

REPORTE DE  
SUSTENTABILIDAD  
2022 - 2023

JUAN MANUEL\_

NICKY\_

SILVIA\_

RITA\_

INGRID\_

Grupo  
San Cristóbal



REPORTE DE  
SUSTENTABILIDAD  
2022 - 2023

# UN EQUIPO Y UN PROPÓSITO

Esta nueva edición tiene a integrantes de nuestro equipo como protagonistas principales.

Nos entusiasma la idea de acercarte sus caras, sus nombres y todo lo que hacen día a día para agregar valor a nuestros clientes y a la comunidad.

NATALIA\_

---

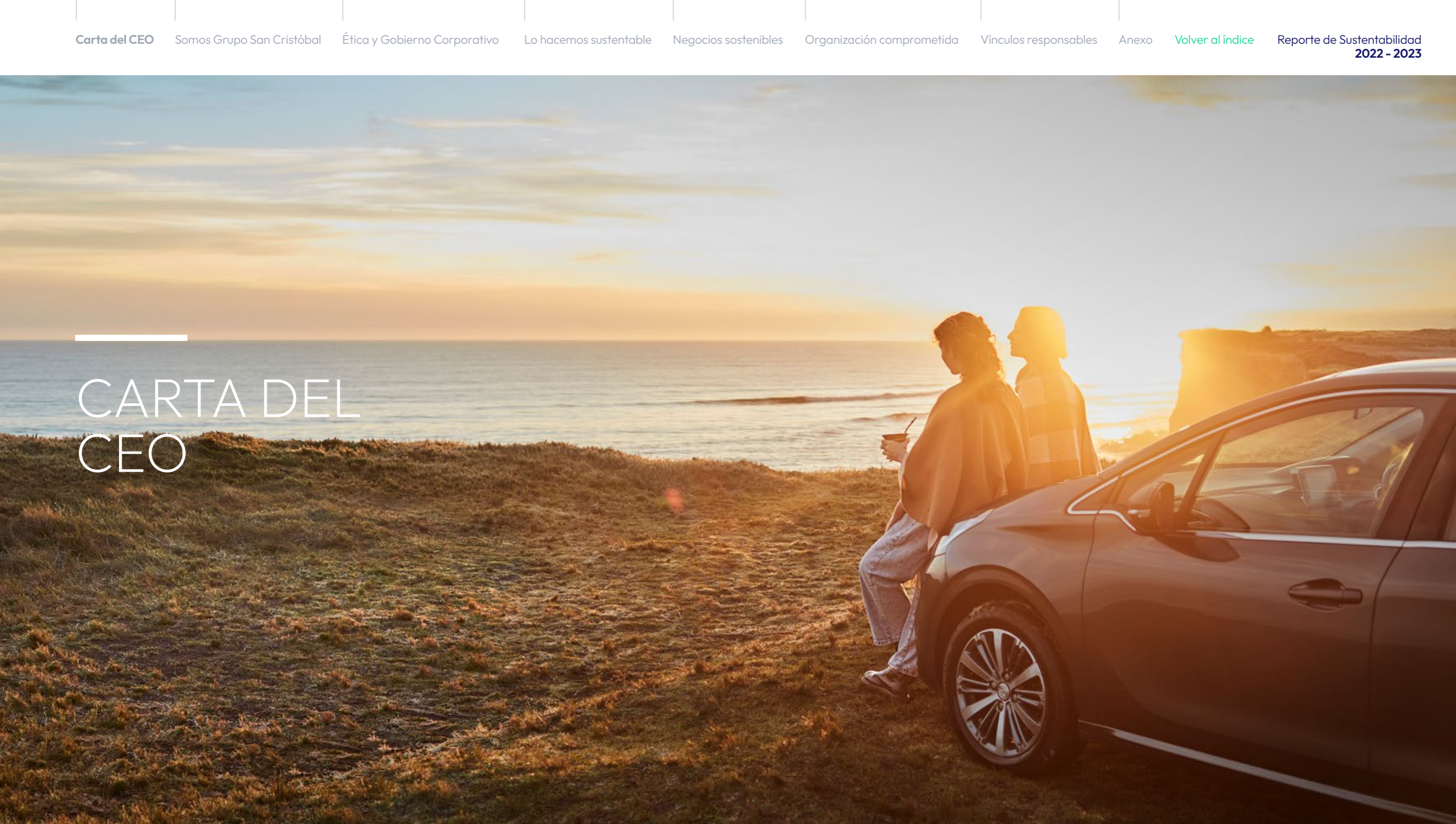
## Contenidos

	CARTA DEL CEO	Página 4			
<b>1</b>	SOMOS GRUPO SAN CRISTÓBAL	Página 7	<b>4</b>	NEGOCIOS SOSTENIBLES	Página 35
<b>2</b>	ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO	Página 21	<b>5</b>	ORGANIZACIÓN COMPROMETIDA	Página 46
<b>3</b>	LO HACEMOS SUSTENTABLE	Página 29	<b>6</b>	VÍNCULOS RESPONSABLES	Página 69
			<b>7</b>	ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI / TABLA DE REFERENCIA SASB	Página 107



---

# CARTA DEL CEO





DIEGO\_



**Con gran satisfacción comparto el Reporte de Sustentabilidad 2022-2023 del Grupo San Cristóbal que rinde cuentas a todos los grupos de interés de nuestras acciones, resultados y fuerte compromiso con el desarrollo sostenible.**

---



Me enorgullece ver cómo, año tras año, avanzamos con la participación de todos los grupos de interés en nuevas contribuciones con la agenda de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** que nos interpela.

Nuestra estrategia de sustentabilidad nos orienta de manera precisa para atender esas expectativas.

**En materia de negocios sostenibles y en línea con la flamante Estrategia Argentina de Finanzas Sostenibles, realizamos el primer análisis de nuestra cartera de inversiones para evaluar el perfil de las mismas en términos de su contribución al cambio climático.**

Un ejercicio novedoso e innovador que, en base a sus resultados, nos permite monitorear y establecer criterios para mejorar nuestro desempeño y contribución al financiamiento sostenible.

