES A LARGO PLAZO.

# 2.153

PROVEEDORES ACTIVOS

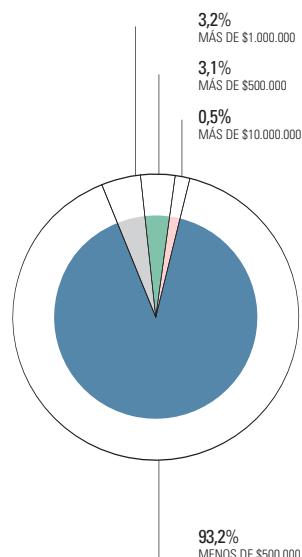


Como Banco, formamos parte de una trama de relaciones comerciales que tiene impactos socio-económicos diversos que dependen de las prácticas y los valores de sus actores.

En el año 2007 trabajamos con 2.153 proveedores gestionados a través del Sector de Compras y Contrataciones. Ellos pertenecen a una amplia variedad de sectores y tamaños de organizaciones y nos suministran del material necesario para que desarrollemos nuestro trabajo.

	2007	2006
Cantidad de Proveedores	2.153	2.114

### DISTRIBUCIÓN DE PROVEEDORES ACTIVOS POR FACTURACIÓN



### DESARROLLO DE PROVEEDORES

Como parte del compromiso con la mejora continua, en Banco Galicia estamos trabajando en un proyecto de abastecimiento corporativo, tendiente a homogeneizar el proceso de compras. En él fomentamos el desarrollo de los proveedores por medio de distintas herramientas, incluyendo:

- La formalización del proceso de evaluación, desarrollo y mantenimiento de los proveedores.
- La inclusión de controles formales de solvencia financiera dentro de la evaluación para dar el alta a proveedores.
- El diseño de un procedimiento que permita analizar la conducta crediticia de aquellos proveedores que son clientes del Banco.
- La implementación de procesos que permitan el monitoreo de las mejoras.
- La definición de factores que se tendrán en cuenta al solicitar certificaciones a los proveedores.

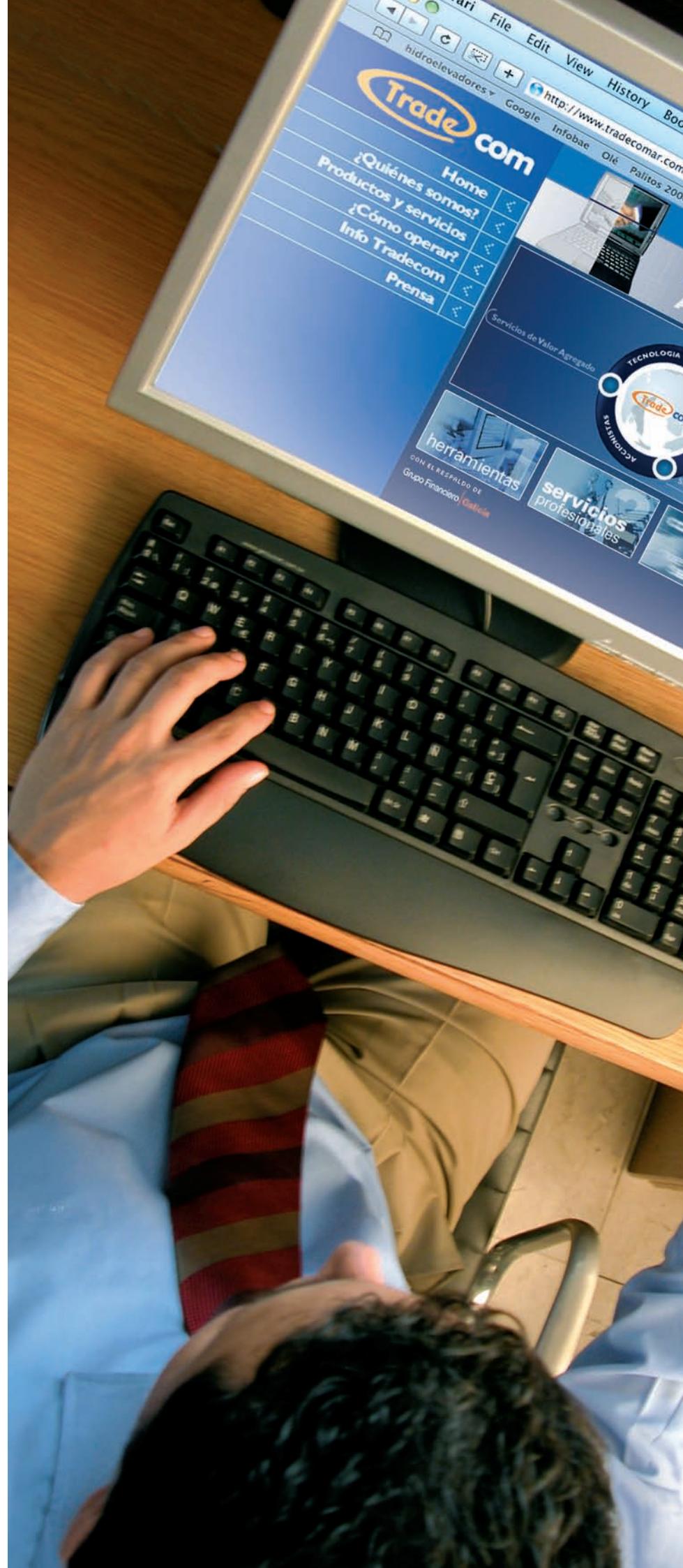
Está prevista también la definición de un Account Manager (Gerente de Cuentas) para cada proveedor, quien será el único contacto con el Banco. De esta manera, se centralizará e identificará al proveedor a fin de mejorar la relación con la empresa proveedora y la negociación de las condiciones de contratación.

