

**Número y nombre de la/s categoría/s a inscribirse:** 2.05 Sustentabilidad Cultural

**Capítulo:** General

**Título del programa:** Multiplica

**Nombre de la compañía o institución:** Galicia

**Departamento, área, consultoras de relaciones públicas o de otro tipo (en caso de tratarse de asesores externos de las compañías) que desarrolló el plan:** Área Sustentabilidad

**Persona/s responsable/s de la presentación del caso:** Ana Papalardo

## 1.Introducción

Con 120 años de trayectoria, somos el principal banco privado de capitales nacionales perteneciente al Grupo Financiero Galicia, uno de los holdings de servicios financieros más importantes que opera en la Argentina.

Nuestro equipo de trabajo, integrado por 5.675 personas y presente en nuestras 290 sucursales, ofrece una amplia gama de productos y servicios financieros dirigidos a individuos, pymes y grandes empresas.

Como institución financiera, tenemos un rol clave en la construcción de un futuro más justo, resiliente y sostenible. Nos reconocemos como un actor social relevante, comprometido con impulsar un modelo de negocio que impacte positivamente en la comunidad y el planeta.

En Galicia creemos que la sustentabilidad es parte esencial de nuestra identidad. Con ese compromiso, lanzamos en 2024 el programa Galicia Multiplica, una evolución de nuestro voluntariado corporativo creado en 2021, que fortalece una cultura organizacional basada en el propósito, el impacto positivo y la acción colectiva.

Galicia Multiplica no es solo una iniciativa de voluntariado: es un espacio de transformación cultural. Cada colaborador puede elegir cómo y dónde aportar, conectando sus valores personales con los ejes estratégicos de sustentabilidad de la organización. Así, promovemos una cultura que celebra la diversidad, potencia el talento, y moviliza a cada persona a ser agente de cambio.

El programa está estructurado en cinco ejes alineados con nuestra estrategia:

- **Aprendamos enseñando:** talleres de educación e inclusión financiera donde el saber se convierte en herramienta de equidad.
- **Impulsamos el desarrollo del talento:** mentorías para jóvenes de contextos vulnerables, fortaleciendo trayectorias de vida.
- **Campañas solidarias:** como el Redondeo Solidario, que une a colaboradores y clientes en una causa común.
- **PRIAR:** voluntariado tradicional con más de 20 años de historia, enfocado en mejoras edilicias y comunitarias.
- **Reducimos nuestra huella ambiental:** actividades para mitigar el impacto ambiental y restaurar ecosistemas.

Esta propuesta cultural genera sentido de pertenencia, compromiso genuino y orgullo institucional. Más del 22% del equipo de Galicia ya participa activamente, con 4.725 voluntarios y más de 10.000 horas dedicadas en solo el primer año. Además, celebramos el Galicia Multiplica Day, una jornada que inspira, conecta y reafirma que la cultura organizacional se construye desde el hacer colectivo.

Galicia Multiplica transforma la forma en que trabajamos y nos vinculamos: refuerza una cultura viva, inclusiva y orientada al bien común, donde el propósito institucional se vuelve

experiencia concreta para cada persona. Porque creemos que cuando una organización multiplica valores, también multiplica futuro.

## **2.Propuesta**

### Objetivos

Los objetivos propuestos fueron los siguientes:

- **Impulsar una cultura organizacional de impacto positivo**, en la que cada colaborador pueda vivir el propósito institucional a través de acciones concretas de voluntariado social y ambiental.
- **Fomentar el compromiso cultural interno** con la sostenibilidad, la inclusión, la educación y la regeneración ambiental, alineando los valores individuales con los de la organización.
- **Promover la diversidad de formas de participación**, respetando intereses, habilidades y tiempos, para ampliar el alcance del programa y generar pertenencia.
- **Posicionar a Galicia como un actor social relevante**, profundizando su vínculo con la comunidad y potenciando su marca empleadora.
- **Visibilizar el poder colaborativo** de los equipos a través de experiencias transformadoras que refuercen la identidad cultural compartida.

### Públicos

Los públicos identificados:

#### **Internos:**

- Colaboradores de Banco Galicia.
- Proveedores internos y aliados estratégicos con foco en impacto social y ambiental.

#### **Externos:**

- Organizaciones sociales aliadas y beneficiarios de los programas (escuelas, comedores, jóvenes, comunidades).
- Clientes comprometidos en campañas solidarias.
- Sociedad civil y medios de comunicación interesados en iniciativas de impacto corporativo.

### Mensajes claves

Los mensajes elaborados especialmente fueron:

- "Cada persona tiene el poder de multiplicar el impacto"
- "Nuestro propósito se vive en acción"
- "La sustentabilidad cultural comienza desde adentro"
- "El impacto positivo no es individual, es colectivo"

- "Cuidamos a las personas, a las comunidades y al planeta"
- "Galicia Multiplica transforma vidas"

#### Canales de comunicación

Los canales de comunicación utilizados fueron:

##### **Internos:**

- **Workplace** (intranet social): campañas de sensibilización, convocatorias, reconocimientos, difusión de resultados.
- **Mailing corporativo y newsletters** del área de Sustentabilidad.
- **Capacitaciones, encuentros y eventos presenciales/virtuales**, como *Multiplica Day*.
- **Piezas gráficas y videos** en pantallas internas y espacios comunes (oficinas, sucursales).
- **Activaciones en fechas clave**, como la Semana del Voluntariado o el Día del Medioambiente.

##### **Externos:**

- **Redes sociales de Galicia** (LinkedIn, Instagram, Twitter, Facebook): difusión de historias reales, testimonios y resultados.
- **Sitio web institucional**: sección de Sustentabilidad.
- **Notas de prensa y comunicados** para medios especializados.
- **Eventos de articulación con aliados** (OSC, empresas, cámaras, etc.).