**Como organización responsable, destaco los avances en materia de diversidad e inclusión con nuevas políticas, programas e iniciativas que nos van convirtiendo en un entorno más abierto e inclusivo.**

Asimismo, tuvimos importantes progresos en materia de gestión ambiental, sobre todo, en relación a nuestras acciones para reducir las emisiones de carbono de la organización.

En materia del compromiso con la comunidad, destaco una iniciativa que me llenó de orgullo: la implementación de los programas **Potrero Digital** y **Picadito Digital** en alianza con **Fundación Compromiso**.

Una inversión potente y de alto impacto que brindó capacitación y herramientas digitales para **más de 1.000 jóvenes** de distintas edades y en situación de vulnerabilidad social.

Todo lo anterior con una fuerte base de tecnología, innovación y diversidad, pilares centrales de esta estrategia de sustentabilidad.

Deseo resaltar especialmente el involucramiento directo de nuestros colaboradores en generar impacto positivo en la preservación del medio ambiente. Prueba de ello fueron las iniciativas de forestación en la Reserva Ecológica San Sebastián, Misiones y en la Reserva Provincial Pampa de Achala, Córdoba.

Agrego un último pilar esencial: la integridad. En este sentido, son muchos los avances realizados en el último período para consolidar nuestro **Programa de Integridad**.

**Este reporte comparte todo lo que hicimos y también muestra el camino hacia dónde queremos ir como organización comprometida con la ética, la prosperidad, las personas y el planeta.**

Los invito a conocer todo lo realizado por el Grupo San Cristóbal y también los convoco a sumarse con su empresa o de forma personal, a todas las acciones que realizaremos el próximo ejercicio 2023-2024 y contribuir así a multiplicar el impacto social, ambiental y de gobierno.

Cordialmente,

**Diego Guaita**

CEO / Grupo San Cristóbal



# 1

## SOMOS GRUPO SAN CRISTÓBAL

NICO\_

KONE\_

TOMÁS\_





## Sobre nosotros

Somos un grupo asegurador y de servicios financieros conformado por empresas de primera línea.