## COMUNICACIÓN CON NUESTROS PROVEEDORES

Afianzamos el funcionamiento de los canales de comunicación con nuestros proveedores por medio del Portal de Proveedores disponible en nuestro sitio web ([www.e-galicia.com](http://www.e-galicia.com)) y de Tradecom ([www.visor.tradecomar.com](http://www.visor.tradecomar.com)), una empresa orientada al desarrollo y operación en Latinoamérica de productos y servicios para el intercambio electrónico de transacciones entre empresas (Business to Business). Grupo Financiero Galicia es su principal accionista.

A través de estos canales, todos nuestros proveedores pueden informarse sobre las novedades del Banco, ver el estado de sus facturas, realizar consultas y reclamos.

A lo largo del año vimos que la utilización de estas herramientas fue aumentando, lo que nos permitió mejorar la fluidez de la comunicación e incrementar la eficiencia en la gestión de compras. A mediados del año 2006, 80 Proveedores estaban inscriptos en Tradecom. En la actualidad el sitio cuenta con más de 2.000 usuarios.





LIC. MIGUEL PEÑA  
Gerente de Área de Servicios Corporativos

“ESTAMOS COMPROMETIDOS CON LOS PRINCIPIOS Y PROPÓSITOS QUE GUÍAN LAS ACCIONES DENTRO DE LA EMPRESA E IMPULSAMOS A NUESTRA CADENA DE VALOR A TRABAJAR BAJO ESTOS MISMOS VALORES, FORTALECIENDO NUESTRA RELACIÓN EN EL LARGO PLAZO.”

### AFIANZANDO LA COMUNICACIÓN DE NUESTRO CÓDIGO DE CONDUCTA

EN ALINEACIÓN CON LOS PRINCIPIOS Y PROPÓSITOS Y EL CÓDIGO DE ÉTICA QUE GUÍAN TODAS LAS POLÍTICAS Y ACTIVIDADES DE BANCO GALICIA, ESTABLECIMOS EN MARZO DEL AÑO 2007 UN CÓDIGO DE CONDUCTA DIRIGIDO A NUESTROS PROVEEDORES QUE CUENTA CON DOS PARTES: LOS COMPROMISOS ASUMIDOS POR LA EMPRESA Y LO QUE LA EMPRESA ESPERA OBTENER DE LOS PROVEEDORES.

DE ESTA MANERA, FORMALIZAMOS LAS PAUTAS QUE GUÍAN NUESTRAS PRÁCTICAS DE ABASTECIMIENTO CON LINEAMIENTOS QUE YA FORMAN PARTE DE NUESTRAS PRÁCTICAS HABITUALES DE COMPRAS. ESTO NOS PERMITE FORTALECER LA INTEGRACIÓN DE NUESTROS VALORES Y VISIÓN SOBRE LA RSC EN LA RELACIÓN CON NUESTROS PROVEEDORES, Y ASÍ CONTRIBUIR JUNTOS AL DESARROLLO SOSTENIBLE.

#### ➤ PARA DIFUNDIR EL CÓDIGO DE CONDUCTA ESTABLECIMOS DOS CANALES DE COMUNICACIÓN:

- Para los proveedores vigentes, desde el panel de Novedades de Tradecom, se les informó de la implementación del Código, invitándolos a acceder a través de un link.
- Para los proveedores nuevos, al momento de darse de alta en el Banco, deben dejar asentado en el Formulario de Alta que han leído y aceptado los principios y pautas que se expresan en el Código. Para acceder al Código deben ingresar en [www.e-galicia.com/Institucional/Proveedores](http://www.e-galicia.com/Institucional/Proveedores).

A su vez, el Código se encuentra a disposición de todos nuestros proveedores en el Portal de Proveedores.

#### ➤ ASPECTOS INCLUIDOS EN EL CÓDIGO DE CONDUCTA

- Principios y valores de Banco Galicia
- Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas
- Responsabilidad, Seguridad, Confidencialidad de la Información
- Respeto por la Ley y trámites impositivos
- Lealtad Comercial y Honestidad
- Cuidado del ambiente y respeto por su normativa
- Legitimación de la igualdad y diversidad
- Cumplimiento de leyes laborales y de un ambiente digno de trabajo

**RESULTADO:** durante el año 2007, 663 proveedores adhirieron al Código de Conducta.



# 596

HORAS DE FORMACIÓN  
EN RIESGOS AMBIENTALES

CONCIENTE DE SUS RESPONSABILIDADES CON EL AMBIENTE, EL SECTOR FINANCIERO TRABAJA EN TODO EL MUNDO PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS QUE PERMITAN MINIMIZAR IMPACTOS AMBIENTALES NEGATIVOS, GENERANDO MECANISMOS PARA PROMOVER LA SUSTENTABILIDAD EN EL SECTOR.

ALINEADOS CON ESTA TENDENCIA BANCO GALICIA ES EL PRIMER BANCO ARGENTINO EN ADHERIR A LOS PRINCIPIOS DE ECUADOR.

EMPRENDIMOS UN FUERTE TRABAJO DE REVISIÓN INTERNA QUE INCLUYÓ LA EVALUACIÓN DE LAS MEJORES PRÁCTICAS RELACIONADAS CON POLÍTICAS AMBIENTALES Y SOCIALES A NIVEL INTERNACIONAL.



LIC. PABLO GUTIÉRREZ

Director

"COMO ENTIDAD FINANCIERA, NO SOLAMENTE NOS OCUPAMOS DEL AMBIENTE A TRAVÉS DE LA PREVENCIÓN Y MINIMIZACIÓN DEL IMPACTO DIRECTO DE NUESTRAS INSTALACIONES, SINO QUE BUSCAMOS REALIZAR UNA GESTIÓN RESPONSABLE EN EL DESARROLLO DE TODO NUESTRO NEGOCIO. ESTE COMPROMISO, A TRAVÉS DE LA ADOPCIÓN VOLUNTARIA DE LOS PRINCIPIOS DE ECUADOR, NOS LLEVA A FINANCIAR PROYECTOS QUE REFLEJEN BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN AMBIENTAL."

