

# Reporte de Sustentabilidad

2019 – 2020



GRUPO  
SAN  
CRISTÓBAL

# Alcance y cobertura del Reporte

GRI 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54

El presente es el tercer Reporte de Sustentabilidad publicado por Grupo San Cristóbal. Abarca el período comprendido entre el 1° de julio 2019 y el 30 de junio 2020, alineado al ejercicio financiero anual. El mismo comparte el desempeño del Grupo en materia económica, social y ambiental, enfocándose en los temas materiales. Si bien el Grupo San Cristóbal cuenta con operaciones en Argentina y Uruguay, el presente reporte informa lo actuado por el Grupo en la República Argentina.

El Reporte fue elaborado “de conformidad” con los Estándares GRI de Global Reporting Initiative (GRI), opción “esencial”. El documento tiene una frecuencia anual, siendo el último publicado correspondiente al ejercicio 2018/2019. Cualquier reexpresión de información se indica a lo largo del reporte.



## PUNTO DE CONTACTO

Para realizar consultas o compartir su opinión acerca de nuestro Reporte de Sustentabilidad, puede escribirnos a **RSC@SANCRISTOBAL.COM.AR** del Grupo San Cristóbal y sus empresas subsidiarias en la Argentina.

El documento fue elaborado por el área de Comunicaciones Corporativas y Sustentabilidad con la colaboración de referentes de todas las Unidades de negocio.

## AGRADECIMIENTOS

A nuestros grupos de interés por acompañarnos siempre en nuestras instancias de diálogo y construcción colectiva. A los integrantes del grupo operativo por su compromiso y dedicación para gestionar sustentablemente y para sistematizar la información que aquí se reporta. Al equipo de Sustentabilidad de Deloitte Argentina por acompañarnos en otro enriquecedor proceso de rendición de cuentas que nos demuestra que vamos por buen camino. Y al equipo de Done! por su creatividad y gran capacidad de trabajo en equipo para el diseño de este reporte y por su compromiso con el triple impacto como empresa B.

## PUBLICACIÓN Y DEFENSA

3° Reporte anual

Período:  
Julio de 2019-Junio de 2020

## METODOLOGÍA DE REPORTE APLICADA

Estándares GRI, opción “esencial”

Análisis de materialidad con los grupos de interés para la definición de los contenidos

## HERRAMIENTAS DE GESTIÓN UTILIZADAS

10 principios de Pacto Global de Naciones Unidas

Objetivos de Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas)



Pacto Global  
Red Argentina

In support of

WOMEN'S  
EMPOWERMENT  
PRINCIPLES

Established by UN Women and the UN Global Compact Office

## MEDIOS DE DIFUSIÓN

Correo electrónico  
gruposancristobal.com.ar  
Resumen Ejecutivo  
(versión online e impresa)

sancristobal.com.ar  
sancristobalcaja.com.ar  
sancristobalturismo.com.ar  
tufuturohoy.com  
sancristobalsf.com.ar  
iunigo.com.ar  
asociartservicios.com.ar  
asociart.com.ar

# Carta del CEO

Con gran satisfacción y orgullo tengo el agrado de presentarles el tercer Reporte de Sustentabilidad del Grupo San Cristóbal, correspondiente al ejercicio 2019-2020. Este reporte, que fue elaborado según los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), opción esencial, constituye nuestra Comunicación del Progreso del Pacto Global, da cuenta sobre nuestro compromiso con la ética y la transparencia y refleja nuestro desempeño económico, social y ambiental.

No hace falta entrar demasiado en detalles, pero el proceso de elaboración y publicación de este material se da en un contexto extremadamente atípico y complejo. Si bien la mayor parte del impacto de la pandemia se verá reflejado en el próximo reporte, desde el Grupo San Cristóbal pudimos llevar adelante esta situación gracias al compromiso y dedicación de nuestro equipo y al estado de maduración que la gestión de sustentabilidad tiene en la organización. Aunque hemos comenzado a transitar este camino hacia un modelo de negocio “sostenible” hace muy pocos años, contamos hoy con la satisfacción de ver el grado de adopción y penetración que tuvo de manera transversal en todo el Grupo San Cristóbal.

En el ejercicio que comprende este reporte y durante la pandemia nos propusimos construir y lanzar nuestro propósito organizacional como el marco indiscutible de referencia y actuación.

**EL PROPÓSITO DEL GRUPO ES HACER QUE NUESTROS CLIENTES ESTÉN SEGUROS, CUIDANDO SU BIENESTAR Y PATRIMONIO, ESMERÁNDONOS POR ENTENDER SUS NECESIDADES, AYUDÁNDOLOS A TENER ÉXITO Y SUPERANDO SUS EXPECTATIVAS.**



Esta guía aspiracional está acompañada por 5 principios culturales que definen las prioridades y de qué manera nos comportamos como organización. En esos principios tiene un lugar protagónico nuestro compromiso con el desarrollo sostenible.

Todo esto fue posible por la responsabilidad y pasión con la que trabajamos los más de 1.950 colaboradores y más de 6.500 Productores Asesores de Seguros (PAS) que integramos el Grupo San Cristóbal. No quiero dejar de destacar y reconocer el esfuerzo de cada uno de ellos, adaptando sus hogares como espacios de trabajo, compartiendo las jornadas con la atención de sus familias, garantizando siempre la calidad de atención y prioridades de nuestros clientes y asegurados. Si hoy estamos acá, presentando este tercer Reporte de Sustentabilidad, es porque pusimos energía, creatividad, pasión, comprensión, empatía y solidaridad para acompañarnos y tirar para el mismo lado. Fuimos hacia adelante trabajando como un mismo equipo.

En la primera mitad del ejercicio reportado pudimos llevar a cabo nuestro programa de voluntariado corporativo “Los hacedores por la comunidad”, en el que los colaboradores presentaron proyectos de organizaciones sociales de sus comunidades, potenciando y capitalizando su energía solidaria y el alcance territorial de nuestra intervención en las localidades en las que estamos presentes. Con el contexto de pandemia, reorientamos toda nuestra

inversión social a apoyar y acompañar iniciativas que contribuyeran con las necesidades sanitarias y ayudaran a contener la demanda social producto del impacto que la pandemia causó en el empleo y en la actividad económica y productiva.

Fue un ejercicio en el que crecimos mucho. Confirmamos nuestra adhesión a los principios del Pacto Global de Naciones Unidas (ONU) y pasamos a formar parte de la Mesa Directiva de la Red Argentina de esta iniciativa. Decidimos ir por más, y asumimos la responsabilidad como organización de adherir a los Principios de Empoderamiento de la Mujer que promueve ONU Mujeres, nos sumamos al Programa “Ganar-Ganar” y se conformó el Comité de Diversidad e Inclusión que tiene como objetivo reducir la brecha de género y generar mejores oportunidades en nuestras Unidades de Negocio.

La crisis acentuada por la pandemia aceleró un pronunciamiento sobre el compromiso de las organizaciones con su propósito y en este escenario tenemos la oportunidad de dar comienzo a un nuevo contrato donde las empresas no son solo un agente económico, sino que también son un actor social, debiendo mantener su mayor grado de relevancia dentro de la sociedad. Este compromiso exige organizaciones conectadas con las personas, honestas, transparentes, amigables, empáticas con sus comunidades, comprensivas de la realidad, diversas, inclusivas y dispuestas a escuchar a sus grupos de interés.

Basándonos en la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sabemos que todavía tenemos terreno sobre el que trabajar, pero también somos conscientes que esta rendición de cuentas nos muestra una evolución marcada y razonable en relación con los ejercicios anteriores. Estamos decididos a contribuir con el desarrollo sostenible, y esta decisión forma parte de nuestra cultura porque nos une el compromiso para lograrlo.

Los invito a conocer nuestros resultados.

Cordialmente,



Diego Jorge Guaita

**CEO**

**GRUPO SAN CRISTÓBAL**

**01** — **Sobre la  
compañía**

**02** — **Estrategia de  
sustentabilidad**

**03** — **Ética y  
transparencia**

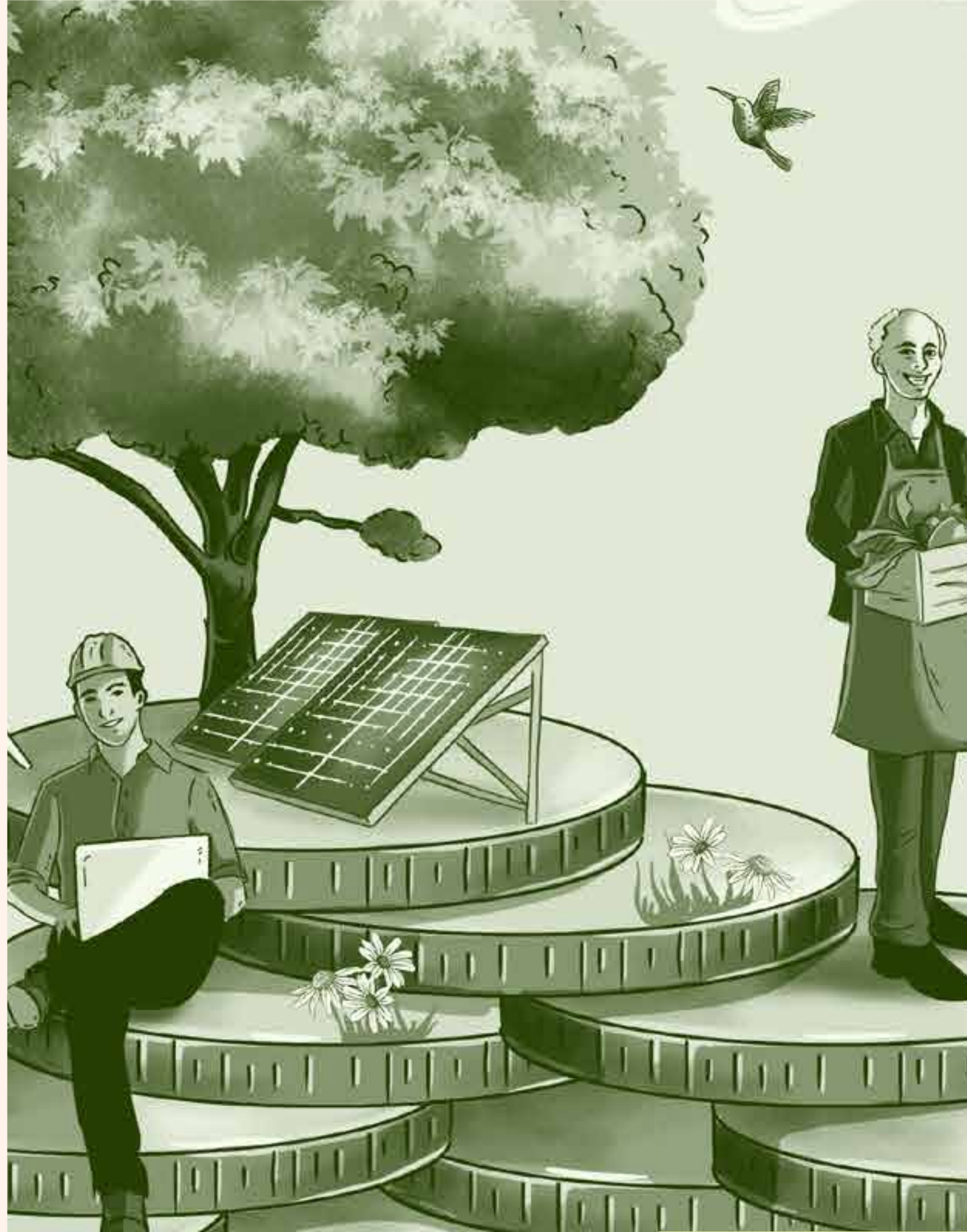
**04** — **Cadena de valor**  
ABASTECIMIENTO

**05** — **Cadena de valor**  
CANAL COMERCIAL, ASEGURADOS  
Y BENEFICIARIOS

**06** — **Colaboradores**

**07** — **Comunidad**

**08** — **Gestión  
ambiental**



# 01 — Sobre la compañía

# Grupo San Cristóbal

GRI 102-1, 102-2, 102-5

El Grupo San Cristóbal es un conglomerado de empresas que brinda soluciones de seguros y servicios financieros para personas y empresas. Nace en la ciudad de Rosario, provincia de Santa Fe, en 1939 con San Cristóbal Sociedad Mutual de Seguros Generales y, construyéndose sobre los pilares de la filosofía mutualista, se expandió hasta agrupar a nueve Unidades de negocio que ofrecen un completo porfolio de soluciones en Argentina y Uruguay. Contamos con una gran solvencia y trayectoria en el mercado asegurador y de servicios financieros en Argentina, con una creciente presencia regional. Constituimos una figura de gestión integral y transversal de las siguientes compañías:

## SEGUROS

San Cristóbal Sociedad Mutual de Seguros Generales  
Asociart ART S.A.  
San Cristóbal Seguro de Retiro S.A.  
iúnigo Argentina Compañía de Seguros S.A.  
San Cristóbal Seguros S.A. de Uruguay

## FINANZAS

San Cristóbal Servicios Financieros  
San Cristóbal Caja Mutual

## SERVICIOS

Asociart Servicios S.A.  
San Cristóbal Empresa de Viajes y Turismo S.A.

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

### PERSONAS

Auto  
Hogar  
Vida  
Retiro  
Accidentes personales  
Responsabilidad civil  
Embarcaciones  
Caución alquiler  
Mala praxis  
Préstamos prendarios (autos, utilitarios y otros destinos)  
Préstamos a sola firma  
Ahorro a término  
Paquetes turísticos  
Pasajes y hoteles

### EMPRESAS

ART  
Flota vehículos  
Vida Colectivo  
Retiro Colectivo  
Transporte de mercaderías  
Caución  
Comercios  
Consortios  
Incendio  
Responsabilidad Civil  
Robo  
Seguro Técnico  
AP Prestacional  
Todo Riesgo Operativo  
Préstamos prendarios (autos, utilitarios y otros destinos)  
Préstamos capital de trabajo  
Programas de incentivo  
Viajes corporativos  
Medicina laboral  
Contact center  
Higiene y Seguridad



# El Grupo en cifras

GRI 102-7

**1933**  
EMPLEADOS

**+80**

AÑOS DE TRAYECTORIA EN LA ARGENTINA

**59**  
SUCURSALES

**34**  
LOCALIDADES

**+900 mil**  
ASOCIADOS<sup>1</sup>

**7**  
CENTROS MÉDICOS

PATRIMONIO NETO  
2019/2020



**\$15.100 m**

2018/2019

**\$21.400 m**

**\$9900 m<sup>2</sup>**  
2017/2018

PRIMAS EMITIDAS  
2019/2020



**\$24.200 m**

2018/2019

**\$34.200 m**

**\$18.200 m**  
2017/2018

**n1<sup>o</sup>**

EN RETIRO INDIVIDUAL

**n5<sup>o</sup>**

EN RIESGOS DEL TRABAJO

**n5<sup>o</sup>**

EN AUTOMOTORES

**n5<sup>o</sup>**

EN RIESGOS AGROPECUARIOS

FACTURACIÓN

2019/2020

**\$37.400 m**

**\$26.200 m**

2018/2019

**\$19.100 m**

2017/2018

1. CONSIDERANDO 730 MIL DE SEGUROS Y 199.000 CONTRATOS DE ART  
2. VALORES AJUSTADOS POR INFLACIÓN.



# Nuestras unidades de negocio

GRI 102-2, 102-6

GRUPO  
**SAN CRISTÓBAL**

**San Cristóbal**  
SEGUROS

**ASOCIART** 71,72%  
ASEGURADORA DE RIESGOS DEL TRABAJO

**San Cristóbal** 99,9%  
RETIRO

**San Cristóbal** 90%  
SERVICIOS FINANCIEROS

iúnigo 100%

**San Cristóbal** 100%  
SEGUROS URUGUAY

**asociart servicios**  
79% Asociart ART S.A.  
21% San Cristóbal Retiro S.A.

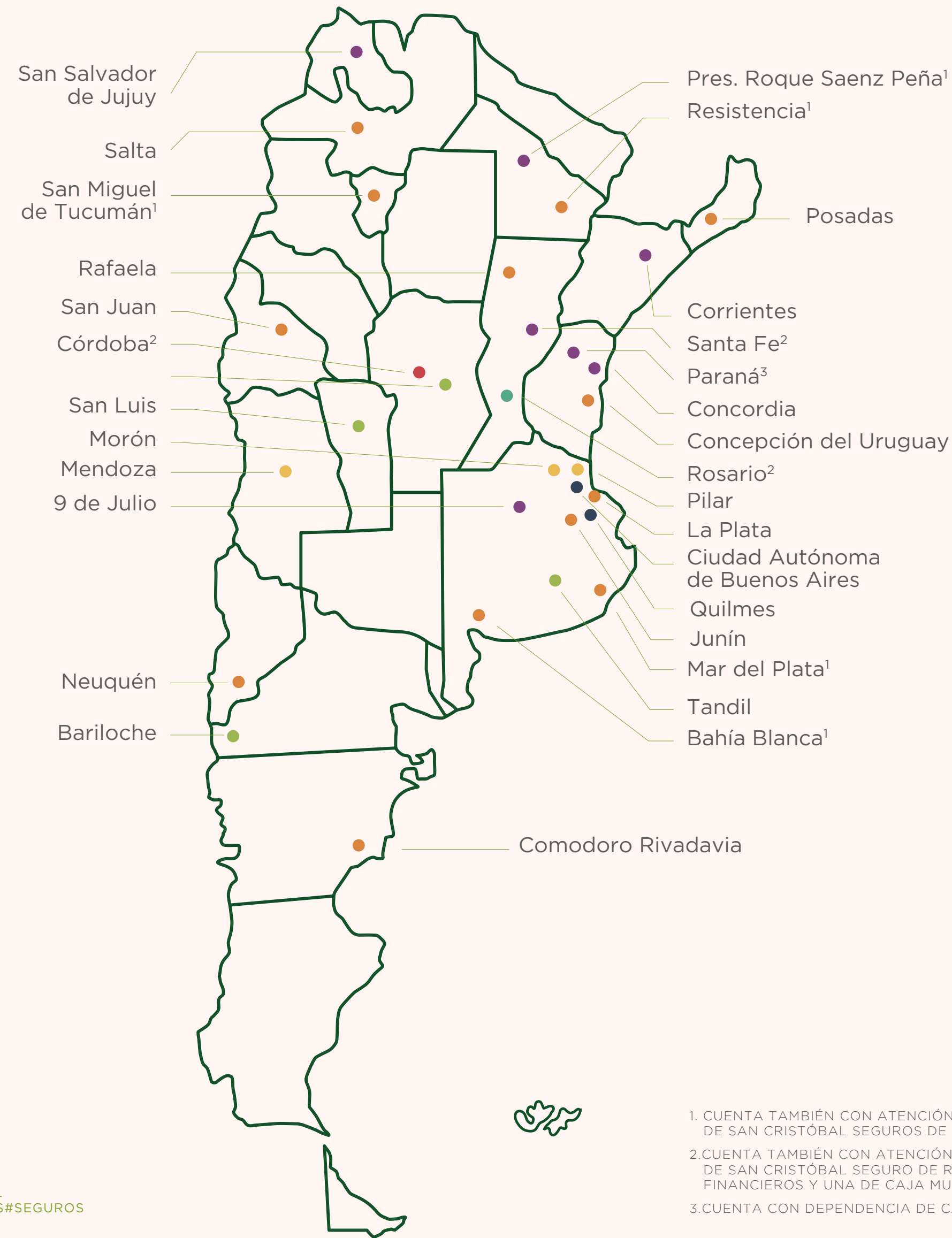
**San Cristóbal**  
VIAJES Y TURISMO  
5% San Cristóbal Seguros de Retiro S.A.  
95% San Cristóbal Caja Mutual

**San Cristóbal**  
CAJA MUTUAL

## LOCALIZACIONES

- **CABA:**  
SEDE CORPORATIVA GRUPO SAN CRISTÓBAL;  
CASA CENTRAL IÚNIGO;  
SAN CRISTÓBAL SEGUROS; ASOCIART;  
ASOCIART SERVICIOS Y  
ASOCIART CENTRO MÉDICO
- **ROSARIO, SANTA FE:**  
CASA CENTRAL DE GRUPO SAN CRISTÓBAL,  
SAN CRISTÓBAL SEGUROS,  
SAN CRISTÓBAL RETIRO, SAN CRISTÓBAL CAJA  
MUTUAL, SAN CRISTÓBAL VIAJES Y TURISMO,  
ASOCIART Y ASOCIART CENTRO MÉDICO
- SAN CRISTÓBAL SEGUROS
- SAN CRISTÓBAL SEGUROS, ASOCIART,  
ASOCIART CENTRO MÉDICO.
- SAN CRISTÓBAL SEGUROS, ASOCIART,
- ASOCIART, ASOCIART CENTRO MÉDICO.
- ASOCIART

3. PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE LAS UNIDADES DE NEGOCIO DIRÍJASE AL SIGUIENTE LINK: [HTTPS://WWW.GRUPOSANCRISTOBAL.COM.AR/#/UNIDADES#SEGUROS](https://www.gruposancristobal.com.ar/#/UNIDADES#SEGUROS)



1. CUENTA TAMBIÉN CON ATENCIÓN COMERCIAL DE SAN CRISTÓBAL SEGUROS DE RETIRO.  
2. CUENTA TAMBIÉN CON ATENCIÓN COMERCIAL DE SAN CRISTÓBAL SEGURO DE RETIRO, SERVICIOS FINANCIEROS Y UNA DE CAJA MUTUAL.  
3. CUENTA CON DEPENDENCIA DE CAJA MUTUAL.

# Propósito y principios culturales

GRI 102-16

A principios del 2020, teniendo en cuenta que se trataba del último año de vigencia del plan estratégico Global 21, el Grupo San Cristóbal comenzó un proceso de planeamiento estratégico con miras hacia el 2030. Como pilar estructural y fundamental de ese proceso de planificación, el CEO, Diego Guaita, junto a un grupo de líderes iniciaron un proceso organizacional de integración cultural que tuvo como primer resultado la construcción colaborativa del propósito y los principios culturales, es decir, de la guía y el marco de comportamientos que muestran la manera de hacer las cosas en el Grupo San Cristóbal.

## NUESTRO PROPÓSITO

**“HACER QUE NUESTROS CLIENTES ESTÉN SEGUROS, CUIDANDO SU BIENESTAR Y PATRIMONIO, ESMERÁNDONOS POR ENTENDER SUS NECESIDADES, AYUDÁNDOLOS A TENER ÉXITO Y SUPERANDO SUS EXPECTATIVAS”**

## LOS VALORES QUE GUÍAN NUESTRO TRABAJO

### PRINCIPIOS CULTURALES Y COMPORTAMIENTOS

#### SOMOS UN MISMO EQUIPO

- Comparto genuinamente mis conocimientos, ideas y experiencias.
- Celebro la diversidad de opiniones, doy lo máximo siempre honrando mis compromisos.
- Tengo conciencia de que mis acciones impactan en otros.

#### LO HACEMOS SUSTENTABLE

- En todo lo que hago, tengo en cuenta el impacto social, ambiental y económico.
- Comprendo cómo impactan mis decisiones en nuestros grupos de interés.
- Construyo relaciones de largo plazo, respeto los derechos y cumplo los acuerdos.

#### NUESTRA PRIORIDAD, EL CLIENTE

- Estoy cerca. Conozco a nuestro cliente, entiendo sus necesidades y actúo en consecuencia.
- Gestiono responsablemente los riesgos.
- Escucho de verdad, me involucro y desarrollo soluciones integrales.
- Pongo mi experiencia al servicio del cliente.

#### INTEGRIDAD O NADA

- Garantizo y promuevo la diversidad, la igualdad e inclusión, ¡siempre!
- Genero comunicaciones respetuosas, transparentes, oportunas y cálidas.
- Cumplo con mis compromisos, soy coherente con mis acciones y responsable por los resultados.
- Impulso la confianza para fortalecer y empoderar a las personas.

#### EVOLUCIONAR PARA CRECER

- Tengo una actitud positiva. Reflexiono, administro y aprendo de los errores para ir por mucho más. Pienso en grande.
- Soy emprendedor, inquieto e innovador, en búsqueda constante de nuevas oportunidades de crecimiento.
- Siempre doy más en búsqueda de la excelencia.
- Soy flexible, me anticipo y adapto a nuevos escenarios y evoluciono con ellos.

# Desempeño económico

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 201-1

La industria del seguro en la Argentina tiene un rol fundamental en la generación de liquidez, recursos que pueden ser dirigidos a proyectos de largo plazo, mediante inversiones en instrumentos públicos y privados, financiando el desarrollo de infraestructura para ampliar la capacidad productiva del país.

En este sentido, consideramos que el Grupo tiene un impacto fundamental en el desarrollo económico y social, impulsando la creación de empleo y de oportunidades en diferentes cadenas de valor.

Por la esencia del negocio, las compañías aseguradoras reducen las consecuencias económicas de la materialización de un riesgo, promoviendo que los recursos monetarios puedan destinarse a fines productivos en vez constituirse en reservas.

Al mismo tiempo, al adquirir determinadas coberturas, las empresas e individuos tienen incentivos a desarrollar actividades de mayor riesgo y rendimiento que, de lo contrario, no podrían realizar. En esta línea, seguros como los de caución facilitan el acceso a créditos para proyectos productivos. Finalmente, mediante los seguros de vida y retiro, se estimula el ahorro a largo plazo, actuando como intermediarios entre los individuos y el mercado de capitales.

El desempeño económico es evaluado con relación al presupuesto anual, coordinado por la Gerencia de Planeamiento e Inversiones conjunto con cada Unidad de Negocios. Su control se realiza de forma continua y se informa tanto a los directivos como a las áreas de negocio, a fin de que puedan accionar ante desvíos.

VALOR ECONÓMICO EN MILLONES	2019/2020	2018/2019	2017/2018
<b>VALOR ECONÓMICO GENERADO (INGRESOS)</b>	<b>\$ 50.651</b>	<b>\$ 34.734</b>	<b>\$ 22.328</b>
COSTOS OPERATIVOS	\$ 39.122	\$ 27.024	\$ 17.051
SALARIOS Y BENEFICIOS DE LOS EMPLEADOS	\$ 4.393	\$ 2.907	\$ 1.556
PAGOS A PROVEEDORES DE CAPITAL	\$ 0	\$ 0	\$ 641
PAGOS AL GOBIERNO (IMPUESTOS)	\$ 1.565	\$ 1.414	\$ 949
INVERSIONES EN LA COMUNIDAD	\$ 11	\$ 8,9	\$ 9
<b>VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO</b>	<b>\$ 45.091</b>	<b>\$ 31.378</b>	<b>\$ 20.206</b>
<b>VALOR ECONÓMICO RETENIDO</b>	<b>\$ 5.560</b>	<b>\$ 3.357</b>	<b>\$ 2.122</b>

TODOS LOS RESULTADOS SON SIN AJUSTE POR INFLACIÓN.  
NO INCLUYE IIGG DE IÚNIGO, SERVICIOS FINANCIEROS Y ASOCIART



# Institucional

GRI 102-12, GRI 102-13

## ORGANISMOS REGULATORIOS

La organización se suscribe de manera obligatoria a los siguientes organismos en la Argentina:

- SSN (Superintendencia de Seguros de la Nación)
- INAES (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Solidaria)
- SRT (Superintendencia de Riesgos del Trabajo)
- UIF (Unidad de Información Financiera)
- IGPJ (Inspección General de Personas Jurídicas de la provincia de Santa Fe)
- IGJ (Inspección General de Justicia de la Nación)
- BCRA (Banco Central de la República Argentina) - alcance limitado<sup>4</sup>

## ORGANIZACIONES DE LAS QUE SOMOS PARTE

Con adhesión voluntaria y con implicancia en productores, clientes, asegurados, y asociaciones, las empresas del Grupo tienen participación en las siguientes organizaciones:

- ADIRA (Asociación de Aseguradoras del Interior de la República Argentina) - San Cristóbal Seguros es socio y ocupa la Vicepresidencia en la Comisión Directiva
- AVIRA (Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina) - San Cristóbal Retiro es socio y Vocal en la Comisión Directiva
- ALASA (Asociación Latinoamericana para el Desarrollo del Seguro Agropecuario) - San Cristóbal Seguros es socio y Vocal en la Junta Directiva
- ICMIF (Federación Internacional de Cooperativas y Mutuales de Seguros) San Cristóbal Seguros es socio
- UART (Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo) Asociart ART es socio, miembro del Consejo Directivo y Vocal titular en la Mesa Ejecutiva

4. NOS ENCONTRAMOS REGULADOS POR LA CATEGORÍA "OTROS PROVEEDORES NO FINANCIEROS DE CRÉDITO", EN DONDE DEBEMOS REPORTAR LAS FINANCIACIONES QUE REALIZAMOS A LA CENTRAL DE DEUDORES DEL SISTEMA FINANCIERO.