**Las personas están en el centro de todo lo que hacemos y utilizamos la potencia de la tecnología para brindarles a nuestros clientes una experiencia superior.**

Nos entusiasma el talento y trabajar con gente vibrante, inquieta, que se anima a pensar distinto y a ser protagonista en un mundo que cambia.

A través de nuestras marcas brindamos soluciones para individuos, empresas y la industria del agro. Junto a los Productores Asesores de Seguros (PAS) tenemos presencia en toda la República Argentina y en la República Oriental del Uruguay.

**En Grupo San Cristóbal trazamos y ejecutamos políticas activas para promover una gestión responsable, contribuir al desarrollo sostenible y construir una organización conectada con las personas.**

Lo hacemos de manera íntegra, empática con nuestras comunidades, comprensiva de la realidad, diversa, inclusiva y dispuesta a escuchar a todos los grupos de interés con los cuales nos relacionamos.



### NUESTRO PROPÓSITO

Hacer que nuestros clientes estén seguros, cuidando su bienestar y patrimonio, esmerándonos por entender sus necesidades, ayudándolos a tener éxito y superando sus expectativas.



## PRINCIPIOS CULTURALES Y COMPORTAMIENTOS

### SOMOS UN MISMO EQUIPO

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

### LO HACEMOS SUSTENTABLE

- » En todo lo que hago, tengo en cuenta el impacto social, ambiental y económico.
- » Gestiono responsablemente los riesgos.
- » Construyo relaciones de largo plazo, respeto los derechos y cumplo los acuerdos.

### NUESTRA PRIORIDAD, EL CLIENTE

- » ¡Estoy cerca! Conozco a nuestro cliente, entiendo sus necesidades y actúo en consecuencia.
- » Comprendo cómo impactan mis decisiones en nuestros grupos de interés.
- » Escucho de verdad, me involucro y desarrollo soluciones integrales.
- » Pongo mi experiencia al servicio del cliente.

### INTEGRIDAD O NADA

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

### EVOLUCIONAR PARA CRECER

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





## Nuestros negocios

Constituimos una figura de gestión integral y transversal conformada por distintas compañías agrupadas en seguros, finanzas y servicios.

### SEGUROS



iünigo

### FINANZAS



### SERVICIOS





## Atravesamos el país con productos para todas las necesidades

Contamos con una gran solvencia y trayectoria en el mercado asegurador y de servicios financieros en Argentina, además de una creciente presencia regional.



### PERSONAS

Seguros de auto, Hogar, Vida, Retiro, Accidentes personales, Responsabilidad civil, Embarcaciones, Caución alquiler y Mala praxis. Prestando prendarios (autos, utilitarios y otros destinos) y préstamos a sola firma. Ahorro a término. Paquetes turísticos. Pasajes y hoteles.