## MINIMIZANDO NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL INDIRECTO

El 15 de marzo de 2007 adherimos a los Principios de Ecuador, convirtiéndonos en el Banco número 47 en el mundo en adherir a esta iniciativa impulsada por la Corporación Financiera Internacional (CFI).

Adherir a los Principios de Ecuador significa para una entidad Bancaria la aceptación de un lenguaje común y un marco de acción para gestionar y evaluar riesgos ambientales y sociales de los proyectos de inversión. En este sentido, el Banco establece las políticas y procedimientos asociados.

Los principios aplicados son:

- > **Revisión y categorización**
- > **Evaluación ambiental y social**
- > **Estándares sociales y ambientales aplicables**
- > **Planes de acción y sistemas de gestión**
- > **Consulta y revelación**
- > **Mecanismos de reclamo**
- > **Revisión independiente**

La Directora del CFI para el Desarrollo Ambiental y Social, Rachel Kyte, afirmó en una nota donde el CFI felicita a nuestra entidad por la adopción de los Principios que "como el primer banco argentino activo en la financiación de proyectos en adoptar los Principios del Ecuador, Banco Galicia está dando un importante paso adelante. Banco Galicia está fijando la norma localmente, y esperamos que más bancos de América Latina sigan su ejemplo"<sup>22</sup>.

Continuamos acercando a nuestros clientes la línea de crédito de la CFI que requiere la realización de una Evaluación del Riesgo Ambiental.

La composición de la cartera de inversiones totalizó, en el año 2007, un monto no acumulado de u\$s 6.637.000 mediante la aprobación de 9 nuevos proyectos durante este período. Su detalle se describe en el cuadro siguiente:

SECTOR	PARTICIPACIÓN POR ACTIVIDAD %		CANTIDAD DE OPERACIONES VIGENTES		MONTO PROMEDIO DEL PRÉSTAMO AL CIERRE DEL PERÍODO (U\$S)	
	2007	2006	2007	2006	2007	2006
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	11,6	14,1	10	9	4.620.000	4.690.000
Cultivo de cereales, oleaginosas y forrajeras	40,4	39,8	20	15	16.129.500	13.222.500
Servicios agrícolas y pecuarios	10,8	11,9	2	2	4.300.000	4.300.000
Producción de granja y cría de animales	2,3	2,7	2	2	900.000	900.000
Cultivos de hortalizas, legumbres, flores y plantas	6,0	7,2	1	1	2.400.000	2.400.000
Cultivo de vid	0,8	0,9	1	1	300.000	300.000
Elaboración de vinos	0,5	0,6	1	1	200.000	200.000
Cría de ganado bovino	5,0	1,5	2	1	2.000.000	500.000
Cultivo de frutas	3,0	3,6	1	1	1.200.000	1.200.000
Elab. de productos alimenticios	1,3	1,5	1	1	500.000	500.000
Fabricación de máquinas y aparatos eléctricos	2,0	2,4	1	1	800.000	800.000
Hotelería	3,0	3,6	2	2	1.200.000	1.200.000
Venta por mayor de materia prima	7,0	8,4	1	1	2.800.000	2.800.000
Venta por mayor de maquinaria y equipos	0,6	0,8	1	1	250.000	250.000
Cría de animales	0,8	-	1	-	300.000	-
Fca. de Productos Químicos	5,0	-	1	-	2.000.000	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>48</b>	<b>39</b>	<b>39.899.500</b>	<b>33.262.500</b>

22. <http://www.ifc.org/ifcext/pressroom/ifcpressroom.nsf>

## APRENDIZAJE CONTINUO

Continuando con el proceso iniciado el año pasado desarrollamos un estudio que tuvo como objetivo establecer las bases para la actualización de nuestras políticas corporativas en el plano socio-ambiental y fortalecer la información e indicadores cuantitativos, tanto para la gestión interna como para la comunicación de nuestro desempeño ambiental.

## MINIMIZANDO NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL DIRECTO

### Eficiencia desde las bases

La utilización racional de los recursos naturales es un principio esencial del cuidado del ambiente que requiere del compromiso permanente de todos los actores sociales. Asumir nuestra responsabilidad ambiental implica:

- > **Desde el punto de vista tecnológico: contemplar y minimizar los impactos ambientales de nuestras operaciones a través de la actualización de la infraestructura y equipamientos.**
- > **Desde la gestión: implementar políticas, mecanismos y controles que se traduzcan en mejoras ambientales concretas.**
- > **Desde el punto de vista humano: promover entre nuestros colaboradores conductas responsables hacia el ambiente, concientizándolos y convirtiéndolos en agentes multiplicadores de las mismas.**

Durante este año se llevó a cabo un importante proceso para nuestra organización: la mudanza a la nueva torre corporativa. La proyección de reunir a todos los sectores en un único Edificio Corporativo surgió aproximadamente en el año 1996, en respuesta a la necesidad del Banco de concentrar los recursos humanos y tecnológicos, racionalizar los espacios de trabajo y minimizar los costos operativos.

La obra tuvo su inicio en el año 1997 y fue finalizada en el año 2007, empezando la mudanza en el mes de junio. Este proceso ha permitido reunir los sectores que estaban distribuidos en diferentes edificios, concentrando hoy en la torre, a gran cantidad de nuestros colaboradores.