## RECONOCIMIENTOS

- Premio Conciencia, a uno de los proyectos del programa de voluntariado Los Hacedores por la comunidad.
- Eikon de Oro, en la categoría sponsoring cultural por el circuito Marta Minujin.
- Eikon Azul, en la categoría identidad de marca por la campaña de comunicación corporativa por el proceso de transformación digital de San Cristóbal Seguros.
- Impulso, de IDEA por la trayectoria y apoyo a esa comunidad de negocios.
- Celent Model Insurer Award, por el modelo de detección de fraude de San Cristóbal Seguros.
- Five Star Award, a Nicolas Renzi, Líder de Transformación Digital de Grupo San Cristóbal, como uno de los ejecutivos de tecnología más innovadores de la industria de seguros de Latinoamérica.
- Global Brand Awards 2019/2020 en la categoría "iúnigo: Empresa Aseguradora más innovadora de Argentina".
- Medalla Edmund Phelps a la Innovación Económica y la Inclusión Social a iúnigo.
- Premio Prestigio 2019 a Asociart como la segunda ART mejor valorada por los Productores Asesores de Seguros.
- Premio Prestigio a la Innovación 2019 al Grupo San Cristóbal.
- Certificación Leadership in Energy & Environmental Design (LEED), en edificio San Cristóbal Caja Mutual.





# 02 — Estrategia de sustentabilidad

# Nuestra estrategia de sustentabilidad

GRI 102-12, 102-13

**EN EL AÑO 2020 TRABAJAMOS EN LA DEFINICIÓN DEL PROPÓSITO Y LOS PRINCIPIOS CULTURALES DE GRUPO SAN CRISTÓBAL, LOS CUALES GUÍAN Y DAN UNA FORMA CONCRETA DE CÓMO GESTIONAR, RELACIONARNOS Y COMPORTARNOS. DENTRO DE LOS CINCO PRINCIPIOS CULTURALES SE ENCUENTRA EL PRINCIPIO “LO HACEMOS SUSTENTABLE”.**

Hacer nuestro negocio sustentable es parte de nuestro ADN, porque realmente nos importa nuestro entorno y estamos comprometidos con la sociedad. De este convencimiento, asumimos la sustentabilidad como la manera de gestionar nuestros negocios en base a la ética y transparencia, y fundado en los valores mutualistas para generar un impacto positivo, solidario y de largo plazo en lo económico, social y ambiental.

Por esto, consideramos de vital importancia que las metas de sustentabilidad formen parte de las iniciativas estratégicas del negocio, logrando así una gestión integral y transversal al accionar del Grupo San Cristóbal, con el objetivo de generar valor mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión de los riesgos de la operación.

## Lo hacemos sustentable

**EN TODO LO QUE HACEMOS, TENEMOS EN CUENTA EL IMPACTO SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO.**

**CONSTRUIMOS RELACIONES DE LARGO PLAZO, RESPETAMOS LOS DERECHOS Y CUMPLIMOS LOS ACUERDOS.**

**GESTIONAMOS RESPONSABLEMENTE LOS RIESGOS.**

## COMITÉ DE SUSTENTABILIDAD

El Comité de Sustentabilidad del Grupo San Cristóbal está integrado por el CEO y su equipo de conducción, representando a las áreas corporativas de gestión y a todas las Unidades de Negocios. Es responsable de garantizar lineamientos comunes e integrales de la gestión de sustentabilidad, revisar y aprobar programas de acción, liderar el proceso de sensibilización interna en el estadio incipiente de la gestión y validar la estrategia para abordar los riesgos y potenciar las oportunidades en sus operaciones y cadena de valor.

## RED ARGENTINA DEL PACTO GLOBAL DE NACIONES UNIDAS

Desde el 2018 formamos parte del Pacto Global Argentina. La adhesión expresa nuestra intención de apoyar, promover y desarrollar dentro de nuestra esfera de influencia los 10 principios de Naciones Unidas referentes a los 4 ejes: Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medio Ambiente y la Lucha contra la corrupción.

### ▶ 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

Buscamos tener una participación activa a través de sus grupos de trabajo. En el período, distintos colaboradores y colaboradoras participaron en los grupos:

- Cuidado del Clima
- Empresas y Derechos Humanos
- Pasaporte a la Integridad
- Gestión sostenible de la cadena de valor

## PROGRAMA GANAR - GANAR PRINCIPIOS DE EMPODERAMIENTO DE LA MUJER

En marzo de 2020 para conmemorar el Día de la Mujer, el Grupo San Cristóbal adhirió al Programa Ganar-Ganar “La igualdad de género es un buen negocio”, se trata de una iniciativa que llevan adelante ONU Mujeres, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Unión Europea (UE) con el objetivo de aumentar el empoderamiento económico y el liderazgo de las mujeres como base para un crecimiento sostenible, inclusivo y equitativo.

La adhesión a este programa nos permitió realizar un autodiagnóstico para visibilizar e identificar oportunidades de mejora y plasmarlas en un plan de acción concreto con indicadores y metas de cumplimiento al 30 de junio del 2021.

El test de autodiagnóstico arrojó un puntaje del 11%, posicionándonos en la categoría “principiante”. Esta primera etapa es donde reconocimos la importancia de la igualdad de género en nuestro negocio. Identificamos que existen otras oportunidades para obtener más logros. El plan de acción diseñado incluye la generación de una política de no discriminación e igualdad de oportunidades, la creación de una política y protocolo de actuación frente a casos de violencia, acoso y explotación

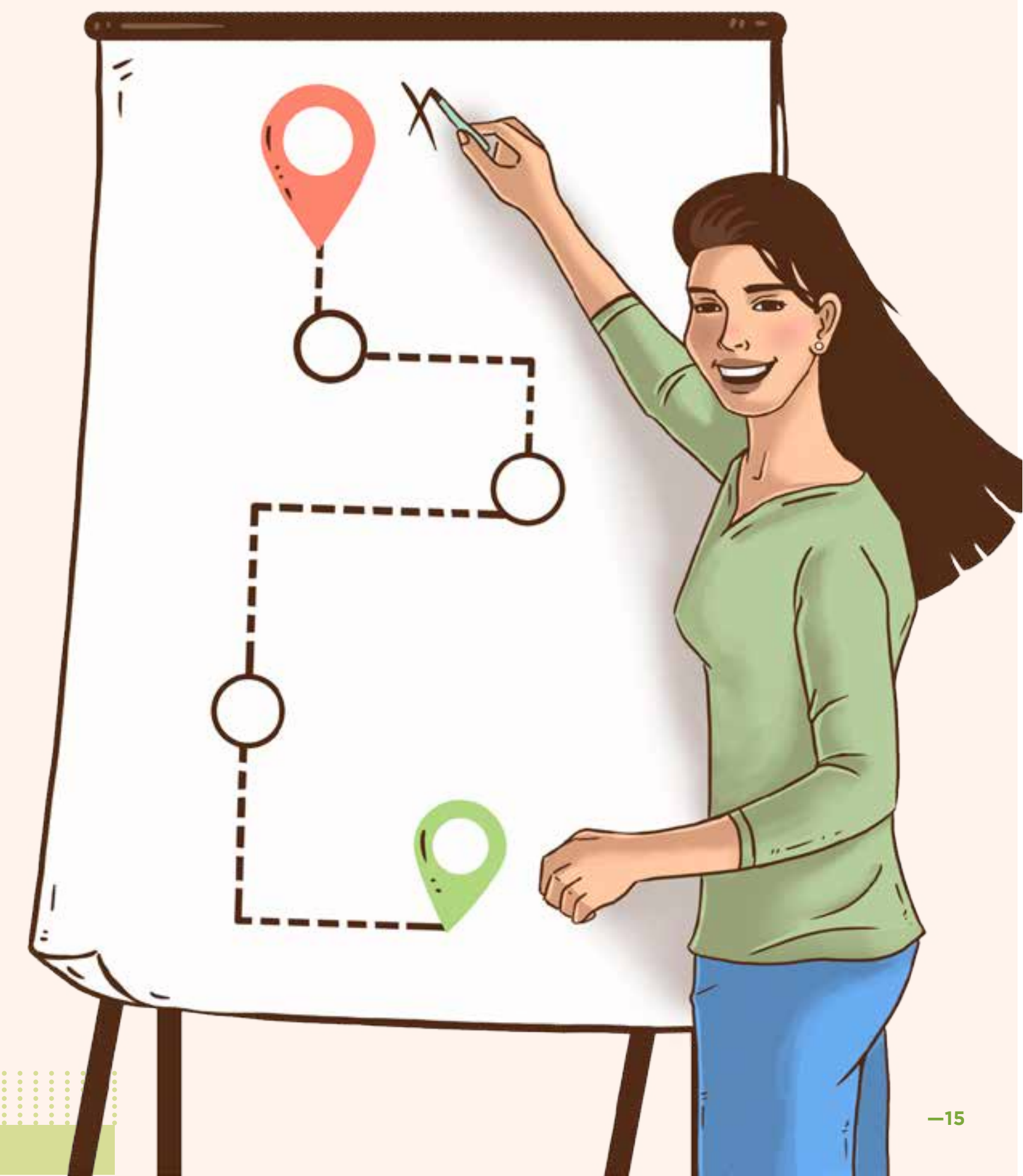
sexual en lugares de trabajo; medir y construir indicadores de uso de licencias y extender la licencia por paternidad, entre otras.

Todas estas iniciativas son abordadas desde el Comité de Diversidad e Inclusión en conjunto con las áreas internas responsables de la gestión.

## OTROS COMPROMISOS CON INICIATIVAS Y ASOCIACIONES EXTERNAS

La Organización además se suscribe de manera voluntaria a los siguientes organismos en la Argentina:

- Moverse
- IDEA (Instituto para el Desarrollo Empresario Argentino)
- LIDE Argentina (Grupo de Líderes Empresariales de Argentina)
- AmCham (Cámara de Comercio de los EEUU en la Argentina)
- Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros (FEMS)
- Grupo de Inversión de Impacto
- Confederación Argentina de Mutualidades (CAM)
- Federación de Entidades Mutualistas de la Provincia de Santa Fe (FEMSAFE)
- Instituto de Ayuda Económica Mutual (IAEM)



# Nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Nuestra estrategia de sustentabilidad se apoya en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, considerando el impacto de nuestras actividades y las necesidades del entorno en el cual nos desarrollamos.

Somos conscientes de que cada una de nuestras acciones tiene un impacto, y trabajamos por minimizar aquellos negativos y potenciar los positivos.

Alineando nuestros programas e iniciativas a los objetivos y metas consensuados a nivel mundial. Es así que consideramos que, por las características de nuestro negocio y las responsabilidades que asumimos, contribuimos de manera directa a la consecución de los siguientes objetivos:



- Inversión social por impacto de la pandemia por COVID-19
- Desarrollo de la Política de Ambiente, Seguridad e Higiene, y del Plan de Seguridad.
- Prevención como estrategia



- Creación del Comité de Diversidad
- Campañas de Sensibilización y compromiso
- Adhesión a los Principios de Empoderamiento de la Mujer (Programa Ganar - Ganar)
- Club de Mujeres - PAS
- Laboratorio de Innovación: Mujeres y Seguros



- Fondo SIGMA (San Cristóbal Caja Mutual)
- Canal Economía Social y Solidaria (San Cristóbal Caja Mutual)
- Fondo UNO (San Cristóbal Caja Mutual)
- Impacto económico del grupo: generación de empleo, desarrollo de proveedores y de PAS



- Fondo SIGMA (San Cristóbal Caja Mutual)
- Fondo UNO (San Cristóbal Caja Mutual)
- Certificación LEED V4 GOLD for BUILDING OPERATIONS AND MAINTENANCE en San Cristóbal Caja Mutual de la ciudad de Rosario
- Transformación digital del negocio



- Los Hacedores por la Comunidad
- El arte y la cultura como derechos (Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal)



- Ampliación del alcance de la medición del consumo de energía y calculo por primera vez de nuestra huella con el objetivo de gestionar los consumos y reducirlos. Proyectos de eficiencia energética
- Programas de reciclado de residuos: Proyecto Cigadrillo, Entrega de residuos de Aparatos Electrónicos, Reciclado de vehículos para destrucción
- Seguro verde



- Prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo
- Desarrollo del área de cumplimiento



- Adhesión al Pacto Global
- Adhesión a los Principios de Empoderamiento de la Mujer | Programa Ganar - Ganar
- Participación en otras iniciativas y asociaciones externas
- Alianzas con diversas organizaciones para los programas de inversión social



# Nuestros grupos de interés

GRI 102-40, 102-42, 102-53

Los grupos de interés son actores fundamentales para cualquier compañía y en Grupo San Cristóbal buscamos generar relaciones de confianza que se sustenten en el largo plazo. Creemos en un crecimiento mutuo, en el cual los beneficios son tanto para la compañía como para la comunidad de la cual formamos parte.

Hoy estamos ante grupos de interés que nos demandan mayor responsabilidad y conciencia sobre el impacto de nuestro negocio en el entorno, es por ello que trabajamos de manera continua para estar al nivel de sus expectativas y necesidades.

Identificamos a nuestros grupos de interés en base al tipo de relacionamiento, cercanía e influencia. Se trata de entidades o individuos que son razonablemente afectados por las actividades, productos y servicios de nuestra organización, o cuyas acciones podrían afectar la capacidad del Grupo San Cristóbal de aplicar su estrategia y/o alcanzar sus objetivos con éxito.

Para consolidar el vínculo contamos con diferentes canales mediante los cuales impulsamos su participación, generamos conversaciones, identificamos impactos reales o potenciales, y relevamos expectativas en cuanto a lo que refiere a nuestra gestión.

GRUPO DE INTERÉS	CANAL DE COMUNICACIÓN
<b>ASOCIADOS Y ACCIONISTAS</b>	Asambleas Generales Ordinarias. Reuniones de Directorio. Plataforma de encuesta on-line.
<b>ORGANISMOS Y ASOCIACIONES</b>	Plataforma de encuesta on-line. Participación en mesas de trabajo e iniciativas. Comunicados de prensa. Web Sites y Redes Sociales.
<b>CÁMARAS, SINDICATOS Y ORGANISMOS REGULATORIOS Y DE GOBIERNO</b>	Reuniones periódicas y de comisiones directivas. Cumplimiento normativo y regulatorio. Participación en mesas de trabajo, comisiones e iniciativas. Plataforma de encuesta on-line.
<b>COLABORADORES</b>	Workplace. Reuniones 360. Encuentro de fin de año. Actividades de formación y desarrollo. Encuestas pulso. Instancias de feedback. Plataforma de encuesta on-line.
<b>PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS (PAS)</b>	Capacitación Continuada. Programas de formación e incentivo. Eventos de relacionamiento. Reuniones con el equipo de liderazgo y de operaciones. Participación en Eventos y Exposiciones. Plataforma de encuesta on-line.
<b>PROVEEDORES</b>	Reuniones periódicas. Portal de Proveedores. Comunicados de prensa, Web Sites y Redes Sociales. Plataforma de encuesta on-line.
<b>CLIENTES Y ASEGURADOS</b>	Encuestas online y telefónicas. C-Sat (Customer satisfaction) y NPS (Net Promote Score). Correos electrónicos. Web Sites y Redes Sociales. Notificaciones por App de autogestión. Plataforma de encuesta on-line.
<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	Comunicados de prensa. Web sites y Redes Sociales. Reuniones de relacionamiento. Eventos especiales. Plataforma de encuesta on-line.
<b>COMUNIDAD</b>	Plataforma de encuesta on-line. Programa de Voluntariado Corporativo. Comunicados de prensa, Web Sites y Redes Sociales. Actividades Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal.

# Análisis de materialidad

GRI 102-43

Los contenidos incluidos en el Reporte de Sustentabilidad fueron definidos a través de un análisis de materialidad, siguiendo los principios para la elaboración de memorias de los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI): Participación de los grupos de interés, Contexto de Sustentabilidad, Materialidad y Exhaustividad.

Buscamos que el proceso refleje las expectativas de los grupos de interés y los temas estratégicos para el Grupo San Cristóbal. Es por ello que realizamos encuestas online a los grupos de interés, de las cuales participaron más de 560 personas. Asimismo, se definieron con referentes internos y con el área de Comunicaciones y Sustentabilidad los temas estratégicos para el Grupo.

En este ejercicio confirmamos que estamos por el camino correcto en cuanto a nuestra Estrategia de Sustentabilidad, establecer prioridades acerca de los temas que requieren de nuestra atención en particular, y poder llevar adelante un plan de gestión adecuado para empezar a trabajar en los distintos temas de cara al próximo Reporte.

**+550 PERSONAS PARTICIPARON DE LAS ENCUESTAS**

## IDENTIFICACIÓN

Teniendo en consideración el contexto del sector, la estrategia de sustentabilidad de Grupo San Cristóbal, el Reporte de Sustentabilidad 2018/2019, los GRI Standards y Reportes del sector, identificamos los temas que representan los principales impactos de nuestro negocio.

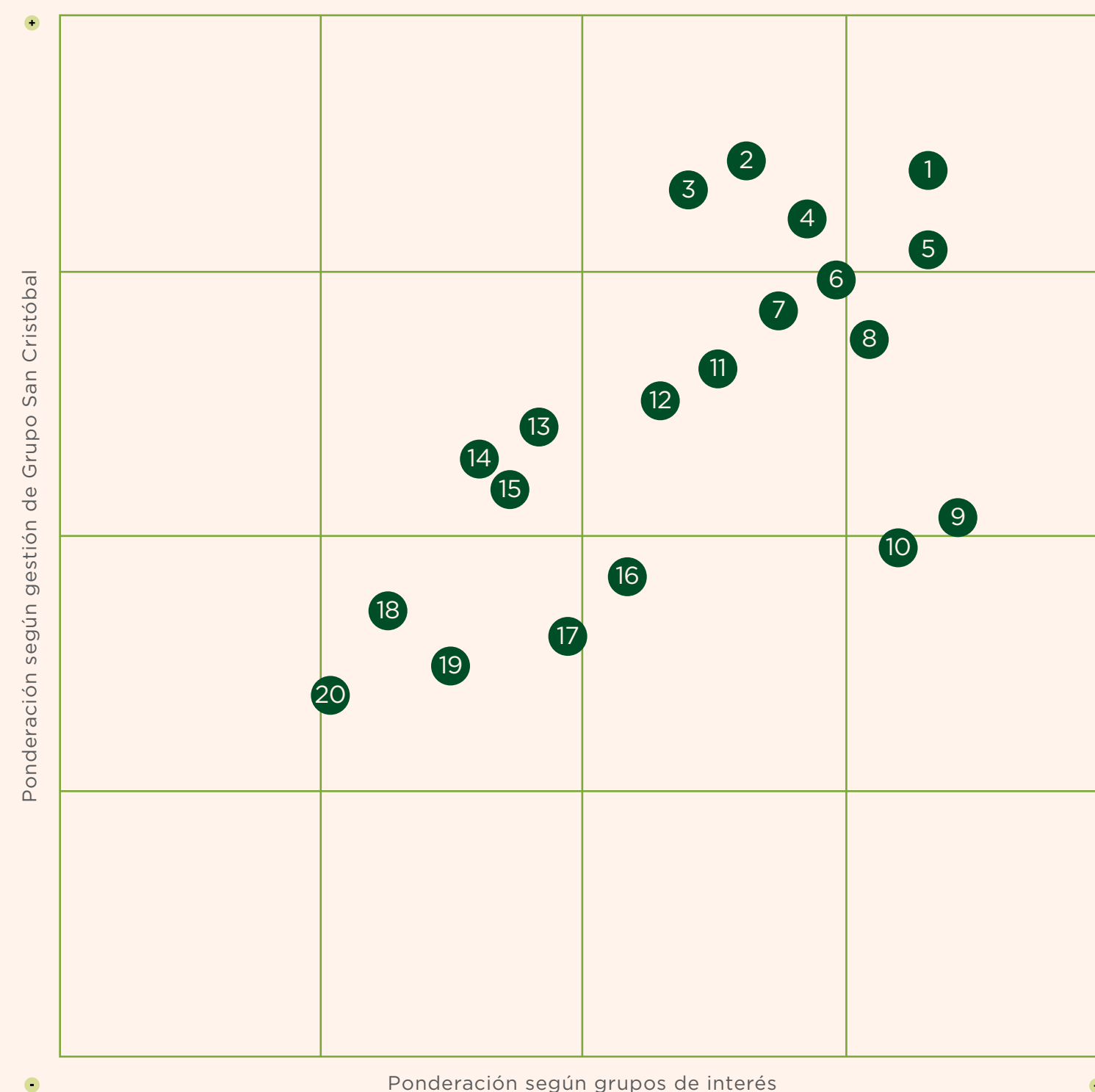
## PRIORIZACIÓN

Para el presente reporte, por el contexto de la pandemia, realizamos un diálogo con modalidad virtual con referentes de todas las Unidades de negocio, en donde tuvimos la oportunidad debatir sobre los temas críticos de Sustentabilidad para el Grupo. En forma complementaria realizamos una encuesta online a todos nuestros grupos de interés para que prioricen los temas de acuerdo a su relevancia.

## VALIDACIÓN

La última instancia fue la validación de los temas de sustentabilidad estratégicos para el Grupo San Cristóbal para el período 2019/2020. El ejercicio fue realizado por el área de Comunicaciones Corporativas y Sustentabilidad. Como resultado, se definieron 21 temas materiales, incluidos en el presente reporte.

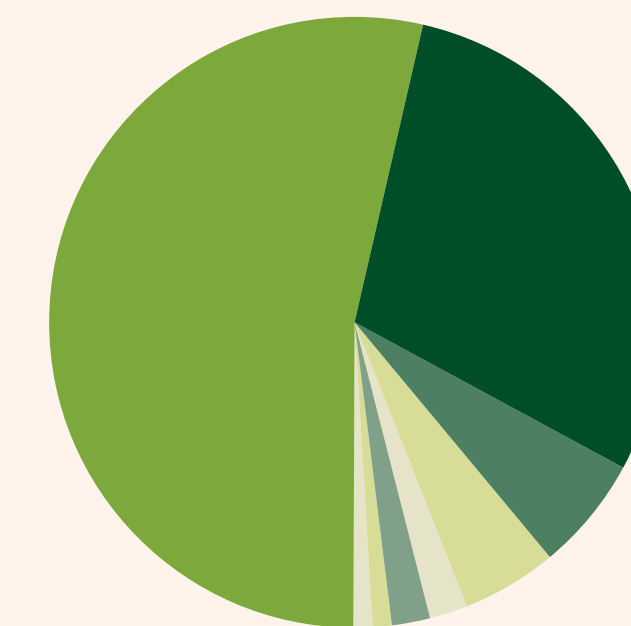
## MATRIZ DE MATERIALIDAD



1. Compromiso con los clientes (asegurados, productores y clientes)
2. Salud y seguridad en el trabajo
3. Anticorrupción
4. Capacitación y desarrollo
5. No discriminación
6. Cumplimiento normativo
7. Prevención de riesgos
8. Competencia desleal
9. Salud y seguridad de los clientes
10. Diversidad e igualdad de oportunidades
11. Privacidad de los clientes
12. Impactos económicos en la comunidad
13. Cumplimiento ambiental
14. Comunicación interna
15. Desempeño económico
16. Relaciones con la comunidad
17. Presencia en el mercado
18. Prácticas de empleo
19. Generación de emisiones y huella de carbono
20. Consumo de energía

## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

La participación y escucha de nuestros grupos de interés es un elemento clave en el proceso de diálogo para la definición de los aspectos materiales y de negocios.



- **53%** Colaboradores
- **29%** Productores
- **6%** Clientes y asegurados
- **5%** Proveedores
- **2%** Comunidad
- **2%** Organizaciones y asociaciones
- **1%** Asociados y accionistas
- **1%** Medios de comunicación
- **0%** Cámaras, Sindicatos y Organismos regulatorios y de gobierno



# 03 ————— Ética y transparencia

# Gobierno Corporativo

GRI 102-18

Los valores mutualistas, nuestro propósito y principios culturales son los pilares sobre los que se funda nuestro gobierno corporativo, haciendo de la integridad un comportamiento indiscutible.

El Grupo San Cristóbal tiene en la Junta Directiva de San Cristóbal Sociedad Mutual de Seguros Generales su órgano de gobierno máximo, la cual tiene un mandato de 3 años (desde octubre de 2017 hasta octubre de 2020) y se estructura en diversas comisiones de trabajo. La Junta Directiva designa a un Equipo Corporativo, encabezado por el CEO, encargado de liderar las operaciones de todas las Unidades de Negocio.

## JUNTA DIRECTIVA Y COMISIÓN FISCALIZADORA<sup>1</sup>

Darío Rubén Trapé  
**PRESIDENTE**

Oswaldo Nicolás Bossicovich  
**VICEPRESIDENTE 1º**

Juan Salvador Tommasi  
**VICEPRESIDENTE 2º**

Jorge Ramón Pedro Borsani  
**SECRETARIO**

Claudio Adrián Iglesias  
**TESORERO**

José Antonio Nanni  
**PROTESORERO**

Ricardo Isidoro Silberstein  
**PROSECRETARIO**

Jorge Luis Esteban Aimaretti  
**VOCAL TITULAR**

Diego Nicolás Marcos  
Héctor Arnoldo Perucchi  
**VOCALES SUPLENTE**

Oswaldo Pringles  
Daniel Néstor Gallo  
Eduardo Belio  
**FISCALIZADORES**

## EQUIPO CORPORATIVO

Diego Jorge Guaita  
**CEO**

Leonardo Martín López  
**GERENTE CORPORATIVO DE PLANIFICACIÓN E INVERSIONES**

Luciano Damario  
**GERENTE CORPORATIVO DE OPERACIONES**

Federico Rela  
**GERENTE CORPORATIVO DE TECNOLOGÍA**

Nicolás Renzi  
**GERENTE CORPORATIVO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL**

Lidia Leonardi  
**GERENTE CORPORATIVA ACTUARIAL**

Sergio Salmi  
**GERENTE CORPORATIVO DE LEGALES**

## GERENTES DE UNIDADES DE NEGOCIO

Vanesa Susana Rocca  
**SAN CRISTÓBAL SEGUROS**

Diego Álvarez  
**ASOCIAR ART(\*)**

Guillermo Pellerano  
**SAN CRISTÓBAL RETIRO**

Federico Malek  
**IÚNIGO**

Mario Epzstein  
**SAN CRISTÓBAL SERVICIOS FINANCIEROS**

María Martha Nadeo  
**SAN CRISTÓBAL CAJA MUTUAL(\*)2**

1.VIGENCIA DEL MANDATO: TRES AÑOS - 2017/2020 - DISTRIBUCIÓN DE CARGOS PERÍODO 2019/2020  
2.SAN CRISTÓBAL VIAJES Y TURISMO Y ASOCIART SERVICIOS DEPENDEN DE LAS GERENCIAS DE SAN CRISTÓBAL CAJA MUTUAL Y ASOCIART ART, RESPECTIVAMENTE.

# Ética y transparencia en los negocios

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3



## PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO

En Grupo San Cristóbal operamos considerando que una entidad con un sistema de prevención adecuado es menos tentadora para individuos u organizaciones que pretendan lavar dinero a través de ellas. El fortalecimiento de los sistemas de prevención en todos los actores de la industria desalienta el accionar de lavadores y financiadores del terrorismo, colaborando a partir de ese momento en la reducción de los delitos precedentes que generan los fondos que se pretenden lavar (narcotráfico, trata de personas, tráfico de armas, evasión impositiva, entre otros ilícitos).

Es por ello que en Grupo San Cristóbal trabajamos con un enfoque preventivo que nos permita la detección de riesgos a lo largo de toda la cadena de valor. El Grupo cuenta con el Comité Corporativo de Prevención del LA/FT (lavado de activos y financiación al terrorismo) y con la Gerencia de Prevención del LA/FT. Se han adecuado todas las unidades a las nuevas normativas con criterios unificados e integrando los controles en un único sector, buscando una mirada 360° de las operaciones de los clientes.

**PRIORIZAMOS QUE TODOS LOS EQUIPOS QUE CONFORMAN AL GRUPO ESTÉN CAPACITADOS PARA SABER CÓMO RESPONDER ANTE SITUACIONES DE LAVADO DE ACTIVOS O FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO.**

Durante el ejercicio, con la implementación de los enfoques basados en riesgo en todas las empresas del grupo alcanzadas por las nuevas normativas, se trabajó en el relevamiento de datos y se modificaron los manuales de políticas y procedimientos abarcando nuevos aspectos de la gestión e introduciendo ajustes a los parámetros del sistema de prevención para contemplar cambios en el negocio y permitir hacer un mejor foco sobre las transacciones pasibles de monitoreo.

El compromiso de que la prevención del LA/FT forme parte central de las políticas del grupo se ve reflejado en la confección de un código de ética en materia de prevención del LA/FT, distribuido a todos los colaboradores. Estos lineamientos definen y encuadran qué se espera de cada una de las personas, creando responsabilidades y fijando los límites entre las acciones y comportamientos permitidos y los no deseados.

Se ha contado además con los resultados y recomendaciones emitidas por el revisor externo independiente y por control interno para la modificación de los manuales.