### EMPRESAS

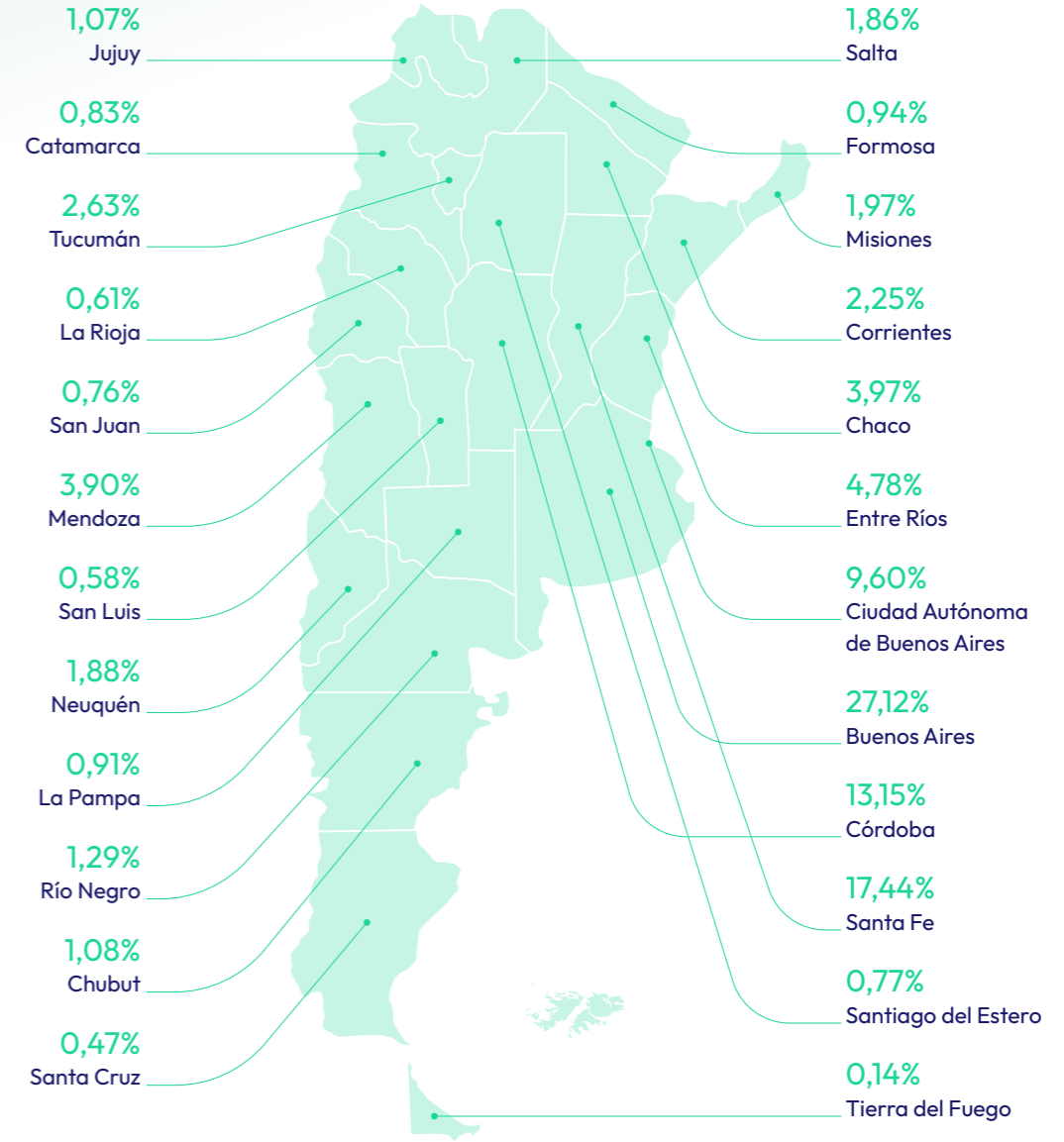
Seguros de riesgos del trabajo, Flota vehículos, Vida colectivo, Retiro colectivo, Transporte de mercaderías, Caución, Comercios, Consorcios, Incendio, Responsabilidad civil, Robo, Técnico, AP prestacional y Todo riesgo operativo. Prestando prendarios (autos, utilitarios y otros destinos) y para capital de trabajo. Programas de incentivo. Viajes corporativos. Medicina laboral. Contact center. Higiene y seguridad.



### AGRO

Seguros para granizo, Integral agropecuario, Transporte de granos, Silo bolsas, Pick-up e Implementos agrícolas. Seguro de vida peón rural, AP rurales y maquinarias.