Desde su concepción, esta torre fue pensada para optimizar nuestras operaciones cuidando el ambiente, a través del Sistema de Gestión de la Construcción (Building Management System). Este sistema permite automatizar todas las instalaciones para lograr un consumo racional de energía según la actividad de cada sector.

Asimismo, contamos con equipamientos que nos permiten hacer un uso cada vez más eficiente de recursos imprescindibles como el agua y la energía. Esto, a su vez, redunda en menores emisiones de gases de efecto invernadero, reducción en la generación de residuos y menor contaminación. A continuación detallamos las acciones más relevantes:

- > **Utilización de equipos de refrigeración (aire acondicionado y heladeras) con gases que minimizan el impacto al ambiente.**
- > **Utilización de equipos de aire acondicionado con tecnología VRV<sup>23</sup>, que ayuda al menor consumo de energía eléctrica para la generación de refrigeración y calefacción.**
- > **Instalación de un circuito de agua de enfriamiento cerrado en el sistema de aire acondicionado, reutilizándose la misma y generando un menor consumo de dicho recurso.**
- > **Utilización de nuevas tecnologías (led) en la iluminación de carteles y señalizaciones, de bajo consumo y alto rendimiento.**
- > **Automatización en todos los edificios corporativos a través de la cual se programa el encendido y apagado de luces y equipos en función de las actividades.**



23. Volumen de Refrigerante Variable.



**Reciclado de Papel**  
**“Separamos para reciclar”**

En la actualidad se consumen aproximadamente 17 mil kilos de papel por mes, del cual el 80% es papel reciclabl

Si bien mejoramos en el proceso de reciclado de papel, desde noviembre implementamos una campaña de reciclado. A través de ésta buscamos impulsar hábitos positivos relacionados con la generación de residuos, reforzando el propósito de alcanzar parámetros sustentables en nuestra cadena de valor.

La primera etapa de la iniciativa implicó la colocación de cestos de residuos diferenciados para materiales reciclables y no reciclables, conjuntamente con una campaña de concientización interna.



**Ahorro de Energía**

Durante el año 2007 el Banco implementó un “Plan de Ahorro Energético” en los edificios corporativos y en las diferentes sucursales que incluyó las siguientes medidas:

- > Apagado de marquesinas y carteles durante las 24 hs.
- > Apagado de luces de las entradas de las sedes durante el día, aprovechando la luz natural, y durante la noche, utilización del 50% de las luminarias totales de dichas instalaciones.
- > Encendido de equipos de aire acondicionado y calefacción un máximo de 6 horas diarias con ajuste de temperatura.
- > Control constante sobre el apagado de luces innecesarias.

### Principales indicadores ambientales<sup>24</sup>

Las iniciativas detalladas tuvieron como objetivo minimizar los impactos de las actividades desarrolladas en nuestras sedes. Este año hemos incorporado indicadores relacionados con la emisión de gases de efecto invernadero y el cambio climático, cuyos valores están asociados al uso de la energía. A través de la medición de indicadores concretos, buscamos evaluar y comunicar los progresos logrados para seguir incrementando nuestra eficiencia.

Según surge de los valores reportados en el cuadro siguiente, el indicador de consumo energético del año 2007, 1.644.151 MWh/mes, no ha reflejado las modificaciones tecnológicas introducidas en nuestra Torre Corporativa ni las actividades de reducción consumo energético implementadas en las sedes centrales. Esto se explica principalmente en función de la coexistencia de la Torre Corporativa con los edificios corporativos durante la etapa de la mudanza hacia dicha Torre, sostenida durante el transcurso del año 2007.

INDICADOR <sup>25</sup>	UNIDADES	PROMEDIO MENSUAL (2007)	PROMEDIO MENSUAL (2006)
Consumo del papel blanco	kg	17.372	17.217
Papel reciclado	kg	2.917	400
Consumo de agua	m <sup>3</sup>	8.184	6.209
Consumo de electricidad	KWh	1.644.151	856.843
CO <sub>2</sub> generado por consumo de electricidad <sup>26</sup>	kg de CO <sub>2</sub> equivalente/mes	774	-
CO <sub>2</sub> generado por consumo de gas natural <sup>27</sup>	kg de CO <sub>2</sub> equivalente/mes	11	-

### FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Este año se incluyó dentro de la capacitación “Análisis de Riesgo y Administración del Crédito”, un módulo de “Riesgo socio-ambiental”.

Este taller fue dictado en los Edificios Corporativos, implicando una importante inversión de recursos del Banco para la reunión de empleados de las sucursales de todo el país. Esto demuestra la convicción del Banco sobre la importancia de estos temas.

Se dictaron 9 talleres de una semana de duración, con un módulo específico de Riesgos Ambientales de 4 horas que alcanzaron a 149 participantes, representando un total de 596 horas dictadas.

El módulo de Riesgos Ambientales fue dictado por el equipo del sector que se dedica al análisis de los proyectos con impacto ambiental.



24. Abarca edificios centrales.

25. Abarca edificios centrales, adicionándose la Torre Corporativa. En el caso de agua se informa sólo cuando cuentan con medidores. Significan una superficie de 78.700 m<sup>2</sup> y una población de 2.690 empleados.

26. “Modelo de cálculo del Factor de Emisiones de Dióxido de la Red Argentina de Energía Eléctrica, año 2006”, Secretaría de Energía y Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación [http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/UCC/File/220807\\_calculo\\_factor\\_emision.pdf](http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/UCC/File/220807_calculo_factor_emision.pdf).

27. “Modelo de cálculo del Factor de Emisiones de Dióxido de la Red Argentina de Energía Eléctrica, año 2006”, Secretaría de Energía y Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación [http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/UCC/File/220807\\_calculo\\_factor\\_emision.pdf](http://www.ambiente.gov.ar/archivos/web/UCC/File/220807_calculo_factor_emision.pdf); corresponde a un consumo mensual promedio de gas de 5.843 m<sup>3</sup>.

