

Reporte de Sustentabilidad 2018/2019

GRUPO

SAN

CRISTÓBAL



Contenidos



01

Sobre la compañía

06 [Grupo San Cristóbal](#)

08 [Nuestras Unidades de Negocio](#)

10 [Los valores que guían nuestro trabajo](#)

11 [Desempeño económico](#)

12 [Plan Estratégico Global 2021](#)

13 [Prevención como estrategia](#)



02

Estrategia de sustentabilidad

17 [Nuestra estrategia de sustentabilidad](#)

21 [Nuestros grupos de interés](#)

23 [Análisis de materialidad](#)

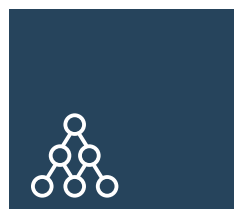


03

Ética y transparencia

27 [Gobierno corporativo](#)

29 [Ética y transparencia en los negocios](#)



04

Cadena de valor

35 [Cadena de valor](#)

36 [Nuestros proveedores](#)

43 [Nuestros Productores Asesores de Seguros](#)

45 [Nuestros clientes](#)

49 [Herramientas para crecer juntos](#)

51 [Eventos](#)



05

Transformación Digital

54 [Hacia la digitalización del negocio](#)

56 [La transformación en evolución](#)



06

Colaboradores

60 [Nuestro equipo](#)

62 [Propuesta de valor](#)

65 [Equipo de talentos](#)



07

Comunidad

70 [Comunidad](#)

71 [Junto a la comunidad](#)

75 [El arte y la cultura como derechos](#)



08

Gestión ambiental

80 [Consumo responsable](#)

83 [Gestión de residuos](#)

84 [Programa Nacional de Sustentabilidad Ambiental y Seguros: Seguro Verde](#)



Carta del presidente



Darío Rubén Trapé
Presidente de la Junta Directiva
Grupo San Cristóbal

Tengo el enorme placer de presentarles el segundo Reporte de Sustentabilidad del Grupo San Cristóbal, donde compartimos los resultados del desempeño económico, social y ambiental de nuestras Unidades de Negocio durante el período comprendido entre el 1 de julio de 2018 al 30 de junio de 2019.

Este segundo reporte, que representa también nuestra comunicación de progreso, fue desarrollado bajo los estándares GRI y este año sumamos también las normas AA1000, una herramienta, reconocida internacionalmente, orientada a fortalecer nuestro compromiso con los grupos de interés con los que nos relacionamos.

Comenzar a transitar hacia un modelo de negocio "sustentable" es un gran desafío que nos hemos propuesto para asegurar la continuidad de nuestras operaciones con una visión de largo plazo y generando "valor" para todos los públicos que se vinculan en forma directa e indirecta con las Unidades de Negocio del Grupo San Cristóbal.

Aquí recogemos y mostramos toda la información de nuestra gestión que nos permitirá tener un seguimiento para medir el impacto de nuestras operaciones. Tenemos poco recorrido en este tipo de rendición de cuentas, pero estamos haciendo camino al andar y con la firme convicción de trabajar para el desarrollo sostenible de las comunidades en las que estamos presentes. Este compromiso lo manifestamos y hacemos concreto con la renovación de nuestra adhesión al Pacto Global y nuestro compromiso para incluir sus principios en la estrategia, cultura y acciones cotidianas de nuestra organización, así como también al involucrarnos en proyectos cooperativos que contribuyan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Este segundo reporte se publica muy cerca de la fecha en la que San Cristóbal Seguros, la sociedad mutual que da origen al Grupo San Cristóbal, cumple 80 años de vida. Son estos valores mutualistas los que, manteniéndose inalterables a lo largo de toda esa trayectoria, nos inspiran día a día para conducir históricamente nuestros negocios con una conducta socialmente responsable. Abordamos esta responsabilidad desde adentro para extenderla a toda nuestra cadena de valor.

Creamos empleo de calidad, con procesos y metodologías de Recursos Humanos alineadas a las mejores prácticas del mercado. Preocupándonos por el balance de la vida personal y familiar de los más de 1.800 colaboradores que trabajan con nosotros, brindando formación para su desarrollo en instituciones de primer nivel y ofreciendo programas específicos para promover hábitos saludables. De igual manera, trabajamos palmo a palmo con nuestro principal canal comercial, los Productores Asesores de Seguros (PAS), acercándoles sin cargo las horas de capacitación exigidas por la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) para renovar su matrícula, poniendo a disposición de ellos una Factoría Digital preocupada en interpretar sus necesidades para devolverles productos que mejoren y optimicen su experiencia con algunas de nuestras Unidades de Negocio y así mejorar la propuesta de valor a nuestros asegurados. Por último, estamos formalizando y mejorando procesos de compras que impactarán en una gestión más transparente con nuestros proveedores.

[102-14]

Profundizamos nuestra histórica presencia en la comunidad, aprovechando la energía de nuestros colaboradores y empoderándolos más para que sean ellos los agentes de transformación en las comunidades en las que operamos. Acercamos cultura de artistas argentinos con reconocimiento internacional aportando obras para enriquecer el capital cultural de la ciudad de Rosario.

Estamos desplegando el plan de trabajo de la nueva estructura de Gobierno Corporativo que por exigencia de la SSN determina alcances y responsabilidades de los órganos de administración, fiscalización y alta gerencia, considerando un modelo de "supervisión basada en riesgos".

Suscribimos al convenio de colaboración para participar 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 en este período por las aseguradoras que adhieran a esta iniciativa. El 90% de estos recursos se destinó a la plantación de árboles nativos y a la protección de los bosques nacionales ya existentes, a fin de reducir la emisión de dióxido de carbono producida por los vehículos asegurados. El 10% restante se invirtió en el desarrollo de actividades tendientes a fomentar la cultura aseguradora en el país.

Por último, no quiero dejar de hacer mención al apoyo de programas y actividades que tienen como finalidad promover e incentivar el desarrollo de emprendimientos de base científico tecnológicos con impacto social y ambiental.

Sin dudas es la rendición de cuentas de un ejercicio muy desafiante que nos muestra una gran evolución en relación con el ejercicio anterior y que también nos deja un piso muy ambicioso para alcanzar y superar en el próximo período. Estoy seguro que la energía que hizo que la sociedad mutual de seguros generales de hace 80 años se transforme en este grupo de compañías vinculadas por el virtuosismo de sus operaciones, será la misma energía que nos llevará a una gestión de sustentabilidad orientada a gestionar su triple impacto en la comunidad.

Los invito a conocer nuestros resultados.

Muchas gracias.

Darío Rubén Trapé
Presidente de la Junta Directiva - Grupo San Cristóbal



ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE

Nuestro segundo Reporte de Sustentabilidad abarca el período comprendido entre el 1° de julio de 2018 y el 30 de junio de 2019, alineado al ejercicio financiero anual. Contempla la totalidad de las operaciones en Argentina de las siguientes Unidades de Negocio. Cualquier limitación en su alcance es indicada a lo largo del informe.



[102-44] [102-46] [102-50] [102-52] [102-53] [102-54]

Sobre el reporte

Publicación y frecuencia

2do Reporte anual

Período de reporte
julio de 2018/
junio de 2019

Metodología de reporte aplicada

Estándares GRI opción esencial

Contenidos
desempeño económico,
social y ambiental del
Grupo San Cristóbal

Herramientas de gestión utilizadas

- 10 principios de Pacto Global de Naciones Unidas
- ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas)

Medios de difusión

- Correo electrónico
- www.gruposancristobal.com.ar
- Resumen Ejecutivo (versión online e impresa)
- www.sancristobal.com.ar
- www.sancristobalcaja.com.ar
- www.sancristobalturismo.com.ar
- www.tufuturohoy.com
- www.sancristobalsf.com.ar
- www.iunigo.com.ar
- www.asociartservicios.com.ar
- www.asociart.com.ar

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 Institucionales y Responsabilidad Social Corporativa.

01

Sobre la Compañía





01

¿Quiénes somos?

GRUPO

SAN

CRISTÓBAL

Somos un grupo de seguros y servicios financieros argentino con presencia regional. Nacimos en Rosario hace 80 años con San Cristóbal Seguros. Hoy contamos con nueve unidades de negocio concebidas por nuestro origen mutualista y ofrecemos un completo portafolio de soluciones en Argentina y Uruguay.

El Grupo San Cristóbal constituye una figura de gestión integral y transversal de las siguientes compañías:

San Cristóbal Sociedad Mutual de Seguros Generales, Asociart ART S.A., San Cristóbal Seguro de Retiro S.A., San Cristóbal Servicios Financieros, San Cristóbal Caja Mutual, Asociart Servicios S.A., San Cristóbal Empresa de Viajes y Turismo S.A., iúnigo Argentina Compañía de Seguros S.A.U., y San Cristóbal Seguros S.A. de Uruguay.

[102-1] [102-2] [102-4] [102-5] [102-7]

¹Considerando 730 mil de seguros y 199.000 contratos de ART

80 años
de trayectoria
en el país

1.879
Empleados

07
Centros Médicos

+ de
900.000
Asociados¹

59
Sucursales

34
Localidades



1º en
Patrimonio
Neto

1º en
Seguros
de Retiro
Individual

5º en
Seguro
Automotor

5º en
Riesgos
del Trabajo



Facturación
\$22.523
millones

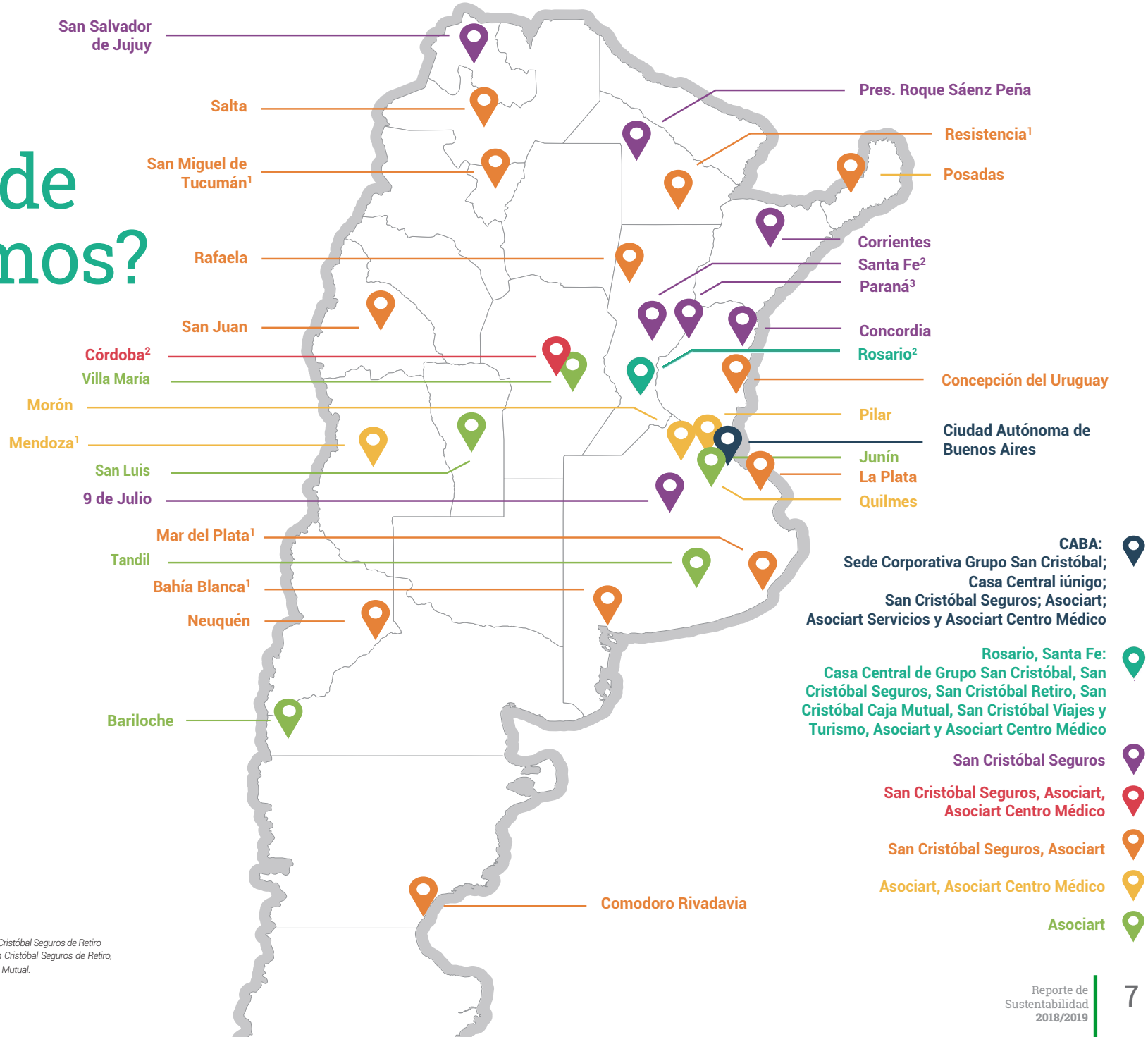
Patrimonio Neto
\$14.837
millones

Activo Local
\$48.634
millones



01

¿Dónde estamos?





¹ Cuenta también con atención comercial de San Cristóbal Seguros de Retiro
² Cuenta también con atención comercial de San Cristóbal Seguros de Retiro, Servicios Financieros y una dependencia de Caja Mutual.
³ Cuenta con dependencia de Caja Mutual.



01

Nuestras Unidades de Negocio

SEGUROS	
 <p>Fundada en 1939, es la aseguradora con mayor patrimonio neto de la Argentina. Nace en Rosario, opera en todo el país y desde 2011 también tiene sede en Uruguay. Brinda un amplio portafolio de productos de calidad y amplia cobertura para individuos, productores agropecuarios, comercios, Pymes y grandes empresas.</p> <p>Cuenta con 660.914 socios, y 4.971 Productores Asesores en todo el país.</p>	 <p>Es una Aseguradora especializada en la cobertura de Riesgos del Trabajo, que opera desde 1996, con una marcada posición en el mercado asegurador.</p> <p>En conjunto con Asociart Servicios, ofrece una solución integral en riesgos del trabajo, incluyendo medicina empresarial e higiene y seguridad.</p> <p>Cuenta con 29 sucursales, 7 centros médicos propios, 204.034 contratos de ART vigentes, 916.948 trabajadores asegurados y 4.665 productores asesores.</p>
 <p>Desde 1988, San Cristóbal Retiro brinda soluciones de ahorro e inversión para el mediano y largo plazo que protejan, mediante propuestas accesibles, la salud financiera de las personas.</p> <p>Se mantiene en el puesto N°1, como líder del mercado de Seguros de Retiro Individual, con más del 66,36% de la cuota del mercado asegurador.</p> <p>Tiene presencia en 9 ciudades en todo el país: Rosario, Santa Fe, Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Mar del Plata, Bahía Blanca, Resistencia y Tucumán.</p> <p>Cuenta con 1.797 productores asesores, más de 9.000 pólizas vigentes y una facturación de \$180 millones.</p>	 <p>Es la primera aseguradora 100% digital de la Argentina. Comenzó a funcionar a mediados de 2018, comercializando seguro automotor en la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires.</p> <p>Cuenta con 12.808 pólizas emitidas al cierre del período.</p>

[102-5]



01

FINANZAS



Es una compañía integral que brinda financiamiento a familias y Pymes. Opera desde 2014 y se encuentra en constante crecimiento.

Actualmente llega a más de 100 localidades de 9 provincias del país, lleva 2.906 créditos otorgados, 121 créditos asignados a Productores Asesores de Seguros (PAS), y \$481 millones otorgados en créditos.



Es una mutual líder y referente del sector, actualmente enfocada a desarrollar el canal de Economía Social y Solidaria con productos financieros que tengan un impacto positivo en lo social, medioambiental, cultural y productivo. Desarrolla su potencial en articulación con otros actores del ecosistema de las finanzas sustentables.

Transforma la capacidad de ahorro de las personas, empresas e instituciones en soluciones de financiamiento, desde 1970.

Cuenta con 30.000 asociados, \$160 millones patrimonio neto, \$360 millones en cartera de préstamos y \$330 millones en ahorros de asociados.

SERVICIOS



San Cristóbal Viajes y Turismo se encuentra en el mercado desde 1995 y se especializa tanto en la comercialización de paquetes turísticos nacionales e internacionales como en el segmento corporativo.

Cuenta con una sólida experiencia en armado de viajes de placer o de negocios, brindando seguridad, confianza y asesoramiento integral. Se destaca por una atención personalizada desde el primer contacto. Además, acompaña a San Cristóbal Caja Mutual en el desarrollo del canal de Economía Social y Solidaria, ofreciendo sus servicios a otras organizaciones del sector.



Es una empresa proveedora de soluciones integrales: medicina empresarial, asesoramiento en temas de higiene y seguridad en el trabajo y contact center, entre otros.



01

Los valores que guían nuestro trabajo



FOCO EN EL CLIENTE

Escuchamos y atendemos a nuestros clientes internos y externos, para satisfacer sus necesidades. Ponemos nuestro conocimiento y capacidades a su disposición, generando la confianza y fidelización que nos caracterizan.



COMPROMISO CON EL RESULTADO

Cumplimos los acuerdos y asumimos nuestros compromisos, eliminando obstáculos e implementando soluciones de mejora para cumplir con los plazos asumidos. Somos abiertos a los aportes y pensamientos de otros, para conseguir los mejores resultados.



APRENDIZAJE COLABORATIVO

Promovemos la retroalimentación de nuestros conocimientos para optimizar los procesos y encontrar las mejores soluciones. Colaboramos con nuestros aprendizajes y experiencias porque valoramos la reciprocidad y el aprendizaje compartido entre las partes.



01

Desempeño económico

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 Presupuesto y Control de Gestión en conjunto con cada Unidad de Negocio. 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 2018/2019	EN MILLONES
VALOR ECONÓMICO GENERADO (INGRESOS)	\$ 34.734
COSTOS OPERATIVOS	\$ 27.024
SALARIOS Y BENEFICIOS DE LOS EMPLEADOS	\$ 2.907
PAGOS A PROVEEDORES DE CAPITAL	\$ 0
PAGOS AL GOBIERNO (IMPUESTOS)	\$ 1.414
INVERSIONES EN LA COMUNIDAD	\$ 33
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	\$ 31.378
VALOR ECONÓMICO RETENIDO	\$ 3.357

El ejercicio del reporte consolidó el desempeño económico del Grupo, con elevados niveles de solvencia, un resultado positivo y un crecimiento del 53,52% del Patrimonio Neto.

[103-1,2,3] [201-1]



01

Plan Estratégico Global 2021

Continuamos avanzando en nuestro Plan Estratégico Global, que tiene objetivos hacia 2021, los cuales nos permitirán garantizar la sustentabilidad del negocio, con una planificación acordada y ajustada en forma continua, coordinada por la Gerencia Corporativa de Planeamiento.

El plan está conformado por un mapa estratégico corporativo, que se materializa en iniciativas y objetivos específicos para cada una de las Unidades de Negocio del grupo, y en indicadores claves de performance para evaluar su cumplimiento.

1. DISCIPLINA DE INVERSIÓN

- Aumentar la expansión regional.
- Invertir rentablemente.

2. TRANSFORMACIÓN CREATIVA

- Compartir servicios de apoyo únicos y de nivel profesional.
- Innovar en los modelos de negocios y organización.

3. EXPERIENCIA DEL CLIENTE CONSISTENTE Y UNIFICADA

- Consolidar la oferta de productos.
- Alinear los atributos claves del servicio.
- Integrar la gestión de distribución.

4. CULTURA CORPORATIVA

- Consolidar una cultura de logro y autorrealización.
- Asegurar las correctas posiciones de liderazgo.



01



Prevención como estrategia

La prevención de riesgos es uno de los principales ejes del Grupo. Representa una función estratégica para nuestro desempeño como compañía y, por otra parte, tiene un impacto social positivo, en relación a la salud de las personas.

GESTIÓN Y CONTROL INTEGRAL DE RIESGOS CORPORATIVOS

En el año 2017 la organización se propuso incorporar un enfoque de buenas prácticas en la cuantificación, control y gestión del riesgo desde una mirada integral. Para ello, se decidió, con la asistencia de asesores especializados, la creación de un área establecida a nivel corporativo que contemplase los riesgos de todas las Unidades de Negocio del grupo, de forma de contar con una nueva perspectiva desde la toma de decisiones.