### **3. Ejecución**

Para desplegar Galicia Multiplica como un programa culturalmente transformador, diseñamos e implementamos un plan comunicacional integral que acompañó cada etapa del proceso, desde la escucha activa hasta la movilización masiva del equipo.

#### **A. Diagnóstico y escucha activa**

Antes del lanzamiento, realizamos instancias de relevamiento interno para comprender cómo vivían los colaboradores el voluntariado y qué barreras o motivaciones encontraban. Esto permitió diseñar una propuesta cercana, flexible y adaptada a los distintos perfiles del #EquipoGalicia.

#### **B. Sistematización de oportunidades**

Con base en la escucha, organizamos y visibilizamos todas las formas disponibles de participación con impacto social y ambiental: voluntariado tradicional (como el programa PRIAR) y voluntariado basado en habilidades (educación financiera, mentorías,

sustentabilidad). Esta diversidad se convirtió en un mensaje central de inclusión y elección consciente.

### C. Lanzamiento interno

Realizamos una **campana de comunicación interna multicanal** con los siguientes soportes:

- Publicaciones en **Workplace** (red interna): 11 piezas creativas que generaron más de 765 reacciones, 53 comentarios y un engagement del 3%.
- Difusión a través de **mailings internos, newsletter de sustentabilidad**, pantallas en oficinas y comunicaciones de líderes.
- Identidad visual y narrativa del programa unificada bajo el lema: *“Multiplicá tu impacto”*.

### D. Activaciones y eventos

El hito central del plan fue el **primer “Multiplica Day”**, un evento carbono neutral cocreado con proveedores de impacto, que buscó movilizar al equipo desde la inspiración hacia la acción concreta. Fue una jornada con testimonios, actividades interactivas y espacios de conexión con el propósito institucional, con más de 170 asistentes y 100% de satisfacción.

### E. Acciones de visibilidad y participación

Durante el año impulsamos convocatorias periódicas y testimonios de voluntarios reales, reforzando la cultura de impacto mediante:

- Historias de colaboradores protagonistas.
- Difusión de resultados y logros concretos (ej. horas dedicadas, beneficiarios alcanzados).
- Reconocimiento al compromiso individual y grupal.

### F. Evaluación y mejora continua

Avanzamos en el diseño de una encuesta de experiencia para todas las personas voluntarias, buscando medir y mejorar su vivencia del programa. Registramos un crecimiento en la percepción del impacto social (+5 puntos respecto a 2023), con el 95% del equipo considerando a Galicia un actor social relevante.

## 4.Resultados

El plan comunicacional de *Galicia Multiplica* fue clave para amplificar el alcance del programa, consolidar una cultura interna de impacto positivo y generar sentido de pertenencia a partir de la acción concreta. La estrategia de comunicación no solo visibilizó el programa, sino que **logró convertir el propósito institucional en experiencia vivida**, con resultados contundentes y medibles.

## Resultados cuantitativos

- **22% del Equipo Galicia** participó activamente en acciones de impacto social y ambiental.
- **4.725 colaboradores voluntarios** se involucraron en las distintas iniciativas.
- **10.772 horas de voluntariado** dedicadas (más de 7.800 horas registradas hasta mediados de año y en crecimiento).
- **50 proyectos ejecutados** en todo el país, adaptados a los intereses y habilidades del equipo.
- **17.941 personas beneficiadas directamente**, incluyendo jóvenes, estudiantes, comunidades vulnerables y espacios naturales restaurados.
- **95% de los colaboradores** encuestados considera que Galicia genera un impacto social positivo (↑ 5 puntos respecto a 2023).
- **170 asistentes y 100% de satisfacción** en el evento Multiplica Day.

## Impacto cultural y organizacional

- El programa logró **convertirse en impulsor del engagement interno**, fortaleciendo la percepción de Galicia como un actor social relevante.
- Se incrementó el sentido de orgullo, pertenencia y propósito compartido dentro del equipo.
- Se consolidó una **cultura organizacional más inclusiva, colaborativa y alineada con la sustentabilidad** como eje transversal.
- Se amplió la base de voluntarios al ofrecer **alternativas más flexibles y personalizadas**, respondiendo a los distintos estilos, intereses y tiempos de los colaboradores.

## Impacto comunicacional

- **11 piezas creativas en Workplace**, con:
  - 765 reacciones,
  - 53 comentarios,
  - 47 compartidos,
  - 47% de alcance interno,
  - 3% de engagement, superando el promedio esperado.
- Se posicionó una identidad clara y emocional del programa bajo el mensaje: *"Multiplicá tu impacto"*.
- Se promovió un **tono cercano, inspirador y participativo**, con fuerte anclaje en testimonios reales.
- El evento **Multiplica Day** actuó como catalizador emocional y operativo, convirtiéndose en un momento simbólico de la nueva etapa cultural de Galicia.

## Evaluación y mejora continua

- Se diseñó una **encuesta de experiencia de voluntariado** para evaluar la vivencia de cada colaborador y optimizar futuras acciones.
- Se monitorean **indicadores de participación, satisfacción, engagement y resultados** comunitarios para sostener la mejora continua del programa.

Galicia Multiplica demostró que una estrategia comunicacional bien pensada, centrada en las personas y con mensajes alineados al propósito, puede **transformar la cultura organizacional**, movilizar al equipo hacia el impacto colectivo y fortalecer el vínculo entre empresa y comunidad. El éxito del plan comunicacional está reflejado tanto en los números como en las percepciones, y sienta las bases de una sustentabilidad cultural real y sostenible para nuestra organización.