28. A partir del año 2007 se presenta la información correspondiente al Banco de Galicia y Buenos Aires S.A. en forma individual. La información correspondiente al año 2006 ha sido adecuada a los fines de su presentación comparativa.

29. Incluye en el año 2007 la reinversión de ganancias por \$318.133 y la ganancia del ejercicio no distribuida por \$30.422. El año 2006 incluye la reinversión de ganancias por \$100.222 y la pérdida del ejercicio no distribuida por \$126.211.

INDICADORES PRIMARIOS DE  
DESEMPEÑO (IBASE)

	2007 <sup>28</sup>		2006	
<b>BASE DE CÁLCULO</b>	<b>MONTO (PESOS)</b>		<b>MONTO (PESOS)</b>	
Ingreso neto (IN)	30.422.000,00		-126.211.000,00	
Ingreso operativo	1.060.310.000,00		657.470.000,00	
Nómina de pago bruto (NPB)	213.639.597,00		162.889.875,00	
<b>INDICADORES SOCIALES INTERNOS</b>	<b>MONTO (PESOS)</b>	<b>% DE NPB</b>	<b>% DE ION</b>	<b>MONTO (PESOS)</b>
Alimentación	18.435.980,00	8,63	1,74	13.674.149,00
Cargas sociales obligatorias	63.901.445,00	29,9	6,03	48.874.166,00
Salud	7.528.974,00	3,52	0,71	5.492.660,00
Educación	240.773,00	0,11	0,02	181.936,00
Cultura	946.014,00	0,44	0,09	608.751,00
Desarrollo profesional y capacitación	7.895.086,00	3,70	0,74	7.044.236,00
Guarderías y asistencia para el cuidado infantil	2.193.077,00	1,03	0,21	2.035.719,00
<b>Total indicadores internos</b>	<b>101.141.349,00</b>	<b>47,34</b>	<b>9,54</b>	<b>77.911.618,00</b>
<b>INDICADORES SOCIALES EXTERNOS</b>	<b>MONTO (PESOS)</b>	<b>% DE NPB</b>	<b>% DE ION</b>	<b>MONTO (PESOS)</b>
Educación	812.960,69	0,38	0,08	435.612,04
Promoción laboral	412.076,56	0,19	0,04	209.279,00
Salud e inclusión social	716.339,14	0,34	0,07	436.718,16
Voluntariado corporativo	32.785,26	0,02	0,00	23.143,46
Restauración de patrimonio cultural	365.793,51	0,17	0,03	477.227,26
Otros	89.584,44	0,04	0,01	35.095,00
Contribución total a la sociedad	2.429.539,56	1,14	0,23	1.617.074,92
Impuestos (sin incluir cargas sociales)	317.674.493,00	148,70	29,96	194.514.000,00
<b>Total indicadores externos</b>	<b>320.104.032,56</b>	<b>149,83</b>	<b>30,19</b>	<b>196.131.074,92</b>
<b>INDICADORES DEL PERSONAL</b>				
Número de empleados al final del ejercicio	5.164			4.676
Número de admisiones durante el ejercicio	807			839
Tasa de rotación (%)	7			6
Cantidad de empleados mayores de 45 años	1.052			854
Cantidad de empleados mujeres	2.694			2.403
% de cargos gerenciales ocupados por mujeres	17,1			10,42
<b>INFORMACIÓN RELEVANTE ACERCA DE RSC</b>				
Total de accidentes relacionados con el trabajo	67			68
Los proyectos sociales y/o ambientales fueron definidos por (áreas involucradas en definición)	Gerencia de RSC			Gerencia de RSC
Los estándares de salud y seguridad en el trabajo fueron definidos por (áreas involucradas en definición)	Directorio y Gerentes			Directorio y Gerentes
En relación con asuntos sindicales y negociación colectiva, la compañía...	Sigue las normas de la OIT			Sigue las normas de la OIT
Días perdidos por huelgas	0			0
Cantidad de delegados sindicales	74			76
Al seleccionar proveedores, los mismos estándares de responsabilidad ética, ambiental y social de la compañía:	Son exigidos			Son exigidos
Para empleados involucrados en actividades voluntarias, la compañía...	Apoya e incentiva			Apoya e incentiva
<b>VALOR AGREGADO TOTAL (CIFRAS EN MILES DE PESOS)</b>				
Valor agregado distribuido	939.408			400.530
Valor obtenido de los accionistas reinvertido en la empresa	-27.024			-
Valor agregado neto	912.384			400.530
Valor agregado distribuido				
Gobierno (impuestos)	119.348			92.572
Dividendos de accionistas	-			-
Reinversión de ganancias <sup>29</sup>	348.555			-25.989
Empleados	444.481			333.947

## INDICADORES GRI - COMUNICACIÓN SOBRE EL PROGRESO (COP)

Para la elaboración de este Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007 utilizamos la Guía G3 de la Iniciativa de Reporte Global con su Suplemento Sectorial para el Sector Financiero.