Una vez definida la estrategia, se comenzó a ejecutar un plan director que tiene como principales objetivos maximizar el valor económico del Grupo, en el marco de los límites de apetito y tolerancia al riesgo que la alta dirección defina. A tal fin, se comenzaron a evaluar los riesgos financieros, de suscripción o seguro, de crédito, los de liquidez y descalce (ALM), el riesgo operacional y tecnológico y el legal, reputacional y estratégico.

La gestión integral del riesgo en el Grupo San Cristóbal contribuirá, de forma general, a las siguientes metas:

- Garantizar la sustentabilidad del negocio.
- Eficientizar la aplicación de capital.
- Cuantificar y mitigar pérdidas inesperadas.
- Adoptar estándares internacionales.
- Generar cultura en materia de riesgos.

Como pioneros en materia de riesgos dentro del mercado asegurador argentino, nos mantuvimos cerca de nuestros pares de la industria, de las cámaras y de los diferentes entes reguladores, al igual que dentro del ámbito académico. Complementamos nuestra visión, además, con recomendaciones obtenidas desde el mercado asegurador español, quienes han desarrollado este enfoque con mayor antelación en pos de cumplir con estándares internacionales como Solvencia II.

En el marco de la evaluación y control de riesgos se encuentra también la estrategia de Seguridad de la Información. Su principal objetivo es ayudar a los negocios a identificar oportunamente los riesgos a los activos de información más críticos de la compañía brindando acciones de prevención, mitigación y control alineadas a las mejores prácticas internacionales.



01



PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Desarrollamos una Política Ambiental y de Seguridad¹, que entrará en vigencia en el próximo ejercicio. Para garantizar que su implementación sea efectiva, desarrollamos 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.

PREVENCIÓN Y MEDICINA PREVENTIVA

La reducción de la siniestralidad mediante la prevención impacta socialmente al reducir las víctimas de accidentes (viales y laborales, por ejemplo), 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, el área de 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.

¹Alcance: San Cristóbal Seguros.



01



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).

Estudio Técnico Previo (ETP)

Ante una potencial cuenta a suscribir en Asociart, Prevención evalúa los riesgos de la organización realizando un Estudio Técnico Previo (ETP) que permite optimizar el proceso de decisión de la Gerencia Técnica, dentro del marco de la política de "Crecer con Rentabilidad".

El ETP incluye el análisis de la actividad y la envergadura de la empresa, la siniestralidad histórica y la prospectiva estadística, la solvencia patrimonial, actividades secundarias, resultado económico y la política de Recursos Humanos del empleador, así como la incidencia de variables del contexto al negocio.

Control y evaluación de gestión

Realizamos auditorías externas e internas con el objetivo de controlar y evaluar la gestión en materia de Prevención, a cargo del departamento homónimo de Asociart y de la Superintendencia de Riesgos de Trabajo. Entre los puntos de control, se ve que la información sea coincidente con lo remitido a la SRT, el cumplimiento de plazos, el plan de visitas y de las recomendaciones en los plazos establecidos correspondientes.

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 prevencionistas a clientes, y reducir los accidentes (mortales, graves y leves).

- **Logramos una Frecuencia Relativa Siniestral Anual (FRSA) de la cartera de 5,81%.**
- **Incrementamos el promedio de visitas de los Prevencionistas de 2,95 a 3,30 (período anterior).**
- **Se mantiene la cantidad de siniestros registrados anualmente: 54.183.**
- **Logramos disminuir los siniestros mortales (74 vs 75 del período anterior).**

Asociación Civil Luchemos por la Vida

Con el objetivo de continuar su misión de reducir la siniestralidad en el sector automotor, iúnigo anunció un acuerdo estratégico con la asociación Luchemos por la Vida, para fomentar la seguridad, la educación vial y la prevención de accidentes a través de una campaña de comunicación. Dicho convenio, permitió a la aseguradora trabajar, junto con la asociación civil, en la producción de distintos materiales de capacitación y concientización para clientes.

02

Estrategia de sustentabilidad





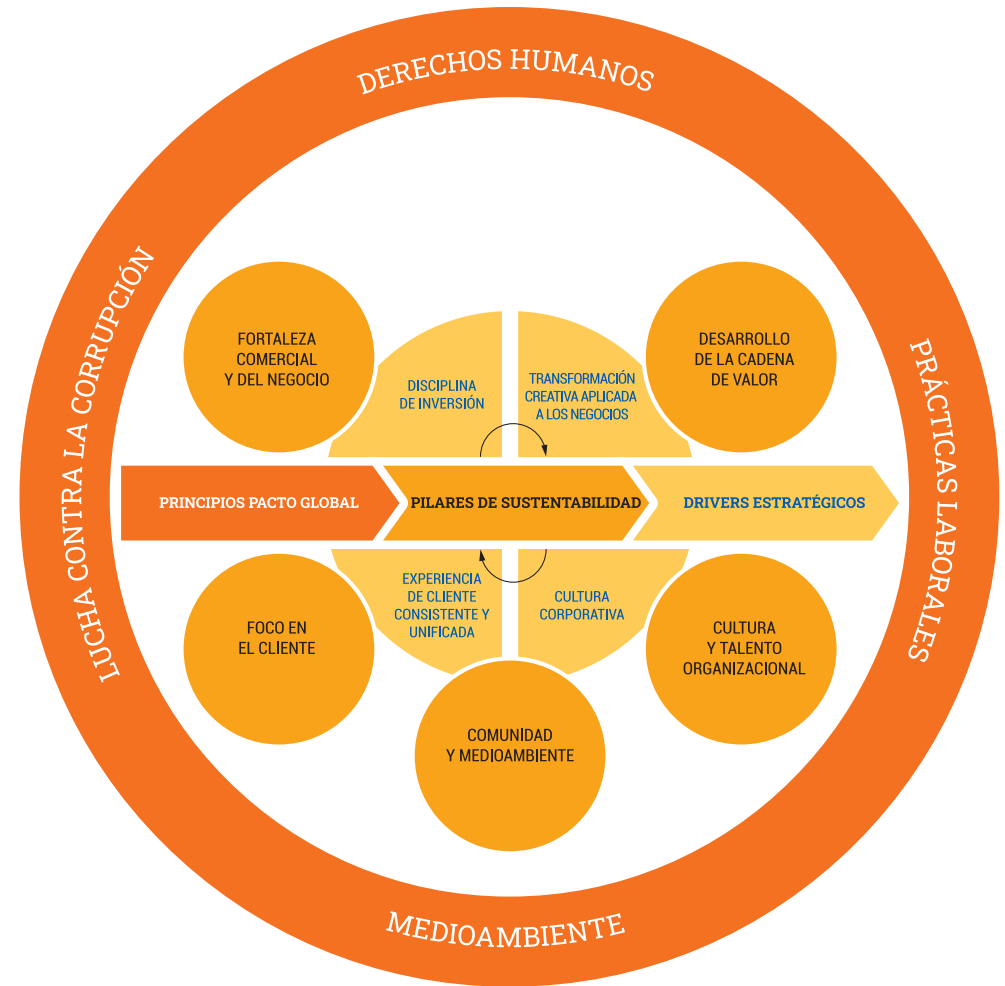
02

Estrategia de sustentabilidad

En Grupo San Cristóbal estamos convencidos de que sólo lograremos alcanzar la sustentabilidad del negocio si adoptamos una conducta socialmente responsable e inclusiva con nuestros grupos de interés, y que colabore con el desarrollo sostenible de las comunidades en las que estamos presentes.

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.





02



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.

ADHESIÓN AL PACTO GLOBAL

En 2018 ratificamos nuestro compromiso con la gestión sustentable del negocio mediante la adhesión al Pacto Global. Se trata de la iniciativa de responsabilidad social corporativa más importante del mundo, que promueve Naciones Unidas. En Argentina cuenta con más de 750 empresas e instituciones participantes, y presencia en 20 provincias.

La adhesión a la red de Pacto Global 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





02

4 Ejes

Estos ejes se derivan de los siguientes acuerdos internacionales:



DERECHOS HUMANOS

La Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948



DERECHOS LABORALES

La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo sobre Principios Fundamentales y Derechos Laborales de 1998



MEDIO AMBIENTE

La Declaración de Río de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo de 1992



LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

La Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción

De esta manera, el Grupo acuerda hacer del Pacto Global y sus principios parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de la organización, así como en involucrarse en proyectos que contribuyan a los objetivos más amplios de Desarrollo de las Naciones Unidas, en particular los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Nuestro Reporte de Sustentabilidad, en su segunda edición, forma parte de este compromiso, ya que la adhesión al Pacto Global implica la presentación de un reporte anual con el objetivo de brindar información sobre cómo la empresa crea valor para sus grupos de interés, dando así transparencia a su visión estratégica empresarial, gobierno corporativo y actuación con impacto económico, ambiental y social.



02

NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Los ODS definen prioridades concretas y una Agenda Mundial para el año 2030, que precisan claramente el mundo al que necesitamos y para los cuales se encuentran trabajando más de 5.000 empresas.

Asimismo, los principios de Pacto Global se correlacionan con los ODS, de manera que una empresa que desarrolla y alinea sus acciones con estos principios, contribuye, a su vez, al logro de los ODS.

A través de nuestras actividades de negocio, como también de nuestras iniciativas de apoyo a la comunidad, entendemos que contribuimos principalmente a los siguientes **9 Objetivos de Desarrollo Sostenible**.

Iniciativas destacadas	ODS identificado	Iniciativas destacadas	ODS identificado
<ul style="list-style-type: none"> Prevenición de riesgos laborales y medicina preventiva Programa Bienestar 		<ul style="list-style-type: none"> Contratación con proveedores alineados a sistemas de gestión de calidad y medioambiente bajo Normas ISO Categorización de talleres Reciclado de autos de destrucción total (CESVI) Auditoría y seguimiento de proveedores Proyecto LEED Caja Mutual Desarrollo de iniciativas ambientales 	
<ul style="list-style-type: none"> Los Hacedores 			
<ul style="list-style-type: none"> Chicas en Tecnología 		<ul style="list-style-type: none"> Seguro verde 	
<ul style="list-style-type: none"> Desempeño económico del Grupo y sus unidades de negocio a partir de valores mutualistas. 		<ul style="list-style-type: none"> Prevención de fraude y lavado de dinero Plan de Compliance 	
<ul style="list-style-type: none"> Transformación digital del negocio 		<ul style="list-style-type: none"> Adhesión de compromiso con los Principios de Pacto Global 	



02

Nuestros grupos de interés

Los grupos de interés son nuestros aliados, ya que reconocemos que el despliegue de nuestra estrategia está directamente relacionada al impacto y el valor que generemos en ellos.

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.

Contamos con diferentes canales mediante los cuales impulsamos su participación, para generar conversaciones, identificar impactos reales o potenciales, y relevar expectativas en cuanto a lo que refiere a nuestra gestión. Los temas que surgen en cada espacio son elevados al Comité de Sustentabilidad y sus integrantes, quienes definen la estrategia de respuesta adecuada.

GRUPO	CANAL DE COMUNICACIÓN
Cientes y Asegurados	Encuestas online
Productores y Proveedores	Capacitación Continuada, programas de Participación, eventos de relacionamiento
Colaboradores	Encuentro de fin de año, actividades de formación y desarrollo, encuestas de clima, instancias de feedback
Organismos y asociaciones	Proyectos con la Superintendencia de Seguros de la Nación, reuniones en INAES
Medios de comunicación	Encuentros con periodistas, entrevistas y reuniones de relacionamiento
Comunidad	Actividades educativas, de asistencia, culturales y artísticas abiertas

Este año, en el marco de la elaboración del presente Reporte, realizamos 2 encuentros presenciales de diálogo con nuestros grupos de interés, uno en Rosario y otro en Buenos Aires. Participaron 80 referentes representando a los distintos grupos: asociaciones de la sociedad civil, ONGs, clientes, productores, colaboradores, proveedores, prensa y organismos regulatorios. Estas jornadas de trabajo nos permitieron presentar nuestra estrategia de sustentabilidad, relevar las expectativas y temas relevantes para cada uno de los grupos, así como lograr generar un espacio de intercambio, respecto de la gestión de sustentabilidad y las oportunidades identificadas.



02

ORGANIZACIONES DE LAS QUE SOMOS PARTE



San Cristóbal Seguros es socio y ocupa la Secretaría en la Comisión Directiva.



San Cristóbal Retiro es socio y miembro de la Comisión Directiva.



San Cristóbal Seguros es socio y miembro de la Junta Directiva y de la Comisión de Relaciones Internacionales.



San Cristóbal Seguros y San Cristóbal Caja Mutual están inscriptos.



San Cristóbal Seguros es socio.



Asociart es socio.



02

Análisis de materialidad

Definimos los contenidos relevantes a comunicar en nuestro informe a través de un proceso 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.

El proceso para definir los temas relevantes comprende las instancias de identificación de los temas, ponderación y validación, con la participación de todos los grupos de interés de la compañía. Cuando hablamos de los temas materiales o relevantes nos referimos a aquellos que tienen un impacto significativo en las dimensiones económica, ambiental y social de la organización, y/o nivel de influencia en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés de Grupo San Cristóbal.





02



IDENTIFICACIÓN

Teniendo en consideración el contexto del sector, la estrategia de sustentabilidad de Grupo San Cristóbal, el Reporte de Sustentabilidad 2017/2018, las Guías de los GRI Standards y Reportes del sector, identificamos los temas que representan los principales impactos de nuestro negocio.



PRIORIZACIÓN

En segunda instancia, realizamos 2 talleres de diálogo, uno en Rosario y otro en Buenos Aires, donde participaron 80 referentes de los distintos grupos de interés: asociaciones de la sociedad civil, ONGs, clientes, productores, colaboradores, proveedores, prensa y organismos regulatorios.

En segunda instancia, realizamos una encuesta en línea para ampliar el alcance y abarcar a mayor cantidad de representantes de nuestros grupos de interés y poder priorizar los temas identificados. Obtuvimos respuesta de un grupo de 174 personas compuesto por asociaciones (sectoriales, empresarias y sociedad civil), clientes y asegurados, colaboradores, comunidad, productores y proveedores.

Luego cruzamos las respuestas de los talleres y de las encuestas por cada grupo y realizamos un promedio del universo, para terminar de priorizar y validar los temas relevantes.





02



VALIDACIÓN

Como resultado, definimos un listado de 13 temas, partiendo de los incluidos en el Reporte 2017/2018. Estos temas fueron validados por el área de Comunicaciones Institucionales y Responsabilidad Social Corporativa del Grupo San Cristóbal

Asimismo, como resultado de los diálogos a través de los distintos canales con los grupos de interés, surgieron los siguientes temas:

- *Fomento y puesta en marcha de acciones para mejorar el medio ambiente*
- *Uso eficiente de los recursos naturales*
- *Reciclaje*
- *Compras sustentables, siniestros y talleres sustentables*
- *Control de la salud de los colaboradores*
- *Solidaridad comunitaria*
- *Eficiencia energética*
- *Evaluar y controlar exhaustivamente a los prestadores médicos locales.*
- *Desarrollo de productos sustentables*
- *Inclusión a la discapacidad*
- *Equilibrio entre lo laboral - personal*
- *Prevención de lavado de activos y lucha contra el fraude*
- *Desarrollo de carrera*
- *Promover en proveedores la aplicación de prácticas de sustentabilidad*
- *Calificación de proveedores por cumplimiento*
- *Desarrollo tecnológico*

Consideramos que, dentro de los temas materiales identificados, en los que ya nos encontramos trabajando y cuyos resultados se muestran en el presente Reporte, se encuentran comprendidos la mayoría de los temas anteriormente listados. En menor medida, aquellos que resultan nuevos para nuestra gestión, los tendremos en cuenta para comenzar a abordarlos e incorporarlos para futuros Reportes.

Este ejercicio nos permite confirmar que estamos siguiendo 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.



03

Ética y transparencia





03

Ética y transparencia

GOBIERNO CORPORATIVO

La solidez de nuestro negocio se funda en un gobierno corporativo basado en valores mutualistas y con una visión de liderazgo clara.

El máximo órgano de gobierno del Grupo San Cristóbal es la Junta Directiva de San Cristóbal Sociedad Mutual de Seguros Generales, que tiene un mandato por tres años (hasta octubre de 2020), cuenta con 7 comisiones de trabajo y designa a un Equipo Corporativo, encabezado por el CEO, encargado de liderar las operaciones de todas las Unidades de Negocio.

JUNTA DIRECTIVA

Presidente	Darío Rubén Trapé
Vicepresidente 1°	Osvaldo Nicolás Bossicovich
Vicepresidente 2°	Juan Salvador Tommasi
Secretario	Jorge Ramón Pedro Borsani
Tesorero	Claudio Adrián Iglesias
Prosecretario	Ricardo Isidoro Silberstein
Protesorero	José Antonio Nanni
Vocal Titular	Jorge Luis Esteban Aimaretti
Vocal Suplente	Héctor Arnoldo Perucchi
Vocal Suplente	Diego Nicolás Marcos

EQUIPO CORPORATIVO

CEO (hasta el 2 de mayo de 2019)	Eduardo Norberto Sangermano
CEO (a partir del 2 de mayo de 2019)	Diego Jorge Guaita
Gerente Corporativo de Negocios	Marcelo Larrambeberé
Gerente Corporativo de Planificación e Inversiones	Leonardo Martín López
Gerente Corporativo de Recursos Humanos	Yanina Cintia Bustos
Gerente Corporativo de Operaciones	Luciano Damario
Líder de Transformación Digital	Nicolás Renzi

GERENTES DE UNIDADES DE NEGOCIO

San Cristóbal Seguros	Vanesa Susana Rocca
Asociart ART (*)	Diego Álvarez
San Cristóbal Retiro	Guillermo Pellerano
iúnigo	Federico Malek
San Cristóbal Servicios Financieros	Mario Epzstein
San Cristóbal Caja Mutual (*)	María Martha Nadeo

(*) San Cristóbal Viajes y Turismo y Asociart Servicios dependen de las gerencias de San Cristóbal Caja Mutual y Asociart ART, respectivamente.



03

COMISIONES DE TRABAJO

Todas estas Comisiones están abocadas al análisis de los diversos asuntos que hacen a la organización, gestión y control del quehacer societario, para agilizar la labor directiva.

1. **Comisión de análisis de los estudios del mercado asegurador, de comercialización de seguros y de servicios anexos:** orientada a estudiar, diseñar y determinar los lineamientos para operar en seguros generales y reaseguros, y analizar la estrategia comercial.
2. **Comisión jurídica-institucional:** referente a las relaciones jurídicas e institucionales con la SSN y el INAES, además de otras asociaciones mutuales. Tiene como objetivo la interpretación, aplicación y otras consideraciones de los aspectos jurídicos de leyes, decretos o resoluciones.
3. **Comisión de análisis de la gestión financiera e inversiones de las disponibilidades:** actúa en el análisis de la gestión financiera, de inversiones, presupuestaria y de estados contables.
4. **Comisión de análisis de las contrataciones de insumos y de la gestión patrimonial:** encargada de elaborar normas, programas y formular recomendaciones para la contratación de servicios, compra de insumos, administración y disposición de los bienes.
5. **Comisión de análisis de la gestión de las auditorías internas y externas:** estudia y analiza el sistema de auditoría, que responda a un modelo de control integral e integrado.
6. **Comisión de relaciones públicas y de servicios a la comunidad:** formula políticas y representa a la Sociedad en actividades institucionales.
7. **Comisión de análisis de siniestralidad:** analiza denuncias de socios y/o terceros que puedan dar lugar al pago de indemnizaciones, juicios y el desempeño de los estudios jurídicos que representan a la sociedad.





03



Ética y transparencia en los negocios

Promovemos un marco de gestión basado en un modelo de cumplimiento normativo en línea con las necesidades del Grupo y las áreas que interactúan con estas funciones. Dicho modelo de cumplimiento persigue como principal objetivo la prevención, detección temprana y gestión de las amenazas existentes o potenciales, vinculadas con el cumplimiento normativo.