## Distribución geográfica de nuestros clientes





## Destacados 2022 / 2023

1.959  
integrantes

32  
ciudades

7  
centros médicos

+9.200  
prestadores

+1.100.000  
trabajadores asegurados  
por nuestra ART

8  
clubes de mujeres  
y seguros

17  
provincias

+10.100  
Productores Asesores  
de Seguros (PAS)

+1.200.000  
clientes

+1.500.000  
pólizas totales

60  
sucursales en  
todo el país

+128%  
aumento de energía  
procedente de  
fuentes renovables

2  
nuevos créditos  
otorgados por  
Fondo Sigma

+89%  
incremento de la cartera  
de seguros administrada





## Participación en el mercado

→ 1<sup>ro</sup>  
en Retiro  
individual

→ 5<sup>to</sup>  
en Riesgos  
del trabajo

→ 5<sup>to</sup>  
en  
Automotores

→ 5<sup>to</sup>  
en Combinados  
de comercio

\* Según información balance SSN



## Premios y reconocimientos



### SAN CRISTÓBAL RETIRO

- » Primer puesto en la categoría **Destacados por rubro - Retiro** en los Premios Prestigio.



### SAN CRISTÓBAL SEGUROS

- » Segundo puesto en la categoría **Prestigio Público** en los Premios Prestigio.



### ASOCIART ART

- » Segundo puesto en la categoría **Destacados por rubro - Riesgos del Trabajo** en los Premios Prestigio.



### CIRCULANTES / CONVERSACIONES SOBRE CÓMO ANDAMOS

- » Finalista en la categoría **Contenidos con impacto positivo** de los Premios Obrar Federal.
- » Ganador en la categoría **Podcasts Brandeados** en el Festival Argentino de Podcast (FAP).
- » Premio Plata en la categoría **Contenidos con impacto positivo - Géneros ficción, documental, educativo y/o periodístico** de los Premios Obrar Federal.
- » Declarado de **Interés Provincial** por la Cámara de Diputados de la provincia de Santa Fe, por su contribución a la movilidad en las ciudades.



### HACEDORES POR LA COMUNIDAD

- » Premio Plata en la categoría **Comunicación interna, voluntariado, programas de sustentabilidad y activaciones** de los Premios Obrar Federal.
- » Tercer puesto en la categoría **Sustentabilidad Social** de los Premios Eikon.
- » Segundo puesto en la categoría **Seguros** en los Premios Conciencia.



### TODOS A BORDO / MENDOZA 2022

- » Oro en la categoría **Mejor Viaje de Incentivo** de FIP Festival Awards 2022.



### ALIANZAS POR LA INCLUSIÓN

- » Premio Alianza del Seguro en la **II Cumbre Iberoamericana - El Seguro en la Agenda 2030**. El evento se realizó en Madrid durante los días 16 y 17 de noviembre de 2022.



FLOR\_



Declaración #Circulantes



FLOR\_

EXE\_



Premios Obrar Federal





LU\_

MARTÍN\_

EXE\_

EZEQUIEL\_

VERO\_

MECHI\_

SILVIA\_

ADRIANA\_

GISE\_



## Indicadores

### → DESEMPEÑO ECONÓMICO

En millones de pesos	Ejercicio 2021 / 2022	Ejercicio 2022 / 2023
<b>Valor económico generado (ingresos)</b>	\$ 90.241	\$ 195.967
Costos operativos	\$ 84.701	\$ 207.126
Salarios y beneficios de los empleados	\$ 8.666	\$ 4.882
Pagos a proveedores de capital	\$ 0	\$ 0
Pagos al gobierno (impuestos)	\$ 4.141	\$ 6.796
Inversiones en la comunidad	\$ 33	\$ 51
<b>Valor económico distribuido</b>	<b>\$ 97.541</b>	<b>\$ 218.856</b>
<b>Valor económico retenido</b>	<b>-\$ 7.300</b>	<b>-\$ 22.889</b>

Los valores son ajustados por inflación y corresponden al Grupo San Cristóbal, incluyendo San Cristóbal Seguros Generales, iunigo, Asociart, San Cristóbal Retiro, San Cristóbal Servicios Financieros y San Cristóbal Caja Mutual.

En el gráfico siguiente se detallan los distintos canales de interacción a través de los cuales, en forma constante, tomamos conocimiento de las expectativas de los grupos de interés.