	PÁGINA
<b>1. VISIÓN Y ESTRATEGIA</b>	
1.1 Declaración del máximo responsable	5
1.2 Descrip. de los ppales.impactos, riesgos y oportunidades	6, 12, 14-15, 55-58
<b>2. PERFIL</b>	
<b>Perfil de la organización</b>	
2.1 Nombre de la organización	8
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios	9
2.3 Estructura operativa	10
2.4 Localización de la sede principal	9
2.5 Países en los que opera	(1)
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	9
2.7 Mercados servidos	9, 17-22
2.8 Dimensiones de la organización informante	8-9
2.9 Cambios significativos del período	(2)
2.10 Premios y distinciones recibidos	15
<b>3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>	
<b>Perfil de la Memoria</b>	
3.1 Período cubierto por la información	6
3.2 Fecha de la Memoria anterior más reciente	6
3.3 Ciclo de presentación de memorias	6
3.4 Punto de contacto para cuestiones de la memoria	64
<b>Alcance y cobertura de la Memoria</b>	
3.5 Proceso de definición del contenido	6
3.6 Cobertura de la Memoria	6
3.7 Existencia de limitaciones de alcance	6
3.8 Aspectos que puedan afectar la comparación informativa	(2)
3.9 Técnicas de medición para elaborar los indicadores	6
3.10 Efectos de las correcciones de información de informes anteriores	(2)
3.11 Cambios significativos resp. a períodos ant. sobre alcance y cobertura	6
<b>Índice del contenido GRI</b>	
3.12 Localización de contenidos identificando las páginas o enlaces web	60-61
<b>Verificación</b>	
3.13 Política y práctica sobre verificación externa	62-63
<b>4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	
<b>Gobierno</b>	
4.1 Estructura de gobierno	10
4.2 Características de la presidencia del Consejo	10
4.3 Para org. con estruc. unitaria, consejeros independientes o no ejecutivos	N/A
4.4 Comunic. entre accionistas y empleados y el máximo órgano de gob.	(3), 10
4.5 Vínculo entre la retribución de los directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización	10
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno	7, 10-11
4.7 Capacitación de los miembros del Consejo en temas de sostenibilidad	N/D
4.8 Declaración, misión, valores y códigos sobre sostenibilidad	6-7
4.9 Evaluación del desempeño de la organización sobre sostenibilidad por parte del Consejo	10-11
4.10 Evaluación del propio Consejo en temas de sostenibilidad	N/D
<b>Compromisos con iniciativas externas</b>	
4.11 Principio de precaución	11, 55-58
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados en la comunidad	38-49
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca y grado de implicación	10, 13
<b>Participación de los grupos de interés</b>	
4.14 Relación de grupos de interés de la organización	16-58
4.15 Procedimiento para la definición de los grupos de interés	6, 13
4.16 Enfoques utilizados para la participación de los grupos de interés	N/D
4.17 Aspectos de interés surgidos de la participación de los grupos de interés	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>	
<b>Desempeño económico</b>	
EC1 (P) Principales magnitudes económicas	9, 59
EC2 (P) Consecuencias financieras, otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	55-58
EC3 (P) Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	59
EC4 (P) Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	N/D
<b>Presencia en el mercado</b>	
EC5 (A) Rango entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local	N/D
EC6 (P) Política, prácticas y proporción de gasto con proveedores locales	N/D
EC7 (P) Procedimiento p/ la contratación y proporción de altos directivos loc.	N/D
<b>Impactos económicos indirectos</b>	
EC8 (P) Inversiones en infraestructura y servicios para el beneficio púb.	15, 38-49, 59
EC9 (A) Entendimiento, descripción y alcance de impactos económicos indirectos significativos	13-14

<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL:</b>		
<b>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DECENTE</b>		
<b>Empleo</b>		
LA1 (P)	Desglose de empleados por tipo empleo, contrato y región	27-28
LA2 (P)	Nº total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región	28, 59
LA3 (A)	Beneficios sociales para empleados con jornada completa	(4)
<b>Relaciones empresa/trabajadores</b>		
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo	27
LA5 (P)	Período(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	(5)
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>		
LA6 (A)	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud	N/D
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y nº de víctimas mortales	N/D
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de enfermedades graves	N/D
LA9 (A)	Asuntos de salud y seg. cubiertos en acuerdos formales con sindic.	38-35
<b>Formación y educación</b>		
LA10 (P)	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado	29-31
LA11 (A)	Prog. de gest. de habilidades y de formación continua a trabajadores	29-31
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional	32
<b>Diversidad e igualdad de oportunidad</b>		
LA13 (P)	Órganos de gobierno corporativo y plantillas, por sexo, edad, pertenencia minoría	28
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, por categoría profesional	N/D
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>		
<b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>		
HR1 (P)	Porcentaje y nº total de acuerdos de inversión con cláusulas de derechos humanos	N/D
HR2 (P)	Porcentaje de proveedores analizados en materia de derechos humanos y medidas adoptadas	N/D
HR3 (A)	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos	N/D
<b>No discriminación</b>		
HR4 (P)	Nº total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas	(6)
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>		
HR5 (P)	Actividades contra la libertad de asociación y medidas correctoras	(7)
<b>Explotación infantil</b>		
HR6 (P)	Actividades con riesgo de explotación infantil y medidas correctoras	(8)
<b>Trabajos forzados</b>		
HR7 (P)	Actividades con riesgo de trabajos forzados, no consentidos y medidas correctoras	(8)
<b>Prácticas de seguridad</b>		
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad formado en derechos humanos	N/D
<b>Derechos de los indígenas</b>		
HR9 (A)	Nº total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	N/A
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: SOCIEDAD</b>		
<b>Comunidad</b>		
SO1 (P)	Programas y prácticas para evaluar y gestionar impactos en las comunidades	13, 38-49
<b>Corrupción</b>		
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos con la corrupción	11
SO3 (P)	Porcentaje empleados formados en anti-corrupción	11
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción	(9)
<b>Política pública</b>		
S05 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying	(10)
S06 (A)	Aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas	N/D
<b>Comportamiento de competencia desleal</b>		
S07 (A)	Nº total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	(11)
<b>Comportamiento normativo</b>		
S08 (P)	Valor monetario de sanciones, multas y nº total de sanciones no monetarias por incumplimiento de leyes	(11)
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO</b>		
<b>Salud y seguridad del cliente</b>		
PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios evaluadas en la salud y seguridad de los clientes	N/A
PR2 (A)	Nº total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios	N/A