## METAS

- Continuar con el proceso de mejora continua y la resolución satisfactoria de las observaciones producto de los nuevos ciclos de auditoría y revisión externa independiente.
- Concluir el ejercicio con el nuevo sistema de monitoreo y control de cruces contra listas con el 100% de las funcionalidades operativas y estabilizadas.
- Reformular el organigrama del área, adaptándolo a los nuevos desafíos de la gestión.

## REPONSABILIDADES

- Mantener procedimientos anti lavado en concordancia con los riesgos detectados en cada unidad de negocio.
- Aplicar debida diligencia a cada caso en el que se detecten riesgos de LA/FT Informar a la UIF (Unidad de Información Financiera) sobre operaciones sospechosas de LA/FT y, a requerimiento, proveer a aquella u a otros organismos de gobierno información detallada, en el marco de investigaciones que lleven adelante.
- Capacitar al personal respecto a las políticas y procedimientos PLA/FT y facilitar capacitación a los intermediarios de la organización.

Para la evaluación en cada unidad de negocio se efectúan dos tareas de auditoría respecto a este tema:

- **Auditoría interna:** verifica estadísticamente el cumplimiento de los procedimientos y políticas detalladas en los manuales.
- **Revisión externa independiente:** En cada cierre de ejercicio, el revisor dictamina cómo se encuentran los sistemas de prevención y genera opinión sobre qué cambios considera que deben implementarse, así como seguir con posterioridad la instrumentación de los mismos.

## INDICADORES DE DESEMPEÑO

- Se continuó distribuyendo la capacitación vía e-learning, alcanzando al 80,1% de los colaboradores del grupo.
- Las capacitaciones presenciales fueron reemplazadas por videoconferencia. Se efectuaron dos capacitaciones en esta modalidad, dirigida a los integrantes del equipo de PLA/FT, oficiales de cumplimiento y directores de las empresas del Grupo.
- En el período se han recibido y respondido 46 pedidos de información por parte de la UIF, la SSN (Superintendencia de Seguros de la Nación) y otras dependencias estatales de investigación.

**294.514**  
CASOS DE ANÁLISIS GENERADOS  
SISTEMA DE MONITOREO

**279.558**  
CASOS RELACIONADOS CON  
LOGRAR UN MEJOR  
CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

**285.780**  
CASOS TRATADOS Y DESESTIMADOS  
MEDIANTE PROCESOS AUTOMÁTICOS  
ESTABLECIDOS POR LOS MANUALES

**14.956**  
CASOS AL ANÁLISIS DE OPERACIONES  
QUE SUPERARON LOS LÍMITES  
TRANSACCIONALES ASIGNADOS A  
LOS CLIENTES.

**8.734**  
CASOS DEBIERON SER ANALIZADOS  
EN FORMA INDIVIDUAL POR UN  
COLABORADOR DEL ÁREA

## CUMPLIMIENTO

El proceso de conformación del área de Cumplimiento iniciado en el 2019, sigue su etapa de construcción y elaboración de contenido, manteniendo como uno de los principales objetivos la elaboración del plan de cumplimiento que aborda tres temas centrales:

- Cumplimiento normativo
- Anti soborno – Anticorrupción
- Due Diligence de Terceras partes

La función de Cumplimiento tiene como misión la de prevenir, detectar y gestionar amenazas existentes o potenciales, vinculadas con el incumplimiento de las leyes, regulaciones, conductas de negocios, relaciones con terceros y políticas internas aplicables a la compañía, personas físicas y/o directivos.

En el marco del proyecto de implementación de un modelo de gestión de Cumplimiento se desarrollaron aspectos propios del modelo de gestión. Para ello, como primera etapa, se realizaron las tareas de definición del modelo respectivo y su correspondiente estrategia de implementación. Dicha estrategia fue diseñada en línea con las necesidades del Grupo y las áreas que interactuarán con estas funciones.

## GESTIÓN Y EVALUACIÓN

Se contempla la elaboración de políticas que identifican los lineamientos y actividades que se asocian con la toma de decisiones en el Grupo San Cristóbal, así también se prevé la elaboración de matrices que, mediante una metodología estandarizada, facilitará la ponderación de los riesgos en los distintos escenarios identificados donde pueda llegar a exteriorizarse algún grado de exposición al riesgo de cumplimiento.

La participación del Responsable de Cumplimiento en el Programa Pasaporte a la Integridad de Alliance for Integrity, facilitó validar la visión y la adopción de las mejores prácticas en materia de la prevención la Corrupción. Asimismo, la participación en jornadas tales como el 2° Foro de Compliance y Transparencia realizado también por Alliance for Integrity, permite la internalización de los altos estándares que hoy se encuentran implementados y bien son considerados en la construcción del programa de Cumplimiento.





## AUDITORÍA INTERNA

Es una actividad independiente que busca agregar valor ayudando a una organización a evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno.

La promoción del mejoramiento de la gestión administrativa y operacional, así como la vigilancia del uso eficiente de los recursos, la identificación de los potenciales riesgos y la aplicación de los controles necesarios que permitan contar con información confiable, suficiente y oportuna, es función de la auditoría. Para tal efecto, contamos con una Gerencia Corporativa de Auditoría Interna con un total de 15 auditores, divididos en dos equipos de trabajo.

Tiene como misión evaluar y monitorear la efectividad del sistema de control interno con el fin de asegurar: i) el cumplimiento de los objetivos y estrategia fijados por la Junta Directiva; ii) la efectividad y eficiencia de las operaciones; iii) la confiabilidad de la información contable; y iv) el cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

Durante el ejercicio el equipo de Auditoría del Grupo ha comenzado una transición de una auditoría tradicional a una auditoría digital. Esto implicó trabajar en algunos puntos relevantes:

### PRÁCTICAS ÁGILES

- Plan de auditoría dinámico: se buscó ser capaces de responder al cambio de un ambiente volátil, incierto, cambiante y ambiguo en donde las nuevas tecnologías nos presentaban nuevos riesgos constantemente por sobre la capacidad de seguimiento de un plan perfectamente diseñado.
- El equipo de auditoría se transformó en células de entre 2 a 5 personas que funcionan en forma auto-gestionada, colaborativa y multidisciplinaria utilizando ceremonias propias del modelo scrum y herramientas como el uso de tableros Kanban.

### AUDITORÍA CONTINUA

- Se buscó el análisis de grandes volúmenes de datos rápida y consistentemente aprovechando la analítica para iluminar patrones, perspectivas y riesgos ocultos.
- Se analizaron iniciativas de automatización para liberar a los auditores de tareas rutinarias de modo que pudieran desarrollar actividades de mayor valor.
- Se avanzó en el nivel de madurez analítica del equipo de auditoría mediante el uso de herramientas específicas que permitan comprender el negocio a través del resultado de los análisis de datos.

**LA JUNTA DIRECTIVA MONITOREA Y REVISLA LA EFECTIVIDAD DE LA AUDITORÍA INTERNA INDEPENDIENTE A TRAVÉS DEL COMITÉ DE AUDITORÍA DEL GRUPO. DICHO COMITÉ REALIZA UNA EVALUACIÓN ANUAL DE LOS PLANES Y DE SU DESEMPEÑO. MENSUALMENTE SE REALIZA EL SEGUIMIENTO DE LAS OBSERVACIONES Y LOS PLANES O ACCIONES PARA SU NORMALIZACIÓN JUNTO CON EL COMITÉ DE AUDITORÍA.**

## PREVENCIÓN DE FRAUDE

Durante el ejercicio 2019-2020 se consolidó una estructura corporativa de prevención de fraude, alineada a las mejores prácticas a nivel mundial, abocada al análisis, detección y mitigación de riesgos en San Cristóbal Seguros (Argentina y Uruguay), iúnigo y Asociart ART. Para ello, ha sido de vital relevancia la utilización de herramientas de inteligencia artificial que facilitan el análisis masivo y automático de datos, permitiendo posicionar al Grupo como referente innovador de la región.

La incorporación de millones de registros históricos del Grupo San Cristóbal junto a la creación de más de 90 nuevas variables nos permitió desarrollar internamente algoritmos que han acelerado la entrega de valor al negocio. Realizar de manera eficiente este cruce de información entre las distintas unidades requirió la dedicación y utilización de herramientas tecnológicas Cloud disruptivas y potentes, garantizando servicios disponibles 24/7 listos para consumir. Así, de manera rápida y eficiente, podemos analizar el 100% de los siniestros del Grupo, identificando proactivamente aquellos que presentan indicadores de fraude.



### AHORRO

**\$ 132.000.000**

El ciclo anual de capacitaciones fue realizado mediante la modalidad de E-learning, alcanzando a todo el universo de colaboradores internos y brindándoles herramientas que contribuyan a prevenir, detectar y disuadir el Fraude en el Grupo. “Siguiendo los pasos de un fraude”, como fue titulado el curso, involucró a cada participante en una dinámica novedosa, con el objetivo de resolver situaciones reales de fraude a lo largo del espacio de aprendizaje.

Por otra parte, iniciamos internamente el diseño y desarrollo del Portal de Gestión de Fraude. Mediante conexión directa a todas las bases de datos del Grupo, esta poderosa herramienta consolidará el ecosistema de casos de las distintas Unidades de Negocio y permitirá gestionarlos de una manera más eficiente, reduciendo tiempos de gestión y brindando una mejor experiencia al usuario.

La destacada labor desarrollada por el Grupo San Cristóbal le ha posibilitado ser protagonista y referente en diversos eventos de la industria Nacional e Internacional entre los que sobresalen: 27ª Conferencia Anual de ICMIF/Américas 2019; Webinar ICMIF “Innovación para la prevención de fraude mediante el uso de Inteligencia Artificial”.

Finalmente, el 16 de abril de 2020, San Cristóbal Seguros obtuvo el prestigioso premio Celent Model Insurer Award en la categoría “Data, Analytics e Inteligencia Artificial” por el desarrollo del modelo de detección de fraude. Este galardón se otorga desde hace más de 14 años por la filial de la consultora Oliver Wyman, del Grupo Marsh & McLennan, dedicada a la investigación, asesoría y consultoría en tecnología y servicios financieros. Resultó ser la primera vez que una empresa argentina e iberoamericana recibe el máximo reconocimiento dentro de la industria.

# Protección y privacidad de datos

GRI 418-1

## SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN Y CIBERSEGURIDAD

El Grupo San Cristóbal prioriza la protección y privacidad de los datos de nuestros clientes, empleados y socios comerciales. Para lograrlo, está llevando adelante una estrategia de seguridad con un equipo de profesionales que colaboran con el negocio para cumplirla.

Con este objetivo, comenzamos la alineación de nuestros procesos de seguridad con el marco de referencia COBIT 2019 (modelo de gobierno para información y tecnología) y medimos nuestros procesos usando la Norma ISO 27001. Con esto buscamos poder realizar una correcta gestión de los riesgos que atenten contra los objetivos del negocio y la información de nuestros clientes.

Dentro de Grupo San Cristóbal hemos llevado adelante varias iniciativas para que los datos de nuestros clientes, empleados y socios comerciales estén mejor protegidos. A continuación, enumeraremos algunas:

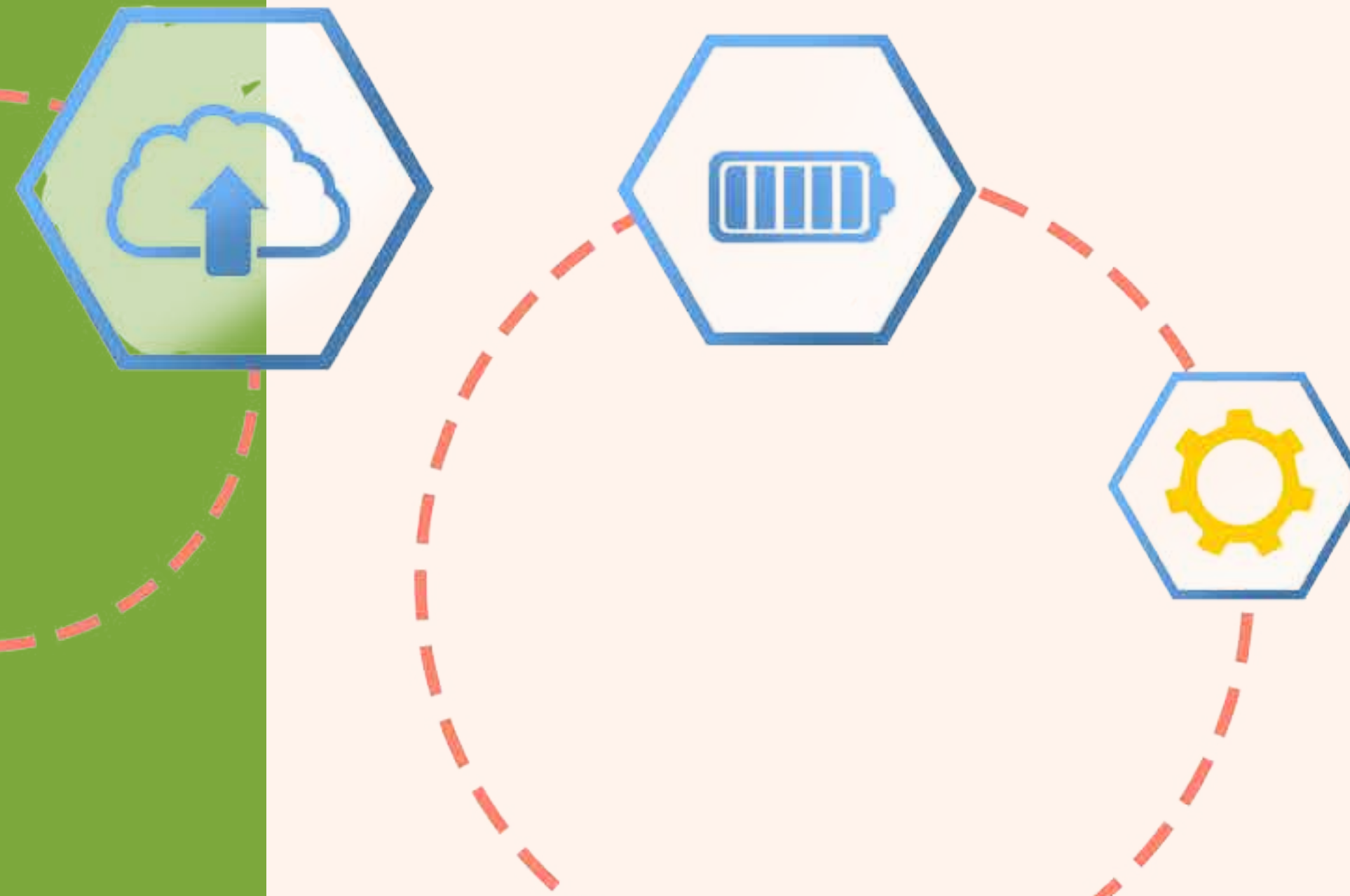
### AUTENTICACIÓN

Todos los colaboradores cuentan con doble factor de autenticación para el acceso a los servicios ofimáticos en la nube y su acceso remoto.

### CONCIENTIZACIÓN

Llevamos adelante un programa de concientización compuesto por diferentes actividades en pos de capacitar a los colaboradores del Grupo San Cristóbal en aspectos de seguridad:

- Campañas de Phishing: se realizaron campañas de phishing generales y dirigidas para capacitar a los colaboradores en la detección de este tipo de ataque con un alcance de más de 1700 colaboradores.
- Charlas en sucursales: se realizaron charlas presenciales sobre seguridad en 7 Sucursales, 8 Delegaciones y 1 Centro Médico durante fines del 2019 y principios del 2020 con una participación de 415 colaboradores.
- Webinar sobre phishing: se realizó un webinar para capacitar a los usuarios en el reconocimiento de mails de este tipo que fue visto por más de 500 colaboradores.
- Relevamiento sobre el conocimiento de aspectos de seguridad con una participación de 472 colaboradores.
- Publicaciones en el grupo de Seguridad de la Información dentro de la red social interna Workplace donde cuenta con más de 500 seguidores.



## GESTIÓN DE INCIDENTES

Se implementó un Centro de Operaciones de Seguridad externo que monitorea los eventos de seguridad brindando la capacidad de detectar y responder con mayor rapidez ante algún incidente de seguridad que pueda impactar a nuestros clientes.

## GESTIÓN DE IDENTIDADES

- Implementamos la validación de identidades usando servicios del RENAPER para evitar la suplantación de identidad de nuestros clientes.
- Se está llevando adelante la implementación de un proyecto para poder hacer una mejor gestión de las identidades y accesos de los colaboradores que permita asegurar el principio de menor privilegio posible según rol, y la “necesidad de tener y de conocer”.

## NORMATIVO

Dando cumplimiento a las reglamentaciones locales, hemos registrado todas nuestras bases de datos ante el Registro Nacional de Base de Datos perteneciente a la Agencia de Acceso a la Información Pública (AAIP).

## PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Se implementó un servicio que brinda a los colaboradores del grupo la posibilidad de clasificar la información de documentos electrónicos brindando una mayor protección de los datos.
- Se cuenta con un sistema de detección de fuga de información a través de ciertos medios que permite detectar y bloquear cuando información de nuestros clientes es sacada fuera de la organización.

## SERVICIOS SEGUROS PARA NUESTROS CLIENTES

- Se desarrolló un programa de gestión de vulnerabilidades que cubre infraestructura, aplicaciones, código y servicios en la nube dando visibilidad al área de tecnología y negocio sobre los riesgos existentes.
- Se creó un programa de “Security Champions” designando referentes en los diferentes equipos que velan por la seguridad en los desarrollos y proyectos que brindamos a nuestros clientes.
- Se realizaron auditorías externas de seguridad a nuestra red externa, infraestructura de AD, firewalls y aplicaciones para celulares.

## GESTIÓN DE RIESGOS

- Se realizó el inventario de activos de información de todas las empresas del grupo permitiendo identificar los activos más importantes para cada negocio.
- Se llevan adelante comité de riesgos de tecnología.
- Se realizaron análisis de riesgos ad-hoc y de prestadores de servicios (Por ejemplo, CESVI y Sideat).



# Gestión de la continuidad del negocio



**TODAS LAS MEDIDAS INCLUIDAS EN EL PLAN TENÍAN COMO PRIORIDAD LA SALUD DE LOS COLABORADORES, DEL ENTORNO FAMILIAR, CLIENTES, SOCIOS COMERCIALES Y LA COMUNIDAD EN GENERAL, RESPETANDO LOS LINEAMIENTOS GUBERNAMENTALES EN MATERIA DE SALUD.**

Un 85% de los colaboradores del Grupo San Cristóbal se encontraban realizando teletrabajo unos días antes de dictarse el ASPO e, inmediatamente después de la medida del gobierno, la totalidad de los empleados estaba en condiciones de continuar con sus tareas en sus domicilios. El Grupo mantuvo el teletrabajo como regla general para la mayoría de los colaboradores. El retorno a los sitios de trabajo habituales estuvo limitado al personal mínimo requerido para ejecutar las tareas presenciales necesarias para la operación, debidamente justificadas y dentro del marco de excepciones provisto por el gobierno nacional.

El plan para llevar adelante la restauración de la operación contiene:

- Identificación y clasificación de los colaboradores según diferentes atributos que permitan priorizar la restauración de la operación.
- Establecimiento el personal mínimo requerido en sitio para garantizar la operación.
- Evaluación de los lugares de trabajo y traslado de colaboradores para garantizar que cumplan con los disposiciones gubernamentales y corporativas de seguridad y tomar las acciones necesarias en aquellos lugares donde las mismas no se cumplan.
- Definición del esquema de restauración de la operación normal estableciendo prioridades, colaboradores y tiempos en los cuales irán retornando a su operación en sitio.
- Establecimiento de las medidas que deben cumplirse para asegurar la seguridad de colaboradores, clientes, proveedores y comunidad.
- Definición e implementación de un plan de comunicaciones.

Todas las medidas evaluadas y adoptadas en este plan son acciones tomadas bajo una concepción ética, moral y legal que el Grupo San Cristóbal tiene para con todos sus grupos de interés.



# 04 ——— Cadena de valor

ABASTECIMIENTO

# Cadena de valor

GRI 102-9, 102-10

Buscamos que los principios corporativos que guían nuestras acciones sean trasladados a las personas y organizaciones con las cuales trabajamos. El impacto indirecto del Grupo, que se da a través de los proveedores, los productores asesores de seguros y clientes, es parte de nuestra responsabilidad y nos comprometemos con su gestión sustentable.

El funcionamiento eficiente de toda la cadena de valor, además de tener un impacto fundamental para el desempeño de nuestro negocio en términos económicos, de calidad y competitividad, tiene una gran influencia en las comunidades involucradas, dada las oportunidades que se generan y, más aún, si se considera el impacto social y ambiental relacionado a la eficiencia de la gestión.

Con nuestras operaciones generamos oportunidades comerciales para los proveedores locales, oportunidades de desarrollo para los productores asesores de seguros y diferentes alternativas de protección para nuestros clientes, a través de los seguros. Dada la naturaleza del negocio, nuestra cadena de valor comprende los siguientes actores:



# Nuestros proveedores

GRI 102-9, 102-10

Los proveedores de Grupo son un eslabón clave para la gestión, ya que permiten sostener la excelencia de los productos que brindamos y los servicios que proveemos. Los proveedores estratégicos están asociados a las prestaciones médicas y las compras de medicamentos por parte de Asociart ART, y los servicios vinculados a los siniestros por parte de San Cristóbal Seguros e IÚNIGO, que son las Unidades de Negocio más representativas en cuanto a su volumen de gasto en proveedores. El resto de las Unidades de Negocio trabajan con proveedores de servicios y bienes, pero en menor volumen.

Grupo San Cristóbal apuesta por una relación comercial firme, sostenida en el respeto mutuo, la objetividad, la honestidad, la calidad, la transparencia y la confidencialidad. Además, en su apuesta por el medio ambiente y las compras responsables, el Grupo persigue una gestión que minimice el impacto de sus operaciones en el entorno y preserve los recursos naturales.

Nuestro plan de compras surge de la estimación de las necesidades de la empresa con el propósito de obtener un suministro adecuado de los bienes y servicios que se requieren para el proceso en tiempo y forma. A partir del plan de compras, durante el período se realizan los ajustes necesarios de acuerdo con las ejecuciones reales, siempre controlando los niveles de inventario. Los diferentes procesos específicos se encuentran respaldados por procedimientos formales del área obligatorios. Los documentos cubren todos los requerimientos legales e internos del Grupo. Recepción de bienes y servicios, almacenamiento y puesta a disposición de los mismos.

## PILARES

- > **COMPRAS SUSTENTABLES** Compras que durante su ciclo de vida ofrezcan el nivel de calidad del servicio adecuado y generen un impacto ambiental global menor, que requieran de menos recursos, eviten o reduzcan la generación de residuos y emisiones, no contengan elementos tóxicos, faciliten su posterior reciclaje y recuperación e incorporen materiales reciclados.
- > **BUENAS RELACIONES** Promover el trabajo en equipo y colaborativo, fomentando las relaciones de trabajo más cercanas y consolidándolas en el largo plazo, con el fin de mantener una mayor eficacia y rendimiento en todos los procesos del negocio.
- > **ECONOMÍA** El precio tiene que ser el más conveniente para el bien o servicio adquirido.
- > **EFICIENCIA** Se procurará seleccionar la oferta que más convenga a la satisfacción del interés general y el cumplimiento de las necesidades.
- > **OPORTUNIDAD** Oportunidad en las decisiones, basadas en la valoración de los criterios de selección establecidos: La contratación se realizará garantizando la aplicación de criterios objetivos, ponderados e internamente auditables.
- > **TRANSPARENCIA** Las compras y contrataciones deben realizarse con objetividad, condiciones claras y conocidas para todos los interesados.

Enfocados en la eficiencia, estamos atravesando un proceso de centralización de las compras del Grupo. A la fecha ya se han centralizado las compras de todas las áreas, con excepción de Presupuesto, Siniestros, Riesgo Corporativo, Auditoría Interna, Lavado de Activos e Inversiones que prevemos incorporar próximamente. Durante el período trabajamos en el desarrollo de Portal de Autogestión de Proveedores, en la implementación de Políticas de gestión del riesgo de terceras partes (compliance), gestión de costos, regionalización y desarrollo de compras conjuntas con otras Unidades de negocio.





## SAN CRISTÓBAL SEGUROS

Dentro de la cadena de valor, se destacan los siguientes proveedores de siniestros que brindan un servicio esencial, ya que impacta de manera directa en la percepción del servicio que tienen los asegurados:

- Call / Contact Center (auxilio y remolque, cristales, ruedas y cerrajería)
- Auxilio y Remolque (servicio de grúa y mecánica ligera)
- Instaladores de cristales
- Proveedores de ruedas (cubiertas y/o llantas)
- Cerrajeros
- Talleres de chapa y pintura
- Peritos mecánicos
- CESVI- centro de reciclado de vehículos

En busca de una relación óptima con sus proveedores, San Cristóbal Seguros ha establecido una política de contratación para regular las relaciones comerciales a través de Acuerdos de Servicios duraderos y de satisfacción mutua, permitiendo obtener los mejores resultados económicos, de calidad y de servicio. Con ese objetivo se elaboró la Política de gestión de proveedores, que pone de relieve los factores económicos y de calidad de los servicios prestados, así como la integridad y el cumplimiento de los proveedores con la legislación vigente en cuanto a materia laboral, fiscal, de derechos humanos, protección de datos, seguridad y confidencialidad y protección al medio ambiente.

En esta Política de gestión de proveedores, San Cristóbal Seguros recoge los procedimientos para la selección de proveedores, buscando evitar conflictos de intereses y obtener un beneficio mutuo, afianzándose en su principio de ser una empresa socialmente responsable y sostenible.

**697** PROVEEDORES  
GESTIONADOS  
DURANTE EL EJERCICIO

**\$ 367.243.475,27**

INVERSIÓN EN PROVEEDORES

US\$ 1.260.599,71 | EUR 6.250,81

## GESTIÓN DE LOS RESIDUOS GENERADOS EN LA CADENA DE VALOR

Enviamos las unidades de destrucción total al CESVI, primer centro de reciclado de vehículos legales de la Argentina, con más de 40.000 vehículos procesados. La compañía recibe las unidades y procede a su descontaminación, desarme, clasificación, venta, reciclado y disposición final.

Las piezas pasibles de recuperación, con sus respectivas obleas de identificación RUDAC (Registro Único de Desarmaderos de Automotores y Actividades Conexas) incluidas en el decreto reglamentario 744, son aquellas comercializables. De esta manera, se otorga trazabilidad a la comercialización del repuesto usado y se contribuye con el cuidado del medio ambiente y con ofertas de repuestos a valores accesibles, reduciendo el robo automotor o delitos asociados a éstos para conseguir repuestos.

Es importante destacar que entre los materiales reciclados CESVI informa 23.000 kgs de baterías, 58.300 kgs de hidrocarburo, 3.697.198 kgs de acero, 59.420 kgs de neumáticos, 21.350 kgs de aluminio y 34.790 kgs de plástico, vidrio, madera, goma espuma y radiadores.



## IÚNIGO

Una cadena de valor sustentable, que genere valor agregado y desarrollo sostenido es fundamental dentro de iúnigo. La gestión del proveedor y la incorporación real del mismo a la cadena de valor dentro de las actividades primarias de la compañía es fundamental para completar la mejor experiencia digital de seguros del mercado. El proveedor es quien termina de completar la experiencia digital y quien materializa todo lo vivido por nuestros asegurados, por lo que nuestra relación sana, escalable y transparente es fundamental para mantener el crecimiento.

En lo que respecta a experiencia del cliente, el proveedor está 100% involucrado y es un pilar fundamental ya que en iúnigo estamos impulsando la autogestión en todos los diferentes tipos de siniestros que existen. En muchos casos la relación con iúnigo es 100% desde la app y directamente con el proveedor, sin intervención nuestra, es por ello que el proveedor es clave dentro de la cadena de suministro.

Nuestros proveedores se comprometen, a través de un acuerdo de servicios, a una serie de acciones que tienen como finalidad mejorar la experiencia de nuestros asegurados:

- Responder costos de reparación dentro de las 24hs.
- Coordinar turno dentro de las 24hs de aprobado el peritaje.
- Garantizar turno.
- Brindar atención al cliente dentro de los primeros 20 minutos.
- Licitación en las primeras dos horas de recibido el pedido de cotización.
- Nuestro NPS en lo que es asistencias, está en promedio en 74 y en lo que es Siniestros, 69.