### → TRANSPARENCIA CON GRUPOS DE INTERÉS

Grupo de interés	Canal de comunicación
<b>Asociados y accionistas</b>	Asambleas Generales Ordinarias. Reuniones de Directorio. Plataforma de encuesta online.
<b>Organismos y asociaciones</b>	Plataforma de encuesta online. Participación en mesas de trabajo e iniciativas. Comunicados de prensa. Websites y redes sociales.
<b>Cámaras, sindicatos y organismos regulatorios y de gobierno</b>	Reuniones periódicas y de comisiones directivas. Cumplimiento normativo y regulatorio. Participación en mesas de trabajo, comisiones e iniciativas. Plataforma de encuesta online.
<b>Colaboradores/as</b>	Workplace. Reuniones 360. Encuentro de fin de año. Actividades de formación y desarrollo. Encuestas pulso. Instancias de feedback. Plataforma de encuesta online.
<b>Productores Asesores de Seguros (PAS)</b>	Capacitación continuada. Programas de formación e incentivo. Eventos de relacionamiento. Reuniones con el equipo de liderazgo y de operaciones. Participación en eventos y exposiciones. Plataforma de encuesta online.
<b>Proveedores</b>	Reuniones periódicas. Portal de Proveedores. Comunicados de prensa. Websites y redes sociales. Plataforma de encuesta online.
<b>Clientes y asegurados</b>	Encuestas online y telefónicas. C-Sat (Customer satisfaction) y NPS (Net Promote Score). Correos electrónicos. Websites y redes sociales. Notificaciones por App de autogestión. Plataforma de encuesta online.
<b>Medios de comunicación</b>	Comunicados de prensa. Websites y redes sociales. Reuniones de relacionamiento. Eventos especiales. Comunicados de prensa. Plataforma de encuesta online.
<b>Comunidad</b>	Plataforma de encuesta online. Programa de voluntariado corporativo. Comunicados de prensa. Websites y redes sociales. Actividades de la Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal.



## Nuestra presencia en las redes sociales



111.755 (+10%)

→ 40.143  
Grupo San Cristóbal

→ 37.333  
San Cristóbal Seguros

→ 19.303  
Asociart ART

→ 26.500  
iúnigo



41.065 (+20%)

→ 24.400  
San Cristóbal Seguros

→ 3.735  
San Cristóbal Retiro

→ 2.978  
Asociart ART

→ 8.952  
iúnigo



134.553 (+8%)

→ 120.483  
San Cristóbal Seguros

→ 7.072  
San Cristóbal Retiro

→ 1.134  
Asociart ART

→ 5.864  
iúnigo



### ORGANISMOS REGULATORIOS

Son entidades esenciales para el encuadre de nuestra actividad comercial:

- » Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)
- » Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Solidaria (INAES)
- » Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT)
- » Unidad de Información Financiera (UIF)
- » Inspección General de Personas Jurídicas de la provincia de Santa Fe (IGPJ)



### PARTICIPACIÓN EN INICIATIVAS Y ESPACIOS DE DIÁLOGO

Somos signatarios de:

- » Principios del Pacto Global de Naciones Unidas
- » Principios de Empoderamiento de la Mujer (WEPs) de ONU Mujeres



### TAMBIÉN PARTICIPAMOS EN:

- » Asociación Civil Latinoamericana para el Desarrollo del Seguro Agropecuario (ALASA)
- » Asociación de Aseguradoras del Interior de la República Argentina (ADIRA)
- » Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la Argentina (AMCHAM)
- » Confederación Argentina de Mutualidades (CAM)
- » Consejo Publicitario Argentino (CPA)
- » Federación de Entidades Mutualistas de la Provincia de Santa Fe (FEMSAFE)
- » Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros (FEMS)
- » Grupo de Inversión de Impacto
- » Instituto de Ayuda Económica Mutual (IAEM)
- » Instituto para el Desarrollo Empresario Argentino (IDEA)
- » International Cooperative and Mutual Insurance Federation (ICMIF)
- » LIDE Argentina | Grupo de Líderes Empresariales de Argentina
- » Moverse
- » Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE)
- » Red de Empresas Inclusivas Argentina (REIA)
- » Cámara Argentina de Anunciantes (CAA)
- » Asociación Argentina de Comunicación Interna (AADECI)



## Renovamos nuestro compromiso con el Pacto Global

Los integrantes de la Red de Pacto Global Argentina eligieron nuevas autoridades para el período 2022-2024, en el marco de la 8° Asamblea Nacional **Empresas por un mundo mejor**, celebrada el 27 de septiembre de 2022.