La responsabilidad y la transparencia son las claves para gestionar nuestro negocio. Nos preocupamos por promover altos estándares de ética en la gestión y operación de toda nuestra cadena de valor.

PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO

Los procedimientos de prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo buscan evitar que la organización sea utilizada como vehículo para cometer actos delictivos.

Una entidad con un sistema de prevención adecuado, es menos tentadora para individuos u organizaciones que pretendan lavar dinero a través de ellas. En orden inverso, una entidad con sistemas de prevención inadecuados está potencialmente en riesgo de verse involucrada en situaciones de lavado de activos (LA) o financiamiento del terrorismo (FT).

La efectividad de las medidas de prevención tiene un alto impacto social positivo en la comunidad, ya que mitiga en forma directa la merma en la capacidad recaudadora del estado y permite detectar, rastrear y combatir todas las formas delictivas que dan origen al lavado de dinero.

El hecho no instrumentar todas las medidas tendientes a prevenir el LA/FT puede colocar a la institución en una situación de complicidad con quienes la utilizan para delinquir, pudiendo enfrentar graves consecuencias como fuertes multas, pérdida de valor reputacional o hasta incluso la inhabilitación para operar, cuando se presentan casos de negligencia extrema.

Nuestras responsabilidades como organización son:

- 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 Unidad de Información Financiera (UIF) 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.

[103-1,2,3] [205-2]



03



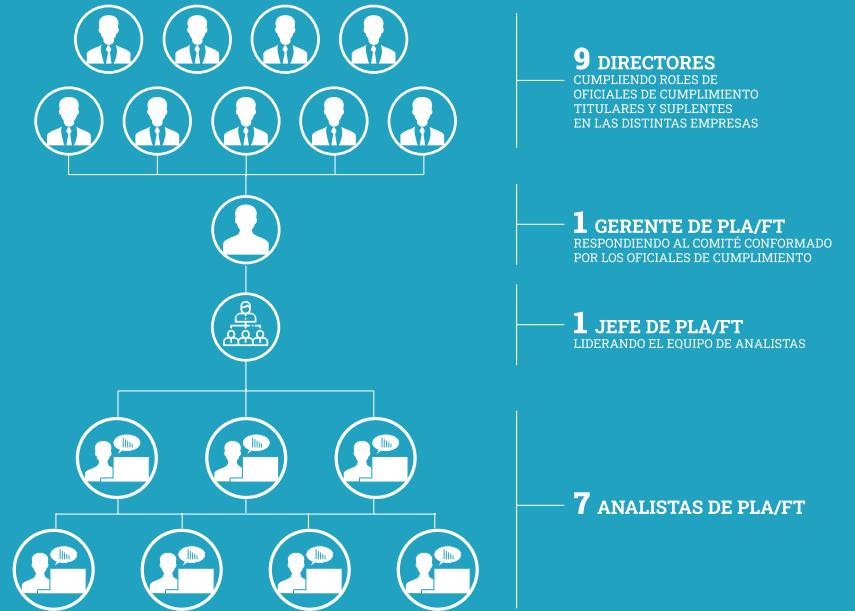
Nuestras políticas y procedimientos de prevención

Contamos con una estructura de responsables respecto de las tareas de prevención de lavado. Cada Unidad de Negocio tiene definidas políticas para combatir el lavado de activos, formalizadas en manuales de procedimientos específicos.

Durante el período, se ha puesto en marcha el Comité Corporativo de Prevención del LA/FT, que trata la prevención del LA/FT como una cuestión central al Grupo y no como acciones estancas de sus unidades de negocio. En favor de esto, se ha creado la Gerencia de Prevención del LA/FT dependiente del comité y 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.



La estructura establecida para las tareas de lavado consiste en:



Se han diseñado políticas en prevención de LA/FT aprobadas por todas las unidades de negocio y se han estandarizado los procedimientos que las llevan a la práctica. Estos hechos, representan la concreción de los objetivos propuestos durante el ejercicio anterior.

Sobre el cierre del ejercicio estaba en proceso de definición la contratación de un revisor externo independiente al que se le encomiende la revisión de todo el sistema de prevención del LA/FT para que se diagnostique el estado de todas las unidades de negocio más expuestas. Esto, que es exigido por las actuales normativas, se tomó como un punto crucial para la definición de los nuevos objetivos.



03



Las metas para el próximo ejercicio son:

- Adecuación plena de los procedimientos a los fines de satisfacer los puntos observados por el revisor externo. Este logro permitirá poner en pie de igualdad a todas las Unidades de Negocio, eliminando los principales focos de riesgo en cada una de ellas, independientemente de las diferencias en los negocios.
- Implementación de un software de monitoreo que permita automatizar la mayor parte del proceso de la información, permitiendo utilizar en forma más eficiente el tiempo de los analistas.

INDICADORES SOBRE PREVENCIÓN LA/FT

Capitamos en jornadas presenciales a 20 miembros de la dirección y las primeras líneas gerenciales (40%).

Capitamos a 1.478 (78%) colaboradores en formato e-learning ¹.

Unidad de Negocio	Colaboradores capacitados
San Cristóbal Seguros	666
Asociart ²	645
San Cristóbal Retiro	16
iúnigo	123
San Cristóbal Caja Mutual	28
Total	1.478

Nuestro compromiso es que todos los equipos que conforman al Grupo estén capacitados para saber cómo responder ante situaciones de lavado de activos o financiamiento del terrorismo, por esto continuaremos trabajando para alcanzar al 100% de los colaboradores capacitados en todas las líneas de mando para el próximo ejercicio.

Resultados de la gestión

- **5.850 operaciones inusuales analizadas de las distintas Unidades de Negocio.**
- **76 requerimientos respondidos a la UIF, la SSN y distintos juzgados, proveyendo información valiosa para el desarrollo de investigaciones y causas judiciales.**

Nos propusimos el desafío de centralizar el monitoreo de las actividades de nuestros clientes independientemente de con qué Unidad de Negocio opere. Esto implica tener en cuenta que todas ellas están alcanzadas por distintas normativas, reportan a diferentes reguladores y presentan una oferta variada de productos y servicios a los que el cliente puede acceder.

Centralizar el monitoreo implica saltar las barreras de las distintas soluciones tecnológicas en las que se radican los datos, además de contemplar los diferentes canales a través de los cuales se relacionan los clientes con el Grupo, que van desde la comercialización a través de los PAS como canales 100% digitales de autogestión.

¹ Servicios Financieros y San Cristóbal Viajes y Turismo no están abarcados por la normativa por no ser sujetos obligados, motivo por el cual no están contemplados en la capacitación. ²Abarca a ASOCIART ART y ASOCIART Servicios.



03



TOLERANCIA 0 EN SAN CRISTÓBAL SEGUROS

Continuando con el compromiso de tolerancia 0 frente al fraude, durante el ejercicio San Cristóbal Seguros siguió implementando importantes cambios.

Así, tal como se diseñó en el roadmap inicial, se incorporaron siniestros de riesgos varios al proceso de fraude. Este escalamiento, representó ahorros por \$14.8 millones para la organización, a través de 41 casos positivos de fraude.

Por otra parte, se realizaron mejoras en los KPIs de los modelos de Advanced Analytics, con el objetivo de profundizar en los análisis de casos que se realizan por este medio y optimizar los resultados de los mismos. Adicionalmente, otro de los objetivos que exitosamente se pudo cumplimentar en el último semestre del ejercicio, resultó la implementación del Modelo de Deep Learning de clasificación de imágenes, mediante el cual se realiza el procesamiento masivo de miles de imágenes, posibilitando identificar indicadores de fraude según diferentes variables predefinidas.

Por otra parte, desde el área se gestionaron soluciones dentro del Sistema Core de siniestros, en búsqueda de agilizar los procesos y mejorar la efectividad en la detección de casos de fraude. Entre las principales, se pueden encontrar las siguientes: incorporación de alertas de fraude –just in time– en los siniestros que presentan indicadores de fraude; avisos de resolución del área a administradores de siniestros cuando se culmina con la gestión del caso; nuevo circuito de cierre de casos entre las áreas Fraude, Técnica y Comercial; implementación de mapas interactivos de fraude; entre otras.

Con motivo de continuar impulsando la cultura antifraude en la organización, se realizaron capacitaciones presenciales en sucursales y delegaciones con equipos de siniestros, PAS y peritos de la zona. Además de ello, se reforzó por medio de los canales de comunicación disponibles para llegar a cada recurso de la organización.

Durante el ejercicio se obtuvieron los siguientes resultados:

- **14.753 casos gestionados**
- **1.794 casos de fraude evitado**
- **\$ 85.8 millones ahorrados (82% automotor -18% otros riesgos)**

La gestión realizada, apalancada en el cambio cultural encarado, permitió posicionar a San Cristóbal Seguros como líder en materia de fraude en Argentina y la región.

UNIDAD ANTIFRAUDE DE ASOCIART ART

En el marco de la lucha contra el fraude, Asociart viene desarrollando diferentes acciones de concientización para instalar el concepto de que la principal línea de defensa contra el fraude somos cada uno de todos nosotros. Es nuestra responsabilidad detectar y reportar cualquier acción reñida con la ética o abiertamente en perjuicio de la organización. Para ello, durante el ejercicio, se trabajó en desarrollar una matriz de riesgo enfocada en cuatro departamentos claves que luego fue presentada a los responsables de las áreas. Se realizó una capacitación acerca de algunos de los diferentes esquemas de fraude posibles dentro de sus respectivas áreas. También se llevó a cabo una capacitación a Productores a nivel nacional. La capacitación realizada alcanzó a 74 PAS.

Continuaremos trabajando en línea con alertas, herramientas de predictibilidad y capacitaciones con el objetivo de abordar la lucha contra el fraude y el aprovechamiento del sistema, en etapas cada vez más tempranas.



03



AUDITORÍAS

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, está a cargo de Auditoría Interna. Para tal efecto, contamos con una Gerencia Corporativa de Auditoría Interna con total de 15 auditores, dividido en 2 equipos de trabajo.

Su labor comprende:

- Observar si se está cumpliendo con la normativa interna y externa aplicable
- Informar sobre las irregularidades detectadas.
- Revisar planes de regularización y autocorrección
- Mantener reuniones mensuales con el Comité de control interno

El área de Auditoría Interna contempla un enfoque basado en riesgos con la finalidad de orientar las auditorías a partir de los riesgos que se identifiquen con las distintas áreas o servicios.

Resultados del ejercicio:

- **Procesos revisados: 176**
- **Hallazgos detectados: 177**
- **Hallazgos corregidos: 65**

Para asegurarnos de que se haya realizado una correcta implementación de las política y procedimientos de prevención y gestión de casos de fraude y lavado de activos, se efectúan dos tipos de auditorías:

- **Auditoría interna.** Auditoría verifica estadísticamente el cumplimiento de los procedimientos y políticas detalladas en los manuales. En algunas unidades con debilidad en el área de auditoría interna, se cuenta con la asistencia de auditores externos específicos.

- **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.

CUMPLIMIENTO

Desde 2019 iniciamos con el proceso de conformación del área de Cumplimiento. El área tiene dentro de su alcance la elaboración de un plan que abordará temas como: Cumplimiento normativo, Anti soborno – Anticorrupción, Debida diligencia y Terceras partes.

En todos los casos se buscan identificar, abordar y mitigar los distintos riesgos que pueden llegar a tener diferentes impactos, como ser económicos y reputacionales. El impacto de los distintos riesgos de cumplimiento normativo, de corrupción y de terceras partes bien puede ser dentro de las diferentes áreas de negocio como en las partes relacionadas.

Durante este proceso, se realizaron diferentes entrevistas con las áreas operativas para conocer qué prácticas se llevan a cabo actualmente y cuáles no. Se revisó de forma exhaustiva si todas las decisiones tomadas están documentadas, si todas las acciones tienen un procedimiento con debida documentación de soporte, tanto a nivel de áreas técnicas como en áreas de negocio. **Como producto de las entrevistas, se identificaron distintos escenarios de riesgo, aunque no se detectaron casos de corrupción.**

En el marco de la elaboración del plan de Cumplimiento, contamos con una política aún no aprobada, para la que luego se definirá una etapa de comunicación y sensibilización a la organización.

Una vez concluida la elaboración del plan, se podrá desplegar y su cumplimiento podrá ser objeto de auditorías.

04

Cadena de valor





04

Cadena de valor

Gestionar de forma responsable la cadena de valor, garantizando un compromiso con el desarrollo sostenido y uniforme de todos eslabones de la misma, conforma uno de los pilares fundamentales de nuestra estrategia de sustentabilidad. Su funcionamiento eficiente tiene un impacto fundamental para el desempeño de nuestro negocio, tanto en términos económicos como de calidad y competitividad. Pero a su vez, tiene gran influencia en las comunidades involucradas, dada las oportunidades que se generan y, más aún, considerando el impacto social y ambiental relacionado a la eficiente gestión de la cadena de valor.

Al momento de cada contratación, compra o servicio, se genera la posibilidad para el desarrollo económico y personal, tanto de quienes comercializan nuestros productos como de los que se benefician con nuestro servicio, y el valor de protección que tiene el seguro para el cliente final. Para impulsar esta creación de valor, damos preferencia al abastecimiento con proveedores locales a nuestras operaciones significativas.

Nuestra visión sobre una cadena de valor sostenible se basa en compartir la responsabilidad con cada actor, controlando y monitoreando que se gestionen los impactos ambientales y sociales, y que se respeten nuestros valores en todas las instancias del ciclo de vida de nuestros productos y servicios.

Dada la naturaleza del negocio, nuestra cadena de valor comprende los siguientes actores.



[103-1,2,3] [102-9] [205-1]



04

Nuestros proveedores

Nuestros proveedores son un eslabón clave para la gestión, ya que nos permiten sostener la excelencia de los productos que brindamos y los servicios que proveemos. Principalmente, los proveedores estratégicos tienen el impacto más significativo en nuestro negocio y en los clientes, porque reflejan de manera directa el servicio que brindamos. Estos 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 y 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.

Durante el período no existieron cambios significativos en la cadena de suministro. De todos modos, en diferentes Unidades de Negocio se han dado cambios en la estructura de las áreas de compras y contrataciones. A nivel Grupo, la gestión de compras, que antes se centralizaba en Seguridad, Higiene, Mantenimiento y Obra (SHIMO), para la compra de Servicios y Materiales de Obra y Mantenimiento, hoy está en proceso de centralización por parte del departamento de Compras. La iniciativa contempla el análisis de factibilidad de mejoras tecnológicas que permitan tener el tracking de los proveedores con los que trabaja la compañía, incluidos su evaluación, medición y gestión durante la prestación.

La función del área de Compras debe ser brindar soporte a todas las áreas de negocio, con una rendición de cuentas centralizada respecto de los resultados, y que promueva la implementación de políticas que fomenten el cuidado ambiental y social. Asimismo, debe evitar que se produzcan impactos negativos para la organización y el entorno en el que opera.

[102-10]





04



ASOCIART ART

Asociart cuenta con un aplicativo de gestión para los requerimientos, adquisición, administración de almacenes, control y suministro a pacientes con su correspondiente historia clínica. Cada centro médico evalúa sus necesidades mensualmente y las remite al Departamento de Compras, que es responsable de la gestión. Este equipo trabaja con el objetivo de abastecer a la organización con medicación de la más alta calidad al costo más competitivo, para asegurar la calidad del servicio, la rehabilitación de los pacientes y la eficiencia del proceso.

Cuenta con una red de prestadores médicos y no médicos que brinda cobertura a los trabajadores cubiertos por la ART, considerando el grado de complejidad, zona o localización y optimizando los costos sobre lo que permita la financiación del sistema.



\$1.738.795.317
facturados en prestaciones médicas



\$774.725.618
facturados en suministros médicos



3.329
proveedores

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE PROVEEDORES

Capital Federal y Gran Buenos Aires	1.183
Noroeste	514
Cuyo	153
Litoral	317
Patagonia	162
Total	2.329

Evaluación de calidad del servicio

La calidad del servicio brindado por este grupo de proveedores es evaluada mediante auditorías internas (AUIN) y tomando de referencia la Encuesta de calidad de mercado que realiza la UART. Asimismo, también se generan reuniones y contactos periódicos con representantes de contrataciones de otras ARTs dentro y fuera de la UART, y se investigan a otros dadores de salud dentro del mismo territorio para evaluar y comparar contra el servicio brindado por Asociart.

Cadena de suministro insumos generales y bienes de uso y Centros Médico Propios (CMA)





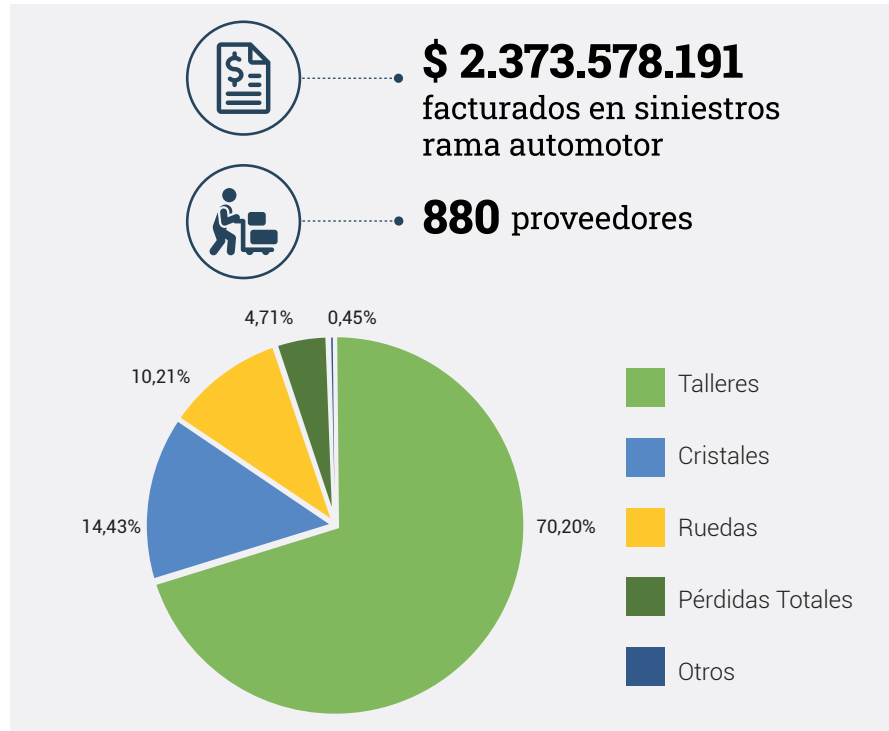
04



SAN CRISTÓBAL SEGUROS

Los proveedores de San Cristóbal Seguros¹ son los más representativos teniendo en cuenta su impacto en los 3 ejes: económico, social y ambiental. En lo económico, debido al nivel de erogación de dinero que representan para la organización; en lo ambiental, dado que estas prestaciones tienen una consecuencia directa en el entorno; y en lo social, ya que involucra el cumplimiento de leyes y normativas regulatorias.

En este segmento se destacan los proveedores de call center para auxilio y remolque, cristales, ruedas y cerrajería, servicio de grúa y auxilio, instaladores de cristales, proveedores de ruedas (cubiertas y/o llantas), cerrajeros, talleres de chapa y pintura, peritos mecánicos, investigadores de fraude e interceptores.



¹ Refiere exclusivamente a los proveedores de la Gerencia de Siniestros. San Cristóbal Seguros también cuenta con proveedores en otras gerencias

Cantidad de proveedores por tipo de servicio

Auxilio y remolque	2
Contact Center	3
Talleres Red	250
Instaladores de Cristales	425
Proveedores de Ruedas	50
Cerrajeros	150
Total	880

San Cristóbal Seguros cuenta con una política de contratación de proveedores de siniestros que abarca la realización de acuerdos de servicio, carta de oferta y convenio de confidencialidad. También contamos con un sistema de gestión de proveedores, políticas y procedimientos operativos, cuya documentación se encuentra disponible para todos los colaboradores.



04



Seguimiento de proveedores

Se evalúan los resultados de la gestión mediante controles internos y auditorías externas, en algunas prestaciones de servicios. A partir de los resultados de las auditorías el área de Proveedores recibe informes con la información de los desvíos, las fortalezas y oportunidades de mejora detectadas, para tomar las medidas correspondientes: correctivas, de capacitación o de fortalecimiento, según corresponda.