Contamos con diferentes proveedores dentro de la cadena de suministro<sup>1</sup> dependiendo de la exposición a la que nos enfrentemos:

### FAST TRACK

#### REPOSICIÓN DE CRISTALES, RUEDAS Y CERRADURAS

**CRISTALES:** 13 proveedores licitando - 57 proveedores en total para casos excepcionales.

**RUEDAS:** 9 proveedores licitando - 29 sucursales en total.

**CERRADURAS:** 7 proveedores licitando - 22 sucursales en total.

### CASCO + RC

#### TODO PROVEEDOR INVOLUCRADO EN DP, DT, INCENDIO, INUNDACIÓN, CLEAS, ETC.

**TALLER RED:** 23

**TALLER RED PREMIUM:** 6

**TALLER CONCESIONARIO:** 19

**TALLERES NO RED:** +100 (se dan de alta a medida que el asegurado solicita un taller fuera de nuestra red)

**ESTUDIO JURÍDICO:** 3

**PERITO MECÁNICO:** 1 para los talleres red - 1 para los talleres no red.

**PERITO INVESTIGADOR:** 2

1. CAMBIOS EN LA RED DE SUMINISTROS: PARA LO QUE FUE EL 2020 SE DECIDIÓ RENOVAR EL 100% DE LA RED DE TALLERES. SE DEFINIERON DOS TIPOS DE SEGMENTOS: TALLERES RED Y TALLERES PREMIUM, CON SUS RESPECTIVAS TARIFAS DIFERENCIALES. SE TUVO EN CUENTA COBERTURA GEOGRÁFICA, COMENTARIOS DEL MERCADO, EXPERIENCIA DEL PERITO INTERNO - EXTERNO Y UNA VISITA FÍSICA A CADA UNO DE LOS LOCALES. ESTO DERIVÓ EN UNA RED COMPLETAMENTE RENOVADA Y ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE IÚNIGO Y SUS CLIENTES.

## EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

En lo que se refiere al proceso de selección, se evalúan todos los proveedores en base a 7 criterios clave:

**Flexibilidad:** uno de los principales requisitos es que el proveedor sea flexible para entregar la mejor experiencia posible al asegurado.

**Estructura y Compañía:** se analiza el tamaño, referencias, conocimiento general del mercado, transparencia.

**Alcance del servicio:** líneas de negocio y rango de servicios.

**Red y Cobertura:** que la cobertura sea la esperada por Iúnigo y flexible ante un imprevisto de un asegurado.

**Adaptabilidad:** grado de adaptación de producto/servicio a las necesidades de negocio de Iúnigo y la posibilidad de operar de una manera 100% digital.

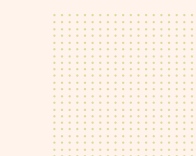
**Tecnología e Innovación:** nivel de innovación para clientes y usuarios finales, conjunto de sistemas y procesos e infraestructura.

**Desempeño:** SLA, CSAT.

En el período anterior, los únicos proveedores con autogestión eran los de Fast Track. Hoy día hemos incorporado a talleres red, talleres premium, repuesteros y estudios jurídicos con autogestión. Esto nos da una mayor agilidad en el día a día y la posibilidad de liquidar de manera más eficiente, ya que el mismo proveedor es quien carga sus comprobantes (facturas) y se maneja 100% de manera digital desde un portal. El objetivo es lograr que todo proveedor que integre nuestra cadena de suministro se maneje de manera independiente por medio de portales para la autogestión.

Nuestro objetivo es tratar a los integrantes de nuestra cadena de suministro como un cliente interno, facilitándole la experiencia y brindándole herramientas que permitan escalar a la velocidad que crece Iúnigo. Este punto impacta directamente tanto en los costos del personal interno de Iúnigo como en la experiencia del asegurado.

**TRATAMOS A LOS INTEGRANTES DE NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO COMO UN CLIENTE INTERNO, FACILITÁNDOLE LA EXPERIENCIA Y BRINDÁNDOLE HERRAMIENTAS QUE PERMITAN ESCALAR A LA VELOCIDAD QUE CRECE IÚNIGO.**





# 05 ——— Cadena de valor

CANAL COMERCIAL, ASEGURADOS Y BENEFICIARIOS

# Nuestros Productores Asesores de Seguros (PAS)

Los Productores Asesores de Seguros (PAS) son nuestro principal canal de comercialización tanto en la negociación como en la atención de los asegurados. Gracias a ellos logramos tener cobertura en todo el país y nos permiten preservar la cercanía con el cliente, establecer un vínculo directo, contener al asegurado frente a un siniestro y mantenerlo al tanto de las novedades. Contamos con una red de oficinas propias y de PAS a disposición de nuestros asegurados, con un alcance geográfico que crece día a día.

La incorporación de nuevos PAS es uno de los objetivos del Grupo, con el fin último de seguir ampliando la cobertura geográfica y llegar a mayor cantidad de asegurados. Parte de esta estrategia de captación incluye una revisión y optimización de la propuesta de valor al PAS que el Grupo ofrece, para que nos elijan.

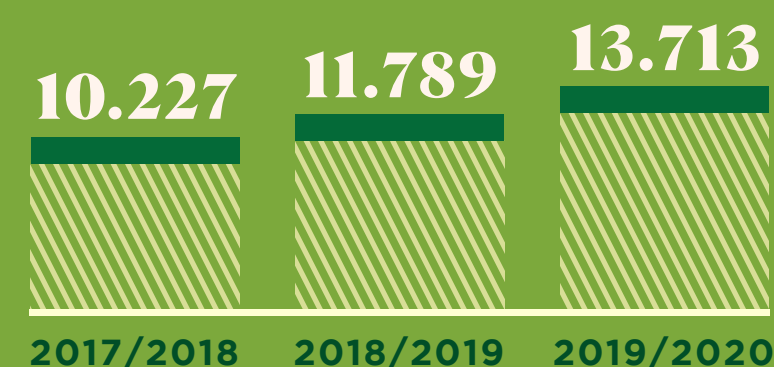
**13.713**  
PAS

**5880** SAN CRISTÓBAL SEGUROS  
**5367** ASOCIART

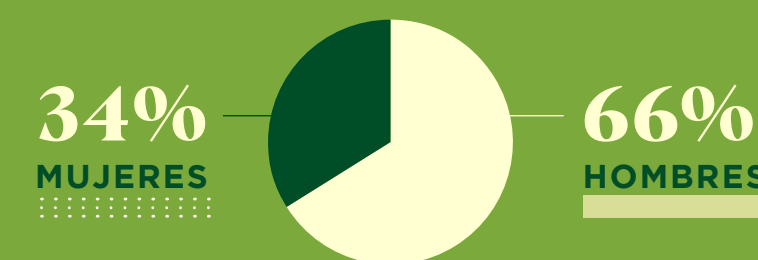
**2300** SAN CRISTÓBAL RETIRO  
**50** SAN CRISTÓBAL CAJA MUTUAL

**107** SAN CRISTÓBAL SERVICIOS FINANCIEROS

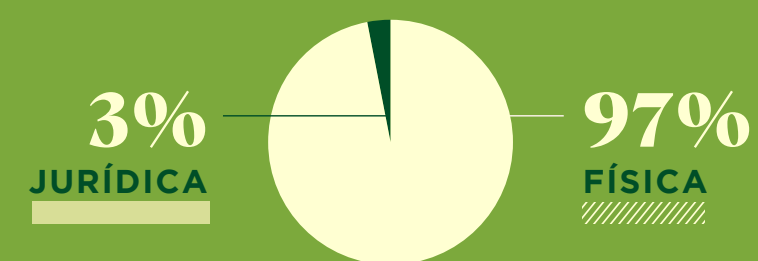
## EVOLUCIÓN DE PAS POR EJERCICIO



## DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



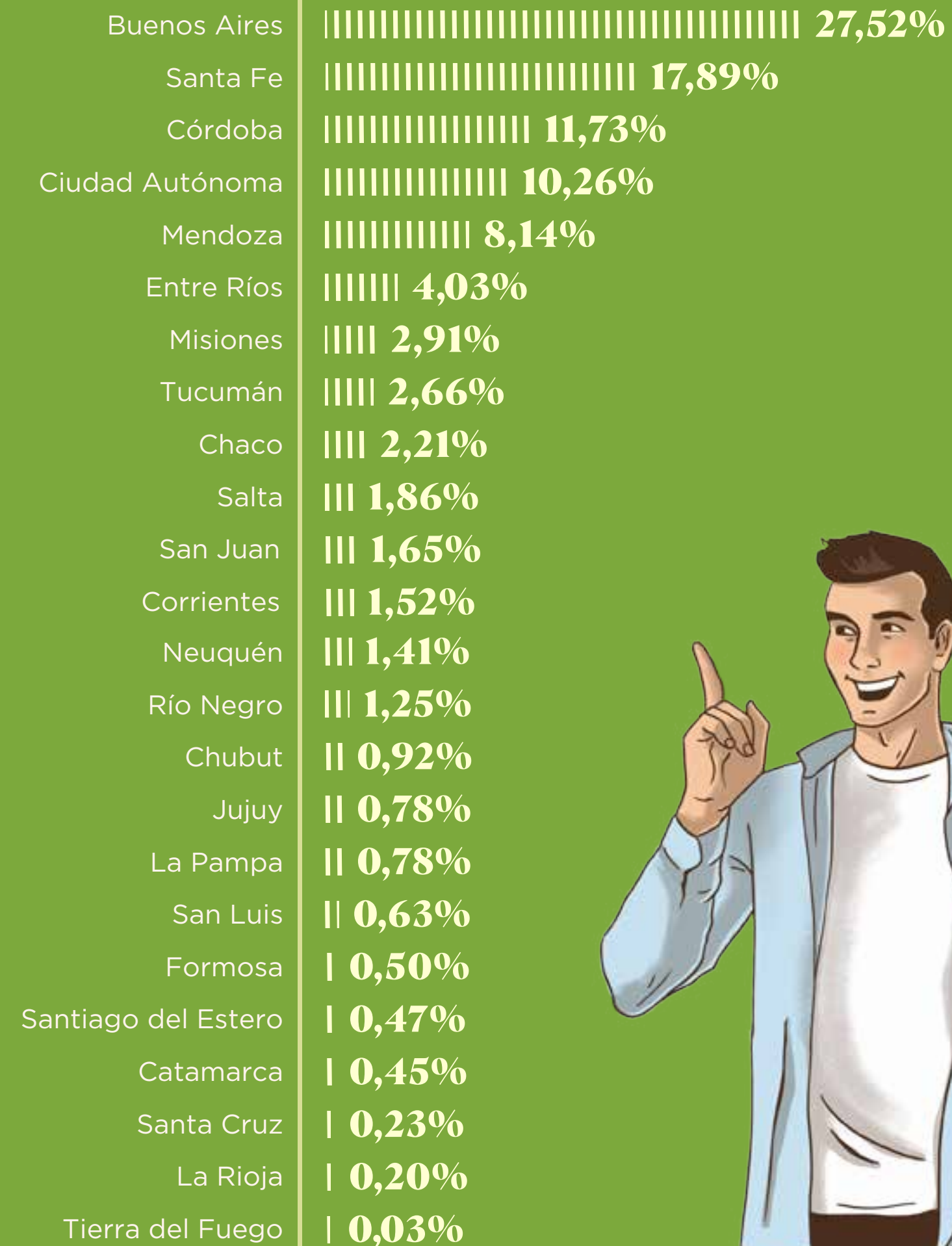
## POR TIPO DE PERSONA



## OTROS CANALES

BANCO/RETAIL	17
OTROS AGENTES INST	345

## DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

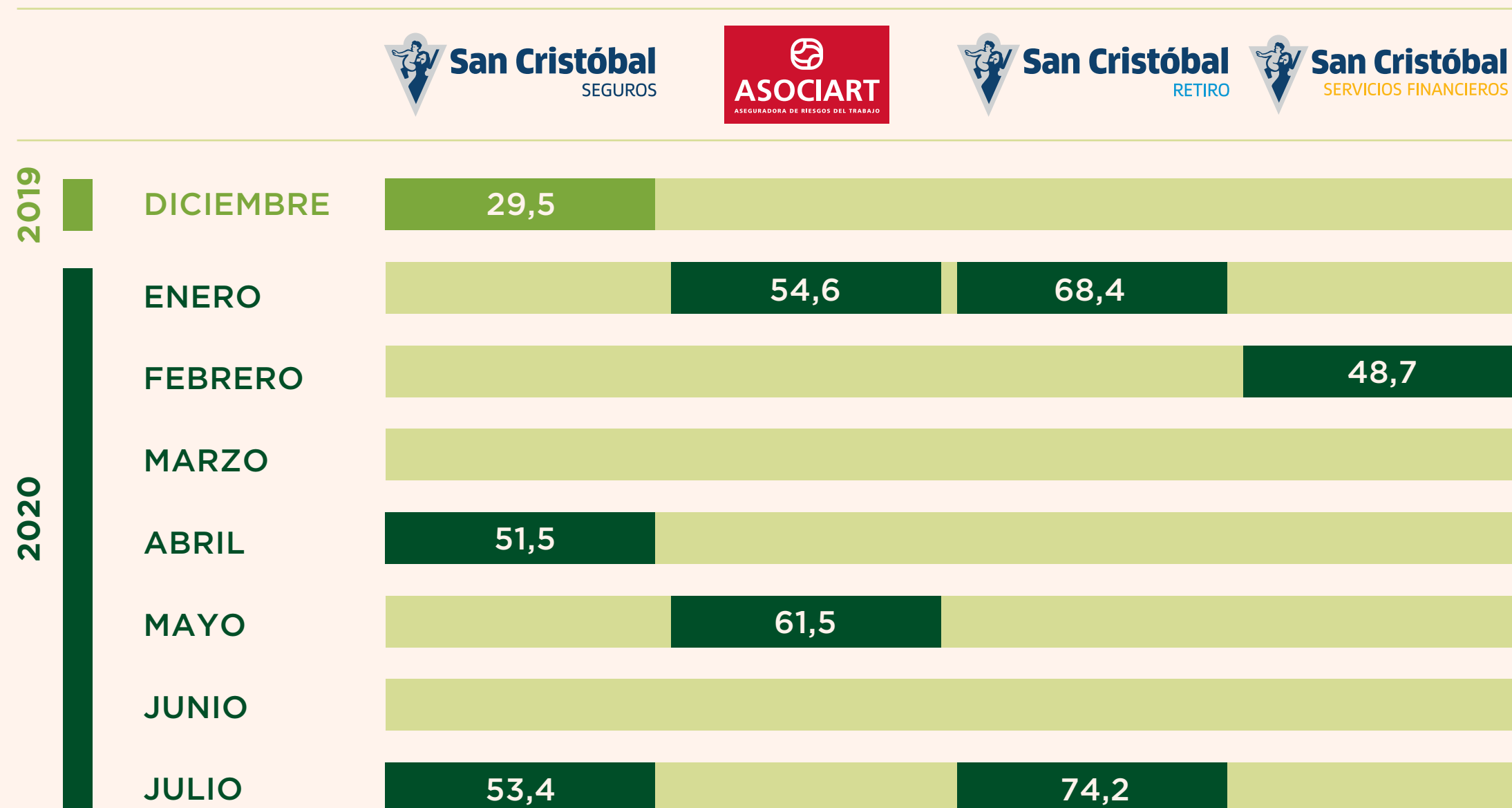


### LA VOZ DE NUESTROS PAS

La satisfacción de un cliente es capaz de transformarse en lealtad y fidelización. Con esta premisa el Grupo San Cristóbal comenzó a medir entre sus Productores Asesores de Seguros el indicador NPS (Net Promoter Score), métrica que se utiliza para evaluar si también promocionan la marca. Este tipo de mediciones nos permiten trabajar en un proceso de mejora continua al detectar oportunidades de mejora que repercuten en todo el canal PAS.

Esta medición se realizó sobre la mayoría de las Unidades de Negocio del Grupo, tiene una periodicidad establecida en cada una de ellas y a futuro se incluirá también esta medición a nivel usuario final.

### MEDICIÓN DEL NPS ENTRE NUESTROS PAS



### CAPACITACIÓN CONTINUADA

En los primeros meses del ejercicio, se desarrolló la segunda etapa del Ciclo de Capacitación Continuada para Productores Asesores de Seguros (CCPAS) que, en 2019, tuvo la particularidad de ser realizada en dos cuatrimestres por normativa de la Superintendencia del Seguro de la Nación. 857 productores de todo el país certificaron las horas necesarias para renovar su matrícula profesional, que es el valor agregado más importante de esta instancia de capacitación para el principal canal de ventas.

Los temas vertidos en cada módulo de este ciclo fueron: “Hacia el liderazgo del PAS en el Mercado Asegurador Digital” cuyo primer segmento fue dictado por Nicolás Olazabal y el segundo por el Dr. Héctor Perucchi con el caso del “Siniestro de Germanwings”. El segundo fue “Transformación Comercial”, dictado por Diego Schneider y el tercero “Seguro de Retiro” por Horacio Vucetich.

El ciclo de CCPAS correspondiente a la última parte del ejercicio 2019/2020 fue suspendido por la Superintendencia de Seguros de la Nación debido a la pandemia por Covid-19.

**857** PRODUCTORES CERTIFICADOS PARA RENOVAR SU MATRÍCULA PROFESIONAL

**TODOS A BORDO, PROGRAMA DE INCENTIVO A PRODUCTORES**

San Cristóbal Seguros, junto con Asociart ART, llevó a cabo la tercera edición del Programa de Incentivo a Productores “Todos a Bordo” de la que participaron 2000 PAS y que premió a 100 Productores ganadores divididos en tres grupos. El Grupo Black accedió a un crucero recorriendo Europa y los Grupos Platinum y Gold disfrutaron de unas vacaciones en el Club Med de Punta Cana (República Dominicana).

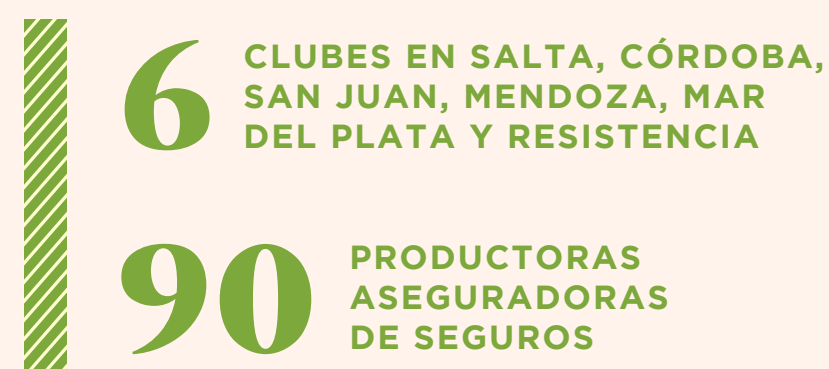
El programa tiene como fin incrementar la venta en todos los productos de seguros que componen el portfolio de la compañía.



**CLUB DE MUJERES**

Continuamos con nuestra propuesta de vinculación e intercambio entre nuestras profesionales del seguro y los referentes comerciales del Grupo San Cristóbal con un objetivo primordial: acompañarlas en su desarrollo profesional y comercial. Trabajamos analizando y entendiendo las necesidades y expectativas de este grupo de mujeres no solo como parte del mercado asegurador, sino como una sinergia de éste con su rol social. Con esta premisa se generan actividades que les permiten capacitarse y potenciar sus habilidades sociales y comerciales.

Actualmente hay 6 Clubes activos en las ciudades de Salta, Córdoba, San Juan, Mendoza, Mar del Plata y Resistencia integrados por más de 90 productoras asesoras de seguros.



**AFTER YEAR**

En 2019 se decidió transformar la forma de celebrar el fin de año junto a los productores de seguros. Así nació After Year. La propuesta fue implementada en el marco de los 80 años de San Cristóbal Seguros para celebrar, junto al canal, los desafíos superados durante el 2019.

Se realizaron once encuentros de After Year: Mendoza, Córdoba, Rosario, Resistencia, Tucumán, Mar del Plata, Santa Fe, Bahía Blanca, Buenos Aires, Neuquén y Comodoro Rivadavia.

**PROGRAMA PAS REFERENTES**

En el marco del proyecto de Transformación Comercial, se realizó el primer encuentro con PAS Referentes de la sucursal Córdoba. El objetivo de este programa es fidelizar y vincular a nuestros productores referentes.





# Nuestros clientes

ESTAMOS COMPROMETIDOS EN OFRECER A NUESTROS CLIENTES UN SERVICIO QUE CUMPLA Y SUPERE SUS EXPECTATIVAS, SIN PERDER LA VISIÓN DE SEGUIR CONSTRUYENDO UNA CULTURA ASEGURADORA Y PREVENCIÓN EN TODA LA COMUNIDAD.

Nos interesa compartir los propósitos comunes, es por eso que escuchamos y deseamos satisfacer las necesidades tanto de nuestros PAS como de nuestros clientes y asegurados, entre los que se incluye individuos, empresas y sus colaboradores.



## ASOCIART | CANTIDAD DE CLIENTES POR SUCURSAL (AL 30/10/2020)

### SUCURSAL CONTRATOS

Buenos Aires	52.753	24,6%	Catamarca	2110	1,0%
Córdoba	22.503	10,5%	Neuquén	5578	2,6%
Rosario	18.433	8,6%	Pilar	3757	1,8%
Mendoza	10.556	4,9%	San Juan	3246	1,5%
Tucumán	5087	2,4%	Villa María	5039	2,3%
Morón	8512	4,0%	San Luis	1999	0,9%
Quilmes	7925	3,7%	La Plata	3400	1,6%
Salta	3772	1,8%	Venado Tuerto	3102	1,4%
Posadas	4713	2,2%	Rafaela	2312	1,1%
Resistencia	5912	2,8%	Jujuy	1235	0,6%
Mar del Plata	6953	3,2%	Comodoro Rivadavia	1423	0,7%
Santa Fe	8834	4,1%	Tandil	2779	1,3%
Bahía Blanca	7884	3,7%	Junín	4027	1,9%
Concepción	6412	3,0%	Bariloche	1796	0,8%

**214.586** CONTRATOS EN TOTAL

## CERCA DE NUESTROS CLIENTES

### ASOCIART

Desde el área de Servicio al Cliente, en Asociart trabajamos en equipo con todas las áreas de la compañía para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes, tomando las decisiones pensando en y como ellos, escuchando lo que nos dicen.

Tanto desde nuestro centro de contacto, como en los front desk de nuestras 29 Sucursales y Agencias, los Ejecutivos de Servicio al Cliente registran todas las interacciones con nuestros Clientes, Trabajadores y Productores en nuestro sistema CRM (Customer Relationship Management), lo que nos permite entender el comportamiento de los mismos, trabajar sobre los puntos de dolor e implementar acciones que permitan una mejora continua en nuestro servicio.

**MÁS DEL 80% DE LAS CONSULTAS Y RECLAMOS SON RESUELTAS DENTRO DE LAS PRIMERAS 24 HORAS DEL CONTACTO EFECTIVO.**

### GRADO DE SATISFACCIÓN

El mercado de Riesgos del Trabajo cuenta con una encuesta anual de calidad de servicio gestionada por la Unión de Aseguradoras (UART), dirigida a clientes y trabajadores.

La misma se realiza desde hace 8 años de manera ininterrumpida, y en la última edición la satisfacción global de los clientes aumentó de 7,3 a 7,6. A su vez, el NPS (índice de recomendación) también se incrementó, de 14 puntos en el 2018 a 22 puntos en el 2019.

Con relación a los momentos del servicio, mejoraron en comparación con el año anterior las gestiones efectuadas a través de Asociart Online, la respuesta ante una urgencia médica, las gestiones realizadas a través de nuestra línea gratuita 0800 y la calidad de la atención médica.

Por el lado de los trabajadores siniestrados, la satisfacción global aumentó a 7,3, de 7,1 obtenida en la última encuesta. A su vez, el 45%, calificó la calidad de los servicios brindados como excelente y muy bueno, por encima de la media del mercado que obtiene un promedio de 37%.

## CANALES DE CONTACTO

### CENTRO DE SERVICIO AL CLIENTE

**0800-888-0095** de lunes a viernes de 8 a 19 hs.

**E-MAIL:** [informacion@asociart.com.ar](mailto:informacion@asociart.com.ar)

**CHAT ONLINE:** [www.asociart.com.ar](http://www.asociart.com.ar)

**APP CLIENTES** y **APP TRABAJADORES** disponible en Google Play y Apple Store

### CENTRO DE SERVICIO AL PRODUCTOR

**0810-888 -2765** de lunes a viernes de 8 a 19 hs.

**E-MAIL:** [productores@asociart.com.ar](mailto:productores@asociart.com.ar)

**CHAT ONLINE:** [www.asociart.com.ar](http://www.asociart.com.ar)

**APP PRODUCTORES** disponible en Google Play y Apple Store

### CENTRO DE ATENCIÓN PERMANENTE

**0800-000-0083**

las 24 horas del día los 365 días del año

### PRESENCIAL

A través de las **29 SUCURSALES** en todo el país de lunes a viernes de 9 a 17 hs.

## FINANCIAMIENTO DE IMPACTO

San Cristóbal Caja Mutual trabaja con y para sus asociados en relación directa a la estrategia de Sustentabilidad del Grupo, transitando la conversión de su *core business* a una mutual de triple impacto, con el objetivo de desarrollar finanzas sostenibles.

Comprometidos con la difusión y sensibilización en el desarrollo de iniciativas de finanzas de impacto y la vocación de integración de cooperativas y mutuales en acciones conjuntas, San Cristóbal Caja Mutual comenzó en el 2018 a participar activamente en congresos, comisiones interinstitucionales aportando sus equipos técnicos y liderando iniciativas en el sector.

## FONDO DE IMPACTO SIGMA

Sigma es un fideicomiso de administración en donde San Cristóbal Caja Mutual actúa como fiduciante y beneficiario en rol inversor líder. Sumatoria Asociación Civil es el fiduciario y administrador del fideicomiso cuya finalidad es invertir en proyectos de la economía social que generen impacto social, ambiental y cultural, negocios inclusivos, infraestructura socio-urbana y desarrollo cultural. Conectando inversores institucionales con proyectos, empresas e instituciones con impacto positivo. Las tomas de decisiones para cada inversión son tratadas y aprobadas por unanimidad por el Comité de Gestión donde San Cristóbal Caja Mutual es parte.

El comité técnico evaluó 18 de proyectos por un monto total de 102MM pesos de los cuales aprobó 10 proyectos (55,56% del total evaluados) por un total de 64 millones de pesos (62,75% del monto solicitado). El comité de gestión de crédito finalmente aprobó 5 proyectos (50% de los aprobados por el comité técnico) por un monto de 28,6 millones pesos (44,69% del monto aprobado por el comité técnico).

## RESULTADOS FONDOS SIGMA<sup>1</sup>

INDICADORES	COMPROMISO	EJECUCIÓN	RENDIMIENTO SCCM	IMPACTO EN OSD <sup>2</sup>
<b>COMPROMISO INVERSIÓN 2019/2020</b>	<b>\$10.000.000</b>			
LA CHOZA		\$2.572.449	Badlar+5%	3, 8, 10, 12
BEE PURE		\$2.653.061	TNA fija 42%	3, 9, 12, 17
% EJECUCIÓN		52,26%		
<b>COMPROMISO INVERSIÓN 2020/2021</b>	<b>\$24.774.490</b>			
COOPSOL		\$2.551.020	Badlar+5%	1, 8, 2
ZAFRAN		\$5.612.245	Badlar+5%	2, 3, 12
PRO MUJER		\$15.306.122	Badlar+5%	4, 5, 10, 17
% EJECUCIÓN		94,73%		
<b>TOTAL COMPROMETIDO</b>	<b>\$30.000.000</b>			
<b>INVERSIÓN EFECTIVA</b>	<b>\$28.694.897</b>			
<b>DIFERENCIA A INVERTIR</b>	<b>\$1.305.103</b>			
<b>% EJECUCIÓN</b>	<b>96,65%</b>			

Para mayor información, ingresar en [fondo.sumatoria.org](http://fondo.sumatoria.org)

1. LOS RESULTADOS DEL FONDO SE PRESENTAN POR AÑO CALENDARIO.  
2. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

## CANAL ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

Es un canal comercial que tiene el objetivo de ser federales, articulando para aumentar el impacto y llegando a distintos lugares de nuestro país con nuestros productos y servicios para contribuir a la inclusión financiera, fortaleciendo los lazos de la ayuda mutua social y solidaria. Generando relaciones institucionales con otras asociaciones mutuales y otros actores de la economía social, evaluando oportunidades conjuntas que permitan

ampliar los servicios a los asociados respectivos mediante convenios de reciprocidad.

Durante el ejercicio 2019-2020 se firmaron 10 convenios con mutuales, que suman un total de 26 convenios activos con cooperativas, otras asociaciones y organizaciones de la economía social.

## FONDO UNO

El Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), junto con la Confederación Intercooperativa Agropecuaria (Coninagro), y la Confederación Argentina de Mutualidades (CAM) firmaron un acuerdo para la creación de un fondo denominado "Uno" que gestione el ahorro de entidades de mutuales y cooperativas agropecuarias y lo transforme en financiamiento de actividades productivas.

En dicho marco, en marzo del 2020 se creó un fondo de 150 millones de pesos, sobre el cual San Cristóbal Caja Mutual aportó 20 millones de pesos. El fondo fue integrado por el aporte de diferentes mutuales -administrado por San Cristóbal Caja Mutual- para financiar la vendimia que realizan las cooperativas de productores vitivinícolas asociadas a la Federación de Cooperativas Vitivinícolas Argentinas (Fecovita). Con un cumplimiento del 100% de los objetivos en capital e interés, participaron 95 entidades de la economía social y solidaria, mayormente mutuales logrando asistir financieramente a 5000 productores vitivinícolas para el acarreo y cosecha.