Etiquetado de productos y servicios		
PR3 (P)	Procedimiento para la información y etiquetado de productos y servicios	N/D
PR4 (A)	Nº total de incumplimientos relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios	(11)
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	24-25
Comunicaciones de marketing		
PR6 (P)	Procedimiento y programa de cumplimiento con la normativa de comunicaciones de marketing	13
PR7 (A)	Nº total de incidentes por incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing	(11)
Privacidad del cliente		
PR8 (A)	Nº total de reclamaciones con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes	(11)
Cumplimiento normativo		
PR9 (P)	Coste de multas por incumplimiento de la normativa sobre suministro y el uso de productos y servicios	(11)
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL		
Materiales		
EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen	58
EN2 (P)	Porcentaje de materiales utilizados que son valorizados	58
Energía		
EN3 (P)	Consumo directo de energía por fuentes primarias.	N/D
EN4 (P)	Consumo indirecto de energía por fuentes primarias	58
EN5 (A)	Ahorro de energía por la conservación y mejoras en la eficiencia	57-58
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía	55
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	55
Agua		
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes	58
EN9 (A)	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua	N/A
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada	N/A
Biodiversidad		
EN11 (P)	Terrenos en propiedad, arrendados o gestionados de alto valor de biodiversidad en zonas no protegidas	N/A
EN12 (P)	Impactos en espacios naturales protegidos y no protegidos de alta biodiversidad	N/A
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados	N/A
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad	N/A
EN15 (A)	Nº de especies cuyos hábitats se encuentren en áreas afec. por las oper.	N/A
Emisión, vertidos y residuos		
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso	58
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso	N/D
EN18 (A)	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas	N/D
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso	58
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso	N/D
EN21 (P)	Vertido total de aguas residuales, según su naturaleza y destino	N/A
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento	N/D
EN23 (P)	Nº total y volumen de los derrames accidentales más significativos	N/A
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos	N/A
EN25 (A)	Recursos hídricos y hábitats afectados por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización	N/A
Productos y servicios		
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios	N/D
EN27 (P)	Porcentaje de productos vendidos que son reclamados al final de su vida útil	N/A
Cumplimiento normativo		
EN28 (P)	Coste de las multas significativas y sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental	(11)
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados	N/A
General		
EN30 (A)	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	55
SUPLEMENTOS SECTORIALES		
Gestión de la RSC		
CSR1	Política de RSC	1, 13
CSR2	Organización de RSC	13
CSR3	Auditoría de RSC	62-63
CSR4	Gestión de asuntos sensibles	10-11
CSR5	Incumplimiento	(11)
CSR6	Diálogo con las partes interesadas	N/D

Desempeño social interno		
INT1	Política Interna de RSC	11, 13
INT2	Rotación de empleados y creación de empleo	27, 59
INT3	Satisfacción de empleados	33
INT4	Retribución de los altos directivos	N/D
INT5	Remuneración vinculada a la sostenibilidad	N/D
INT6	Ratio salarial hombres/mujeres	N/D
INT7	Perfil de empleados (género, discapacidad, etc.)	27-28
Desempeño hacia la sociedad		
SOC1	Obras benéficas	38-49
SOC2	Valor Económico Añadido (EVA)	N/D
Proveedores		
SUP1	Seguimiento de los principales proveedores	N/D
SUP2	Satisfacción de proveedores	N/D
Banca Minorista		
RB1	Aspectos sociales de la política de Banca Minorista	17-19
RB2	Perfil de la política de créditos	19-20
RB3	Criterios sociales o de sostenibilidad en la política de créditos	55
Banca de Inversión		
IB1	Aspectos sociales y medioambientales de la política de inversión	N/D
IB2	Perfil del cliente: estructura de las operaciones globales	N/D
IB3	Operaciones con un alto contenido social y medioambiental	N/D
Gestión de Activos		
AM1	Aspectos sociales de la política de Gestión de Activos	N/D
AM2	Activos bajo gestión con aspectos de sostenibilidad	N/D
AM3	Actividad del accionista orientada a la Inversión Socialmente Responsable (ISR)	N/D
Seguros		
INS1	Aspectos sociales de la política de seguros	N/D
INS2	Perfil de los clientes	16-18
INS3	Reclamaciones de clientes	N/D
INS4	Seguros con aspectos de sostenibilidad	N/D
Indicadores ambientales		
F1	Políticas medioambientales aplicadas a las líneas de negocio básicas	55
F2	Procesos para evaluar y controlar los riesgos medioambientales	N/D
F3	Umbráles a partir de los cuales se aplican los procedimientos de evaluación de riesgos medioambientales	N/D
F4	Procesos de implementación y cumplimiento de los clientes de los aspectos medioambientales	N/D
F5	Procesos para mejorar la competencia de los empleados sobre riesgos y oportunidades medioambientales	56-58
F6	Número y frecuencia de las auditorías que incluyen el examen de riesgos medioambientales	N/D
F7	Interacciones con clientes, comunidad y socios empresariales en riesgos y oportunidades medioambientales	N/D
F8	Porcentaje y número de compañías mantenidas en cuestiones medioambientales	46
F9	Porcentaje de activos sujetos a un control medioambiental positivo, negativo y de excelencia	55
F10	Descripción de la política de voto en materias medioambientales aplicable a las acciones sobre las que la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto	N/D
F11	Porcentaje de activos bajo gestión sobre los que la organización informante dispone de acciones con derecho a voto o recomendación de voto	N/D
F12	Valor monetario total de productos y servicios específicos medioambientales desglosados por líneas de negocio básicas	55
F13	Valor de la cartera para cada línea de negocio desglosado por regiones y sectores específicos	55

(1) Banco Galicia no desarrolla actividades significativas en el exterior.