Este año se comienza a realizar auditorías administrativas a los instaladores de cristales de algunas localidades. Desde el área de Operaciones de la gerencia de Siniestros, se realiza un muestreo representativo y se envía a un auditor externo, quien realizará la auditoría mediante una plataforma de Pilkington –uno de los proveedores de cristales-, en donde los instaladores deben cargar fotos pre y post siniestros, facturas y una encuesta de satisfacción.

Se continúa trabajando en la categorización de talleres. Esta categorización consiste en una evaluación técnica de los distintos rubros que hacen a la labor profesional del taller (capacidad instalada del taller, herramientas, procesos, gestión de residuos, entre otras). **A la fecha se han categorizado 130 talleres de sucursales y delegaciones.**

Por otro lado, si bien se valora la gestión de impacto socioambiental en los proveedores de siniestros, aún no se cuenta con una política que incluya el impacto ambiental como elemento indispensable para su contratación. Se está trabajando en implementar mejoras sobre este aspecto, como la categorización de talleres y revisión de la gestión de residuos, reducción del consumo de agua en el proceso, reducción de la huella de carbono con proveedores, entre otras opciones a considerar.

Procesos y calidad del servicio

Se busca garantizar el mejor servicio, conservar la confianza de los clientes y asegurados, y prevenir los impactos que puedan generarse como resultado de las operaciones, desde la asistencia al siniestro, hasta el desarmado y la reparación de las partes o del vehículo en su conjunto. Es por esto que se procura trabajar con los mejores proveedores del mercado, reconocidos por desarrollar su negocio siguiendo los mejores estándares de calidad, bajo lineamiento de Normas como la ISO 9001:2015, y por sus buenas prácticas en materia de Responsabilidad Corporativa y Medioambiente, como ser parte de Pacto Global o contar con un Sistema de Gestión Ambiental alineado a la norma ISO 14001:2015.



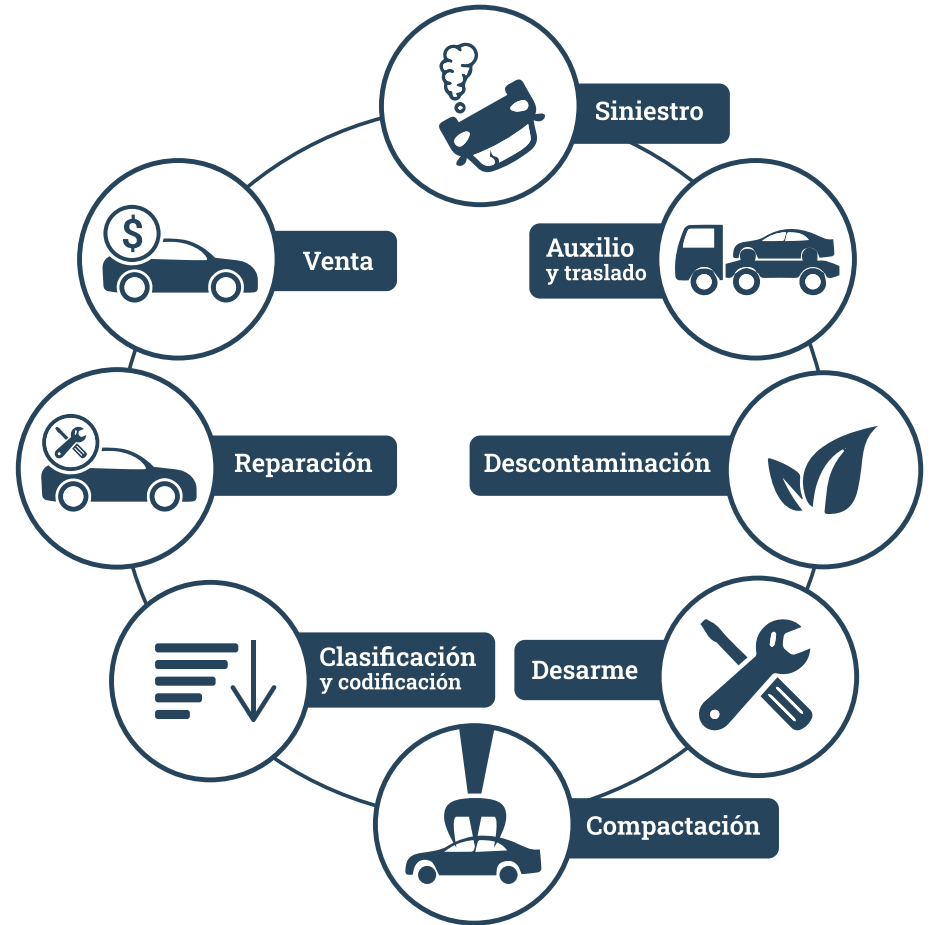
04



1. Servicio de auxilio y remolque por parte de Ibero Asistencia e Iké Asistencia.
2. Los vehículos siniestrados con destrucción total son procesados -en su mayoría- en CESVI, el primer centro de reciclado de vehículos legales de la Argentina, que se ocupa de la descontaminación, desarme, clasificación, venta, reciclado y disposición final. Las piezas que se pueden recuperar y comercializar son identificadas con la oblea del Registro Único de Desarmaderos de Automotores y Actividades Conexas (RUDAC), para lograr su trazabilidad y asegurar que no terminen en el mercado ilegal, con un impacto ambiental y social positivo, ya que se contribuye con la oferta de repuestos en óptimas condiciones, a valores accesibles y se desaniman los delitos que abastecen el mercado informal. No obstante, no es el único desarmadero con el que trabajamos, se trabaja exclusivamente con desarmaderos autorizados por el RUDAC.
3. Trabajamos con Peugeot Argentina (Grupo PSA) para brindar el servicio de reparación en concesionarias oficiales y la provisión de repuestos legítimos. Para cristales y vidrios, trabajamos con la red de instaladores de Pilkington, del Grupo NSG, líder mundial en la fabricación de vidrio. Y en cuanto a las llantas y los neumáticos, trabajamos con Neumen, RS4 y Neumasur -entre otros proveedores-, que hacen tratamiento de los lubricantes y reciclado y reutilización de neumáticos.

Facturación a proveedores de servicios de asistencia y de gestión y liquidación de siniestros:

IBERO	\$ 250.632.975
CESVI	\$ 28.878.494
IKE	\$ 36.819.196
TOTAL:	\$ 316.330.665





04



iúnigo

La gestión sustentable de proveedores y su incorporación real 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 está involucrado desde el comienzo de un siniestro, y 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.

La cadena de suministro de proveedores iúnigo está dividida en dos grandes grupos: Casco –abarcando daño parcial, destrucción total, incendio, inundación, entre otros- y Fast Track –comprendiendo ruedas, cristales y cerraduras-.



\$43.512.943
facturados en proveedores



280
proveedores

CANTIDAD DE PROVEEDORES POR TIPO DE SERVICIO

CASCO Y RESPONSABILIDAD CIVIL

Suministro de repuestos	93
Sacabollos	29
Taller ¹	24
Taller concesionario	27
Talleres No Red ¹	87
Total	173

FAST TRACK

Cristales	63
Ruedas	18
Cerraduras	26
Total	107

(1): Los talleres se diferencian por estar dentro de nuestra red de proveedores, o aquellos elegidos directamente por los asegurados, por fuera de la misma.



04

Los proveedores se comprometen, a través de un acuerdo de servicios, a una serie de acciones que tienen como finalidad mejorar la experiencia de los asegurados.

- Responder costos de reparación dentro de las 24hs.
- Coordinar un turno dentro de las 24hs de aprobado el peritaje.
- Garantizar un turno.
- Brindar atención al cliente dentro de los primeros 20 minutos.
- Licitar en las primeras 2hs de recibido el pedido de cotización.
- Calidad de satisfacción de cliente (CSAT) mayor a 30.

Brindar a nuestros proveedores innovación y mejoras tecnológicas para facilitar la gestión del siniestro, dando como resultado una mayor velocidad de respuesta a los asegurados, es un proceso que se encuentra en constante cambio y mejoría.

FAST TRACK

En Fast Track una rápida respuesta de las licitaciones es fundamental para poder solucionar el caso en el mismo día. Los siniestros son gestionados a través de un portal de licitaciones exclusivo, brindando transparencia, agilidad en la resolución, mejor servicio al asegurado e información estratégica para la compañía.

Cada proveedor tiene un tablero exclusivo donde puede ver: licitaciones adjudicadas, licitaciones respondidas, licitaciones vencidas/sin stock y órdenes pendientes. La elección sobre qué proveedor licitará es automática dependiendo de la zona donde el asegurado denuncia el siniestro.

Evaluación y selección de proveedores inicial

Seleccionamos a los proveedores a través de un proceso de selección y evaluación inicial. Mediante este proceso, se evalúa a todos los proveedores en base a 6 criterios clave: Compañía, Alcance del servicio, Red y Cobertura, Adaptabilidad al negocio de iúnigo, Tecnología e Innovación, y Desempeño.



CASCO

El asegurado puede denunciar tanto por la aplicación de iúnigo como por teléfono. Nos indica la zona de reposición y nosotros le ofrecemos talleres cercanos a su elección. Una vez seleccionado el taller, se realiza la inspección del vehículo, se autoriza orden y se envía al proveedor para poder coordinar turno con el asegurado.

Todo el peritaje para la inspección del vehículo se realiza mediante un portal funcional que son gestionados por los estudios externos que realizan el peritaje. Este proceso será automatizado a través de un portal que está en desarrollo, que abarcará desde el pedido de fotos hasta la selección del taller.



04

Nuestros Productores Asesores de Seguros

Llegamos a todo el país gracias al trabajo de nuestros Productores Asesores de Seguros (PAS). Son nuestro principal canal de comercialización tanto en la negociación como en la atención de los asegurados y fidelización de nuestros socios.

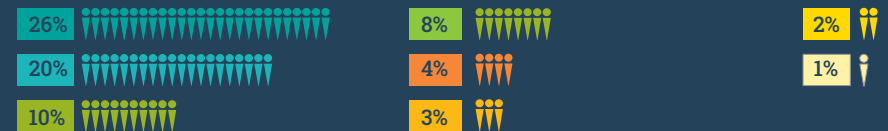
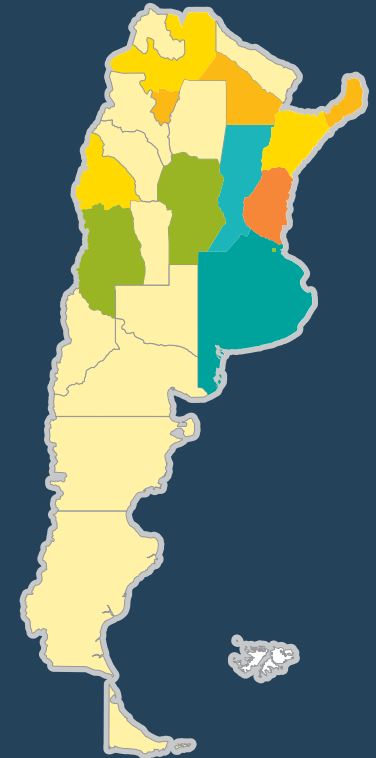
Son los PAS quienes, en tiempos de automatización, cumplen una función vital: preservar la cercanía con el cliente, establecer un vínculo directo, contener al asegurado frente a un siniestro y mantenerlo al tanto de las novedades. Contamos con una red de oficinas propias y de PAS a disposición de nuestros asegurados, con un alcance geográfico que crece día a día.

- ASOCIART 4.993 PAS
- SAN CRISTOBAL SEGUROS 5.191 PAS
- SAN CRISTÓBAL RETIRO 1.145 PAS
- SAN CRISTÓBAL SERVICIOS FINANCIEROS 260 PAS
- SAN CRISTÓBAL CAJA MUTUAL 200 PAS

Creemos en la calidad profesional y humana de cada uno de los integrantes de nuestro equipo.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE PAS

BUENOS AIRES	26%
SANTA FE	20%
CÓRDOBA	10%
MENDOZA	10%
CAPITAL FEDERAL	8%
ENTRE RÍOS	4%
TUCUMÁN	3%
CHACO	3%
MISIONES	3%
SALTA	2%
CORRIENTES	2%
SAN JUAN	2%
NEUQUÉN	1%
CHUBUT	1%
RÍO NEGRO	1%
JUJUY	1%
LA PAMPA	1%
FORMOSA	1%
SANTIAGO DEL ESTERO	1%
SAN LUIS	1%



Abarca San Cristóbal Seguros y ASOCIART. Estos números refieren a PAS activos, es decir, que realizaron mínimamente una venta en los últimos 12 meses.



04

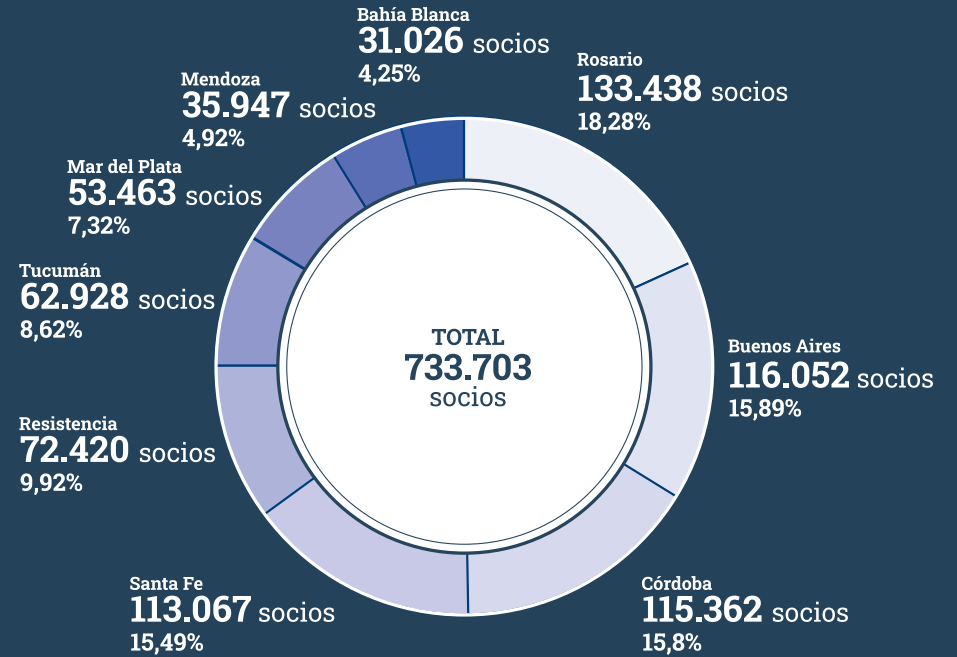
Nuestros clientes

Sabemos lo importante que es la confianza de nuestros clientes. Por este motivo, estamos comprometidos en ofrecerles un servicio que cumpla y supere sus expectativas, sin perder la visión de seguir construyendo una cultura aseguradora y prevencionista 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.

[103-1,2,3]

SAN CRISTÓBAL SEGUROS Cantidad de socios por sucursal



PERSONAS FÍSICAS/JURÍDICAS

TIPO DE PERSONA

Física.....	95%
Jurídica.....	5%

COMPOSICIÓN DEL CANAL DE VENTA

Canal

Bancos.....	4,31%
Directo.....	5,07%
Planes.....	18,77%
PAS.....	71,84%
TOTAL GENERAL.....	100,00%



04



CERCA DE NUESTROS CLIENTES

Las áreas de servicio al cliente de nuestras Unidades de Negocio son responsables de elevar la calidad de la atención de manera continua, a través de la identificación permanente de necesidades y la coordinación de las mejoras requeridas. Cada equipo cuenta con un centro de contacto para atención de las líneas telefónicas y digitales.

Se completa con los Ejecutivos de Cuenta de las agencias y sucursales, quienes realizan un trabajo de suma importancia, para brindarles una atención personalizada.

Para dar cumplimiento con los estándares de calidad establecidos, contamos con líneas de atención diferenciadas por clientes y trabajadores, y productores. Asimismo, promovemos la autogestión desde la Plataforma online.

En **San Cristóbal Seguros**, todas las interacciones recibidas son registradas en el sistema Salesforce, que es el sistema de CRM (Customer Relationship Management). Un sistema como Salesforce permite conocer mejor a los clientes, podemos guardar información sobre encuestas que realizó, mailings que recibió y todo tipo de consulta o pedido con su resultado. Además, se cuenta con una base de conocimiento que se actualiza constantemente y contiene respuestas a consultas frecuentes, procedimientos, procesos y recordatorios.

En **Asociart** más del 90% de las consultas y reclamos son resueltos dentro de las primeras 72hs.

En **iúnigo** el 65% de los casos son respondidos en el primer contacto. 87% de los casos que no pueden ser resueltos online, se cierra dentro de las 24hs.





04

CANALES DE COMUNICACIÓN

• SAN CRISTÓBAL SEGUROS

Nueva asistencia mecánica vía WhatsApp



WhatsApp:
54-11-25985281

Ahora el asegurado puede solicitar asistencia a través del canal WhatsApp

Nuevo canal de reclamos para terceros

En tres simples pasos, los reclamos de terceros se autogestionan de forma online, en caso de que sufran un accidente con un asegurado de San Cristóbal. Este nuevo canal nos permite contar un canal digital de ingresos de reclamos, reducir el ciclo de vida de los siniestros y reclamos, evitar el escalamiento de los reclamos a la vía judicial, además, elimina carga administrativa a la operación y la estandarización del mismo proceso en todas las sucursales.

App Asegurados



Desde su lanzamiento se realizaron más de **77.392 descargas**, y durante el ejercicio se efectuaron **503.184 operaciones** y **292.832 ingresos**.

• iúnigo



Atención 24 hs por siniestros y asistencias
vía telefónica al **011 5171-4211**



WhatsApp:
11-5171-4211 de lunes a viernes de 8 a 22 hs.



E-mail:
hola@iunigo.com



<https://www.iunigo.com.ar/>

• ASOCIART

Centro de Servicio al Cliente:



0800-888-0095



E-mail:
informacion@asociart.com.ar



Chat online:
<https://www.asociart.com.ar/>

Línea de atención telefónica y por correo electrónico para Clientes y Trabajadores de lunes a viernes de 8 a 19 hs.



04

• ASOCIART

Centro de Atención al Productor:



Línea de atención telefónica y por correo electrónico para PAS, de lunes a viernes de 8 a 19 hs. **0810-888-2765**



E-mail:
productores@asociart.com.ar



Chat online:
<https://www.asociart.com.ar/>

Centro de Atención Médico Permanente:



Línea de atención telefónica para emergencias las 24hs los 365 días del año.

CECAP Emergencias: **0800-888-0093**

• Presencial

A través de las 29 Sucursales en todo el país en los horarios de atención, de lunes a viernes de 9 a 17 hs.

• Sitios de Autogestión

- ✓ Asociart On Line Clientes
- ✓ Asociart On Line Productores
- ✓ App Productores
- ✓ App Trabajadores

• Otros

- ✓ Formulario electrónico
- ✓ Correo postal
- ✓ Fax

CONTACTOS RECIBIDOS POR CANAL DE INGRESO ASOCIART	CLIENTES Y TRABAJADORES	PRODUCTORES
Llamadas	175.979	10.063
Mails	62.739	25.143
Chat y Otros	9.612 ¹	
Presencial	150.056	19.109
Operaciones Asociart On Line	1.477.497	1.314.152
Operaciones APP	201.070	54.021

¹ Esta cifra contempla a clientes, trabajadores y productores.