Desde Caja Mutual, se colaboró activamente con los equipos técnicos de desarrollo de los fondos, en la articulación público-privada, de modo de promover el financiamiento productivo de impacto social.

### RESULTADOS DEL DESARROLLO DEL CANAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

RELACIONES	TOTAL	NRO SOCIOS	%
CONVENIOS	26	234.290	100,00%
CONVENIOS ACTIVOS	12	84.360	46,15%
CONVENIOS NO ACTIVOS	14	149.930	53,85%
<b>TOTAL OPERACIONES</b>	<b>447</b>		

NOMBRE/ CONVENIO	N° SOCIOS	A SOLA FIRMA		PRENDARIOS		CANTIDAD TOTAL	TOTAL DE COLOCACIONES (DESDE EL INICIO)	TASA DE CONVERSIÓN
		CANTIDAD	COLOCACIÓN	CANTIDAD	COLOCACIÓN			
<b>TOTAL CONVENIOS ACTIVOS: 12</b>	<b>84.360</b>	<b>369</b>	<b>\$15.259.286,58</b>	<b>78</b>	<b>\$26.032.737,40</b>	<b>447</b>	<b>\$41.292.023,98</b>	<b>0,53%</b>
<b>PROMEDIO POR COLOCACIÓN</b>			<b>\$41.353,08</b>		<b>\$333.753,04</b>			

# Prevención como estrategia

GRI 103-1, 103-2, 103-3



## PREVENCIÓN Y MEDICINA PREVENTIVA

La reducción de la siniestralidad mediante la prevención impacta socialmente al reducir las víctimas de accidentes viales, y económicamente impacta de manera positiva en el gasto siniestral de la organización y en los gastos de la salud pública de la primera atención médica, en caso de haberla. Por otro lado, los seguros brindan previsibilidad y estabilidad financiera en la economía personal y familiar. Por eso, en Asociart ART, la responsabilidad sobre la gestión de ese aspecto estratégico recae en la Jefatura de Prevención.

El rol de Prevención es desarrollar tareas de apoyo, asesoramiento y asistencia técnica en los establecimientos de las empresas aseguradas. Su actuación está regulada y es controlada por la Autoridad de Aplicación, la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT), a través de normativa específica de actuación, a nivel general y específico, en las diferentes actividades y por los distintos aspectos de riesgo potencial.

Asimismo, Medicina Preventiva es responsable de realizar Exámenes Médicos Periódicos (EMP) a todo el personal expuesto a agentes de riesgo de los clientes asegurados, con el fin de detectar enfermedades profesionales de manera precoz. Esto permite tanto la prevención de riesgos y costos para los empleadores, así como la protección de la salud de los trabajadores. Las actividades de medicina preventiva se enmarcan en lo dispuesto por la RES. SRT N° 37/10, que establece la frecuencia de realización de los exámenes, y define las prácticas y estudios médicos a realizar para cada agente de riesgo.

## CULTURA DE PREVENCIÓN

La concientización y la educación son una de las formas directas de generar una cultura de prevención. Como parte de sus responsabilidades, Prevención dicta cursos de capacitación en empresas afiliadas, centros de estudio, congresos y seminarios, entre otros.

Prevención trabaja en conjunto con el área de Marketing en el desarrollo de contenidos para cursos y tutoriales dentro del Programa Audiovisual de Prevención de Riesgos Laborales de Asociart ART (disponible en el sitio web de Asociart ART o en YouTube Live).

**RESULTADOS DESTACADOS**

Nuestros indicadores de performance en materia de prevención se rigen por mantener la Frecuencia Relativa Siniestral Anual (FRSA), incrementar las visitas de los prevenccionistas a clientes, y reducir los accidentes (mortales, graves y leves).

DESCRIPCIÓN	2019-2020	2018-2019	2017-2018
FRECUENCIA RELATIVA SINIESTRAL ANUAL (FRSA)	5,45%	5,81%	5,79%
VISITAS PROMEDIO	2,57 (*)	3,30	2,95
SINIESTROS REGISTRADOS ANUALMENTE	49.129	54.183	53.585
SINIESTROS MORTALES	61	74	75

\*Por la cuarentena, en el mes de marzo 2020 tuvimos un 36% por debajo de las visitas presupuestadas. En abril y mayo 2020 directamente no se realizaron visitas. En junio tuvimos un 69% por debajo de las visitas presupuestadas. Si tomamos el ejercicio desde Julio 2019 hasta febrero 2020 (donde no había cuarentena), el promedio de visitas fue de 3.48.



Durante el periodo 2019/2020 y debido al Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio nos vimos en la necesidad de reformular las actividades preventivas para nuestros clientes y la comunidad.

La adaptación a nuevos métodos de trabajo virtual nos brindó la posibilidad de acceder a herramientas que posibilitaron acciones preventivas innovadoras para suplir las actividades presenciales, como el Programa de Tele prevención, Podcast y el nuevo centro de capacitación Asociart.

Las principales actividades fueron las siguientes:

**Asesoramiento Virtual por ventanilla electrónica:** recomendación para trabajos en el sector de la energía eléctrica, telecomunicaciones; para desplazamientos hacia y desde tu trabajo; correcta colocación y retiro de protector respiratorio; recomendaciones especiales para trabajos exceptuados del cumplimiento de la cuarentena; Protocolos comercio, construcción, geriátrico, salud y transporte de mercadería, entre otros.

**Asesoramiento Virtual General** por otros medios electrónicos como Email, WhatsApp, Instagram, LinkedIn.

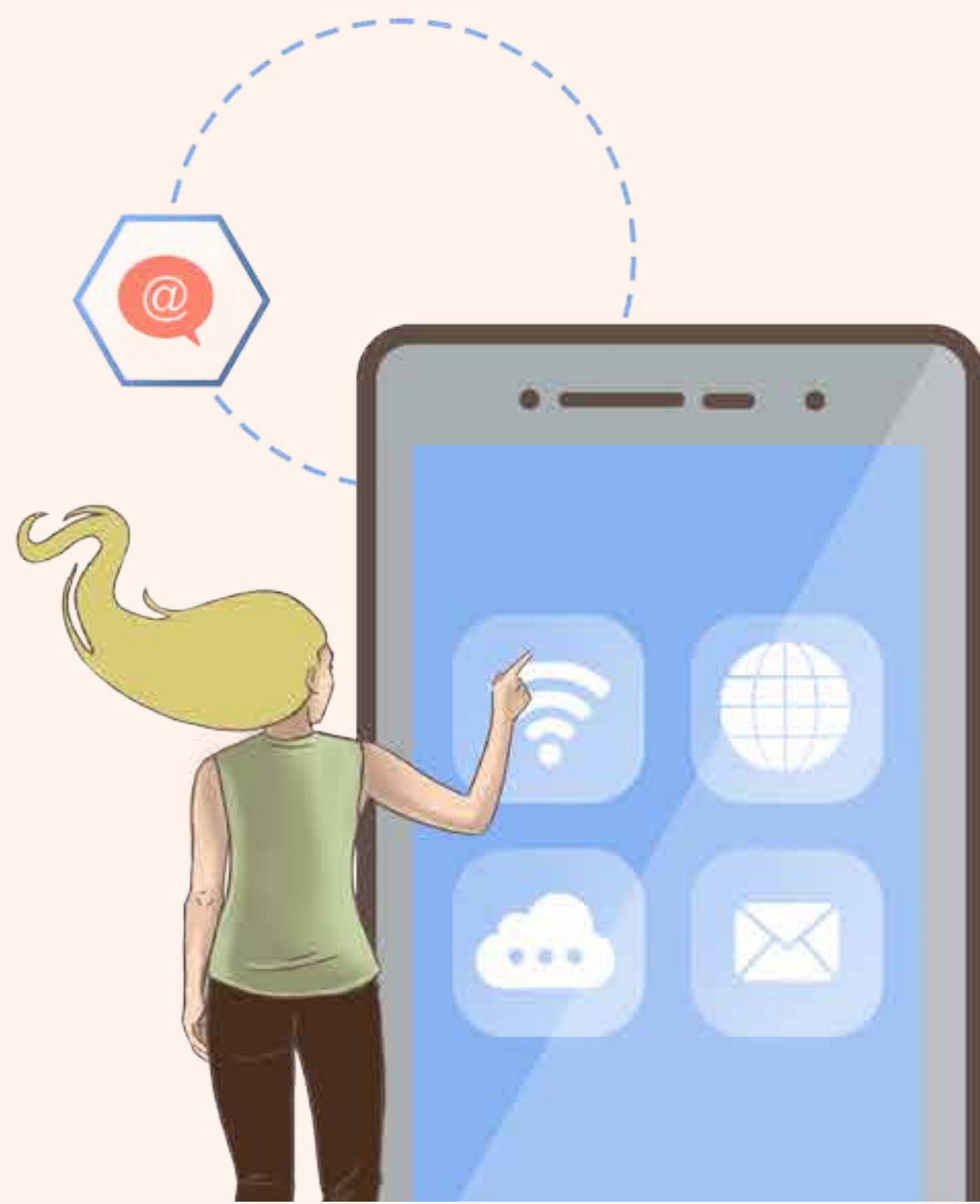
**Asesoramiento Telefónico / Videoconferencia Específico:** contacto de los prevenccionistas por teléfono/mail/videoconferencia con las empresas.

**Capacitación Virtual:** capacitaciones por video conferencia, campus virtuales, videos de prevención, tutoriales, Cursos. Hay desde el mes de abril 35 videos de prevención disponibles en nuestro centro de capacitación.

**Material didáctico e instructivos:** desarrollo y envío de guías de prevención para diferentes actividades: Protocolos de actividades específicas, Recomendaciones generales y uso de EPP (por COVID-19) y Teletrabajo.

# Hacia la digitalización del negocio

GRI 103-1, 103-2, 103-3



En 2017, a partir de un profundo análisis de los cambios en los comportamientos y necesidades de los clientes, colaboradores y productores asesores de seguros (PAS), comenzamos un proceso de Transformación Digital en el Grupo San Cristóbal. El objetivo principal es garantizar la sustentabilidad del negocio, a través de la mejora en la experiencia de cliente y facilitar la atracción y retención de nuevos segmentos de clientes y agentes.

Para ello utilizamos la metodología de *sprints*, de quince días cumpliendo objetivos a corto plazo, que nos ha permitido obtener feedback de los usuarios con rapidez, ayudándonos a entregar mayor valor a mayor velocidad. Como resultado de esta práctica, hemos generado productos que son tan intuitivos que no requieren capacitación previa para su uso.

Nos organizamos en 3 frentes de trabajo: “Analytics”, “Digitalización de viajes” y “Marketing Digital”.

**FUIMOS RECONOCIDOS CON EL PREMIO INTERNACIONAL CELENT MODEL INSURER AWARD EN LA CATEGORÍA DE USO DE DATOS E INTELIGENCIA ARTIFICIAL.**

## ANALYTICS

En San Cristóbal concebimos los proyectos de Inteligencia Artificial como algo mucho más amplio que la generación de modelos, nos enfocamos en la construcción de productos que ofrezcan una solución de punta a punta para el área de negocio interesada. La diferencia sustancial entre un modelo y un producto está dada por la adopción: un producto cubre todas las necesidades de manera integral, y está constantemente en evolución para poder seguir agregando valor al cliente interno que lo utiliza. Esto es algo que podemos hacer justamente por contar con el conocimiento inhouse de todas las soluciones.

Un ejemplo, es nuestro departamento de fraudes que logró consolidar el uso de técnicas avanzadas de *Machine Learning*, que a partir de datos de siniestros pasados detectan patrones comunes de fraude y extrapolan ese conocimiento para detectar maniobras similares en nuevos casos. Además, contamos con modelos de *Deep learning* (reconocimiento de imágenes) que acceden a los registros fotográficos y analiza la verosimilitud del reclamo. Desde su lanzamiento logramos reducir multiplicar x10 el ahorro genuino de fraude con un total de más de 200 millones de pesos, posicionando a San Cristóbal Seguros como referente de Argentina y la Región.

## DIGITALIZACIÓN DE VIAJES

El Grupo puso la digitalización como uno de los ejes principales de la estrategia, lo cual nos dio una posición muy competitiva dentro del mercado local. A junio 2020 nos encontramos muy avanzados con casi el 90% de las operaciones 100% digitalizadas y todos nuestros agentes con nuevas herramientas para operar de forma ágil y sencilla, además de ofrecer un mejor servicio. Todo el avance en materia de digitalización se puso a prueba en este escenario de COVID-19, donde en muy poco tiempo la compañía se pudo adaptar y llevar toda la operación de manera remota sin ningún inconveniente.

Algunos resultados son:

**+40%** EN EL NPS DE LOS AGENTES

**+45%** VENTAS DE PRODUCTOS MASIVOS (AUTOS, HOGAR, PYMES)

**+50%** EN EL CICLO DE VIDA MEDIO DE LOS SINIESTROS A TRAVÉS DEL "TRACKING DE SINIESTROS"

Por otro lado, en Post-Venta donde entendemos que, al momento de un siniestro, es una de las principales instancias, donde se hace tangible nuestra propuesta de valor, trabajamos en optimizar los procesos, digitalizando y poniendo a disposición herramientas al PAS para que pueda ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes desde la misma plataforma "Portal PAS".

Por último, frente al nuevo contexto de COVID-19 nos aliamos con una Healthtech local, DOC'24. En conjunto pudimos integrar su servicio de telemedicina a nuestros canales digitales en menos de una semana. Luego de decretar el aislamiento, logramos brindar a nuestros socios un nuevo beneficio de telemedicina, ayudando a desafectar el sistema de salud de consultas que se pudieran canalizar mediante este servicio digital.

## MARKETING DIGITAL

Uno de los focos de nuestra estrategia es mejorar constantemente la propuesta de valor para nuestra red de productores, el canal comercial principal de nuestras Unidades de negocio. Tomamos el desafío de acercar la propuesta de valor de nuestros agentes a aquellos clientes que estaban buscando seguros de forma online.

En 2019 lanzamos *Sitios Seguros*, una herramienta con todo lo necesario para gestionar o potenciar su marca personal y las oportunidades de venta online donde cada agente pueda crearse su propio sitio web en pocos minutos, de forma gratuita y de manera personalizada. Además, fomenta una mayor comunicación con el cliente, ofrecen más productos e, incluso, les permite aparecer en las búsquedas de Google.

Los *Sitios Seguros* cuentan con cotizador de Auto, Hogar y AP, y formularios de contacto para e-mail, WhatsApp y Redes Sociales con más de 860 PAS con sus propios sitios online.

Si bien es un proyecto que lanzamos hace un año, en el contexto de emergencia sanitaria, la herramienta cobró una relevancia mayor, ya que les permitió a los 500 productores que ya la tenían y a los 360 nuevos que se sumaron desde que se declaró el aislamiento social obligatorio, poder seguir ofreciendo sus servicios a los clientes y prospectos.

Más allá de contar con esta herramienta digital para nuestro canal, nuestro equipo de Marketing Digital brinda asesoramiento constante a los agentes con los conocimientos y habilidades para la venta digital. Para reforzar el acompañamiento que San Cristóbal Seguros hace al productor en este proceso, hace unos meses sellamos un acuerdo con Leadaki, agencia digital que es Premier Partner de Google y especialistas en Marketing Digital. El objetivo de la alianza es posicionar a los *Sitios Seguros* para seguir potenciando la visibilidad y las ventas online. Si bien esta iniciativa lleva sólo dos meses y se encuentra en fase de exploración, los agentes que están participando logran vender diez veces más que los que no invierten en medio digital, lo cual demuestra la relevancia de estas campañas.



## HERRAMIENTAS PARA CRECER JUNTOS

### HERRAMIENTAS DIGITALES

En el período desarrollamos para nuestros clientes la *App Mobile*, desde donde pueden descargar y compartir la póliza digital y estado de cuenta, generar todo tipo de certificados, consultar sus siniestros con la posibilidad de descargar la copia de la denuncia y emitir credenciales para sus trabajadores, entre otras funcionalidades. También para ellos desarrollamos en *Asociart Online* la funcionalidad para consultar y gestionar el alta de sus establecimientos. Asimismo, ante la presentación de la planilla de personal expuesto a agentes de riesgo, habilitamos la posibilidad de presentar documentación técnica respaldatoria por este medio, cuando antes se debía presentar de manera física.

Para productores, desarrollamos dentro de la *App Mobile* la posibilidad de generar y consultar la Solicitud de Póliza Digital (SPD) y continuamos con la revisión de procesos, mejorando el de cambio de unidades comerciales y costos compartidos.

Tanto para clientes como para productores, incorporamos un chat dentro de los sitios de autogestión para poder evacuar dudas en forma inmediata, mejoramos la experiencia de todo el circuito de ingreso a los portales y desarrollamos nuevas notificaciones.

Adaptándonos a la realidad de los últimos meses del ejercicio, en relación a Covid-19, realizamos rápidas mejoras en la funcionalidad de Teletrabajo dentro del portal del Cliente y desarrollamos, junto con el equipo de sistemas, las *filas virtuales* para cumplir con los requerimientos normativos en cuanto a las visitas presenciales en Agencias y Sucursales.

Las gestiones disponibles a través de nuestros canales digitales son valoradas por nuestros clientes, productores y trabajadores, quienes lo manifiestan realizando casi 2.500.000 operaciones a través de los sitios de autogestión y más de 450.000 operaciones a través de las apps, lo que nos compromete aún más en mejorar la experiencia por estos medios.

**2.500.000**  
OPERACIONES REALIZADAS A TRAVÉS  
DE LOS SITIOS DE AUTOGESTIÓN

**+450.000**  
OPERACIONES REALIZADAS A TRAVÉS  
DE LAS APPS

## LABORATORIO DE INNOVACIÓN: MUJERES Y SEGUROS

Con el objetivo de promover una mirada inclusiva sobre la perspectiva de género en el mercado asegurador, desarrollando productos específicos y difundiendo la información necesaria para generar un cambio cultural, participamos del proyecto internacional “Laboratorio de Innovación: Mujeres y Seguros”, financiado por Access to Insurance Initiative (A2ii) y GIZ Global Leadership Academy y que cuenta con el apoyo de la Superintendencia de Seguros de la Nación.

El laboratorio de innovación tiene planificada una duración de 18 meses y participan, además de Argentina, Ruanda, India y Marruecos. Durante el ejercicio 2019/2020 se llevaron a cabo reuniones periódicas del equipo local, la primera Global Call del Inclusive Insurance Innovation Lab 2020/2021, en la que participaron los equipos de esos 4 países, con la premisa de conocerse previamente al First International Workshop que se realizó en septiembre.

Al cierre de este reporte, el laboratorio analizaba dos prototipos de productos. Uno vinculado a una red social para comunicar historias de la vida real sobre seguros en general, llamado @betterwithinsurance. El fin de la aplicación es mejorar la cultura de seguros para que la sociedad los deje de percibir a los seguros como un gasto, sino como una inversión a futuro.

El segundo prototipo, se llama Freemium, y consiste en una APP para empleadas domésticas, sobre todo en relación laboral informal, con ramo aún sin definir. El objetivo de la aplicación es proveer a las empleadas domésticas con cobertura en caso de muerte, incapacidad y hospitalización.



# 06 – Colaboradores

# Nuestro equipo

GRI 102-8

Las personas son pilares fundamentales para el Grupo San Cristóbal, es por ello que centramos la gestión en una propuesta de valor con foco en el desarrollo, priorizando la igualdad de oportunidades.

Nos entusiasma el talento y trabajar con los mejores. Gente vibrante, inquieta, bien power, que se anima a pensar distinto y a transformar la industria del seguro. Juntos somos un mismo equipo y día a día asumimos el compromiso de compartir genuinamente nuestros conocimientos, ideas y experiencias; celebrar la diversidad de opiniones, dar lo máximo siempre honrando los compromisos y teniendo conciencia de que nuestras acciones impactan en otros.

## UN EQUIPO BIEN POWER

**1933**  
COLABORADORES

954

SAN CRISTÓBAL SEGUROS

175

IÚNIGO

31

SAN CRISTÓBAL CAJA MUTUAL

22

SAN CRISTÓBAL RETIRO

688

ASOCIART

32

SAN CRISTÓBAL SERVICIOS FINANCIEROS

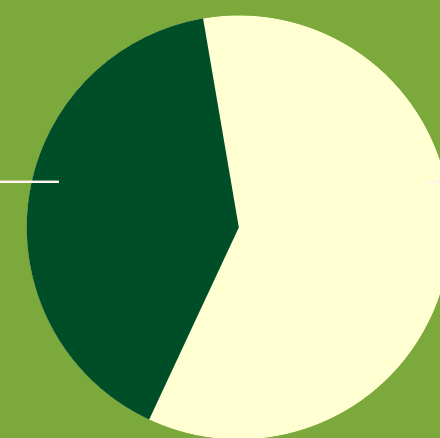
26

ASOCIART SERVICIOS

5

SAN CRISTÓBAL VIAJES Y TURISMO

**35%**  
**673 MUJERES**



**65%**  
**1260 HOMBRES**

TIPO DE CONTRATO	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
A PLAZO FIJO	-	-	-
INDETERMINADO	658	1245	1903
PASANTÍA	2	7	9
EVENTUAL	13	8	21

### DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Buenos Aires	21	Mar del Plata	72
Rosario	738	Mendoza	8
Bahía Blanca	3	Misiones	6
Catamarca	9	Neuquén	43
Chaco	2	Resistencia	1
Chubut	136	Río Negro	1
Córdoba	15	Salta	10
Entre Ríos	2	San Juan	8
Jujuy	2	San Luis	5
La Pampa	40	Santa Fe	167
		Tucumán	42

NOTA 1: TODOS LOS EMPLEADOS TRABAJAN A JORNAD A COMPLETA.

NOTA 2: LA INFORMACIÓN FUE OBTENIDA DE SAP.

# Diversidad del equipo

GRI 102-8, 202-2

**LA DIVERSIDAD NOS PERMITE SER MÁS INNOVADORES, CREATIVOS Y TALENTOSOS, AL TIEMPO QUE ABRE NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS Y ACCESO A NUEVOS CLIENTES.**



## COMITÉ DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

En el marco del Día Internacional de la Mujer, que en el Grupo San Cristóbal se conmemoró con un programa de acciones desplegado a lo largo de siete días en lo que llamó la Semana de la Diversidad, se presentó la primera conformación del Comité de Diversidad e Inclusión. Esta acción también estuvo enmarcada en el plan de trabajo diseñado de acuerdo al auto diagnóstico realizado con la adhesión al Programa “Ganar-Ganar” y a los Principios de Empoderamiento de la Mujer.

Si bien al principio, el funcionamiento del Comité se vio impactado por el aislamiento obligatorio, luego de algunos meses adaptó su funcionamiento a encuentros virtuales, concretando 4 reuniones en el período 2019/2020. El Comité está conformado por 11 personas (7 mujeres y 4 varones) que representan a todas las Unidades de Negocio del Grupo San Cristóbal y a distintas áreas de operaciones -Desarrollo de productos, Personas

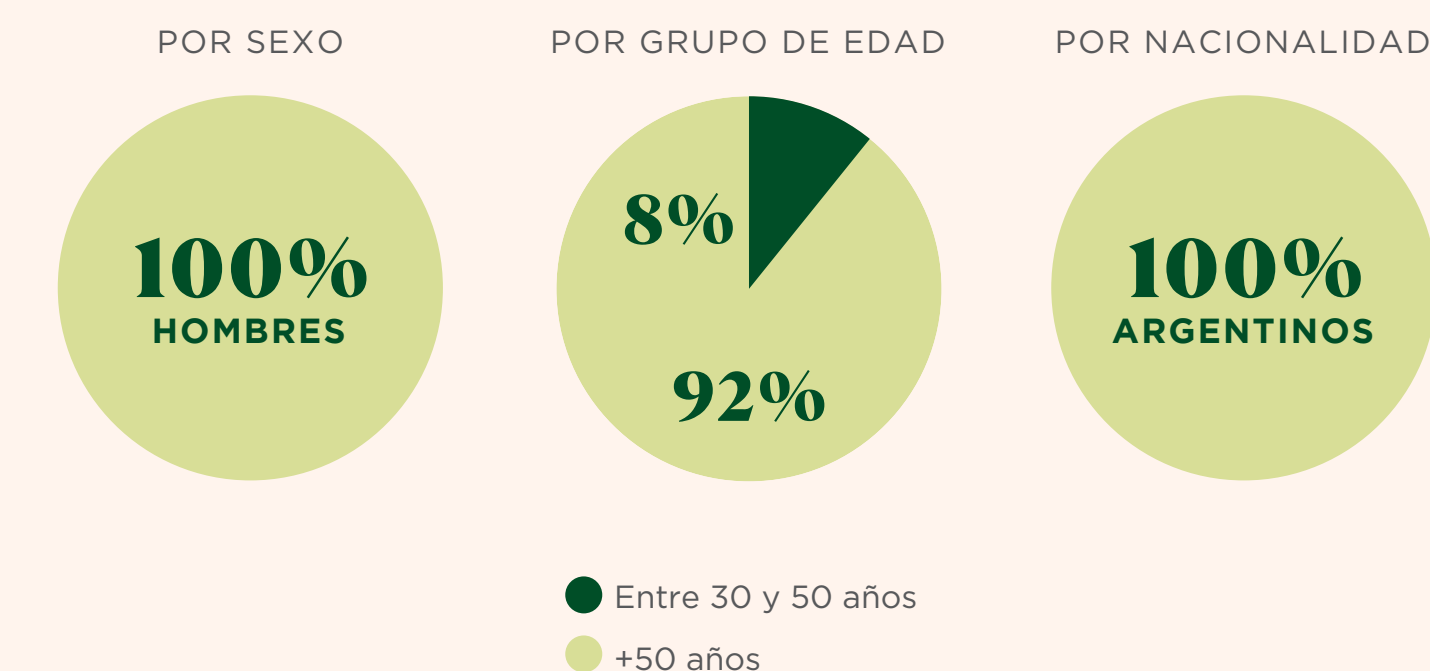
y Bienestar, Comunicaciones, Marketing y Sustentabilidad, Legales, Técnica, Atención a clientes y Seguridad, Higiene, Mantenimiento y Obra (SHiMO)-.

El Comité tiene como objetivo visibilizar las oportunidades de mejora y promover acciones concretas para reducir la brecha de género y para generar mejores oportunidades. Al cierre de este Reporte de Sustentabilidad, el Comité de Diversidad e Inclusión se encontraba trabajando en el desarrollo de una Política de no discriminación e igualdad de oportunidades y un Procedimiento para casos de violencia y acoso en el entorno laboral, preparando a la organización a la aprobación que hizo el Congreso Nacional en noviembre de 2020 del proyecto que ratifica el Convenio 190 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) sobre Eliminación de la Violencia y el Acoso en el Mundo del Trabajo.

### PORCENTAJE DE EMPLEADOS POR CATEGORÍA DE DIVERSIDAD

POR RANGO ETARIO Y SEXO	HOMBRES	MUJERES
MENOR A 30 AÑOS	62%	38%
ENTRE 30 AÑOS Y 50 AÑOS	64%	36%
MAYOR A 50 AÑOS	75%	25%
POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y SEXO		
PERSONAL EN CONVENIO	64%	36%
DIRECTIVOS (FUERA DE CONVENIO)	100%	0%
EVENTUALES (FUERA DE CONVENIO)	38%	62%
FUERA DE CONVENIO	71%	29%

### DIVERSIDAD EN ÓRGANO DE GOBIERNO



## ACCIONES E INICIATIVAS DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Se generaron espacios internos de conversación y sensibilización en perspectiva de género, se desarrollaron contenidos para abordar problemáticas muy complejas, se elaboró una guía de lenguaje inclusivo y se extendió la licencia por paternidad, entre otras acciones.



### ADHESIÓN A LOS PRINCIPIOS DE EMPODERAMIENTO DE LA MUJER Y AL PROGRAMA "GANAR-GANAR"

Durante la Semana de la Diversidad e Inclusión en conmemoración del Día Internacional de la Mujer, el Grupo San Cristóbal adhirió a los Principios de Empoderamiento de la Mujer y al Programa "Ganar-Ganar" que promueven ONU Mujeres, la Organización Internacional del Trabajo y la Unión Europea.

Esta adhesión implica la realización de un auto diagnóstico situacional en el que el Grupo San Cristóbal obtuvo un puntaje general de 11% (categoría principiante), donde reconocimos la importancia de la igualdad de género en nuestro negocio. Identificamos que existen otras oportunidades para obtener más logros y debemos formalizar los compromisos para que la igualdad no sea sólo un derecho humano. Luego de esa auto evaluación, elaboramos un plan de acción que comprende 4 dimensiones: liderazgo y estrategia, lugar de trabajo, mercados y comunidad y sobre el que trabajaremos durante el ejercicio 2020/2021. Es para destacar que el Grupo San Cristóbal fue reconocido por haber realizado la adhesión, el autodiagnóstico y el plan de acción en tiempo récord.