(2) No se produjeron cambios significativos con respecto a años anteriores.

(3) El Directorio se comunica con los accionistas en las Asambleas ordinarias y extraordinarias, y a través del Departamento de Relaciones con Inversores.

(4) No existe dif. en cuanto a los benef. de empleados de jornada completa con los de media jornada.

(5) Los períodos de preaviso se realizan según las leyes laborales nacionales.

(6) No se registraron incidentes por discriminación.

(7) No se prohíbe a sus empleados la libertad de asoc. y negociación colectiva, siempre y cuando haya conf. a la firma de la act. económica secundaria y al código de ética que se efectúa una vez por año.

(8) Por la actividad que enmarca Banco Galicia, no existen actividades que impliquen el trabajo forzoso ni que supongan un riesgo en el desarrollo del trabajo infantil.

(9) No hubieron incidentes de corrupción.

(10) Nucleado a través de Asociación de Bancos Argentinos (ADEBA).

(11) No se registraron multas ni sanciones no monetarias por incumplimiento de: leyes y regulaciones, prácticas monopólicas o contra la libre competencia, vinculadas a incumplimiento de normativa ambiental, vinculadas a la privacidad y fuga de datos personales, o por incumplimiento de las normas de Defensa del Consumidor.

Price Waterhouse & Co.  
Firma Miembro de PricewaterhouseCoopers  
Bouchard 557  
C1106ABG Ciudad de Buenos Aires  
Tel. (54 11) 4850 6000  
Tel. (54 11) 4850 6448/9

***Informe de Verificación***

Señores Presidente y Directores  
de Banco de Galicia y Buenos Aires S.A.  
Tte. Gral. Juan D. Perón 470  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires

1. Hemos aplicado los procedimientos descriptos en el párrafo 2 siguiente para verificar los indicadores de responsabilidad corporativa del Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007 del Banco de Galicia y Buenos Aires para el ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2007 (en adelante el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007”). Dichos indicadores son los que el Directorio del Banco de Galicia y Buenos Aires ha considerado como de mayor relevancia atendiendo a sus grupos de interés y a las indicaciones establecidas en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), versión 3.0.
2. El Directorio del Banco de Galicia y Buenos Aires es responsable de la información incluida en el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007”, así como del diseño, implantación y mantenimiento de los procesos para su elaboración y de las bases y criterios para su preparación.
3. Nuestra responsabilidad es, de acuerdo con los procedimientos de revisión aplicados, expresar una conclusión sobre los siguientes aspectos:
  - Si el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007” recoge los contenidos básicos recomendados en la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative, versión 3.0, para el nivel de aplicación C+, de acuerdo a la autodeclaración realizada por Banco de Galicia y Buenos Aires.
  - La adecuación de los procedimientos y controles establecidos a los efectos de la preparación, recolección y consolidación de los datos relativos a los indicadores.
  - La razonabilidad y consistencia de los valores de los indicadores objeto de nuestra revisión correspondientes al ejercicio 2007.
4. Nuestro trabajo se ha realizado de acuerdo con las normas y procedimientos incluidos en el International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000, “Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information”.

Con carácter general, los procedimientos aplicados para la realización de nuestro trabajo han consistido en:

- Comprobar que los contenidos básicos recomendados por la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), versión 3.0 en su nivel de aplicación C+ han sido incluidos en el “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007”.
- Desarrollo de entrevistas con el personal del Banco de Galicia y Buenos Aires responsable de la recopilación de la información y elaboración de los indicadores objeto de nuestra revisión.
- Revisión de la documentación soporte utilizada para recopilar, calcular y consolidar la información por parte de Banco de Galicia y Buenos Aires en relación a los indicadores objeto de esta verificación.
- Realización de pruebas sustantivas diseñadas para evidenciar, sobre la base de muestreo, la razonabilidad y consistencia de las bases y criterios de preparación del “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007” y de los datos relativos a los indicadores objeto de nuestra verificación.

5. En base al trabajo realizado, de acuerdo con lo descrito en el párrafo 2 anterior podemos concluir que:

- El “Informe de Responsabilidad Social Corporativa 2007” incluye los contenidos básicos recomendados por la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0, para el nivel de aplicación C+, de acuerdo a la autodeclaración realizada por Banco de Galicia y Buenos Aires.
- Los procedimientos y controles establecidos a los efectos de preparación, recolección y consolidación de los datos relativos a los indicadores objeto de nuestra revisión proporcionan una base razonable para la obtención de los mismos.
- No hemos identificado desvíos significativos en lo que respecta a la razonabilidad y consistencia de los valores de los indicadores objeto de nuestra revisión.

Buenos Aires, Febrero 2008

Price Waterhouse & Co.



Dr. Jorge San Martín (Socio)  
Contador Público (UB)  
C.P.C.E.C.A.B.A. T° 119 F° 71

Si tiene comentarios o sugerencias acerca de los contenidos de este Informe, pedidos de información adicional o preguntas acerca del mismo, no dude en contactarnos. El intercambio con nuestros grupos de interés es esencial para identificar oportunidades de mejora y agregar valor a nuestro trabajo y a nuestro Informe anual de RSC.

Constanza Gorleri  
Gerente de Responsabilidad Social  
Corporativa de Banco Galicia

E-mail: [rsc@bancogalicia.com.ar](mailto:rsc@bancogalicia.com.ar)  
Tte. Gral. J. D. Perón 430 - 10º piso  
C1038AAI Buenos Aires  
Argentina

Esta publicación fue elaborada por  
la Gerencia de Responsabilidad  
Social Corporativa de Banco Galicia

Todos los derechos reservados  
Marzo 2008



Realización:  
Chiappini + Becker  
[www.ch-b.com](http://www.ch-b.com)