04

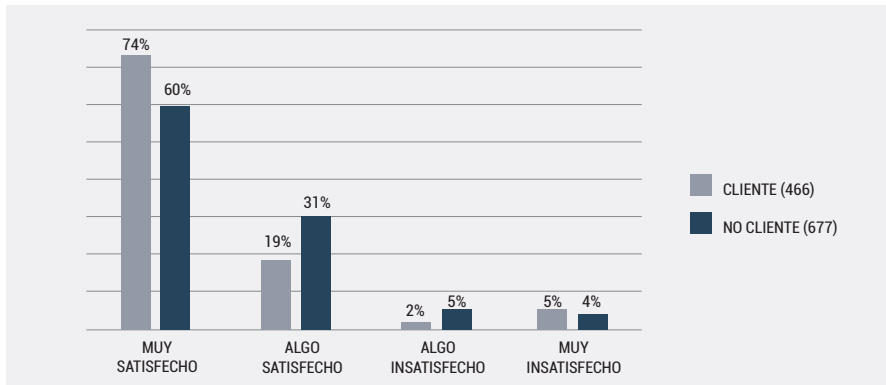
GRADO DE SATISFACCIÓN

Buscamos la excelencia en el trato y la atención del cliente. Para medir los resultados de nuestro esfuerzo e identificar áreas de mejora para la gestión, **Asociart** cuenta con la encuesta de calidad de servicio a clientes y trabajadores cubiertos que la Unión de Aseguradores de Riesgos del Trabajo encomienda anualmente a la consultora externa SEL Consultores. Estos indicadores colaboran para conocer más a los clientes y al mercado asegurador, brindando información para realizar acciones que contribuyan a la calidad de atención.

La misma se realiza hace 7 años consecutivos y para este período obtuvimos una tasa de respuesta de un 10%.

La satisfacción global alcanzó los 7.3, una décima de la media de mercado, con un NPS de 14%.

GRADO DE SATISFACCIÓN DE SAN CRISTÓBAL SEGUROS



En **iúnigo** se mide la satisfacción en cada contacto y se definen los objetivos centrandolo la experiencia del cliente. **Actualmente, medido a través de C-SAT (Customer satisfaction) el promedio de satisfacción es 4.43/5.** La gestión de satisfacción incluye el tratamiento de casos que no están conformes o contentos, considerados detractores y cuyos comentarios se aprecian para poder modificar procesos o encontrar mejoras.





04



Herramientas para crecer juntos

Continuamente estamos pensando cómo acompañar al PAS en su desarrollo, formar parte de su profesionalización y poner a su disposición nuevas herramientas. En este sentido, el equipo comercial cumple un rol clave en el seguimiento y generación de nuevos negocios. Cada PAS tiene asignado un Ejecutivo de Cuentas que lo asiste en todo momento, ya sea en la gestión del servicio como en la etapa de prospección de nuevos clientes.

Seguimos ampliando el set de herramientas que lanzamos el ejercicio anterior, con nuevas aplicaciones de desarrollo, autogestión y comunicación.

PLATAFORMA WEB DE AUTOGESTIÓN ASOCIART ART

En el presente ejercicio se realizaron y gestionaron 120 mil millones trámites de clientes en forma online. Este volumen de operaciones reafirma que Asociart está en el camino correcto, no solo para mejorar los servicios más utilizados como la administración de cartera, gestión de cotizaciones y consulta de comisiones sino también por ser un acceso al primer club de beneficios que premia las gestiones que se realizan a través de esta plataforma.

+4.000 PAS usaron la plataforma
1.314.152 operaciones realizadas

PORTAL PAS EN SAN CRISTÓBAL SEGUROS

A 12 meses de su relanzamiento, nos encontramos con 2.500 PAS usuarios que disfrutaron de una nueva experiencia en el marco de la transformación digital. Recientemente se incorporó la unidad de negocio de San Cristóbal Servicios Financieros, dando la posibilidad al PAS de centralizar toda su gestión comercial en su solo lugar.

SITIO SEGURO WEB

120 productores de la red comenzaron a crear su propio sitio web en co-branding con San Cristóbal, y se proyecta que para final del año 2019 sean 500 los productores que posean su Sitio Seguro, que les permita atraer nuevos clientes, generar oportunidades de negocios con cotizadores integrados, ofrecer nuevos productos y fidelizar clientes.

CAPACITACIÓN CONTINUADA

Capacitamos a los PAS desde hace 20 años ininterrumpidos. En esta edición los temas desarrollados fueron: "El Mercado que viene: Productos, Segmentos, Canales", "Consortios: legislación del nuevo Código Civil y Comercial y su influencia en el seguro" y "Cambio Cultural para la Actualización Digital".

9 ciudades
1.970 capacitados
20 años de experiencia



04



FORMACIÓN EN IÚNIGO



Desde que ingresan, todos los asesores y responsables de la relación con los clientes, reciben capacitación que incluye: productos, técnicas de ventas/atención, manual de estilo y comunicación, perfiles de clientes, procesos vigentes y su normativa, uso de herramientas y resolución de casos.



Se realizaron 40 instancias de formación, con cursos de Prevención y Lavado de Dinero, metodología y dinámicas de conversaciones grupales, charlas con especialistas de experiencia del cliente y medición, workshops prácticos. Generamos espacios como talleres de valores para trabajar competencias y comportamientos, e instancias de feedback, formación y revisión de la operación con asesores. También se realizaron 2 viajes de exploración y benchmark a Córdoba y San Pablo, Brasil.



40 instancias de formación
2 viajes

8 workshops
27 instancias de feedback



FINANCE PAS



Se implementó un Programa de Formación Profesional, para fortalecer la relación entre el PAS y San Cristóbal Servicios Financieros y Retiro, con el objetivo de reconocer el trabajo de estos PAS y consolidarlos como referentes a nivel zonal y local. El programa otorga la especialización en materia financiera, ya que prepara al participante en asignaturas como economía y finanzas, instrumentos financieros, análisis de mercado y tendencias.

Algunos de los beneficios obtenidos fueron:

- ✓ **Ampliación del porfolio de productos ofrecidos.**
- ✓ **Mayor agilidad en la gestión de venta, como por ejemplo, documentación a solicitar al momento de suscripción, aplicación para cotizar de forma rápida y online.**
- ✓ **Generación de un espacio de capacitación en materia financiera.**
- ✓ **Proporción de apoyo comercial, publicitario y de difusión en redes sociales para generar nuevos clientes.**

SOLUCIÓN EXPRESS

Nueva herramienta de tracking para la red de talleres homologados de Solución Express, que permite conocer a los asegurados el estado de su siniestro en tiempo real. Los usuarios de esta plataforma son aquellos socios con Póliza Todo Riesgo o aquellos que tuvieron un siniestro online entre vehículos asegurados en compañías adheridas al sistema de compensación de siniestros CLEAS.

Mínimos trámites

Peritaje inmediato

Confianza de trabajar con talleres homologados

La rapidez y respaldo para el asegurado

CENTRO DE CAPACITACIÓN ONLINE

Con el objetivo de generar acciones que contribuyan con el cuidado de la salud, la prevención de riesgos y la toma de conciencia para generar ambientes más seguros, contamos con un Centro de capacitación online exclusivo para clientes y trabajadores asegurados de Asociart.

En el sitio se pueden encontrar cursos y tutoriales en formato de video con la posibilidad de generar también un certificado de realización de la actividad. También se dispone de material digital como folletos y manuales para descargar y otros recursos para la formación del personal.

CLUB DE MUJERES

Continuamos brindando un espacio de vinculación e intercambio entre mujeres profesionales del seguro, el cual reúne a los referentes comerciales del Grupo San Cristóbal y a las productoras asesoras de Seguros.

Actualmente hay 6 Clubes activos en las ciudades de Salta, Córdoba, San Juan, Mendoza, Mar del Plata y Chacho, integrados por 96 productoras. En el próximo ejercicio se prevé la apertura de nuevos Clubes, uno de ellos en la ciudad de Neuquén.

Este año realizamos actividades de manera sostenida todos los meses: viajes, agasajos, concursos, talleres y charlas de temas varios incluyendo herramientas de redes sociales, estrategias de venta, mindfulness, entre otros.



04

Eventos

• EXPOESTRATEGAS 2018

Este es el mayor evento de la industria aseguradora que convoca a las principales Compañías de Seguros, Brokers, Productores Asesores y profesionales relacionados a este mercado de todo el país. Estuvimos presentes con un stand y además, para estar más cerca de los PAS y ofrecer un espacio de diálogo e interacción, se dispuso de una gran carpa con un bar para compartir un momento agradable y relajado.

• FORO NACIONAL DEL SEGURO 2018

Acompañamos a AAPAS en este evento que aconteció en el Complejo Costa Salguero. El encuentro contó con una gran concurrencia de participantes y reconocidos disertantes. Allí dispusimos de un stand donde se brindó asesoramiento profesional como así también una propuesta lúdica con premios e interesantes sorteos.

• TODOS A BORDO – PROGRAMA DE INCENTIVO A PRODUCTORES

San Cristóbal Seguros, junto con Asociart ART llevaron a cabo la segunda versión del Programa de Incentivo a Productores, "Todos a Bordo", que busca potenciar la venta en todos los productos de seguros que componen el portfolio de la compañía, y generar una instancia de más incentivo y acercamiento entre los participantes. Esta edición premió a 80 Productores para vivir una gran experiencia acompañados de ejecutivos y funcionarios corporativos.

Los resultados fueron muy gratificantes, con crecimiento de productividad del 60% respecto del año anterior.



• DIGITAL TOUR

El 14 de junio, y marcando un nuevo hito la historia de San Cristóbal Seguros, se llevó a cabo Digital Tour, un viaje en el tiempo en el cual subió a 120 PAS a la era digital.

Los Productores se sumaron a la transformación digital de la compañía, dando continuidad al modelo comercial que los posicionó como líderes de la industria.

A partir de este mega evento, los productores de la red cuentan con su propio sitio web en co branding con San Cristóbal creado por ellos mismos en muy poco tiempo.

Esta herramienta les brinda soporte para afrontar los desafíos que plantea el mercado para incrementar sus ventas y desarrollar las gestiones de sus clientes.

El primer de varios encuentros se desarrolló en Rosario, donde el productor acompañó a la empresa en su transición desde los tiempos analógicos hasta la actualidad, y donde la transformación digital es protagonista del cambio.

La jornada incluyó talleres de Storytelling para asistir a los productores en su construcción de marca, continuó con el workshop de creación de los Sitios Seguros, liderado por el equipo de Transformación Digital de la compañía y culminó con el intercambio de experiencias.

Entre algunas de las virtudes que destacan los PAS se hallan: la posibilidad de "estar un paso adelante del mercado", además del acompañamiento en el marco de la transformación digital que ya los atraviesa en su día a día.

Asimismo, enfatizan que están en una "nueva era" y que gracias a este tipo de iniciativas se potencian y se facilitan los canales para obtener más clientes, apalancados por los sistemas innovadores.



04



• CONFERENCIA 100% SEGURO

Participamos de este evento que se desarrolló en el Hotel Alvear Icon con una gran concurrencia de Productores Asesores interesados en conocer la actualidad y tendencias del mercado, como así también las novedades tecnológicas de las aseguradoras.

• CONGRESO REGIONAL DE SEGUROS

En su Séptima Edición, este evento es organizado anualmente por el medio periodístico 100% Seguro. En esta oportunidad el evento tuvo lugar en el Hotel Sheraton de la ciudad de Tucumán.

• SALESFORCE BASECAMP ARGENTINA

Participamos de la edición del Salesforce Basecamp 2019, en Argentina y compartimos las novedades del sistema de CRM integrado a nuestro core. Pudimos compartir con empresas de primer nivel, diferentes aspectos de la atención de clientes y la innovación en tecnología de soporte.

• CUSTOMER EXPERIENCE UCEMA 2019

UCEMA participa en el Programa Ejecutivo en Experiencia de Clientes, donde durante todo un mes se profundiza sobre el diseño de propuestas pensadas para los clientes y la estrecha relación del manual de atención y los fundamentos de la disciplina de CX y Customer service. Participamos de la presentación de destacados profesionales que nos contaron sus vivencias y mejores prácticas, y fuimos elegidos por los alumnos de la cursada como empresa modelo en materia de atención y experiencia.



05

Transformación Digital





05

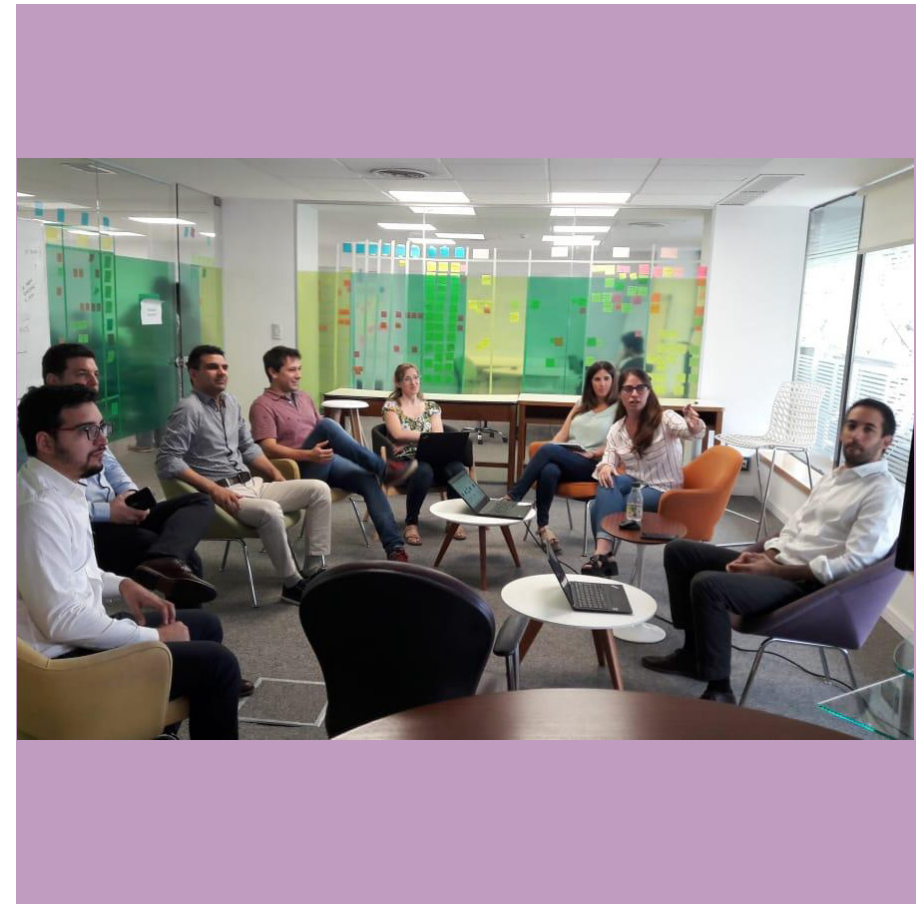
Hacia la digitalización del negocio

En un contexto donde nuestros clientes están cambiando constantemente sus hábitos de consumo, forma de acceder y consumir la información y donde cada vez son más exigentes a la hora de solicitar servicio, la transformación digital se convierte en un eje central de la estrategia del Grupo San Cristóbal. Implica más que cambio tecnológico, es una nueva manera de trabajar y, por ende, un desafío a nivel cultural para nuestra organización. Significa, además, un proceso de evolución hacia una cultura centrada en el cliente, donde el PAS y las Unidades de Negocio ofrecen una experiencia consistente a lo largo de todo el “viaje” del usuario.

UNA NUEVA CULTURA

La Transformación Digital en San Cristóbal implica un cambio cultural y estratégico que afecta a toda la organización, donde ponemos la experiencia del cliente en el centro y donde la toma de decisiones esté fundamentada por datos concretos.

Al referirnos a clientes consideramos tanto a los PAS como a los asegurados, así como también a los colaboradores de cada Unidad de Negocio. Esto implica conocerlos, ya sea a través de entrevistas, investigación en ciclos iterativos, explorando enfoques innovadores para transformar su percepción y generando impacto a través de la evolución continua de nuestros productos.





05



NUESTRA METODOLOGÍA DE TRABAJO

Utilizamos la metodología de sprints de quince días, cumpliendo objetivos a corto plazo que componen el camino hacia las metas macro. Esto nos permite obtener una devolución de los usuarios con rapidez y entregar valor a mayor velocidad, generando productos tan intuitivos que no requieran capacitación.

Para incentivar el espíritu innovador, generamos un espacio de oficina con un diseño acorde, mesas colectivas y donde cada equipo da visibilidad de sus tableros con sus indicadores principales, donde todos pueden ver qué se encuentra haciendo cada uno, que tareas ya realizaron y cuales quedan pendientes.

Trabajamos con una mentalidad ágil que se basa en 4 valores fundamentales:

- **Personas e interacciones por sobre procesos y herramientas**
- **Cliente en el centro de la escena**
- **Respuesta y mejora frente al cambio**
- **Entrega continua de valor.**

Todos los productos son desarrollados in house, con un equipo de profesionales de variadas disciplinas que se diferencian de los perfiles típicos de la industria del seguro. Los equipos están conformados por científicos de datos, ingenieros de datos, desarrolladores, scrum master, analistas funcionales, diseñadores y especialistas de negocio, por lo que la capacidad de desarrollar e implementar cada proyecto está completamente contenida dentro de cada uno de los equipos.

+ 120 personas involucradas
11 equipos de trabajo
22 proyectos en ejecución

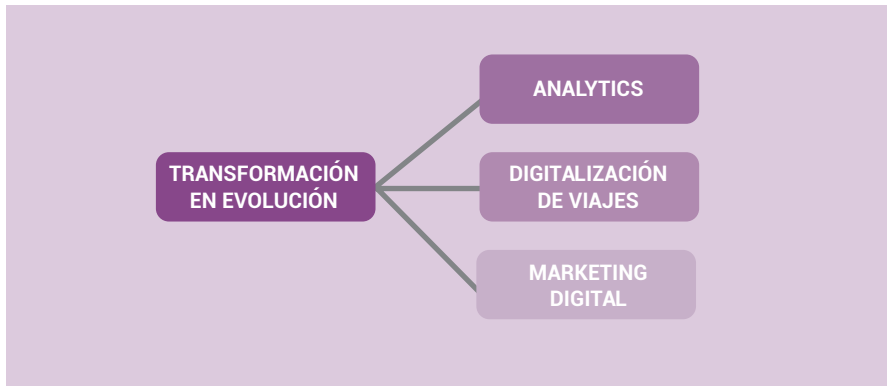




05

La transformación en evolución

Nos organizamos en 3 frentes de trabajo: "Analytics", "Digitalización de Viajes" (experiencia de cliente) y "Marketing Digital".



ANALYTICS

Dentro de Analytics, los proyectos de Inteligencia Artificial (IA), se enmarcan en la estrategia de Transformación Digital de la compañía.

• DETECCIÓN DE FRAUDES

Una de las líneas donde se aplicó fue en el proceso de detección de Fraudes, a través de algoritmos de Machine Learning capaces de identificar aquellos casos con mayor probabilidad de ser fraudulentos. Éstos se valen de datos de siniestros pasados y los que van ocurriendo día a día que, mediante técnicas avanzadas de entrenamiento, identifican cuáles fueron los patrones comunes y extrapolan ese conocimiento para detectar maniobras similares en nuevos casos.

Se trata de un caso de éxito, que nos permitió identificar, hasta el momento, 1.792 casos de fraude (+1.100% vs Baseline) y generar un ahorro de casi 86 millones de pesos en el ejercicio (x9 vs baseline).

Inicialmente se aplicaron en el ramo automotor, para los siniestros que tenían lugar en Argentina. Actualmente estamos implementándolos en otros riesgos y comenzando a aplicar estos aprendizajes y metodologías en nuestra operación de Uruguay.

En paralelo, hemos comenzado un proyecto para aplicar Deep Learning en la interpretación de imágenes. Esta tecnología se va a aplicar en varios procesos de nuestros negocios, inicialmente lo usamos para potenciar la detección de fraude. El modelo detecta casos de potencialidad de fraude según desproporción de daños entre vehículo asegurado y tercero, daño moderado o superior ubicado en el frente y atrás o en ambos perfiles y genera un reporte con los casos detectados, mejorando la eficiencia del proceso en un 2%.

Este último, luego va a ser parte de nuestro proceso de venta, donde apuntamos a mejorar drásticamente la experiencia a la hora de realizar la inspección previa e incluso en la carga de datos para la emisión de la póliza. De igual manera, vamos a aplicar estas técnicas en Posventa, donde ante la existencia de un siniestro, el socio o el tercero, podrán subir las fotos del vehículo dañado y el modelo podrá determinar la extensión del daño y proveer una estimación de la indemnización de forma inmediata. Incluso imaginamos que, para ciertos daños leves, el pago podría ser automático y en tiempo real.