1 ALCANCE: TODAS LAS UNIDADES DE NEGOCIO MENOS ASOCIART E IÚNIGO

## SENSIBILIZACIÓN Y COMPROMISO

### COMUNICACIÓN CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

En febrero de 2020 los equipos de comunicaciones, diseño, creatividad, marcas, marketing digital, investigación de mercados, desarrollo de productos y sustentabilidad participaron de un taller de sensibilización y entrenamiento en comunicación con perspectiva de género. Se trató de una dinámica teórico-práctica, que facilitó el conocimiento de conceptos clave y del contexto global y local, a la vez que permitió el ejercicio guiado de una perspectiva de género enfocada en los procesos comunicacionales.

Se habilitaron las reflexiones grupales y debates de manera desestructurada y se fomentó la exposición de argumentos y opiniones por parte de los y las participantes, de forma de poder trabajar sobre los mandatos que cada quien trae consigo. El desafío fue desarmar esos mandatos a partir de la articulación de casos, datos, estadísticas y etc., para agudizar las miradas con el objetivo de facilitar la identificación y eliminación de sesgos en todas las partes del proceso creativo/comunicacional: desde la búsqueda del insight hasta la gestión de crisis en Redes sociales.

De este taller participaron 25 colaboradores, tuvo una duración de 6 horas y estuvo a cargo de Rocío Restaino (Head of Brand Strategy de la agencia Interbrand y consultora y asesora de empresas para comunicaciones de género).

## CAMPAÑA INTERNA X LA DIVERSIDAD

Durante la semana del 28 de junio, en el marco de la conmemoración del Día del Orgullo LGBTQ+, se desplegó una campaña de comunicación interna con el propósito de sensibilizar a los colaboradores y hacer concreto el compromiso del Grupo San Cristóbal con la diversidad y la inclusión.

Las acciones buscaron establecer pautas que garanticen una organización diversa, inclusiva y libre de discriminación y explicitar la declaración: “En el Grupo San Cristóbal nos respetamos mutuamente, rechazamos cualquier tipo de discriminación y valoramos la diversidad, brindando a todos los mismos derechos, oportunidades laborales y desarrollo profesional”.

“Visibilicemos las oportunidades y demos lugar a la reflexión para asumir el compromiso que nos une a todos y hagamos día a día una organización de la que estemos orgullosos de formar parte”, señaló el CEO, Diego Guaita, en ese contexto.

La campaña constó de 3 publicaciones en la red social interna Workplace donde en cada uno se abordaron diversas aristas: 1) Igualdad, libertad e identidad; 2) Lucha y derechos y, 3) Compromiso (un llamado a los colaboradores a comprometerse públicamente a respetar la diversidad, a dar un igual trato, generar oportunidades sin distinción y evitar la discriminación en cualquiera de sus modos). A estas acciones se sumó una publicación en el perfil del CEO respaldando y haciendo claro el compromiso del Grupo.

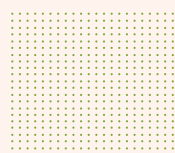
**LA CAMPAÑA SE DESTINÓ A COLABORADORES INTERNOS Y A PÚBLICO EXTERNO, SE IMPLEMENTÓ EN WORKPLACE, DONDE SE PUBLICARON 6 POSTEOS, Y EN LINKEDIN, CON UNA PUBLICACIÓN. COSECHÓ 562 REACCIONES, MÁS DE 4 MIL VISUALIZACIONES Y 12 COMENTARIOS DE COLABORARES.**

## POLÍTICA DE NO DISCRIMINACIÓN

GRI 406-1

Contamos con una política de No Discriminación que establece que nuestros llamados a cubrir vacantes no deben contener sesgos de ningún tipo, ni emplear lenguaje discriminatorio, ni requerir antecedentes personales que excedan las exigencias del cargo y no estén referidas directamente a él. Dentro de los requisitos solicitados no podrán producirse distinciones, exclusiones o aplicarse preferencias basadas en motivos de género, raza, color, estado civil, sindicación, religión, opinión política, ascendencia nacional, discapacidades, orientación sexual y origen social que tengan por objeto anular o alterar la igualdad de oportunidades o trato en el empleo.

La política prohíbe exámenes y evaluaciones que tengan carácter invasivo y/o discriminatorio durante el proceso de selección de personal. A tales fines, contamos con un protocolo médico que contiene las pautas de trabajo comunes a todas las prestaciones pre ocupacionales, respetando los objetivos del marco legal, sin lesionar los derechos establecidos por ley ni vulnerar los derechos individuales.



# Propuesta de valor

GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3

**NUESTRA MISIÓN ES LOGRAR ATRAER, MOTIVAR Y RETENER A LOS MEJORES TALENTOS, TRABAJANDO EN CONOCER SUS NECESIDADES Y POTENCIAR EL DESARROLLO INDIVIDUAL Y COLECTIVO, MANTENIENDO LA SUSTENTABILIDAD DEL NEGOCIO.**

## PROGRAMA BIENESTAR

El programa abarca a todos los colaboradores del Grupo, y se actualiza todos los años para incorporar mejores prácticas con el objetivo de que cada empleado se sienta cómodo, contento y satisfecho en su lugar de trabajo.

Contamos con un feedback permanente con nuestros colaboradores, adecuando nuestro propósito, que es mantener la salud, en virtud de las características de vida individual y grupal.

Mantenemos abiertos los canales de comunicación entre los colaboradores y el departamento de Salud Ocupacional, para poder optimizar la salud de forma integral. El programa se enfoca en mejorar la salud en todo sentido, en lo físico, psíquico y social, siendo uno de los mejores instrumentos de retención de talentos, disminución del ausentismo, mejora del clima laboral, potenciando la productividad e incrementando el retorno de la inversión.

Para retroalimentar el programa se realizan evaluaciones mediante, encuestas de satisfacción, comentarios en redes (Workplace, LinkedIn, Facebook), espacio de consultas con Personas y Bienestar, charlas médicas, comparación con prácticas del mercado.



## BENEFICIOS

GRI 401-2

Trabajamos continuamente en nuestra propuesta de beneficios, que tienen el desafío de garantizar una experiencia única para cada colaborador. Contamos con el Programa BENEFICIA que agrupa todos los beneficios y se conforma de tres categorías: TU MOMENTO, TU ELECCIÓN Y TU LOOK, gestionados por el área de Compensaciones y Beneficios.

### TU MOMENTO

Beneficios que acompañan cada momento de la vida de nuestros colaboradores, desde facilidades financieras hasta gestión del final de la carrera profesional.

### TU ELECCIÓN

Los colaboradores gozan anualmente de puntos para canjear dentro de un catálogo que cuenta con amplia variedad de productos y marcas de todo el país, según las necesidades propias de cada momento de su etapa familiar.

### TU LOOK

Otorgamos un monto de puntos para canjear anualmente por Indumentaria laboral, la cual se establece dentro del marco del Criterio Empresarial. En el contexto de pandemia, se trabajó en la adecuación de nuestro plan de salud y beneficios, garantizando que el ejercicio llegue a los hogares, mediante rutinas, plataforma de gimnasios online y pausas activas por workplace.

1. LOS BENEFICIOS APLICAN PARA TODOS LOS COLABORADORES, SIN IMPORTAR EL TIPO DE CONTRATO DE CADA UNO DE ELLOS. ALCANCE: TODAS LAS UNIDADES DE NEGOCIO MENOS ASOCIART E IÚNIGO.

Algunos de los beneficios del período fueron:

- Nutrición saludable, con desayunos en lugar de trabajo y charlas nutricionales para la vida diaria.
- Extensión de pausas activas en diferentes sucursales y online por Workplace.
- Gimnasio libre para poder realizar actividad física. Rutina de ejercicio online por Workplace.
- Vacunación antigripal en lugar de trabajo y en domicilio a colaboradores de riesgo.
- Exámenes médicos preventivos a nuestros colaboradores y seguimiento de datos dentro del Programa de Salud.
- Lactario para madres.
- Telemedicina para atención médica en pandemia.
- Campañas de Donación de sangre.
- Charlas de cáncer de mamas, nutricionales, prevención de riesgos, para fomentar el consumo de alimentos saludables y promover un estilo de vida activo, dentro y fuera del trabajo.
- Videos de uso de elementos de protección personal en Pandemia.
- Asesoramiento médico permanente en Pandemia.
- Licencia extendida por paternidad: todos los padres y padres adoptivos<sup>2</sup> de los recién nacidos que cumplan al menos 7:30hs laborales diarias gozan del beneficio de licencia por paternidad de 10 días hábiles (incluye los otorgados en LCT y/o CCT).

2. LOS PADRES ADOPTIVOS GOZARÁN DE ESTA LICENCIA INDEPENDIEMENTE DE LA EDAD DE LA NIÑA/ EL NIÑO.  
3. LAS DIFERENCIAS SE GENERAN PORQUE HAY UNA MAYOR CANTIDAD DE HOMBRES EN SUELDOS GERENCIALES, QUE AUMENTAN EL SUELDO PROMEDIO EN COMPARACIÓN AL DE LA MUJER. ADEMÁS, LA ANTIGÜEDAD PROMEDIO ES MAYOR EN LOS HOMBRES QUE EN LAS MUJERES, TAMBIÉN AFECTANDO DICHA DIFERENCIA.

## REMUNERACIONES

GRI 405-2

La política de Personas y Bienestar establece que la compensación total de nuestros colaboradores está compuesta por: Remuneración fija y variable, Capacitación y desarrollo, Beneficios y Balance vida y trabajo. Si bien el salario base por categoría laboral es el mismo para hombres y mujeres, en el período se observaron las siguientes tendencias:

- Relación Personal en Convenio: los hombres cobran un 15% más
- Relación Directivos (Fuera de convenio): no hay mujeres
- Relación Personal Fuera de Convenio: los hombres cobran 43% más<sup>3</sup>

**TRABAJAMOS CONTINUAMENTE EN NUESTRA PROPUESTA DE BENEFICIOS, QUE TIENEN EL DESAFÍO DE GARANTIZAR UNA EXPERIENCIA ÚNICA PARA CADA COLABORADOR.**







## INICIATIVAS REALIZADAS PARA ADAPTARSE AL COVID-19

Se realizaron importantes acciones relacionadas con la pandemia por COVID-19 y se creó un Comité de Salud interdisciplinario formado por referentes de distintas especialidades para la definición y promoción de medidas sanitarias para todo el Grupo San Cristóbal, tendientes a asegurar la salud de todos los colaboradores, sus familias, los PAS, los asociados y la comunidad en general.

- INCENTIVO ECONÓMICO PARA ADAPTAR SU DOMICILIO AL TRABAJO.
- TELEMEDICINA.
- USO DE MOBILIARIO.
- NOTEBOOK Y SERVIDOR DEL GRUPO PARA TODOS LOS QUE LO NECESITABAN.
- INFORMACIÓN DE MEDIDAS HIGIÉNICAS Y DE PREVENCIÓN PARA TODOS LOS COLABORADORES (PUBLICACIONES, VIDEOS, CHARLAS ONLINE).
- MEDIDAS EN EL LUGAR DE TRABAJO CON TODOS LOS PROTOCOLOS DE SALUD NACIONALES Y EN CONSONANCIA CON LA CÁMARA DE SEGUROS.
- JUEGOS INTERACTIVOS PARA TODOS.
- CATA DE CAFÉ, VINO, CERVEZAS PARA TODOS.



# Equipo de talentos

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Durante el período se trabajó en la reorganización interna del área de “Recursos Humanos”, la cual pasó a llamarse “Personas y Bienestar” (PyB), con el objetivo de seguir progresando hacia un modelo que permita la atracción y desarrollo de las personas, garantizando el cumplimiento y alineamiento a los valores corporativos.

Una parte del equipo mantuvo una estructura centralizada para brindar servicios transversales a todas las empresas del Grupo mientras que el resto de los profesionales actúan de manera más descentralizada, con una estructura de especialistas ad hoc, en cada unidad de negocio.

Contamos con la política de Recursos Humanos, que define los lineamientos que enmarcan el proceso de reclutamiento, selección y desarrollo de los colaboradores. Consideramos que cada uno de los ejes de trabajo, permiten ofrecer una convincente propuesta de valor para los colaboradores actuales y potenciales. Si bien el impacto de nuestra política es principalmente interno, logrando una importante retención y sentido de pertenencia a la compañía, acrecentando el vínculo entre el Grupo San Cristóbal y los colaboradores, nuestra marca empleadora también es altamente valorada, especialmente en el interior del país.

## FORMACIÓN Y DESARROLLO

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2

El desarrollo, la formación, la motivación y la retención de los talentos son procesos claves para asegurar la sustentabilidad de la gestión. El impacto de la gestión de la formación y desarrollo de los colaboradores se produce dentro y fuera de la organización. Hacia adentro impacta en la estrategia y la visión, el sistema de gestión y el desarrollo y motivación de los colaboradores. Hacia afuera impacta en la reputación y la confianza de la organización y la atracción de talento.

Este tema material se gestiona a través de un relevamiento de necesidades, que se hace por medio de los líderes de PyB y del Negocio. El propósito es garantizar el desarrollo y formación de los colaboradores alineando los mismos a los objetivos organizacionales. Algunas de nuestras acciones son: Programa de Becas, Programa de Formación (Seguros Generales), Ciclo de charlas, Liderazgo en tiempos de cambio, Webinars e Inglés.

### NUESTRO OBJETIVO ES GARANTIZAR LOS MEDIOS Y ESPACIOS DE APRENDIZAJE Y FORMACIÓN QUE ASEGUREN EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL.

FOCO es nuestra Universidad Corporativa, un espacio de aprendizaje abierto e inclusivo que brinda diferentes alternativas de capacitación que le permiten al empleado adquirir las herramientas necesarias para continuar formándose tanto en habilidades blandas como en conocimientos técnicos del rol.

En dicho marco, en el período se trabajó en una formación virtual para líderes con especial acento en la conducción durante tiempos de cambios y de crisis. Esta propuesta, robusta y flexible, se ajusta a la necesidad de cada líder según su situación particular. Por ello, la iniciativa se construyó con un formato de “menú a la carta” en el que los líderes pueden elegir un programa de formación grupal más sesiones individuales o una propuesta de charlas inspiradoras y motivacionales. Asimismo, se creó un programa de Mentoring con foco en los nuevos líderes y guiado por referentes seniors de la organización.

De manera complementaria se construyeron propuestas de aprendizaje para todos los colaboradores: el Ciclo de Webinars, con temas del negocio y otros ajustados a la coyuntura y a las dificultades actuales.

Se lanzó la tercera edición del Programa de Becas, cuya finalidad es acompañar el desarrollo profesional de los empleados a través de una ayuda económica y con el fin de elevar el nivel formativo del personal.

Por último, se implementó, en Rosario, el programa Becas WinWin cuyo objetivo es ofrecer un espacio de aprendizaje para jóvenes talentosos de la zona y, también, para desarrollar, como tutores, a los colaboradores de la Compañía. Como resultado de esta iniciativa, hay dos proyectos de triple impacto que se encuentran en etapa de pre-incubación.

La evaluación del tema material se realiza a través de auditorías para formaciones de carácter obligatorio por resoluciones de la SSN (% de cumplimiento) y de sistemas de medición como la encuesta de satisfacción y porcentaje de asistencia.



POR CATEGORÍA PROFESIONAL	2019/2020	2018/2019
ADMINISTRATIVO	881	3.423
ANALISTA	935	2.755
ESPECIALISTA	1069	3.912
RESPONSABLE	1093	3.912
JEFE	2098	1.140
GERENTE	416	1.087

## FORMACIÓN EN IÚNIGO

### CAPACITACIONES TÉCNICAS DE ROL

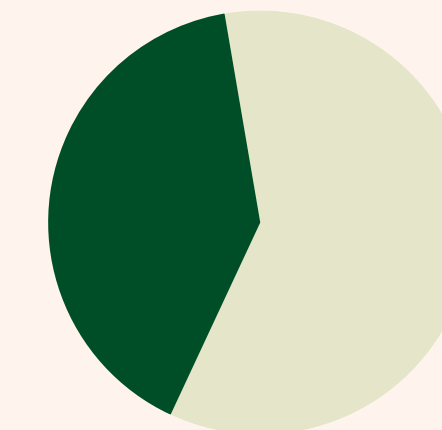
Todos los empleados de iúnigo cuentan con un presupuesto asignado según su posición en materia de capacitación, el cual puede ser utilizado para capacitaciones técnicas, programas ejecutivos, congresos, conferencias y actividades acordes a la especialidad.

### PROGRAMA DE DESARROLLO PARA LÍDERES Y COACHING

Destinado a los líderes de iúnigo para contribuir a la profesionalización de la gestión, el desarrollo de habilidades de liderazgo y ayudarlos a trabajar en el desempeño de sus equipos.

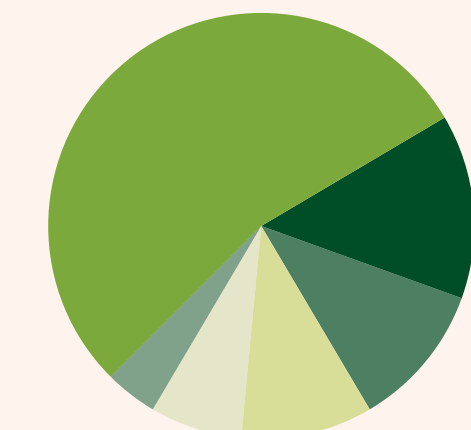
## 85% DE LA POBLACIÓN CAPACITADA

DISTRIBUCIÓN POR CARGO



- **67%** Población capacitada sin gente a cargo
- **33%** Población capacitada con gente a cargo

DISTRIBUCIÓN POR TEMÁTICA



- **54%** Desarrollo de tecnología
- **14%** Formación en datos
- **11%** Desarrollo de producto
- **10%** Formación en negocio
- **7%** Diseño de usuario
- **4%** Experiencia de cliente

## GESTIÓN DE DESEMPEÑO

GRI 404-3

Contamos con PAR (Proceso de Acuerdos y Resultados), una herramienta que facilita la gestión del desempeño de los líderes y Gerentes en el Grupo. Durante el ejercicio se establecieron compromisos individuales que impulsan la excelencia en los servicios, los resultados financieros, la gestión de las personas y la innovación.

Durante el período se llevaron a cabo 197 evaluaciones con la herramienta, en las que los líderes conversaron y unificaron criterios de valoración de las competencias de sus colaboradores.

LOS PORCENTAJES SON CALCULADOS EN RELACIÓN A LA DOTACIÓN TOTAL QUE RECIBE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO. EL ALCANCE ES PARA SEGUROS, ÁREAS CORPORATIVAS, SERVICIOS FINANCIEROS, ASOCIART, SEGUROS DE RETIRO Y CAJA MUTUAL. SE EXCLUYE URUGUAY E IÚNIGO

## GESTIÓN DEL DESEMPEÑO EN IÚNIGO

Contamos con BetterMe, una herramienta que nos permite trabajar sobre el desarrollo de las personas en donde a través del feedback potenciamos los valores en los que las personas son fuertes y queremos seguir potenciando y por otro lado en los valores que necesitan desarrollar.

El feedback en iúnigo es 360°, ya que a partir de la dinámica con la que trabajamos, es importante que las personas tengan feedback no solo del líder, sino también de sus pares y las personas que en el día a día trabajan con ellas.

En cuanto a la periodicidad, fomentamos el feedback espontáneo y el feedback formal al cierre de cada cuatrimestre.





# 07 — Comunidad

# Junto a la comunidad

GRI 103-1, 413-1

**EL GRUPO SAN CRISTÓBAL EN SUS ORÍGENES ES UNA MUTUAL, CONSTITUIDA BAJO LOS PRINCIPIOS DE LA SOLIDARIDAD Y LA AYUDA MUTUA, LOS CUALES SIGUEN SIENDO PARTE DEL ADN DEL GRUPO.**

La definición de los principios culturales y comportamientos, durante el período, son un claro ejemplo del compromiso asumido.

Estamos convencidos que nuestro desempeño está directamente relacionado con el desarrollo de las comunidades en las cuales operamos, es por ello que buscamos generar y potenciar un impacto positivo a través de programas de inversión social que permitan el desarrollo de todos en conjunto.

La organización gestiona las relaciones con la comunidad a través de su Programa de Voluntariado Corporativo (Los Hacedores por la Comunidad), con intervenciones puntuales en articulación con organizaciones de la sociedad civil y a través del programa de actividades de la Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal.

El propósito de nuestro programa de relaciones con la comunidad es generar impacto en comunidades con necesidades sociales, transformar la realidad de las comunidades en las que estamos presentes, construir alianzas con organizaciones sociales locales, multiplicar la energía solidaria de nuestros colaboradores y capitalizar su compromiso social.



# Haciendo que las cosas sucedan

## LOS HACEDORES POR LA COMUNIDAD

Contamos con el programa corporativo que busca que los colaboradores propongan proyectos articulados con organizaciones sociales, vinculados con algunos de los pilares de responsabilidad social definidos por el Grupo San Cristóbal, incluyan una jornada de voluntariado y dejen capacidad instalada en la organización con la que se articula la intervención.

En la edición 2019/2020 se presentaron 14 proyectos que fueron analizados y seleccionados por el equipo de liderazgo y también incluyó una instancia de evaluación participativa de todos los colaboradores. Si bien se habían estipulado el apoyo a 5 proyectos, por la cantidad y la calidad de las iniciativas, se amplió el alcance llegando a 6 proyectos.

### “SUMATE A UNA INFANCIA SEGURA”

- Comunidad: Godoy Cruz, Mendoza
- Organización: Fundación CoLoBa (promoción humana a partir de la construcción colectiva entre educadores y vecinos).
- Colaboradora: Adriana Díaz Castillo
- Objetivos: realizar mejoras edilicias en los 3 centros educativos (Puentecitos, Jarillita y Arco Iris), compra de insumos para refuerzo nutricional y honorarios profesionales (psicología, psicomotricidad y trabajo social). Además, contempló una jornada de voluntariado con juegos, lecturas y estimulación junto a los niños que asisten a los centros educativos.

#### ALCANCE



### “EL ENTREVERO: INFANCIAS Y ADOLESCENCIAS LIBRES DE VIOLENCIAS”

- Comunidad: ciudad de Santa Fe y alrededores.
- Organización: Asociación Civil Democracia Directa (promover la educación cívica de la ciudadanía e impulsar la participación de las mayorías en procesos e instituciones de democracia directa y la promoción de la discusión plural, transversal, horizontal e igualitaria).
- Colaboradora: Virginia Cachiarelli
- Objetivos: construir un centro lúdico y una biblioteca para niños y adolescentes, formar un equipo para capacitar sobre la prevención, detección y abordaje de las diversas formas de violencia y/o vulneración de derechos en menores.

#### ALCANCE



**“CONTRO LATE”**

- Comunidad: Mar del Plata y alrededores
- Organización: Proyecto “Defensores de Mamás” del Movimiento Frente Joven (construir una sociedad mejor a través de la promoción y el sostenimiento de los derechos humanos).
- Colaborador: Agustín Moldes
- Objetivos: adquisición de un ecógrafo y material médico para realizar una campaña de ecografías y control médico a embarazadas en situación de vulnerabilidad social.



**“UN LUGAR MEJOR”**

- Comunidad: Canals, Córdoba
- Organización: Hogar de niños “Ángel de la guarda” (alberga a menores de edad que no pueden estar con sus familias por motivos judiciales).
- Colaborador: Fernando Broggi
- Objetivos: mejoras edilicias, donación de alimentos y artículos de higiene y jornadas de vinculación con voluntarios
- Tener operativo el 100% de las habitaciones y las capacidad del edificio.

**“PROGRAMA INTEGRAL DE PREVENCIÓN DE ADICCIONES”**

- Comunidad: Rosario
- Organización: Asociación Civil Hogar del Padre Misericordioso (prevención, asistencia e inserción de personas atravesadas por la problemática del consumo de sustancias y/o alcohol y en situación de vulnerabilidad).
- Colaborador: Fabricio Bianchi.
- Objetivos: realización de talleres de capacitación sobre prevención de adicciones en escuelas secundarias de la ciudad de Rosario y acompañamiento a docentes y alumnos.



**“DESPLASTIFICATE: CONCIENCIA AMBIENTAL DESPIERTA”**

- Comunidad: Paraje La Unión, Salta (zona del Chaco salteño)
- Organización: Fundación delALTO (generar conciencia de sostenibilidad ambiental e intensificar los procesos de desarrollo local para una vida justa, equitativa y digna).
- Colaboradora: Noelia Miranda
- Objetivos: diseñar e implementar una campaña para mejorar las prácticas de gestión ambiental, incluyendo capacitación en recolección de residuos reutilizables, eco construcción de cerco y salón de usos múltiples. Capacitación de líderes estudiantiles para difundir y promover con acciones de incidencia social la separación en origen en su comunidad. Adquisición de herramientas básicas y elementos de seguridad personal.







## INVERSIÓN SOCIAL POR IMPACTO DE LA PANDEMIA POR COVID-19

Frente al escenario de emergencia por la pandemia, reorientamos nuestras acciones de inversión social con foco en apoyar distintas iniciativas con impacto en la comunidad a través de alianzas con organizaciones sociales y gobiernos locales para mitigar el impacto sanitario y social. A lo largo del período realizamos las siguientes acciones:

### DONACIÓN AL HOSPITAL MODULAR DE EMERGENCIA

Donación de mobiliario, camas y cobertura de Accidentes Personales para voluntarios del Hospital Modular de Emergencia emplazado en el Hipódromo y en el predio de la ex Sociedad Rural.

**\$500.000**  
INVERTIDOS (TOTAL)  
CIUDAD DE ROSARIO

### DONACIÓN A RIVADAVIA BANDA SUR

Donación de elementos de limpieza y desinfección para la comunidad de Rivadavia Banda Sur, Salta (zona Chaco salteño) en coordinación con la Fundación del ALTO.

**\$70.000**  
INVERTIDOS (TOTAL)  
**3000**  
FAMILIAS BENEFICIADAS

### CONTAGIEMOS SOLIDARIDAD

Apoyo al programa alimentario de emergencia “Contagiemos Solidaridad” coordinado del Banco de Alimentos de Rosario para abastecer comedores de 500 organizaciones sociales durante 4 meses.

**\$1.000.000**  
INVERTIDOS (TOTAL)  
CIUDAD DE ROSARIO

**5.462.329**  
KG DE ALIMENTOS ENTREGADOS

**9**  
MESES DE CAMPAÑA

**1634**  
ORGANIZACIONES SOCIALES BENEFICIARIAS

**394.161**  
PERSONAS ALCANZADAS

**260**  
INICIATIVAS CIUDADANAS (OLLAS BARRIALES)

**178**  
EMPRESAS E INSTITUCIONES DONANTES

**\$189.772.210**  
FONDOS RECAUDADOS (PÚBLICOS Y PRIVADOS)

### CODO A CODO

Apoyo a la campaña “Codo a Codo” que organizó el Gobierno de Salta junto a organizaciones sociales de esa provincia.

**\$100.000**  
INVERTIDOS  
PROVINCIA DE SALTA

### #ARGENTINANOSNECESITA

Articulación con Cruz Roja Argentina para el programa #ArgentinaNosNecesita, una iniciativa solidaria que canaliza donaciones de empresas privadas, con el objetivo de fortalecer la capacidad de respuesta del sistema de salud pública y privada ante el crecimiento del Coronavirus (COVID-19); en coordinación con el Ministerio de Salud de la Nación.

**\$250.000**  
INVERTIDOS  
Incluye aporte de la Mutual del Personal del grupo San Cristóbal

### UN RESPIRO

Apoyo en Investigación y Desarrollo al proyecto “Un respiro” impulsado por Inventu SRL y la Universidad Nacional de Rosario cuyo objetivo es el desarrollo de un dispositivo de emergencia, de bajo costo, escalable, y con licencia liberada para afecciones respiratoria específicas por COVID 19.

**\$1.000.000**  
INVERTIDOS  
ARGENTINA, CHILE Y PERÚ  
**254**  
DISPOSITIVOS PRODUCIDOS





**LOS HACEDORES EN CASA**

Campaña “Los Hacedores en Casa” que involucró a colaboradores y Productores Asesores de Seguros (PAS) del Grupo San Cristóbal para contribuir con la iniciativa “Una Sola Hinchada”, impulsada por el Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE) y los clubes de la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) que contribuye con la adquisición de kits de alimentos y de higiene personal destinados a Cáritas y a la Red Nacional de Bancos de Alimentos.

La campaña se inició con la donación del 20% de los honorarios de abril, mayo y junio de la Junta Directiva y el CEO del Grupo San Cristóbal a lo que se suman los aportes voluntarios de todos los colaboradores del grupo y de los PAS. Al total recaudado se le sumó una suma igual aportada por el programa inversión social del Grupo.

**\$3.874.412,28**  
INVERTIDOS (TOTAL)

**59.722**  
PERSONAS ALCANZADAS

**34**  
LOCALIDADES DE 14 PROVINCIAS

**3570**  
BOLSONES

**27.415**  
VIANDAS

**110.445**  
PLATOS DE COMIDA

**AUMENTO DE RESPUESTA DE EQUIPOS DE SALUD**

Auspicio de becas del curso PARES (Preparación para el Aumento de la Respuesta del Equipo de Salud) que desarrolló y coordinó la Fundación Trauma con el aval científico de la Sociedad Argentina de Terapia Intensiva y de la Academia Nacional de Medicina. Se trata de una capacitación virtual en cuidados críticos y organización de las instituciones sanitarias, con el objetivo de fortalecer al equipo de salud y a las autoridades sanitarias.