• IMPLEMENTACIÓN DE PRICING EN ASOCIART

Tal como nos lo planteamos en el ejercicio anterior, comenzamos el nuevo proyecto de Pricing en Asociart ART. En primer lugar, estamos realizando la construcción de tableros de control para generar un diagnóstico con la evolución de principales indicadores y análisis de variaciones, y se lanzó un piloto para fines de junio de 2019, donde esperamos empezar a ver resultados.



05



DIGITALIZACIÓN DE VIAJES

Desde la Digitalización de Viajes nos dividimos en dos líneas de trabajo: Adquisición, orientada más a la venta y Post-Venta, que se enfoca a mejorar el servicio de nuestros clientes.

• PORTAL PAS

Seguimos trabajando en el Portal PAS. La herramienta se encuentra disponible para todos nuestros PAS con altos índices de satisfacción y continuamente seguimos sumando nuevas funcionalidades para que nuestros productores realicen todas sus gestiones de manera fácil, desde cualquier medio, en cualquier momento y con respuesta rápida brindando a nuestros clientes una experiencia superadora.

En junio de 2019 el 88% de las emisiones que realizan nuestros PAS fueron a través de la nueva plataforma y el índice de satisfacción fue de 3.9 / 5.

• CROSS SELLING

Por otro lado, con el equipo de Cross Selling, persiguiendo el objetivo estratégico de la organización de mejora del mix de cartera, lanzamos un nuevo producto de Hogar y otro de Integral de Comercio con una gran aceptación por parte de los productores que permite en muy pocos pasos obtener una cotización, sugerir productos y habilitar la selección de coberturas.

Ajustamos nuestra oferta acorde a las necesidades de los clientes, incrementando en un 45% las emisiones, generando un índice de satisfacción de 4.3 / 5 de los PAS.

• POST-VENTA

Entendemos que el momento donde ocurre un siniestro, es una de las principales instancias donde se tangibiliza nuestra propuesta de valor. Es por eso que seguimos trabajando en optimizar los procesos digitalizando y disponibilizando herramientas al PAS para que pueda ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes y todo desde la misma plataforma Portal PAS.

Continuamos optimizando el Tracking de Siniestros que ayudó a reducir el ciclo de vida del siniestro en un 50%, que se ve reflejado en un alto nivel de satisfacción de los socios de 4.5 / 5 en la reparación de su vehículo.

Otros de los proyectos, fue digitalizar la carga de denuncias para riesgos varios logrando unificar y agilizar dicho proceso el cual se refleja en una reducción del ciclo de vida de los siniestros en 48 horas.

Logramos digitalizar la carga de denuncia para el 100% de las ramas que comercializa San Cristóbal Seguros, siendo percibido por los PAS con un muy buen índice de satisfacción de 4.4 / 5.

En la misma línea, los terceros (no asegurados en SC) que tuvieron un siniestro con un asegurado nuestro, desde principios de junio 2019 pueden realizar el reclamo on-line en nuestra web y su respectivo seguimiento. Es una herramienta nueva y especialmente pensada para que cualquiera rápidamente se pueda autogestionar, con más de 800 reclamos ingresados en su primer mes.

Por último, durante el último semestre armamos un equipo encargado de la APP y el sitio web con la que cuentan nuestros socios para hacer sus gestiones. La APP se destaca por ser la que más funcionalidades posee y por permitir a los usuarios hacer más consultas y gestiones.

Los proyectos de Transformación Digital elevan el nivel de satisfacción de nuestros clientes y PAS.



05



MARKETING DIGITAL

El 15 de junio de 2019, en Rosario, realizamos el Digital Tour, un evento donde San Cristóbal Seguros anunció la disponibilidad de Sitio Seguro, una herramienta para que cada PAS pueda generarse su propio sitio web en pocos minutos y con todo lo necesario para gestionar sus oportunidades de venta online. Estos sitios fomentan una mayor comunicación con el cliente final, ofrecen más productos, e incluso les permite aparecer en las búsquedas de Google. Es decir, cada uno de nuestros productores, por pequeño que sea, accede a todas las herramientas de la comercialización digital de manera gratuita y con un acompañamiento de especialistas que lo asesoran para capitalizar todas las oportunidades de la venta, accediendo a un segmento de clientes que en el mundo físico no podían acceder.

Para al cierre del ejercicio ya contamos con 120 PAS que cuentan con su sitio web propio que poseen cotizadores integrados de Auto y Hogar y formularios de contacto para mail, WhatsApp y redes sociales.

Este Digital Tour se va a repetir por todas las ciudades donde hay una sucursal de San Cristóbal Seguros para que todos nuestros PAS a fin del 2019 cuenten con su propio sitio seguro.

Este producto se convierte en un hito en la historia de San Cristóbal Seguros, dado que es una señal más del acompañamiento constante que hacemos a nuestros PAS en el camino hacia la transformación digital de la compañía, dando continuidad al modelo comercial que nos posicionó como líderes de la industria. Además, acompañamos con nuevas campañas digitales (Cyber Week), blogs con capacitación online, webinars, digitaltips y onboarding guiado con el objetivo de potenciar el uso de los "Sitios Seguros".

La jornada incluyó talleres de Storytelling para asistir a los productores en su construcción de marca, continuó con el workshop de creación de los Sitios Seguros, liderado por el equipo de Transformación Digital de la compañía y culminó con el intercambio de experiencias.

Entre algunas de las virtudes que destacan los PAS se hallan: la posibilidad de "estar un paso adelante del mercado", además del acompañamiento en el marco de la transformación digital que ya los atraviesa en su día a día. Asimismo, enfatizan que están en una "nueva era" y que gracias a este tipo de iniciativas se potencian y se facilitan los canales para obtener más clientes, apalancados por los sistemas innovadores.

06

Colaboradores





06

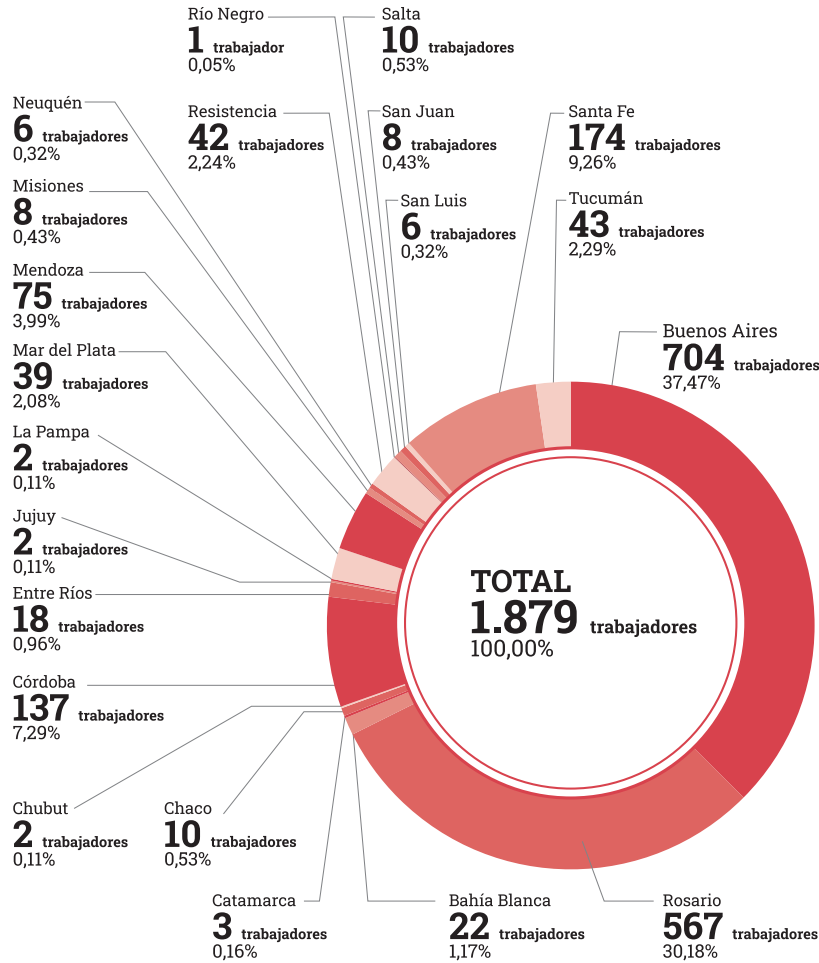
Nuestro equipo

Consideramos que nuestros colaboradores son el eje en la transformación de nuestro negocio a un modelo sustentable. Estamos comprometidos con el desarrollo de competencias y capacidades de las personas del equipo, así como en la atracción e incorporación de talentos que quieran ser parte de esta nueva manera de hacer negocios.



Colaboradores por tipo de contrato	Mujer	Hombre	Total
A plazo fijo	11	13	24
Ilimitado	634	1.191	1.825
Pasantía	2	9	11
Eventual	9	10	19

Distribución geográfica



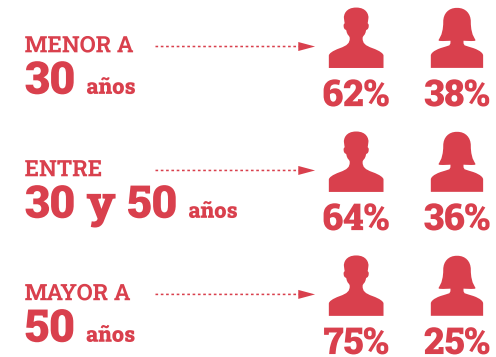
Casa Central de Asociart ART, Asociart Servicios e iúnigo se encuentran en Buenos Aires. Las demás unidades de negocio tienen su casa central en Rosario.

DIVERSIDAD DEL EQUIPO

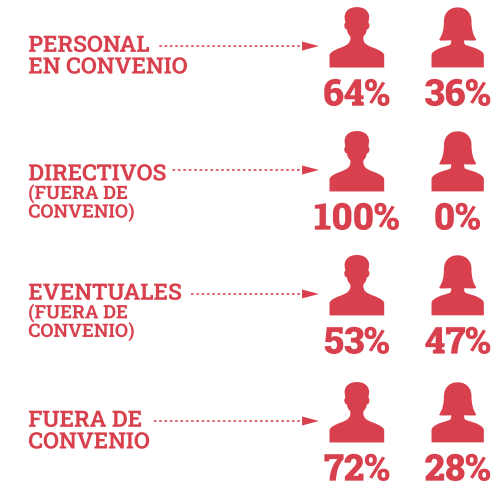
La diversidad de nuestro equipo nos permite ser más innovadores, creativos y talentosos, al mismo tiempo que abre nuevas oportunidades de negocios y acceso a nuevos clientes.

Porcentaje de colaboradores por categoría de diversidad

Por rango etario y sexo



Por categoría profesional y sexo



[103-1,2,3] [405-1]



06

PROPUESTA DE VALOR

Nuestro propósito es lograr atraer, motivar y retener a los mejores talentos que agregan valor a los objetivos trazados por la compañía, en un contexto de equidad y competitividad. Para ello, trabajamos continuamente en nuestra propuesta de beneficios, que tienen el desafío de garantizar una experiencia única para cada colaborador.

PROGRAMA BIENESTAR

Promover una vida saludable y equilibrada entre lo laboral y lo personal, es una prioridad fundamental para con nuestros colaboradores. Al apoyar este estilo de vida, no sólo fomentamos hábitos saludables que además ayudan a romper con la rutina, sino que cuando un colaborador se encuentra bien física, mental y emocionalmente se reduce la probabilidad de enfermarse y de accidentarse.

Con este objetivo, creamos el Programa Bienestar, llevado a cabo por el departamento de Salud Ocupacional, el cual trae como beneficios el aumento de la motivación del colaborador, el rendimiento y la productividad; la creación de un ambiente laboral sano; y la mejora de la reputación del Grupo, lo que permite atraer a los mejores profesionales.



[103-1,2,3] [401-2]

- Desayunos saludables en lugar de trabajo, incorporando frutas, cereales, y distintos rasgos nutricionales a nuestra vida.
- Equipo Bienestar: acceso sin costo a gimnasios a realizar diferentes actividades físicas.
- Pausa Activa en el lugar de trabajo en Casa Central y Sucursal Rosario.
- Campaña de Vacunación (para enfermedades estacionales y de alta mortalidad).
- Juegos interactivos e integrativos On line: para sumar conocimientos de salud, nutricionales, preventivos y afianzar vínculos con personas de distintas regiones y Unidades de Negocios.
- Exámenes Médicos bianuales: para saber cómo están nuestros empleados desde el punto de vista médico y tomar acciones pertinentes. También nos sirve para respaldar, y hacer cambios en el Programa Bienestar.
- Lactario en Casa Central Seguros y en Sucursal Santa Fe.
- Charlas sobre temas médicos: Nutrición por Workplace con alcance a todos los colaboradores.
- Publicación de temas de Salud en Workplace.
- Campaña de Donación de sangre.



06



Para evaluar la efectividad del programa, realizamos un seguimiento mediante las siguientes herramientas:

- Evaluación del índice de participación en las distintas actividades; feedback de los colaboradores por distintos medios; grado de satisfacción reflejados en la empresa; entre otras estadísticas.
- Comparación con otras empresas en cursos o charlas.
- Mecanismos de reclamos, quejas y respaldo por correo electrónico.
- Encuesta del Programa de Salud a través de Workplace.

PROGRAMA BENEFICIA

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

Brindamos beneficios que acompañan a cada momento de la vida de nuestros colaboradores, desde facilidades financieras hasta gestión del final de la carrera profesional, incluyendo:

- Semana Adicional de Vacaciones (incorporándose a un proyecto de Transformación Digital).
- Guardería.
- Plus Licencia por Maternidad (reducir 2hs de la jornada laboral durante los siguientes 45 días corridos, o bien solicitar licencia sin goce de sueldo por un período flexible de hasta 45 días).
- Descuentos diferenciales en nuestros Productos.
- Préstamos Personales de destino libre, por enfermedad o emergencia climática,
- Subasta Online de vehículos de flota o recuperado.
- Obsequio por trayectoria.
- Trámites Jubilatorios.

• TU LOOK

Otorgamos un monto de puntos para canjear anualmente por Indumentaria laboral, la cual se establece dentro del marco del Criterio Empresarial.

• TU ELECCIÓN

Los colaboradores del Grupo gozan anualmente de puntos para canjear dentro de un catálogo que cuenta con amplia variedad de productos y marcas de todo el país. El mismo permite a todos utilizarlos según las necesidades propias de cada momento de su etapa familiar.



WORKPLACE BY FACEBOOK

Creemos que la comunicación con nuestros colaboradores es un proceso de construcción colectiva. Por eso, en línea con la transformación cultural de la organización, diseñamos el plan de comunicación interna con el objetivo de facilitar el intercambio de información y posicionar a las personas como productores de contenidos. En este sentido, elegimos Workplace by Facebook, una plataforma amigable e intuitiva, accesible desde el celular o la computadora, que facilita los procesos de trabajo y la comunicación entre colegas.



06



POLÍTICA DE NO DISCRIMINACIÓN

Contamos con una Política de No Discriminación que establece y 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.

Por otro lado, la Política establece que nuestros llamados a cubrir vacantes no deben contener sesgos de ningún tipo, 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.

Aquellos ex empleados que quieran participar de un proceso de selección, deberán cumplir con todo el procedimiento estipulado para cualquier otro ingreso, siempre y cuando, no hayan sido desvinculado con causa o cobrado algún tipo de indemnización. El postulante que provenga de alguna de las empresas del Grupo tiene los mismos derechos a participar en el proceso.





06



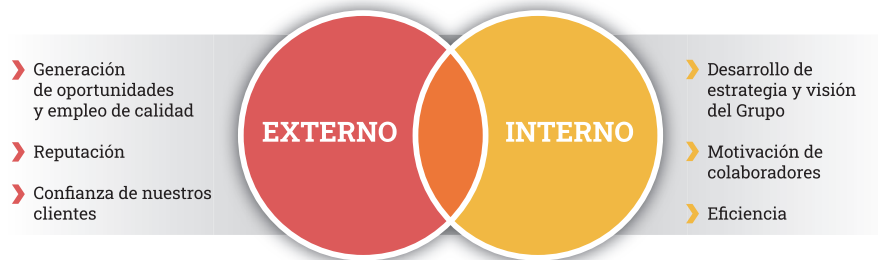
Equipo de talentos

Desde Grupo San Cristóbal buscamos atraer, desarrollar y mantener a los mejores talentos del mercado con el objetivo de mantener la sustentabilidad del negocio.

El área de Recursos Humanos es responsable de definir y estandarizar el proceso de selección y garantizar el cumplimiento y alineamiento a los valores corporativos. Trabajamos con el compromiso continuo de proporcionar herramientas técnicas, objetivas y transparentes, asesorar la cobertura de las vacantes, traccionar el proceso de incorporación teniendo en cuenta los valores corporativos, y resguardar la coherencia en proceso de reclutamiento, selección y desarrollo del personal.

Toda la documentación que genera el área es tratada de manera reservada. Además, se presentan reportes semanales con el indicador de tiempos de gestión y grado de avance de cada proceso de selección.

IMPACTO DE ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTOS



Nuestra política de Recursos Humanos define los lineamientos corporativos que enmarcan el proceso desde el reclutamiento y la selección hasta el desarrollo de los colaboradores.

La política establece que la compensación total de nuestros colaboradores de San Cristóbal está compuesta por: Remuneración fija y variable, Capacitación y desarrollo, Beneficios y Balance vida y trabajo.

Consideramos que cada uno de estos ejes, permiten ofrecer una convincente propuesta de valor que los colaboradores actuales y potenciales entiendan y aprecien. Si bien el impacto de nuestra política es principalmente interno, logrando una importante retención y sentido de pertenencia a la compañía, acrecentando el vínculo emocional entre San Cristóbal y los colaboradores, nuestra marca empleadora. también es altamente valorada, especialmente en el interior del país.



06



Programa RADAR

Contamos con el Programa RADAR, diseñado para atraer, desarrollar, retener y formar jóvenes con potencial de crecimiento. Incluye una instancia en la cual los candidatos trabajan sobre un caso real de la compañía con el objetivo de evaluar su capacidad en una experiencia concreta. Los gerentes de áreas y sucursales, principales clientes del proceso, son involucrados en el programa.



A través de **RADAR** se incorporaron 6 Jóvenes Talentos que rotarán por diferentes áreas del Negocio durante 12 meses -Transformación Digital, Marketing, Pricing, Administración y Finanzas, Siniestros, Técnica, Fraude, acorde a su perfil-, con la posibilidad de incorporarse luego al Grupo como Analistas de Negocio.

Competencias

Buscamos que cada persona que se suma a nuestro equipo cuente con las siguientes competencias y pueda potenciarlas a lo largo de su carrera profesional.



LIDERAZGO INSPIRADOR

RESPONSABILIDAD POR EL PROPIO DESARROLLO

COMPROMISO CON EL CLIENTE

EJECUCIÓN EFICAZ

VISIÓN DE NEGOCIO



06

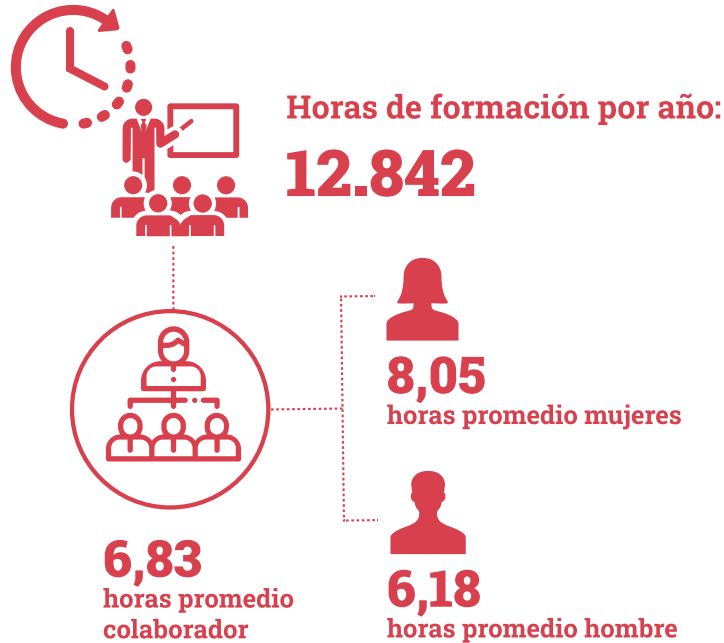


FORMACIÓN Y DESARROLLO

Para gestionar las necesidades de desarrollo y capacitación, realizamos un relevamiento de necesidades a través de los líderes de RRHH y del Negocio. El propósito es garantizar el desarrollo y formación de los colaboradores ayudando a su satisfacción dentro del Grupo, buscando además garantizar los medios y espacios de aprendizaje y formación que aseguren el desarrollo organizacional.

Mi Desarrollo

Contamos con la plataforma Mi Desarrollo, una aplicación que nos permite gestionar las necesidades y espacios de capacitación, con módulos de aprendizajes de SuccessFactors (SAP).



HORAS DE FORMACIÓN

POR SEXO



POR CATEGORÍA PROFESIONAL



[103-2] [404-1] [404-2] Las horas de formación no incluyen capacitaciones técnicas ni becas.



06



FOCO: UNIVERSIDAD CORPORATIVA

Desde el ejercicio pasado contamos con FOCO, un espacio de aprendizaje distinto, abierto e inclusivo. El centro de FOCO son nuestros colaboradores, como motor de su propio desarrollo.

Con el objetivo de acompañar a las personas en estos momentos, brindamos 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.

PROGRAMAS FOCO 2018/2019

Inducción Corporativa	Jornada destinada a ingresantes, que contiene información sobre el negocio y la transformación digital, y un bloque de formación en metodologías ágiles. Participaron 178 colaboradores.
Programa de Becas	Realizado con el fin de incentivar la mejora en el desempeño, identificando y generando oportunidades de desarrollo. Destinado a aquellos colaboradores del Grupo que estén interesados en realizar Especializaciones, Posgrados, Maestrías, MBA. 30 becas otorgadas para Posgrados, Maestrías y MBAs.
Programa de Formación Comercial (PFC)	Destinado a la fuerza comercial. Tiene por objetivo integrar la fuerza comercial acompañando la estrategia integral multinegocio, en un ámbito de formación práctica para el proceso de cambio.
Seminarios Abiertos: Conversaciones Positivas, Carreras Ágiles e Inteligencia Adaptativa	Espacio abierto a todos los colaboradores del Grupo San Cristóbal, con el objetivo incluir e integrar a los mismos, y ofrecerles una formación en habilidades blandas. <ul style="list-style-type: none"> • 38 colaboradores participaron de Cursos de Inteligencia Adaptativa • 46 colaboradores participaron de Cursos de Conversaciones Positivas • Realizamos 2 ediciones de Cursos de Carreras Ágiles con colaboradores.
Programas de formación en inglés	Dirigido a todos los colaboradores que deseen mejorar sus habilidades en el idioma, como aquellos que deseen arrancar de cero a aprender.
Programa de Formación en Riesgos (PFR)	Destinado a participantes que deseen incorporar una base de conocimientos teórico-prácticos alineados a las mejoras prácticas mundiales en la gestión, control y supervisión integral de Riesgos.
DigiTalks	Charlas de 20 minutos a cargo de especialistas del Grupo, que comparten sus conocimientos con el resto de los colaboradores, abierto a todos aquellos que deseen participar.
Programas de ayuda a la transición	Proporcionados para facilitar la empleabilidad continua y la gestión del final de las carreras profesionales por jubilación o despido.



06



FORMACIÓN EN IÚNIGO



CAPACITACIONES TÉCNICAS DEL 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.



ACCESO A PLATAFORMA DE E-LEARNING

Una plataforma para que los empleados puedan consumir cursos que no sean necesariamente técnicos, sino que potencien su desarrollo.



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.



MEETUPS

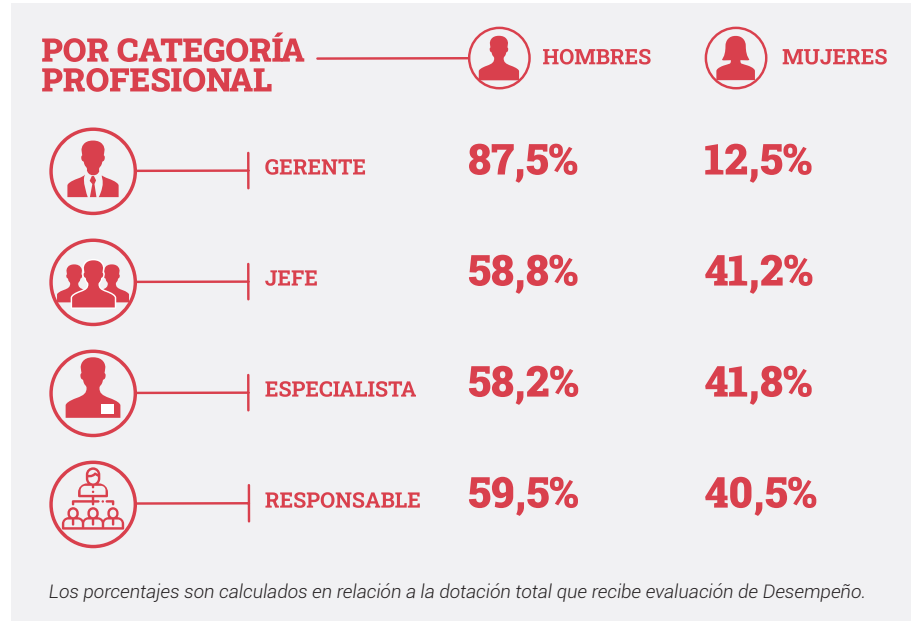
Espacios donde se comparten conocimientos entre las personas de iúnigo y comunidades existentes en el mercado. Durante el onboarding, las personas se reúnen con los siguientes equipos: People, Producto, Tecnología, Siniestros, Customer Service y Ventas.

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

PAR

Continuamos avanzando con el Proceso de Acuerdos y Resultados (PAR), una herramienta que nos facilita la gestión del desempeño de los líderes y Gerentes en el Grupo. Se evaluó el Objetivo del Grupo San Cristóbal (10%), Objetivo por Unidad de Negocio (70%) y Objetivo Individual (10%). Durante esta etapa se llevaron a cabo 216 evaluaciones con la herramienta –el doble del período anterior-, en las que los líderes conversaron y unificaron criterios de valoración de las competencias de sus colaboradores.

PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE RECIBE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO



BetterMe

iúnigo cuenta con **BetterMe**, una herramienta que permite registrar los feedbacks que los colaboradores. Trabajan el feedback de manera 360°, para que las personas puedan tener retroalimentación sobre su desempeño por parte de líderes, pares y para el caso de los líderes, su equipo.

07

Comunidad





07

Junto a la comunidad

La importancia y trascendencia de la responsabilidad social de nuestra entidad está definida desde sus comienzos por el compromiso asumido con los valores del Mutualismo. Esta vocación por generar un impacto social positivo del Grupo San Cristóbal fue evolucionando a lo largo de los años: desde la actuación social como expresión de su compromiso mutualista, al desarrollo de un plan de relacionamiento con la comunidad enmarcado en nuestro compromiso con el desarrollo sustentable y la responsabilidad social corporativa. Esta responsabilidad queda reforzada al tomar prestado y hacer suyo el valor de "Sustentabilidad mutua" que el Grupo San Cristóbal tiene definido para cada una de sus Unidades de Negocio. De esta forma, reafirmamos nuestra filosofía mutualista recalcando y actuando en consecuencia a través de acuerdos de voluntades de mutua reciprocidad, recordando siempre el propósito de contribuir a la integración de los ámbitos del trabajo y la familia bajo lo que se ha dado en llamar Responsabilidad Familiar Corporativa (RFC).

En relación a esto, llevamos adelante nuestro trabajo con la comunidad en alianza con otros actores sociales, como organizaciones civiles y asociaciones del sector. Porque entendemos que la única manera de hacer realidad una transformación social es trabajando de manera articulada con el Estado, el sector privado y las organizaciones con experiencia en el terreno.

LOS HACEDORES, NUESTROS VOLUNTARIOS

Nuestros proyectos buscan crear valor compartido para la comunidad y, a la vez, inspirar a los colaboradores a constituirse en agentes de cambio. Por eso, una de las bases de nuestro enfoque comunitario es el trabajo de Los Hacedores, el equipo de voluntarios del Grupo, mediante el cual los colaboradores tienen la oportunidad de reforzar su protagonismo activo e histórico, revalorizando el sentido de pertenencia. Los Hacedores son una expresión solidaria de los colaboradores, quienes son convocados ante situaciones de emergencia que afectan directamente a las comunidades donde estamos presentes. Ellos coordinan las acciones solidarias que se realizan en esas comunidades, como representantes activos del Grupo San Cristóbal y aseguran que la ayuda llegue a destino.





07



LOS HACEDORES POR LA COMUNIDAD

En el 2018 lanzamos el concurso interno de voluntariado corporativo "Los Hacedores por la Comunidad". Mediante este concurso se busca que todos los colaboradores del Grupo, en Argentina y Uruguay, propongan proyectos articulados con organizaciones sociales que se encuadren en nuestra estrategia de Responsabilidad Social Corporativa y Sustentabilidad. En el primer ciclo, se presentaron un total de 12 proyectos, de los cuales se financiaron 6, por un total de \$1.980.000 (pesos un millón novecientos ochenta mil), que impactaron en las ciudades de Rosario, Mendoza, Salta, Córdoba, Resistencia y Mar del Plata. En mayo de 2019, lanzamos la segunda convocatoria, donde se presentaron 14 proyectos y fueron seleccionados 7, que actualmente están en curso. Cada proyecto ganador recibirá un aporte de un monto máximo de \$400.000 (pesos cuarenta mil), más \$50.000 (pesos cincuenta mil), destinados a actividades de voluntariado.

LOS HACEDORES EN EMERGENCIA

Promovemos campañas con participación de todos los colaboradores ante situaciones excepcionales, como catástrofes climáticas que afecten a las comunidades, dentro de las cuales tenemos presencia.

Durante el mes de enero de 2019, organizamos una colecta interna, destinada a la donación de alimentos no perecederos y artículos de limpieza para hacer llegar a los afectados por las inundaciones de Resistencia, Roque Sáenz Peña, Chaco y la ciudad de Corrientes.



Mediante esta colecta hicimos llegar a las familias afectadas por la emergencia hídrica en el norte del país, las siguientes donaciones:



3.782
kilogramos de alimentos



2.339
litros de agua



8.893
productos de limpieza

El total de la donación de San Cristóbal Seguros fue de \$292.989



07



CHICAS EN TECNOLOGÍA

Renovamos nuestra alianza con la ONG Chicas en Tecnología, con el objetivo de reducir la brecha de género en carreras de ciencia y tecnología, incentivando, motivando y formando a la nueva generación de mujeres innovadoras y emprendedoras. Implementamos los talleres Clubes CET en escuelas secundarias en los que se trabaja en la detección de una problemática social de las comunidades locales y la ideación de una solución mediante el desarrollo de una App. Durante el período, apadrinamos un total de 14 clubes, distribuidos en diferentes municipios y localidades de 5 provincias: Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Mendoza y Córdoba.

En el marco de la alianza entre Chicas en Tecnología y Grupo San Cristóbal, durante el período hemos logrado:

- 14 Clubes CET apadrinados
- 14 escuelas y municipios involucrados
- 19 referentes formados
- 639 chicas alcanzadas (244 programa clubes + 395 Programa Chicas Líderes en tecnología)
- Desayunos empresariales con 70 referentes de 30 empresas

CLUBES CET

Es un programa de alcance nacional que se implementa directamente en espacios de educación formal y no formal y es liderado por educadores de la institución, acompañados por el equipo de Chicas en Tecnología. Su objetivo es desarrollar un espacio de creación e innovación sustentable dentro de los espacios de educación, apuntado a jóvenes mujeres, para posicionarlas como productoras y creadoras de soluciones tecnológicas que impacten en sus comunidades.

PROGRAMANDO UN MUNDO MEJOR

Es un programa intensivo en tecnología con fines sociales y habilidades emprendedoras para chicas de secundario entre 13 y 16 años, donde las participantes trabajan en equipo para identificar problemas reales de su entorno, diseñar y construir una aplicación para ayudar a solucionarlo.

CHICAS LÍDERES EN TECNOLOGÍA

Es una jornada pensada para que chicas de 13 a 23 años conozcan un poco más del mundo de la tecnología, oportunidades laborales y de formación. Comprende talleres, paneles, charlas y espacios de trabajo dinámicos especialmente diseñados para que las participantes no solo conozcan el mundo de la tecnología, sino que se interesen, descubran sus oportunidades e interactúen con referentes de empresas y del ecosistema tecnológico emprendedor.



07



CONVENIO CON FUNDACIÓN INVAP

A través de la firma de un convenio con la Fundación INVAP, apoyamos la edición 2019 del programa Emprendé ConCiencia, iniciativa de esa Fundación junto con el Ministerio de Producción y Trabajo de la Nación, que tiene como objetivo potenciar 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.

El concurso tuvo sus instancias de postulación y preselección dentro de este Ejercicio, donde se presentaron 236 proyectos, de los que fueron preseleccionados 14 de ellos. Estos emprendedores participaron de dos semanas de capacitación intensivas en Bariloche, donde se los asesoró en aspectos técnicos, comerciales y de impacto.

La última etapa del programa, consiste en un acompañamiento de tres meses para implementar y validar su proyecto en territorio, culminando en una presentación final ante incubadoras y aceleradoras.

100K LATAM

En línea con la decisión de apoyar programas que cuenten con el respaldo de organizaciones de primer nivel y que tengan como objetivo el desarrollo y promoción del ecosistema emprendedor de Argentina y la región, formalizamos una alianza junto al Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA) para auspiciar y participar del jurado del concurso 100K Latam, que organizan con el apoyo del MIT Sloan Latin America Office. El concurso premia con US\$ 100.000 (dólares cien mil) a los emprendedores más innovadores que participan en distintas categorías, con el objetivo de promover el desarrollo de emprendimientos en América Latina y el Caribe.





07

El arte y la cultura como derechos

La capacidad de acceder y disfrutar del patrimonio cultural es un derecho humano. El compromiso con la promoción de este derecho se encuentra fuertemente arraigado a la cultura del grupo. La Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal juega un rol protagónico como articulador de las acciones artísticas y culturales con los colaboradores y la comunidad.

ESPACIO MULTICULTURAL

El Espacio Multicultural forma parte de las nuevas áreas de acción de la Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal. Su finalidad es establecer un puente con la comunidad a través del apoyo y difusión de distintas expresiones artísticas.

Con esta iniciativa, la Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal contribuye al desarrollo integral de todas las personas vinculadas a la organización a través de 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, conciertos, charlas y talleres con el objetivo de estimular la percepción y la capacidad creadora de las personas.

Este nuevo proyecto reaviva el compromiso histórico que San Cristóbal Seguros tiene, desde sus casi 80 años, con la cultura en todas sus facetas. 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. Se agregan a esto, instalaciones de artistas de la ciudad y del país.

- En el eje de la música se trabaja en la realización de presentaciones y conciertos que incluyen los más diversos estilos, siempre haciendo foco en el gozo y la ayuda recíproca.
- En cuanto a las letras, contemplamos la presentación de publicaciones tanto de escritores nacionales como extranjeros. Entre las actividades previstas se encuentran la organización de concursos para promover el interés por las letras e impulsar el surgimiento de nuevos talentos. Desarrollamos también un ciclo de conversaciones con escritores abordando sus obras y profundizando sobre la creación literaria, el de escribir y la evolución de la literatura en los distintos contextos históricos.





07

ACTIVIDADES CULTURALES REALIZADAS

Durante todo el año hemos tenido una nutrida agenda de actividades que no solo abarcó el histórico espacio de arte que San Cristóbal posee en la ciudad de Rosario, sino que, fiel al compromiso asumido, hemos incursionado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y también visitado la ciudad de Córdoba.

Hemos ampliado la diversidad en referencia a artistas y fundamentalmente a los géneros del arte, ya que hemos intercalado pinturas, fotografías, esculturas y videos.

- Durante el mes de septiembre de 2018, lanzamos la **31° edición del tradicional Concurso Nacional de Fotografía**. En esta ocasión, invitamos a los participantes a retratar su lugar en el mundo. Las obras ganadoras fueron presentadas en una atractiva muestra, que tuvo lugar en el espacio Multicultural.
- **Exposición de pinturas del artista Rosarino Norberto Moretti** en el espacio Multicultural de Rosario.
- **Circuito Marta Minujín en Rosario:** El Espacio Multicultural, acompañado por los museos Castagnino y Macro y la Municipalidad de Rosario, presentó el "Circuito Marta Minujín en Rosario", iniciativa del Grupo San Cristóbal, que tuvo como objetivo acercar a la comunidad la obra de una de las artistas más importantes de los últimos años. El circuito se compuso de tres paradas, en una de las cuales se pudo apreciar las esculturas "Marzo" y "Abril", donadas por el Grupo San Cristóbal a la Municipalidad de Rosario, contribuyendo así al patrimonio cultural de la ciudad. Las otras dos se establecieron en el espacio Multicultural de Rosario, con la exhibición de la escultura "Febrero", junto con un recorrido fotográfico por las expresiones de arte público más resonantes de Marta Minujín, tanto en Argentina como en el extranjero, y en el Museo Castagnino. La donación en obras de arte de Marta Minujín a la ciudad de Rosario representaron \$4.174.500.
- **Conferencia de Darío Sztajnszrajber:** En agosto de 2018, tuvimos la oportunidad de compartir con más de 700 asistentes su conferencia "La pregunta existencial: filosofía, angustia, libertad".





07



- **Muestra del artista Matías Sierralta:** En la delegación del gobierno de la ciudad de Santa Fe en la Ciudad autónoma de Buenos Aires, el pintor y dibujante argentino Matías Sierralta, exhibió su muestra, complementada con una charla abierta moderada por Santiago Erausquín.
- **1QAR2018 - Primera quincena del arte Rosario 2018:** Toda persona es artista. Desde 2018 la Semana del Arte, ante la necesidad de prolongar ese lapso de tiempo, se convirtió en la Quincena del Arte. Como invitados a participar de esta iniciativa, desde la Mutual del Personal decidimos hacerlo con dos actividades. Primero, extendiendo los plazos del Circuito Marta Minujín en Rosario para que, de esta forma, más personas pudieran acceder a la producción de esta gran artista argentina. Segundo, presentando una muestra del inventor Diego Gilardi: Fantasías mecánicas.
- **Memorias del presente:** En abril de 2019, la muestra Memoria del presente reunió pinturas, dibujos, serigrafías y esculturas del destacado artista Luis Felipe Noé y textos de Vicente Zito Lema, en una breve, aunque contundente antología de ambos artistas, que abarca el período comprendido entre 1976 y el presente. Con motivo del 43° aniversario del último golpe de Estado cívico-militar en la Argentina, la exposición trazó un recorrido por la producción de ambos artistas a lo largo de cinco décadas, incluyendo obras actuales realizadas especialmente para la exposición, poniendo énfasis en la vigencia que esa propuesta tiene en la actualidad.
- **Publicación del libro "Colección San Cristóbal – Arte Moderno Argentino en el Litoral":** A través de sus páginas, se propone reflejar el genuino interés del Grupo San Cristóbal por preservar nuestras mejores expresiones del arte, poniendo una vez más a disposición de la comunidad la colección privada de obras pictóricas del Grupo, honrando nuestros orígenes y promoviendo un nuevo aporte al patrimonio cultural. Este libro cumple con el reto de poner en valor la pinacoteca del Grupo San Cristóbal y con ello acercarla a la comunidad, afianzando el histórico camino transitado.
- **Verano Emergente:** por segundo año consecutivo se realizó la muestra VERANO EMERGENTE, espacio dedicado a artistas emergentes. En esta oportunidad contamos con una muestra mixta de pinturas y esculturas. La primera a cargo de la pintora Soledad González del Cerro –de la ciudad de Rosario- y la segunda a cargo del escultor Emanuel Céliz –de la ciudad de Merlo, provincia de San Luis-. Ambas muestras estuvieron expuestas por un mes, hasta el 29 de marzo.