El desarrollo de la capacitación se basa en la necesidad de: preparar a los médicos, enfermeros y kinesiólogos no intensivistas de hospitales públicos y privados de todo el país, para colaborar con los profesionales intensivistas en la atención de pacientes críticos con COVID; mejorar la respuesta de las instituciones sanitarias mediante el incremento de la capacidad de cuidado de pacientes críticos; enfatizar la importancia de la protección del equipo de salud en todas las instancias de la atención; promover el trabajo multidisciplinario y organizado.

**\$1.500.000**  
INVERTIDOS

**300**  
BECAS

**5443**  
TRABAJADORES EGRESADOS

**23**  
PROVINCIAS + CIUDAD DE BUENOS AIRES

**760**  
INSTITUCIONES SANITARIAS

**#SEAMOSUNO**

Adhesión a #SeamosUno, iniciativa privada articulada con el sector público, de carácter plural, que contó con la participación de diversas entidades religiosas, tercer sector y empresariales que se unieron detrás del objetivo de llegar con alimentos y productos de higiene de primera necesidad.

**\$1.000.000**

INVERTIDOS  
CIUDAD DE BUENOS AIRES Y CONOURBANO BONAERENSE

**1.035.699**  
CAJAS ENTREGADAS

**57.999.144**  
RACIONES DE COMIDA

**+4.000.000**  
PERSONAS ALCANZADAS

**1670**  
VIAJES DE CAMIONES

**+5000**  
VOLUNTARIOS SUMADOS

**+300**  
EMPRESAS (DONACIONES CORPORATIVAS)

## PROGRAMA DE APOYO A EMPRENDIMIENTOS CIENTÍFICO-TECNOLÓGICOS CON IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL

Desde 2018 el Grupo San Cristóbal desarrolla un programa de inversión social orientado a apoyar y acompañar emprendimientos de base científico-tecnológica y que tengan impacto social y/o ambiental. Este programa es llevado a cabo a través de asociaciones inclusivas con el objetivo de movilizar recursos para mejorar la capacidad emprendedores comprendidos en la economía del conocimiento.

### CONCURSO EMPRENDÉ CONCIENCIA JUNTO A INVAP

Tiene como objetivo potenciar ideas o proyectos de emprendedores de todo el país que, a través de la ciencia y tecnología, permitan resolver de manera innovadora alguna problemática social y/o ambiental. En la edición 2020 del programa se postularon 479 proyectos de los cuales fueron seleccionados catorce.

**U\$S 10.000**  
INVERTIDOS

**479**  
PROYECTOS  
POSTULADOS

**14**  
PROYECTOS  
SELECCIONADOS

### CONCURSO 100K LATAM QUE ORGANIZA EL ITBA JUNTO AL MIT SLOAN LATIN AMERICA OFFICE

Busca incentivar startups con capacidad de generar impacto en la región a través de proyectos innovadores, preferentemente, de base tecnológica y/o inscriptos en la economía del conocimiento. De esta manera, se espera brindar un aporte al desarrollo económico, social y/o ambiental en países de la región. En la edición 2020 fueron premiados 15 finalistas, entre entre 3453 emprendedores de 16 países que compitieron en una Gran Final virtual en tres categorías.

**U\$S 30.000**  
INVERTIDOS

**3452**  
EMPRENDEDORES  
PARTICIPANTES

**16**  
PAÍSES

**15**  
FINALISTAS  
PREMIADOS

**CONCURSO IB50K JUNTO AL INSTITUTO BALSEIRO, LA CNEA Y LA UNCUYO**

Este concurso de emprendimientos tecnológicos es impulsado por la Secretaría de Vinculación e Innovación del Instituto Balseiro, la Comisión Nacional de Energía Atómica (CNEA) y la Universidad Nacional de Cuyo (UNCUYO). El Grupo contribuyó con dos premios inéditos a los mejores emprendimientos en las categorías de: Inteligencia Artificial y Salud, que ofrezcan soluciones vinculadas a la pandemia generada por el Coronavirus, valuados en un aporte de más de US\$20.000.

En 2020 se seleccionaron tres ganadores entre 8 proyectos finalistas. Por su parte, el premio especial otorgado por el Grupo San Cristóbal, que consiste en 10 mil dólares en inteligencia artificial, fue compartido por los equipos de KINEBOT y PliIoT. Otro premio especial otorgado por el Grupo consiste en 10 mil dólares en salud para planes de negocio vinculados a la pandemia del COVID-19, fue otorgado al equipo LUMI-UV.

**US\$ 20.000**  
INVERTIDOS

**3**  
PROYECTOS GANADORES

**8**  
PROYECTOS FINALISTAS



**KINEBOT**



**PILOT**



**LUMI-UV**

## INVERSIÓN SOCIAL DIGITAL CON ENFOQUE DE GÉNERO

Por tercer año consecutivo el Grupo San Cristóbal abordó una problemática que identificó cuando construyó equipos de trabajos con perfiles profesionales vinculados a la tecnología y que iban desarrollar los proyectos de transformación digital y la creación de la aseguradora digital iúnigo. Por esto, continuó trabajando junto a la organización de la sociedad civil Chicas en Tecnología para reducir la brecha de género entre profesionales y estudiantes de carreras STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas, por sus siglas en inglés).

La inversión digital con enfoque de género, en especial en mujeres, es fundamental para alcanzar la igualdad en el país y en la región, para traer diversas perspectivas al liderazgo, a la innovación y a la creación de las soluciones del futuro.

Chicas en Tecnología impacta en mujeres adolescentes de Argentina y la región; también en sus comunidades y el ecosistema, co creando con empresas y organizaciones mediante talleres, charlas y espacios de intercambio e iniciativas de creación conjunta para reducir la brecha de género en tecnología.

Durante el 2020, el Grupo San Cristóbal apadrinó 3 Talleres en escuelas de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba, alcanzando a estudiantes secundarias que resolvieron una problemática social de su comunidad con una solución tecnológica y acompañadas de una tutora formada para esta misión.

En líneas generales, Chicas en Tecnología amplió sus fronteras y llegó a 18 países con sus propuestas digitales. Con una mirada sistémica, las propuestas innovadoras y de calidad no sólo fueron para las chicas, sino para quienes forman parte del ecosistema tecnológico y educativo: familias, educadores y referentes de empresas.

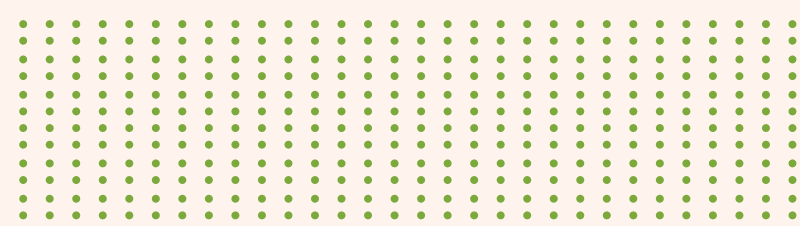
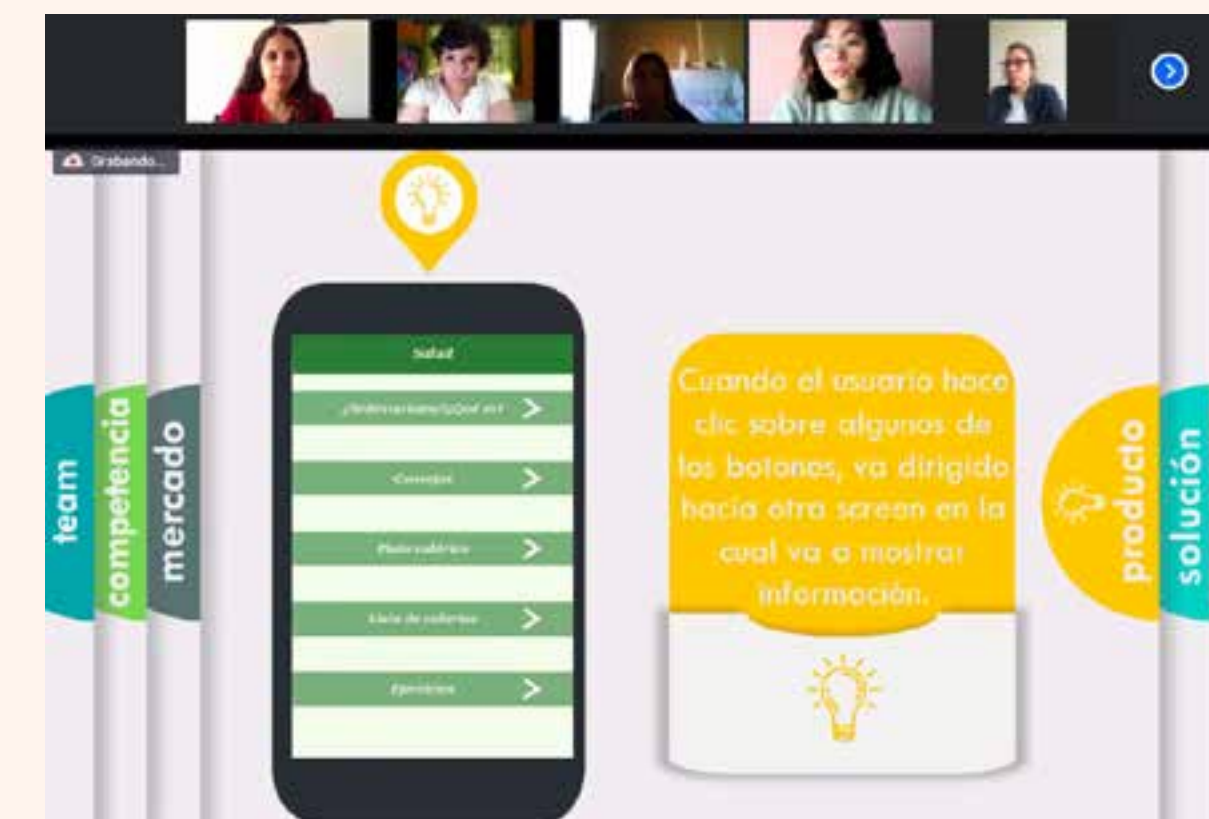
Este año, Chicas en Tecnología festejó sus primeros 5 años de forma virtual, habiendo llegado con sus programas e iniciativas a más de 7.000 mujeres adolescentes de América Latina y a más de 58.3000 personas sensibilizadas.

Además, en 2020, recibió 4 premios internacionales que destacan el impacto del trabajo por reducir la brecha de género en la región y la innovación durante la Pandemia. Impacto general 2020:

**3292** JÓVENES Y ADOLESCENTES MUJERES PARTICIPARON EN EVENTOS DIGITALES

**200** SOLUCIONES TECNOLÓGICAS CON IMPACTO SOCIAL DESARROLLADAS

**927** EDUCADORES FORMADOS



## PREVENCIÓN COMO ESTRATEGIA

### REFLEXIÓN SOBRE LA MOVILIDAD SUSTENTABLE Y SEGURA

El 10 de junio de 2020, al celebrarse el Día Nacional de la Seguridad Vial, el Grupo San Cristóbal presentó Circulantes, un proyecto que busca generar una reflexión sobre la movilidad sustentable y segura. El propósito de este proyecto es generar un espacio de discusión desde una mirada positiva y amplia, promoviendo un espacio de diálogo desde distintas disciplinas y miradas para un tema complejo.

¿Qué es lo que se persigue con Circulantes? Generar reflexión, un cuestionamiento a la forma en la que andamos por las ciudades. Cualquiera sea el o los medios que utilicemos proponemos repensar cómo son nuestros desplazamientos, cómo actuamos al transitar el espacio público, cómo están diseñados estos espacios, si son inclusivos o no, cómo los nombramos, etc.

Este abordaje surge como una nueva manera de concebir la problemática de la seguridad vial y su impacto social, económico y ambiental y parte de la concepción del espacio público como un ecosistema donde intervienen distintos actores, vehículos, problemáticas, dinámicas y factores. Esta perspectiva permite establecer un vínculo entre la ciudad, la sociedad, y el tránsito, entendiendo a este último concepto en un sentido polisémico (vehicular, humano y cultural, vinculado con la noción de cambio y movimiento).

Circulantes promueve una mirada reflexiva, mediante distintos contenidos que, con abordajes desde diversas especialidades, propongan disparadores tales como qué necesitamos para que una ciudad sea bicicleable, cómo cambiaron nuestros hábitos de circulación durante el ASPO (aislamiento social, preventivo y obligatorio), cuáles son los sesgos que operan a la hora de movernos por las ciudades, cómo influyen el uso de las aplicaciones que hacemos para movernos, cómo incluir la perspectiva de género en el diseño de la circulación, etc.

En esta primera temporada se abordaron las siguientes temáticas en los 18 episodios:

- Tránsito y coronavirus
- Futuro de la movilidad pos-pandemia
- Ciudades bicicleables
- Diseño y planificación de la movilidad
- Filosofía de la bicileta
- Tránsito, tiempo y nuevas tecnologías
- Viajar con extraños
- ¿Por qué circulamos mal?
- Género y movilidad urbana
- Ciudades felices
- Micromovilidad
- Antropología vial
- Accesibilidad urbana
- Súper manzanas
- Todos podemos ser
- Caminabilidad
- Ciudades en transición
- Ecología urbana

[www.circulantes.com.ar](http://www.circulantes.com.ar)

## RESULTADOS DE CIRCULANTES

Lanzamiento del proyecto en un contexto de aislamiento, posicionándolo como referente en su nicho.

18 episodios para la primera temporada disponibles en Spotify, SoundCloud, Google Podcast y Apple Podcast.

Más de 60 entrevistas a especialistas, incluyendo activistas, urbanistas, arquitectos, filósofos, sociólogos y mucho más.

Más de 4000 escuchas que crecen día a día. Una comunidad de circulantes que promueven e interactúan con el proyecto.

Declarado de interés por el Concejo Municipal de Rosario.

Segunda temporada en desarrollo para el año 2021.



# El arte y la cultura como derechos

GRI 103-1, 103-2, 103-3



La Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal tiene por finalidad establecer un puente con la comunidad, incluyendo a todos los colaboradores de las distintas Unidades de negocios del Grupo, a través del apoyo y difusión de distintas expresiones artísticas, impulsados por un fuerte espíritu mutualista que promueve la diversidad y la asociación voluntaria y recíproca.

El Espacio Multicultural no es un lugar. Es un concepto que se replica en distintos puntos del país bajo los formatos de exposiciones, intervenciones sociales, conciertos, charlas y talleres con el objetivo de estimular la percepción y la capacidad creadora de las personas. Es así que los tres ejes propuestos abarcan las distintas expresiones del arte, la música y las letras.

El eje arte está orientado a la difusión de la pintura, la escultura, la fotografía, el grabado y de toda aquella manifestación artística desarrollada en soporte gráfico. Además de la realización de muestras y exposiciones de artistas consagrados y emergentes, promueve las presentaciones de esculturas y la incorporación de talleres en vivo y en formato online. Se agregan a esto, instalaciones de artistas de la ciudad y del país, buscando sitios públicos y privados de nuestras ciudades, dónde dar cuenta e inspirar a otros/as que el sentido de creación, diseño e innovación es nuestra mejor forma de ser inmensos.

Los eventos que desarrolla la Mutual del Personal, se encuentran alineados a requisitos y procesos que promueven la sustentabilidad del medio ambiente, utilizando productos que sean ecológicos y reciclables.

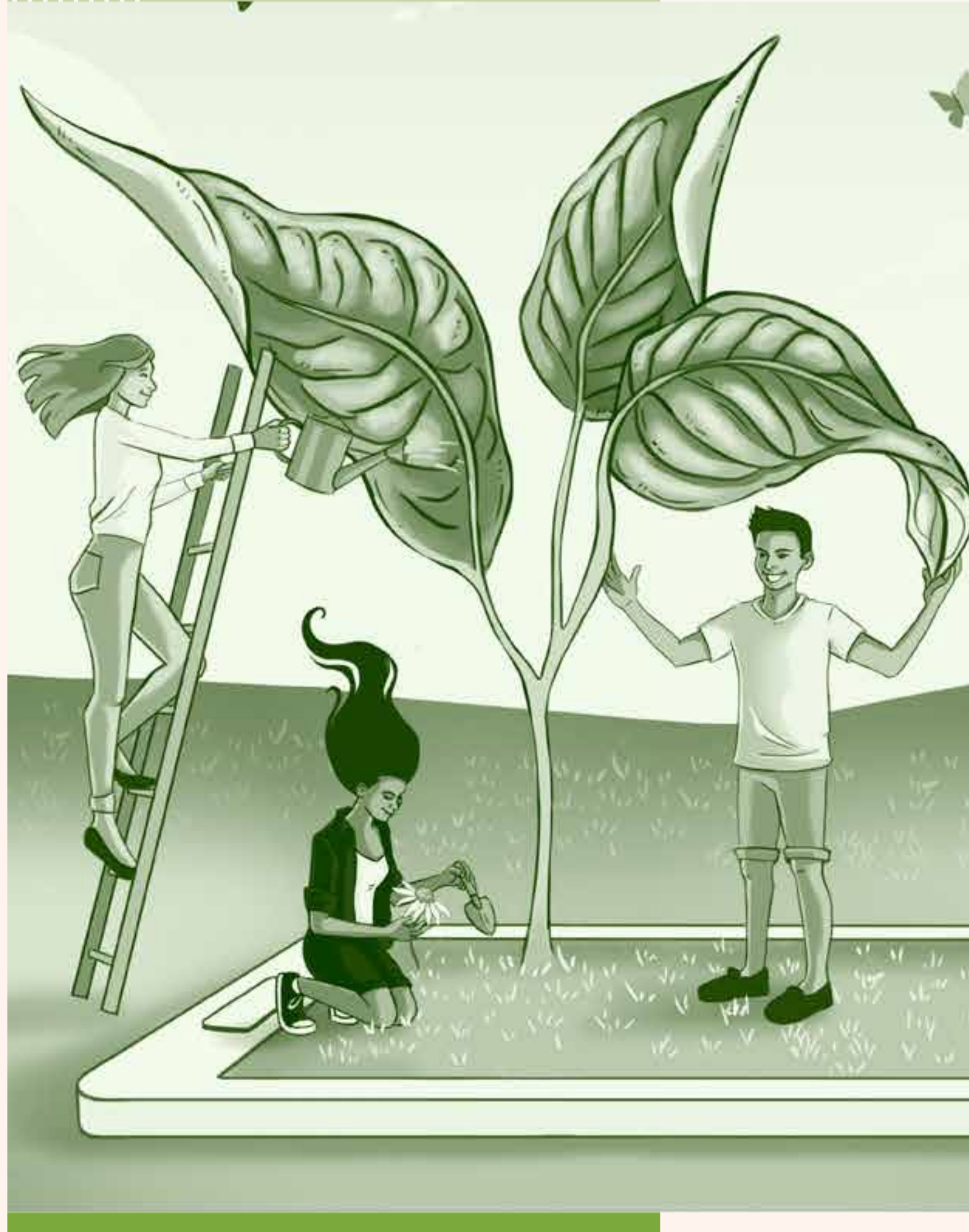
Durante el 2019 se realizaron diversas muestras de arte, inauguración de “pequeña biblioteca”, presentación de muestras de fotografías, participación en la noche de los museos abiertos y presentaciones de libros.

## ▶ ACCIONES DE LA MUTUAL

Las ayudas económicas a través de los subsidios y coberturas médicas son herramientas que hoy en día los socios/asociados de la Mutual disfrutan y eligen, provocando posibilidades que reconfortan su hacer y mantienen un fuerte lazo con la ciudad y la tranquilidad que ellos/as esperan recibir.

El contexto COVID-19, resaltó aún más, el espíritu incansable que tiene nuestra Mutual, estando al servicio de nuestros asociados y de sus familiares de forma más estrecha y profunda. Hemos puesto en marcha un conjunto de iniciativas encaminadas a enfrentar a la enfermedad y a paliar sus consecuencias, para conocerlas en profundidad consultar el siguiente documento

## ▶ ACCIONES COVID-19



08

# Gestión ambiental



# Lo hacemos sustentable

**ESTAMOS COMPROMETIDOS CON MINIMIZAR EL IMPACTO AMBIENTAL DE NUESTRAS OPERACIONES, Y ES POR ELLO QUE GESTIONAMOS, MEDIMOS Y NOS ESFORZAMOS EN TRABAJAR EN LA IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS.**

Dentro de los cinco principios culturales del Grupo, el principio “Lo hacemos sustentable” es uno de los cuales define nuestro accionar. Desde el ejercicio 2018/2019, estimamos en base a evaluaciones cualitativas y mediciones, que los impactos más significativos de Grupo San Cristóbal a nivel ambiental están relacionados con el consumo energético derivado de iluminación y refrigeración, la generación de residuos, los gases de refrigeración, el uso de materiales que contienen compuestos orgánicos volátiles, la limpieza de los edificios y el consumo de agua.

Continuando con un proceso de mejora continua, en el presente ejercicio se trabajó con mayor profundidad en el análisis del impacto por consumo de energía. Como resultado, realizamos por primera vez nuestra medición de Huella de Carbono Corporativa, con alcance las operaciones en Rosario. En base a los resultados de la misma, considerando que es una medición representativa, podemos observar que los impactos más significativos de nuestra Compañía a nivel ambiental están relacionados con la generación de gases de efecto invernadero (GEI) de fuentes móviles provenientes del consumo de combustibles de los autos propios del Grupo.

Los impactos analizados cualitativamente, debido a la generación de residuos, los gases de refrigeración, entre otros, también son considerados como Aspectos Ambientales a estudiar, pero con un impacto menos significativo.



## POLÍTICA DE AMBIENTE, SEGURIDAD E HIGIENE

103-1, 103-2, 103-3 (cumplimiento ambiental)

Grupo San Cristóbal cuenta con una Política de Ambiente, Seguridad e Higiene que se encuentra en revisión y en proceso de aprobación. La misma le da marco a la gestión ambiental del Grupo y sienta las bases de los procedimientos y documentos que integran la gestión, tales como el Manual de Uso Eficiente de Recursos Naturales y el Plan de Acción<sup>1</sup>.

### MANUAL DE USO EFICIENTE DE RECURSOS NATURALES

Tiene como objetivo establecer directrices para llevar a cabo una correcta gestión de los recursos naturales. Las diferentes temáticas que identificamos en este manual son energía eléctrica, gas natural, gases refrigerantes, combustibles, agua, papel y residuos.

### PLAN DE ACCIÓN

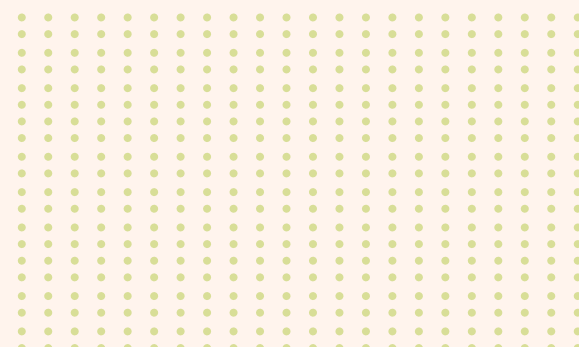
Genera la creación de diferentes indicadores ambientales a los cuales se les hará un seguimiento para medir el impacto de las medidas implementadas, y así poder hacer ajustes si así se requiriese.

Con de la elaboración del Manual de Uso Eficiente de Recursos Naturales y del correspondiente Plan de Acción establecimos diferentes estrategias para nuestra gestión ambiental. Cada estrategia está compuesta por un objetivo y sus metas que incluyen diferentes acciones que se empezarán a realizar en el próximo ejercicio, obteniendo en el primer semestre indicadores ambientales y, en el segundo semestre, se empezaría con la implementación de políticas y prácticas sustentables, dejando para el otro ejercicio el estudio de la incorporación e implementación de diferentes alternativas más eficientes. Comentamos a continuación los objetivos:

- Optimización del uso de la energía eléctrica
- Disminución del uso del gas natural
- Optimización del uso de gases refrigerantes
- Eficiencia del uso de combustibles
- Uso racional del agua
- Utilización racional de papel
- Gestión correcta de residuos para la disminución de entierro de residuos en relleno sanitario
- Reducción de gases de efecto invernadero que emitimos

Para hacer seguimiento sobre el cumplimiento de los aspectos ambientales contamos con un servicio de asesoría externa que nos confeccionó la Matriz Legal Ambiental, la cual actualizan mensualmente y nosotros nos encargamos de llevar el control de toda la normativa legal ambiental aplicable.

<sup>1</sup> ALCANCE: TODAS LAS UNIDADES DE NEGOCIO MENOS ASOCIART E IÚNIGO





## CERTIFICACIÓN LEED V4 GOLD FOR BUILDING OPERATIONS AND MAINTENANCE EN SAN CRISTÓBAL CAJA MUTUAL DE LA CIUDAD DE ROSARIO

A principio del año 2020, con mucha alegría inauguramos las nuevas oficinas de Caja Mutual. Esta renovación fue llevada adelante con la sustentabilidad como uno de sus principales ejes. Desde la elección de los materiales a la implementación de nueva tecnología, uno de los objetivos fue alcanzar la certificación ambiental LEED. No sólo logramos la certificación, si no que fuimos condecorados con el nivel ORO. De este modo, San Cristóbal Caja Mutual y Grupo San Cristóbal se convierten en la primera empresa y más alta del ranking en alcanzar LEED- CI Gold, y pioneros en LEED V4 en el interior del País. Además, tenemos el objetivo de poder replicar este tipo de proyectos en otras obras en diferentes lugares.

Para la obtención de LEED contamos con una asesoría externa por medio de la empresa GREEN GROUP líder en servicios integrales de sustentabilidad con sede central en Buenos Aires. Parte del personal de SHIMO fue capacitado por dicha consultora en sistemas de certificaciones LEED, WELL y EDGE. Para dicho proyecto se llevó a cabo la compra sustentable de materiales para la obra y equipamiento, plan de manejo de residuos durante la construcción, reciclando y reutilizando más del 75% de los residuos de obra, manejo de la calidad ambiental interior durante la construcción, entre muchas otras acciones.

# Consumo responsable

EL USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS NATURALES, ES UNO DE LOS EJES SOBRE LOS CUALES BASAMOS NUESTRA GESTIÓN CON EL FIN DE MINIMIZAR EL IMPACTO DE NUESTRAS OPERACIONES EN EL MEDIO AMBIENTE.



## CONSUMO ENERGÉTICO

GRI 302-1, 302-3

Continuando con un proceso de mejora continua, en el presente ejercicio se trabajó con mayor profundidad en el análisis del impacto por consumo energético. Es así que seguimos ampliando el alcance de la medición de los consumos. Para este período, logramos ampliar la información respecto del combustible consumido en ruta por los autos de flota y la medición de consumo de energía eléctrica a más operaciones.

	CONSUMO (MEDIDA ORIGINAL)	FACTOR DE CONVERSIÓN	CONSUMO (MJ)
<b>CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO POR TIPO DE FUENTE NO RENOVABLE</b>			
ENERGÍA ELÉCTRICA <sup>3</sup>	2.511.560 KWH	3,6	9.041.616
GAS OIL- FUENTE MÓVIL <sup>4</sup>	1.429 LTS	38,65	5.952.141
GAS OIL- FUENTES FIJAS <sup>5</sup>	414 LTS	38,65	16.000
NAFTA- FUENTE MÓVIL <sup>6</sup>	171.137 LT	34,78	55.236
<b>CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO POR TIPO DE FUENTE NO RENOVABLE</b>			
PANELES FOTOVOLTÁICOS EN CAJA MUTUAL ROSARIO	1.046 KWH	3,6	3.765
<b>TOTAL CONSUMO DE ENERGÍA</b>			<b>15.068.759</b>



## INTENSIDAD Y REDUCCIÓN ENERGÉTICA

### REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO

En el período se continuó trabajando en el Proyecto de Eficiencia Energética, que comenzó en el 2018 con un relevamiento. En el 2019 se realizaron, el análisis de los resultados, la implementación de pequeñas mejoras con el objetivo de bajar el consumo en CABA, Mendoza y Rosario; y se realizaron nuevos contratos con disminución de costos de cargas fijas con los servicios de distribución de energía en Rosario y CABA, logrando mejoras económicas y de eficiencia.

**27.273,6 MJ**

**7.576 kWh**

**58,70 kWh/m<sup>2</sup>**  
INTENSIDAD ENERGÉTICA<sup>12</sup>

**2.512.606 kWh**  
CONSUMO DE ENERGÍA EN EDIFICIOS

**42.800,73 m<sup>2</sup>**  
SUPERFICIE GSC

RESULTADO DIRECTO DE LAS INICIATIVAS DE CONSERVACIÓN Y EFICIENCIA, EN JULIOS O MÚLTIPLOS<sup>12</sup>

<sup>12</sup> REDUCCIÓN LOGRADA DEL MES DE FEBRERO 2020 COMPARADA CON EL MES DE ENERO 2020 EN LA SUCURSAL DE MENDOZA. ALLÍ A PARTIR DE FEBRERO SE TOMARON MEDIDAS PARA EL USO EFICIENTE DE LA ENERGÍA ELÉCTRICA TANTO EN HORARIOS LABORALES COMO NO. A PESAR DE QUE EL CONSUMO DURANTE EL MES DE FEBRERO EN GENERAL VA A TENDER A SER MENOR QUE EN EL MES DE ENERO DEBIDO AL DESCENSO DE LAS TEMPERATURAS, SE OBSERVA QUE HUBO UNA IMPORTANTE DISMINUCIÓN DE KWH CONSUMIDOS EN FEBRERO GRACIAS A ESTAS MEDIDAS.



## CUARENTENA SOSTENIBLE

Dentro del marco de la situación mundial actual de COVID-19, los colaboradores nos encontramos realizando desde el mes de marzo 2020 home office, por lo cual elaboramos la campaña de “Cuarentena Sostenible” que fue publicada en la plataforma de Workplace.

La misma constó de varias publicaciones que explicaban temas y daban tips sobre la separación de residuos en casa, la transformación de residuos en compost, compras conscientes y ahorro de energía y agua.



## HUELLA DE CARBONO

GRI 305-1, 305-2, 305-3

Realizamos por primera vez nuestra medición de Huella de Carbono Corporativa, con alcance inicial a las operaciones en Rosario comprendiendo las siguientes Unidades de negocio: San Cristóbal Seguros, San Cristóbal Caja Mutual, San Cristóbal Retiro y San Cristóbal Servicios Financieros. Gracias a la misma obtuvimos el Sello RAMCC Huella de Carbono Corporativa con una estrella, lo que corrobora que contamos con el informe de cálculo y análisis de nuestra huella de carbono corporativa realizado con la herramienta elaborada por la RAMCC (Red Argentina de Municipios frente al Cambio Climático) bajo los estándares de la norma ISO 14.064, GHG Protocol e IPCC Protocol y ha sido verificado por un equipo técnico idóneo.

Con la creación del Manual se generó la necesidad de medir nuestra Huella de Carbono para poder establecer la línea base de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero generadas, identificar los puntos críticos para poder actuar sobre ellos y planificar acciones para mitigar y compensar la contribución del Grupo San Cristóbal al Cambio Climático.

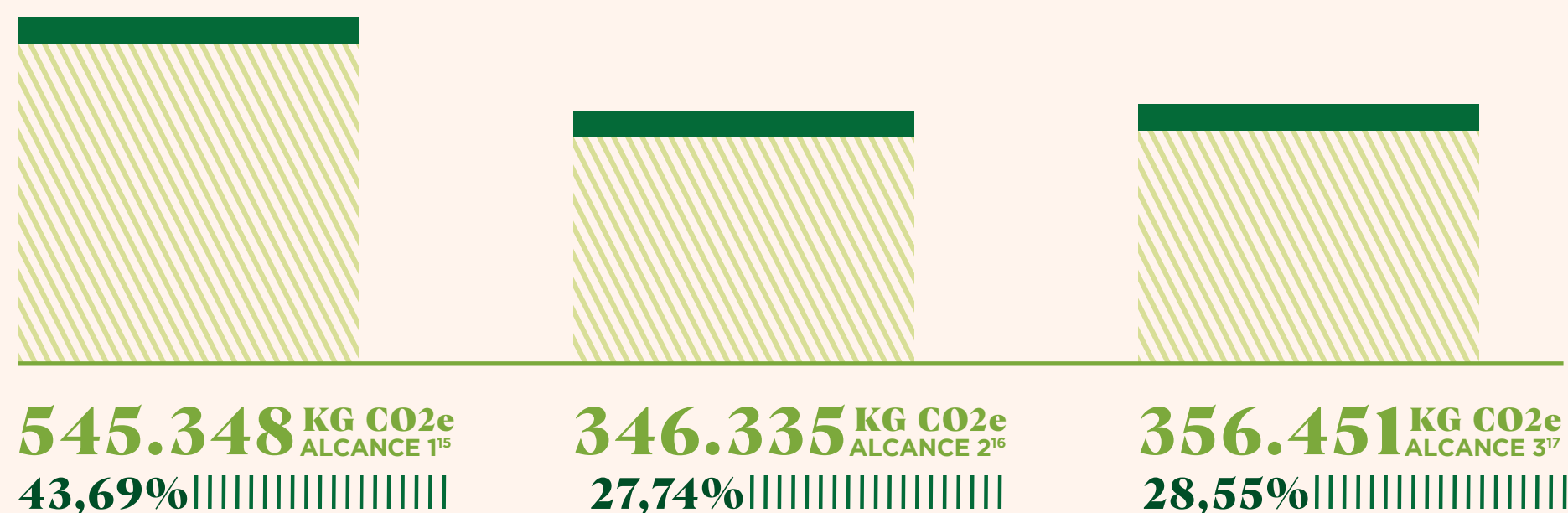
Los datos correspondientes a los "Traslados del personal al trabajo" fueron recopilados a través del formulario "Cálculo de Huella de Carbono Grupo San Cristóbal", del cual se obtuvieron respuestas de 250 personas de la empresa. A continuación, se indican las fuentes incluidas en el Alcance 3 para dicha medición: Traslados colectivo urbano biodiesel, traslados colectivo urbano eléctrico, traslados automóvil nafta, traslados automóvil diésel, traslados moto, traslados colectivo interurbano diésel, traslados automóvil o taxi GNC.

Por haber realizado dicho informe o diagnóstico de las emisiones de GEI que emitimos, obtuvimos la primera estrella del sello RAMCC Huella de Carbono Corporativa. Este informe, es el documento base para el desarrollo del siguiente paso. Para alcanzar la segunda estrella, deberemos diseñar un plan de gestión de huella de carbono y, por último, para conseguir las tres estrellas, se implementarán estrategias de compensación para alcanzar la neutralidad de carbono.

En base a los resultados elaboramos el plan de acción para la reducción de los gases de efecto invernadero, gracias al mismo se crearán indicadores ambientales y se tomarán las medidas correctivas necesarias para reducir nuestra Huella. Entre algunas de las medidas que tendremos en cuenta podemos destacar:

- Reducción del consumo energético,
- Descarbonización del sistema energético,
- Mejoras en la eficiencia del uso de combustibles,
- Políticas internas que fomenten el uso de bicicletas, transporte público y carpooling, entre otras.

### DISTRIBUCIÓN DE EMISIONES DE CO2E GENERADAS<sup>13 14</sup>



**1.248.135 KG CO2e**  
TOTAL DE EMISIONES

13 ALCANCE: AÑO 2019, SAN CRISTÓBAL SEGUROS ROSARIO, SAN CRISTÓBAL CAJA MUTUAL ROSARIO, SAN CRISTÓBAL SEGURO DE RETIRO ROSARIO Y SAN CRISTÓBAL SERVICIOS FINANCIEROS ROSARIO  
 14 EXCLUSIONES DE LA MEDICIÓN: EMISIONES DE PROCESOS CON TRANSFORMACIÓN QUÍMICA Y EMISIONES POR DISPOSICIÓN Y/O TRATAMIENTO DE RESIDUOS Y/O EFLUENTES ORGÁNICOS GENERADOS POR LA EMPRESA Y TRATADOS DENTRO DE ELLA YA QUE NO APLICA A LA ACTIVIDAD DEL SECTOR.  
 15 FUENTES CONSIDERADAS PARA EL ALCANCE 1: GAS NATURAL, DIESEL INSTAL. C/CORTE 10% BIODIESEL, NAFTA C/CORTE 5% BIOETANOL, DIESEL VEHIC. C/CORTE 10% BIODIESEL, HCFC-22, R-410A  
 16 ALCANCE 2 EMISIONES INDIRECTAS POR EL CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA DE LA RED  
 17 ALCANCE 3 INCLUYE EL RESTO DE LAS EMISIONES INDIRECTAS CONSECUENCIA DE NUESTRA ACTIVIDAD PERO QUE NO SON ORIGINADAS DIRECTAMENTE POR NOSOTROS, EN ESTE CASO LOS TRASLADOS DEL PERSONAL AL TRABAJO

# Gestión de residuos

GRI 306-2

Trabajamos para gestionar nuestros residuos de manera adecuada y sensibilizar la concientización sobre la importancia y el impacto de los mismos. Reutilizamos internamente aquellos mobiliarios en desuso o restos de obra y también realizamos donaciones a entidades externas que lo soliciten.

En el período trabajamos en conjunto con la Dirección General de Gestión Integral de Residuos perteneciente a la Secretaría de Ambiente y Espacio Público de la Municipalidad de Rosario para llevar a cabo la implementación del Plan de Residuos en Rosario. Se efectuó la compra de islas de separación para San Cristóbal Seguros Rosario y se las situó en diferentes áreas de la sucursal, las mismas se componen por tres

cestos que permiten la separación de residuos en Reciclables, Orgánicos y Restos. Se realizaron con empleados de la Municipalidad de Rosario diferentes capacitaciones sobre separación de residuos, y se empezó con dicha separación para comenzar a disminuir la cantidad de residuos que enviamos actualmente a Relleno Sanitario. A su vez, contamos con tres composteras en la ciudad de Rosario para darle tratamiento a la fracción orgánica y que los empleados puedan llevarse el compost generado por ellos mismos a sus hogares.

Por otra parte, se avanzó en el tratamiento de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEES) por una empresa habilitada para tal fin.

RESIDUOS NO PELIGROSOS, POR MÉTODOS DE ELIMINACIÓN <sup>18</sup>	CANTIDAD (TN)
REUTILIZACIÓN	2,73
RECICLAJE	3,08
COMPOSTAJE	0,0415
VERTEDERO	41,01
<b>TOTAL DE LOS RESIDUOS NO PELIGROSOS</b>	<b>46,86</b>
<b>RESIDUOS PELIGROSOS, POR MÉTODOS DE ELIMINACIÓN</b>	
TRATAMIENTO, RECUPERO Y DISPOSICIÓN DE RAE E	2,584

<sup>18</sup> ALCANCE: CAJA MUTUAL ROSARIO, SEGUROS GENERALES ROSARIO, SERVICIOS FINANCIEROS Y RETIRO DE ROSARIO.

## PROYECTO CIGADRILLO

Cigadrillo es un emprendimiento que nació a partir de la idea de cuatro estudiantes que desarrollaron, entre la inquietud y la preocupación por el medio ambiente, un elemento innovador en el rubro de la construcción: convierten colillas de cigarrillos en placas termo acústicas.

Nos sumamos al proyecto instalando un cesto para el Reciclaje de las colillas de Cigarrillo en la ciudad de Rosario y los encargados del proyecto brindaron una capacitación que se transmitió en vivo mediante la plataforma de Workplace para que todos los empleados puedan verla, concientizando que fumar es perjudicial para la salud, y explicando las problemáticas actuales de dichos residuos. Ya se realizaron dos retiros de 3200 gr de celulosa proveniente de colillas de cigarrillos, la cual fue trasladada por los encargados del proyecto para posteriormente ser tratada y reciclada bajo su sistema de reciclaje y tratamiento de residuos.

## ENTREGA DE RESIDUOS DE APARATOS ELECTRÓNICOS

En el período se entregaron a Ecotech, 12 m<sup>3</sup> de residuos de Aparatos Eléctricos/Electrónicos para su tratamiento, recupero y disposición final correspondiente. Ecotech es una organización que toma desechos tecnológicos, certifica legalmente su disposición final, los procesa capacitando a personas en nuevas salidas laborales, dona los productos recuperados y dispone ecológicamente del resto. Gracias a la entrega de residuos de aparatos electrónicos, Ecotech da curso a uno de sus pilares fundacionales, la equiparación de oportunidades mediante la inclusión social hacia la tecnología. A través de los procesos de gestión donan los equipamientos recuperados en óptimas condiciones de uso.

Las siguientes Entidades fueron algunas de las beneficiadas por el presente proyecto: Escuela Santa Mónica (San Lorenzo), Pastoral Rosario, Juzgado de Faltas Tostado (Santa Fe), Fundación Vasalli, Ateneo San Lorenzo, Asociación Amigos de la Costa, Centro de Asistencia al Discapacitado (CADI), Club de Lectores UIII, Escuela Primaria Nocturna Nro. 2531, Asociación Mujeres tras las Rejas.

## EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES

GRI 308-1

De los 16 proveedores que se contrataron para la obra de Caja Mutual, 9 de ellos fueron evaluados en temáticas ambientales, representando un 56,25% del total de los proveedores de la obra.





# Seguridad e higiene

GRI 103-1, 103-2, 103-3, 403-1

**TENEMOS COMO VISIÓN DE EMPRESA  
EL CERO ACCIDENTES EN TODAS LAS  
ACTIVIDADES PROPIAS Y DE TERCEROS.**



Gestionamos nuestros negocios en base a los valores mutualistas para generar un impacto positivo, solidario y de largo plazo en los distintos públicos de interés de las comunidades en las que estamos presentes. Proponemos desarrollar un negocio en donde se consideren las condiciones de Seguridad y Salud Laboral, como un derecho del empleado, e integrando la gestión de seguridad y salud en todos los procesos, cumplimentando los estándares nacionales e internacionales a los que el Grupo adhiera.

En el marco de la Política Ambiental y de Seguridad que está en proceso de aprobación, se ha desarrollado un Plan de Seguridad a través del cual se diseñarán y documentarán los diferentes programas y actividades que harán parte de la gestión asociados a los peligros y riesgos de la actividad propia y la de los contratistas, definiendo mecanismos de seguimiento y medición para demostrar el desempeño de la gestión y su mejora continua, los cuales estarán enfocados a cumplir con los requisitos legales aplicables, así como prevenir los incidentes.

Estos programas están enfocados a mejorar la situación de Seguridad en todas las actividades desarrolladas en los siguientes aspectos:

- Requisitos legales y otros requisitos
- Inspecciones Planeadas
- Monitoreos de Ambiente Laboral
- Registro, Investigación y Análisis de accidentes
- Análisis y Gestión en la Emergencia
- Normas y procedimientos
- Seguridad Patrimonial
- Control del Cambio
- Concientización y Capacitación

Los impactos más significativos de nuestra organización a nivel de Seguridad están relacionados con las actividades propias de los colaboradores, el movimiento de y hacia el lugar de trabajo, los viajes en comisión, y las actividades de todos los terceros que realizan mantenimiento, obras o similares dentro de la Compañía, o fuera de ella, pero bajo la órbita del Grupo.

Estamos generando indicadores de Seguridad, los cuales hoy, están parcialmente desarrollados, tales como accidentología, generación de permisos de trabajo, acciones de seguridad, cumplimiento de Inspecciones planeadas, entre otros.

Se diseñó un Índice de Reportes a Contratistas, que monitorea la cantidad de desvíos de seguridad de cada contratista en relación a su frecuencia de realización de tareas en la Compañía. Se monitorea la evolución propia de cada contratista y se lo compara con la media general; esto permite la posterior focalización preventiva en el subconjunto de mayor incidencia. Los resultados han sido muy favorables, no se han presentado accidentes de trabajo in labore denunciados en todo el universo de contratistas.

Para el personal propio, se considera el Índice de Incidencia (accidentes in labore con baja) y el de Incidencia de programas SRT (accidentes in labore con 10 o más días de baja). No se ha inferido riesgo de ser catalogada como empresa crítica.

La última encuesta interna respecto a cómo ven los colaboradores las actividades de Seguridad, muestran valores de 7,5 de satisfacción y un NPS Positivo.

## ACCIONES DESTACADAS DEL PERIÓDO

- Diseño de planes de contingencia y evacuación en los establecimientos, practicado mediante simulacros.
- Ampliación de los monitoreos de ambiente laboral, incluyendo puestas a tierra y condiciones eléctricas seguras, ventilación, ruido, iluminación y agua potable. Se ha optimizado la gestión de los monitoreos con el desarrollo de Especificaciones Técnicas de Compra que permiten mayor exigencia de calidad de servicio recibido, lo que resulta en un mejor enfoque y programación de acciones correctivas de reducción de riesgos.
- Trabajo sobre la seguridad electrónica patrimonial, y en detección temprana de incendio.
- Hemos incluido un control inicial de Seguridad dentro de los proyectos de obra.
- Controles de seguridad a todos los contratistas, y en Rosario contamos con personal de seguridad, verificando todas las actividades, para que se realicen en forma segura.
- Diseño y puesta en marcha un sistema de Permisos de Trabajo para verificar condiciones inseguras antes de comenzar tareas de Terceros.
- Se está mejorando la sistematización de la realización y recolección de información de las inspecciones planeadas de seguridad, sinergizándolas con la colaboración de los recursos disponibles en cada lugar; vigiladores, contratistas de mantenimiento, colaboradores locales.
- A partir de la situación de aislamiento obligatorio se estableció un sistema de reportes periódicos del estado de situación de los establecimientos en donde se contaba personal de vigilancia y se desarrolló un canal de comunicación con referentes de la compañía al efecto del relevamiento de eventualidades y necesidades.

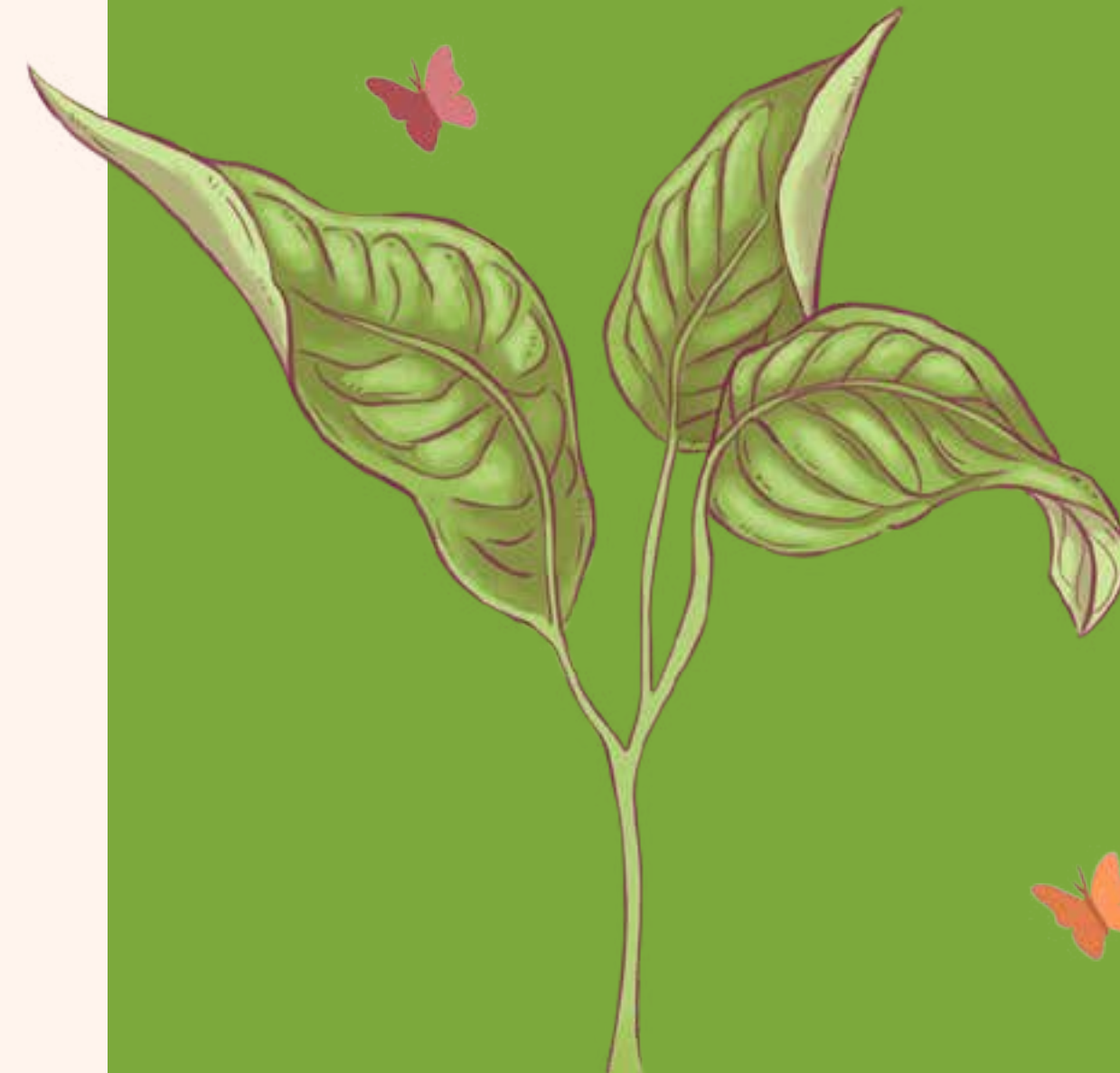
## PROGRAMA NACIONAL DE SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL Y SEGUROS: SEGURO VERDE

Continuamos promoviendo la iniciativa de la Superintendencia de Seguros de la Nación del Seguro Verde. Se trata del Programa Nacional de Sustentabilidad Ambiental y Seguros (PROSAS), integrado con aportes económicos equivalentes al 1% de las pólizas de autos, motos y camiones, emitidas por las aseguradoras que adhieran a esta iniciativa.

El objetivo de la iniciativa es alcanzar las 700.000 hectáreas de bosques y generar 100.000 nuevos puestos de trabajo. El Seguro Verde es un compromiso entre el gobierno y la industria aseguradora para mitigar los efectos del cambio climático, implementado mediante la Ley Nacional 25.080 de Inversiones de Bosques Cultivados, para promover la cultura aseguradora en el país.

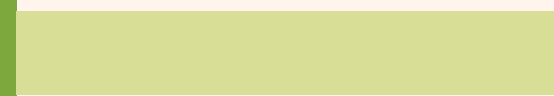
# \$59.521.327,16

APORTE AL PROSAS  
PERÍODO 2019/2020





# Índice de contenidos GRI



# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

GRI 101 Fundamentos 2016			
ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA/PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Perfil de la organización</b>			
GRI 102 Contenidos generales 2016	102-1 Nombre de la organización	7	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	7	
	102-3 Ubicación de la sede principal	La casa central se ubica en la ciudad de Rosario, en la calle Italia 646 y la sede corporativa en la Ciudad de Buenos Aires, en Av. Leandro Alem 855 (Torre Alem Plaza), piso 30.	
	102-4 Ubicación de las operaciones	Si bien el Grupo San Cristóbal cuenta con operaciones en Argentina y Uruguay, el presente reporte informa lo actuado por el Grupo en la República Argentina.	
	102-5 Propiedad y forma jurídica	7	
	102-6 Mercados servidos	Nuestro servicio abarca Argentina y Uruguay. Los sectores a los que servimos por actividad, tamaño, clientes y beneficiarios son:  Por actividad: Agricultura, caza, silvicultura y pesca; Electricidad, gas y agua; Transporte, almacenamiento y comunicaciones; Explotación de minas y canteras; Construcción; Servicios Financieros, inmobiliarios y profesionales; Industrias manufactureras; Comercio, restaurantes y hoteles; Servicios comunales y personales.  Por tamaño: PyME; Grandes empresas; Grupos económicos.  Por clientes y beneficiarios: Empleadores; Productores Asesores de Seguros y Trabajadores.	
	102-7 Tamaño de la organización	8, 51, 57	
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	50 - 51	Principio N°6
	102-9 Cadena de suministro de la organización	30 - 35	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.	30 - 35	
	102-11 Principio o enfoque de precaución	La empresa no aplica el Principio de Precaución dado que, por sus actividades, se considera bajo el nivel de impacto al medio ambiente o a la salud. No obstante, cuenta con un área que se encarga de la Gestión y Control Integral de Riesgos Corporativos del Grupo, cuyo detalle se encuentra en el apartado "Prevención como estrategia".	
	102-12 Iniciativas externas	12, 14	
	102-13 Afiliación a asociaciones	12, 14	
<b>Estrategia</b>			
	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3	
<b>Ética e integridad</b>			
	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	10	Principio N°10
<b>Gobernanza</b>			
	102-18 Estructura de gobierno	21	

# ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA/PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Participación de los grupos de interés</b>			
GRI 102 Contenidos generales 2016	102-40 Lista de grupos de interés	17	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	El 82% de nuestros colaboradores se encuentran dentro de un convenio colectivo de trabajo.	Principio N°3
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	17	
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	18	
	102-44 Temáticas y preocupaciones clave mencionadas	19	
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>			
	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	<p>Las compañías de seguro no elaboran Estados financieros Consolidados, por normativa propia de la SSN. Es decir que las tenencias de las compañías controladas se informan en una sola línea en el rubro inversiones. Las compañías en las cuales tenemos control son las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• San Cristóbal Seguro de Retiro S.A.: 99,93%</li> <li>• Asociart A.R.T S.A.: 71,73 %</li> <li>• San Cristóbal Servicios Financieros S.A: 90%</li> <li>• San Cristóbal Seguros S.A. en la República Oriental del Uruguay: 100%</li> <li>• Iúnigo Argentina Compañía de Seguros S.A.: 100%</li> <li>• Consirel S.A. en la República Oriental del Uruguay: 100%</li> </ul> <p>Adicionalmente, la Sociedad tiene participaciones en las siguientes sociedades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo Previsional Diácronos S.A.: 2,46%</li> <li>• Cesvi S.A.: 5,47%</li> <li>• El Sol del Paraguay S.A.: 23,86%</li> <li>• Imagine Lab Argentina S.A: 32%</li> </ul>	
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	18	
	102-47 Lista de temas materiales	19	
	102-48 Reexpresión de la información	2	
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	2	
	102-50 Período objeto del informe	2	
	102-51 Fecha del último informe	2	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	2	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	2	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	2	
	102-55 Índice de contenidos GRI	82	
	102-56 Verificación externa	El Reporte no fue verificado externamente.	

## ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA/PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Temas materiales</b>			
GRI 201 Desempeño económico	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	11	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	11	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	11	
	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	11	
GRI 202 Presencia en el mercado	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	37-41, 51-53	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	37-41, 51-53	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	37-41, 51-53	
	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	El ratio es 3,41 tanto para hombres como para mujeres.	Principio N°6
	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	51	Principio N°6
GRI 203 Impactos económicos indirectos	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	42-43, 61-69	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	42-43, 61-69	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	42-43, 61-69	
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	42-43, 61-69	
GRI 205 Lucha contra la corrupción	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	22-25	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	22-25	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	22-25	
	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	23	Principio N°10
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	23	Principio N°10
GRI 206 Competencia desleal	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	22-24	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	22-24	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	22-24	
	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No se pudo obtener información correspondiente a este indicador, se trabajará para poder incorporarlo en futuros reportes.	

## ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA/PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Temas materiales</b>			
GRI 302 Energía	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	72-77	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	72-77	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	72-77	
	302-1 Consumo energético dentro de la organización	75	Principio N°7 y 8
	303-3 Intensidad energética	76	Principio N°8
GRI 305 Emisiones	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	72-77	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	72-77	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	72-77	
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	77	Principio N°7 y 8
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	77	Principio N°7 y 8
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	77	Principio N°7 y 8
GRI 307 Cumplimiento ambiental	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	72-77	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	72-77	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	72-77	
	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No se pudo obtener información correspondiente a este indicador, se trabajará para poder incorporarlo en futuros reportes.	Principio N°7 y 8
GRI 401 Empleo	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	54-56	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	54-56	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	54-56	
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	54-55	Principio N°6
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	80-81	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	80-81	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	80-81	
	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	80-81	Principio N°1 y 2
	403-6 Fomento de la salud de los trabajadores	45, 56	Principio N°1 y 2

## ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA/PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Temas materiales</b>			
GRI 404 Formación y educación	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	57-59	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	57-59	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	57-59	
	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	58	
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	58	
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	59	
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	51-53	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	51-53	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	51-53	Principio N°6
	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	51	Principio N°6
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	55	
GRI 406 No discriminación	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	51-53	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	51-53	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	51-53	
	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	53	Principio N°6
GRI 413 Comunidades locales	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	61-70	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	61-70	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	61-70	
	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Realizamos operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo en el 100% de las provincias donde trabajamos.	Principio N°1
GRI 416 Salud y seguridad de los clientes	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	44-45	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	44-45	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44-45	
	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Por la naturaleza de nuestro negocio, analizamos los impactos en la salud y seguridad de nuestros clientes en el 100% de nuestros servicios.	



## ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

ESTÁNDAR GRI	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA/PÁGINA	PRINCIPIO PACTO GLOBAL
<b>Temas materiales</b>			
GRI 418 Privacidad de los clientes	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	26-27	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	26-27	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	26-27	
	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	No hubo violaciones de la privacidad ni pérdidas de datos de los clientes en el período reportado.	
GRI 419 Cumplimiento socioeconómico (cumplimiento normativo)	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	25-26	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	25-26	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	25-26	
	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	No se pudo obtener información correspondiente a este indicador, se trabajará para poder incorporarlo en futuros reportes.	
Propio: Prevención de riesgos	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	44-45	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	44-45	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44-45	
Propio: Compromiso con los clientes	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	40-41	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	40-41	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	40-41	
Propio: Comunicaciones internas	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	52 - 53	
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	52 - 53	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	52 - 53	

GRUPO  
SAN  
CRISTÓBAL