07

- **“Cómo construir personajes de un modo singular y efectivo” - Charla-Debate:** Realizada el día viernes 22 de marzo en la sede de FOCO del Grupo San Cristóbal, a cargo de **Abril Barrado**, escultora y ganadora del Salón Nacional de Artes Visuales 2018. El Salón Nacional de Artes Visuales es un histórico concurso nacional que realiza la Secretaría de Cultura de la Nación de manera ininterrumpida desde 1911. El concurso es un reconocimiento del Estado a los artistas visuales y refleja la producción de artistas de todo el territorio nacional.
- **Alquimia “Arte para no artistas”:** Espacio de encuentro creado para no artistas haciendo comunidad, para que cada persona se exprese a través de la pintura. En cada encuentro, la artista Gabriela Rodríguez Natal inspira a los participantes, dándoles a conocer todo sobre su proceso creativo. Adicionalmente, se brinda a los participantes delantales sustentables agroecológicos, confeccionados manualmente por Cooperativas textiles de la Red Nacional de Economía Solidaria, con algodón orgánico libre de agroquímicos, sembrado en la Región Chaqueña.



MUTUAL DEL PERSONAL DEL GRUPO SAN CRISTÓBAL
 Web: <https://www.mutualgruposancristobal.com.ar/>
 Correo: ampsc@sancristobal.com.ar
 Teléfono y horarios de atención: +54 (0341) 4202024,
 de 11 a 14 h de lunes a viernes.



08

Gestión ambiental





08

Gestión ambiental

Desde Grupo San Cristóbal buscamos que nuestro negocio sea sustentable a largo plazo, minimizando el impacto de nuestra operación sobre el ambiente e integrando la gestión ambiental en todos los procesos. Además, reconocemos el impacto económico positivo que esto tiene para la Compañía, debido a que conlleva un ahorro en los recursos.

Consideramos que los impactos más significativos que generamos como resultado de nuestras operaciones están relacionados con el consumo energético derivado de iluminación y refrigeración de nuestras instalaciones, la generación de residuos, el uso de materiales que contienen compuestos orgánicos volátiles, la limpieza de los edificios y el consumo de agua. Asimismo, otro de los impactos que tenemos asociados dada la intrínseca relación con el negocio, son los vinculados a las actividades de los proveedores.

Por eso desarrollamos un Plan de Gestión Ambiental (PGA¹), a través del cual se diseñarán y documentarán los diferentes planes, programas y actividades que harán parte de la gestión en cuanto a los aspectos e impactos ambientales, definiendo mecanismos de seguimiento y medición para demostrar el desempeño y su mejora continua. El plan es la base para garantizar la implementación de la nueva Política Ambiental y de Seguridad, que estará vigente en el próximo ejercicio.

¹Al momento abarca a las oficinas de Rosario, exceptuando a las Agencias de Asociart.

[103-1,2,3]





08



El PGA está enfocado en mejorar nuestro desempeño ambiental en todas las actividades que desarrollamos, considerando los siguientes aspectos:

- **Requisitos legales ambientales aplicables y otros requisitos asociados**
- **Uso eficiente de los recursos naturales**
- **Optimización de recursos**
- **Concientización ambiental**

Adicionalmente al PGA y la Política, también elaboramos un Manual del Sistema de Gestión de Seguridad y Ambiente¹ que se encuentra en proceso de revisión y aprobación, cuyo objetivo es garantizar un servicio de calidad y mejorar continuamente la eficiencia de nuestro desempeño, donde se preserve el ambiente y se esté pensando en la importancia de la salud del trabajador. Para esto, identificamos la reglamentación aplicable vigente y los aspectos ambientales asociados a nuestra actividad para mejorar nuestro desempeño ambiental, implantar y mantener un marco sistemático para nuestras prácticas de gestión.

Algunos de los objetivos a los que aspiramos en materia ambiental son:

- **Maximizar la separación en origen de los residuos generados y el tratamiento de residuos,**
- **Minimizar la compra de resmas de papel, de insumos plásticos de un solo uso y elementos no biodegradables,**
- **Minimizar el consumo de agua, energía convencional y de gas natural y diésel**
- **promover la compra de materiales que tengan certificado EPD (Declaración de Producto Ambiental)**

¹Alcance: todas las Unidades de Negocio menos Asociart e iúnigo

PROYECTO LEED CAJA MUTUAL (ROSARIO)

En las oficinas de Caja Mutual en Rosario estamos llevando a cabo el Proyecto LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) con el objetivo de lograr la certificación de LEED CI V4 GOLD for BUILDING OPERATIONS AND MAINTENANCE en enero 2020.

La certificación nos otorgará el cumplimiento de estándares de arquitectura sustentable, reducir la generación de residuos, disminuir el uso de agua y un mayor porcentaje en ahorro de consumo energético, promoviendo los valores de respeto al ambiente y grandes beneficios económicos. Como requisito de la certificación, se debe analizar los impactos ambientales de los proveedores.

LEED es un sistema de certificación por medio de una evaluación estandarizada, utilizado para clasificar proyectos y otorgar un certificado de reconocimiento a aquellos que demuestran ser sustentables, desarrollado por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos (US Green Building Council).





08

CONSUMO RESPONSABLE

Estamos desarrollando un Plan de Uso Eficiente de los Recursos Naturales¹, el cual tendrá por objetivo lograr un modelo de uso racional, brindando nuestros servicios con un menor uso de recursos posibles. Iniciamos un relevamiento inicial de energía eléctrica acotado en las sucursales y delegaciones que presentan mayores consumos y un desvío presupuestario mayor en dicho servicio, analizando y planificando acciones enfocadas en mitigar los impactos negativos, con el desafío de medir y mejorar este aspecto durante este período.

Consumo energético por tipo de fuente no renovable ²	Consumo (medida original)	Factor de conversión	Consumo (MJ)
Energía eléctrica	2.244.854,7 kWh	3,6 MJ/kWh	8.081.476,92
Gas oil	480 lts	36,12 MJ/lts	17.337,60
Nafta	49.548,90 lts	34,27 MJ/lts	1.697.793,06
Total de consumo de energía (MJ)			9.779.269,98

INTENSIDAD ENERGÉTICA

Energía eléctrica	2.244.854,70 kWh
Superficie GSC	38.810 m2
Intensidad energética (kWh/m2)	57,84

¹ Al momento abarca a las oficinas de Rosario exceptuando a las Agencias de Asociart

² Los factores son los provistos por el Ministerio de Energía y Minería de la Nación, y las Directrices del IPCC (Panel Intergubernamental para el Cambio Climático).

Energía eléctrica: Incluye San Cristóbal Seguros por año en Resistencia, Santa Fe, Paraná, Concordia, Concepción del Uruguay, La Plata, Neuquén, Comodoro Rivadavia, Rosario, Mar del Plata, Tucumán, Mendoza, Bahía Blanca, Córdoba; además de San Cristóbal Caja Mutual y San Cristóbal Retiro.

Gas oil: Corresponde a los grupos electrógeno de Rosario.

Nafta: Corresponde al consumo de la flota corporativa del Grupo San Cristóbal.

Continuamos trabajando en alinear los procesos de medición de los consumos energéticos con el objetivo de abarcar la totalidad de nuestras operaciones, es por eso que se identifican variaciones significativas respecto a lo comunicado en el período 2017/2018 para el consumo de combustibles. Para este período, logramos incluir la información respecto del combustibles consumidos en ruta de flota. Asimismo, logramos ampliar la medición de consumo de energía eléctrica a más operaciones.

9.779.269 MJ de energía consumida





08



GESTIÓN DE RESIDUOS

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.

Asimismo, contamos con certificados de tratamiento de los restos de obra que se reciclen, y contamos con certificación de disposición final de los residuos asimilables a urbanos que nos brindan los operadores mensualmente.

Generamos vínculos con otras aseguradoras y Bancos para observar y verificar sus prácticas de sustentabilidad, a través de visitas a sus establecimientos.

Nos encontramos en etapa de aprobación de un Plan de Gestión de Residuos, que desarrollamos con el objetivo de realizar su segregación en tres corrientes: reciclables, orgánicos y restos, para disminuir la cantidad de residuos que se envían a relleno sanitario.

En el caso de Rosario, estamos en proceso de la compra de islas de separación para situarlas en las diferentes áreas de las oficinas y comenzar con la separación de residuos¹, para darle aprovechamiento a la fracción orgánica y reciclable. Los desechos orgánicos se destinarán a la Planta de Compostaje de la ciudad de Rosario y los restos seguirán yendo a Relleno Sanitario, mientras que los reciclables se destinarán a cooperativas que trabajan en conjunto con la Municipalidad de Rosario.

Por otro lado, como parte del proyecto LEED de la reforma del edificio de Caja Mutual de Rosario, estamos evitando que un poco más del 75% de los residuos generados durante toda la obra se dispongan en relleno sanitario. Para eso tuvimos dos corrientes a seguir, los mobiliarios en desuso y restos de obra los reutilizamos internamente o externamente por medio de donaciones a entidades que lo solicitaron. A los restos de obra que no estaban en condiciones de donación los destinamos a reciclaje por medio de una empresa habilitada para tal fin, para volverlos a introducir en el mercado como subproductos.

[306-2]
¹ en Caja Mutual y Seguros Generales

GESTIÓN DE RESIDUOS NO PELIGROSOS

DESTINO	CANTIDAD (tn)	Total 72,37
Reutilización ²	12,902	
Reciclaje ³	3,153	
Compostaje ⁴	0,034	
Vertedero ⁵	56,295	

COMPOSTAJE EN ROSARIO

Se implementaron tres composteras en San Cristóbal Seguros Casa Central, con el objetivo de darles tratamiento a los residuos¹ orgánicos y transformarlos en recurso como compost orgánico. Capacitamos a nuestros colaboradores para saber cómo compostar, y actualmente, ya generamos casi 30kg de compost, el cual fue entregado a los colaboradores en bolsitas agroecológicas reutilizables de jersey de algodón confeccionado con algodón orgánico sembrado y cosechado en la ciudad de Resistencia, Provincia de Chaco, por una cooperativa de trabajo.

²Pertencientes a Caja Mutual Rosario, Seguros Generales Rosario, Santa Fe, Paraná, Córdoba, Bs. As.
³Pertencientes a Caja Mutual Rosario.
⁴Pertencientes a Caja Mutual Rosario, Seguros Generales Rosario, Retiro Rosario.
⁵Pertencientes a Caja Mutual Rosario, Seguros Generales Rosario.



08

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. Así cada vehículo que emita CO₂ a la atmósfera, a la vez aportará recursos para promover la forestación y el crecimiento de bosques nativos.

El capital es aportado por las empresas aseguradoras y surge del ahorro en recursos administrativos generado por la implementación de la Póliza Online, promovida por la Superintendencia de Seguros de la Nación.

El 90% de los aportes se destinará a la plantación de árboles nativos y a la protección de los bosques nacionales ya existentes, a fin de reducir la emisión de dióxido de carbono producida por los vehículos asegurados. El 10% restante se invertirá en el desarrollo de actividades tendientes a fomentar la cultura aseguradora en el país.

En este período, San Cristóbal Seguros realizó el aporte de \$ 108.143.888 al PROSAS.



09

Ficha Técnica





09



Ficha Técnica

TEMAS MATERIALES

A continuación, se muestran los temas materiales para Grupo San Cristóbal y su vinculación con los temas de los Estándares GRI, a partir de los cuales se definió el contenido para el presente Reporte.

TEMA MATERIAL GRUPO SAN CRISTÓBAL	TEMAS GRI ESTÁNDAR
Atracción y retención de talento	Empleo
Capacitación y formación de colaboradores	Formación y enseñanza
Compromiso con los clientes	Tema propio sin Estándar asociado
Desempeño económico	Desempeño económico
Diversidad e igualdad de oportunidades	Diversidad e igualdad de oportunidades
Ética y transparencia	Lucha contra la corrupción
Gestión de la cadena de valor	Evaluación ambiental de proveedores Evaluación social de proveedores
Impulso a la transformación digital	Tema propio sin Estándar asociado
Prevención de riesgos	Tema propio sin Estándar asociado
Promoción de una vida saludable	Tema propio sin Estándar asociado
Promoción del arte y la cultura	Comunidades locales
Relaciones con la comunidad	Comunidades locales
Uso sostenible de recursos y energía	Consumo de energía Efluentes y residuos

NOTA: En todos los casos la cobertura de los temas es tanto interna como externa, a excepción del Desempeño económico.

[102-46] [102-47] [102-55]

ÍNDICE DE CONTENIDOS DE ESTÁNDARES GRI



Presentamos el índice de contenidos con el resultado de los lineamientos que aplicamos para este proceso de Reporte: los estándares GRI en su versión 2016 y el cumplimiento con los 10 Principios de Pacto Global de Naciones Unidas.

Estándar GRI	Descripción	Respuesta y/o página	Principio Pacto Global
CONTENIDOS GENERALES			
102-1	Nombre de la organización	6	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	6	
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	6	
102-5	Propiedad y forma jurídica	6	
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	6	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	60	Principio N°6



Estándar GRI	Descripción	Respuesta y/o página	Principio Pacto Global
102-9	Cadena de suministro	35	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	36	
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", dentro del capítulo Sobre la compañía.	
102-12	Iniciativas externas	17	
102-13	Afiliación a asociaciones	22	
ESTRATEGIA			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3	
ÉTICA E INTEGRIDAD			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	10, 17	Principio N°10
GOBERNANZA			
102-18	Estructura de gobierno	27	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
102-40	Lista de grupos de interés	21	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	El 85% (1.589) de nuestros colaboradores se encuentran dentro de convenio.	Principio N°3
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	21	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	21	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	4, 23	

Estándar GRI	Descripción	Respuesta y/o página	Principio Pacto Global
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES			
102-45	Entidades incluidas en los	Las compañías de seguro no elaboran estados financieros consolidados, por normas 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: <ul style="list-style-type: none"> • San Cristóbal Seguro de Retiro S.A. - 99,92% • Asociart ART S.A. - 71,72% • San Cristóbal Bienes Raíces - 90% • San Cristóbal Seguros S.A. - 100% • Asociart RC - 100% • iúnigo Argentina Compañía de Seguros S.A.U. - 100% Además, tenemos participación en: <ul style="list-style-type: none"> • Grupo Previsional Diáconos S.A. - 2,46% • Cesvi S.A. - 5,47% • El Sol del Paraguay - 23,86% • Imagine Lab Argentina S.A. - 32% 	
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	4, 21, 23, 86	
102-47	Lista de temas materiales	86	
102-48	Reexpresión de la información	No hubo reexpresiones para el presente período.	
102-49	Cambios en la elaboración de informes	Todos los cambios indicados respecto a lo reportado en el período anterior, son comunicados oportunamente en el alcance de la información dentro del presente.	
102-50	Período objeto del informe	4	
102-51	Fecha del último informe	1º de julio de 2017 y el 30 de junio de 2018.	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	4	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	4	



Estándar GRI	Descripción	Respuesta y/o página	Principio Pacto Global
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	4	
102-55	Índice de contenidos GRI	86	
102-56	Verificación externa	El presente informe no fue sujeto a una auditoría externa.	
TEMAS MATERIALES			
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	
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Durante el período no recibimos asistencia financiera del gobierno.	
GRI 205: LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	29	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	29	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	29	
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	33	Principio N°10
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	30. En cuanto a la extensión de nuestras políticas a socios de negocio, en el ejercicio anterior realizamos una capacitación a los PAS, que para el presente período no se realizó.	Principio N°10
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	33	Principio N°10
GRI 302: ENERGÍA			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	80	

Estándar GRI	Descripción	Respuesta y/o página	Principio Pacto Global
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	80	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	80	
302-1	Consumo energético dentro de la organización	82	Principio N°7 y 8
302-3	Intensidad energética	82	Principio N°8
GRI 306: EFLUENTES Y RESIDUOS			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	83	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	83	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	83	
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	83. En el período no generamos residuos peligrosos dentro de nuestras actividades.	Principio N°8
GRI 401: EMPLEO			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	65	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	65	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	65	
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	62. Si bien todos nuestros colaboradores trabajan a jornada completa, los beneficios detallados se brindan a todo el personal, a excepción de pasantes y eventuales.	Principio N°6
GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE PROVEEDORES			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	36	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	36	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	36	
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	Si bien realizamos auditorías de desempeño a nuestros proveedores, aún no contamos con una política que incluya el impacto socioambiental como elemento de evaluación y selección al momento de su contratación.	



Estándar GRI	Descripción	Respuesta y/o página	Principio Pacto Global
GRI 404: FORMACIÓN Y ENSEÑANZA			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	67	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	67	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	67	
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	67	
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	67	
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	69	
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	61	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	61, 64, 73	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	61	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	61. La Junta Directiva está conformada por 13 hombres, 1 entre 30 y 50 años, y 12 mayores a 50.	Principio N°6
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	En el período, el ratio salarial de mujeres frente a los hombres es de 1 para todas las categorías del personal dentro de convenio, a excepción del personal fuera de convenio, donde la diferencia en el ratio es de 11% menos en el salario de mujeres frente al de los hombres. Esta disparidad está asociada a diferencias en las funciones y antigüedad.	Principio N°6

Estándar GRI	Descripción	Respuesta y/o página	Principio Pacto Global
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	71	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	71	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71	
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Todas las iniciativas y programas que llevamos adelante, son pensados y realizados teniendo en consideración la totalidad de las comunidades donde estamos presentes.	Principio N°1
GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	36	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	36	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	36	
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Si bien realizamos auditorías de desempeño a nuestros proveedores, aún no contamos con una política que incluya el impacto socioambiental como elemento de evaluación y selección al momento de su contratación.	Principio N°1 y 2
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Si bien realizamos auditorías de desempeño a nuestros proveedores, aún no contamos con una política que incluya el impacto socioambiental como elemento de evaluación y selección al momento de su contratación.	
PROPIO: APOYO AL ARTE Y LA CULTURA			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	75	



09



Estándar GRI	Descripción	Respuesta y/o página	Principio Pacto Global
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	75	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	74	
PROPIO: COMPROMISO CON LOS CLIENTES			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	44	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	44	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	44	
PROPIO: IMPULSO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA EL DESARROLLO			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	54	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	54	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	54	
PROPIO: PREVENCIÓN DE RIESGOS			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	13	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	13	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	13	
PROPIO: PROMOCIÓN DE UNA VIDA SALUDABLE			
103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	62	
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	62	
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	62	



AGRADECIMIENTOS

En su segundo Reporte de Sustentabilidad 2018-2019, Grupo San Cristóbal destaca la colaboración y el compromiso del Grupo operativo del Reporte de Sustentabilidad. ¡Muchas gracias!

GRUPO OPERATIVO

Alejandro López Varela
 Alfredo Cherara
 Analía Rodríguez
 Ayelén Scotto
 Aylén Miserere
 Beatriz Duró
 Cecilia Chevalley
 Diego Casadidio
 Diego López
 Dolores Canónico
 Estefanía Scuderi
 Exequiel Arangio
 Facundo Pomar
 Facundo Sourigues
 Fernando Martínez
 Fernando Pablichenco
 Florencia Ferramondo
 Francisco Young

Gabriel Riera
 Gerardo Lleset
 Gerónimo Schlieper
 Horacio Paluci
 Ignacio Del Castillo
 Iván Régolo
 Jerónimo D'Alessandro
 Juan Pablo Aguirre
 Luciana Di Bello
 Lucila Ferullo
 Marcelo Sicoff
 María Noel Broglia
 Mariano Bravo
 Mariano Risaro
 Mariela Sanz
 Marilina Fessia
 Marina Sigal

Martín Vitale
 Mauricio Martinelli
 Mauro Speranza
 Mercedes Richarte
 Nicole Couvert
 Noelia Tula
 Raúl Cabaleiro
 Regina Valentini
 Rodrigo Parodi
 Romina Salzberg
 Samanta Olivera
 Silvia Battilana
 Silvia Luna
 Valeria Aguilera
 Verónica De Laurentis
 Ximena Ibarra

Coordinación del informe
 Equipo de Comunicaciones
 Institucionales y Responsabilidad
 Social Corporativa de
 Grupo San Cristóbal.
www.gruposancristobal.com.ar

Asesoramiento técnico, redacción y
 diseño
Deloitte Argentina