Nos enorgullece renovar nuestro compromiso ocupando el rol de empresa titular dentro de la Mesa Directiva de esta iniciativa tan relevante para la promoción del desarrollo sostenible.

EZEQUIEL\_





# 2

## ÉTICA Y GOBIERNO CORPORATIVO





## JUNTA DIRECTIVA

Es el Órgano de Administración y es esencial para el éxito de la organización en el largo plazo.

Su modelo de gobierno está diseñado para garantizar el cumplimiento del estatuto con adecuados controles y salvaguardas.

La gestión del negocio se desarrolla con un plan estratégico alineado con nuestro propósito y principios culturales que, promoviendo acuerdos interpersonales e institucionales sobre conductas y valores, propician la cultura de negocios con basamento en la ética y la transparencia.

Presidente:

**Oswaldo Bossicovich**

Vicepresidente 1°:

**Ricardo Silberstein**

Vicepresidente 2°:

**Jorge Borsani**

Secretario:

**Eneas Collado**

Tesorero:

**José Nanni**

Prosecretario:

**Jorge Aimaretti**

Protesorero:

**Diego Marcos**

Vocal Titular:

**Héctor Perucchi**

Director Independiente:

**José Nanni**

Vocal Suplente:

**Humberto Santoni**

Fiscalizadores:

**Oswaldo Pringles, Daniel Gallo y Sergio Roldán**

## COMITÉS

Contamos con comités que facilitan la consolidación de la base para un marco eficaz de Gobierno Corporativo.

- » **Comité de Auditoría y Control Interno.**
- » **Comité de Inversiones.**
- » **Comité de Gestión y Control de Riesgos.**
- » **Comité de Ética y Cumplimiento Normativo.**
- » **Comité de Ética y Conducta.**
- » **Comité de Prevención del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo.**
- » **Comité de Difusión, Transparencia y Relaciones con la Superintendencia de Seguros.**
- » **Comité de Análisis de las Contrataciones de Insumos y de la Gestión Patrimonial.**
- » **Comisión Jurídico – Institucional.**

## ESTRUCTURA EJECUTIVA

**Diego Guaita**

CEO Grupo San Cristóbal y Gerente General de San Cristóbal Seguros

**Leonardo López**

Gerente de Administración, Finanzas y Negocios Financieros

**Federico Rela**

Gerente de Tecnología

**Christian Blousson**

Gerente de Marketing y Comunicaciones

**Lidia Leonardi**

Gerente Técnica Actuarial

**Sergio Salmi**

Gerente de Asuntos Legales y Cumplimiento

**Luciano Torre Arregui**

Gerente de Alianzas y Brokers

**Laura Valeiro**

Gerente de Personas y Bienestar

**María Noel Broglia**

Gerente de Auditoría

**Nicolás Ercole**

Gerente de Operaciones

**Matías Berasategui**

Gerente de Riesgos y Planeamiento

## GERENTES DE UNIDADES DE NEGOCIOS

**Sebastián Dorrego Viera**

San Cristóbal Seguros (Uruguay)

**Diego Álvarez**

Asociart ART

**Guillermo Pellerano**

San Cristóbal Retiro

**Mario Epzstein**

San Cristóbal Servicios Financieros

**María Martha Nadeo**

San Cristóbal Caja Mutual



## Hacia una cultura de integridad

La ética y la transparencia son bases esenciales para el desarrollo de los negocios. **Integridad o nada** es uno de los principios culturales del Grupo San Cristóbal.

Luego del hito del **Código de Ética y Conducta firmado por todos nuestros colaboradores durante el ejercicio pasado, en este período profundizamos las acciones para seguir arraigando la concientización generalizada del código.**

Con diversas campañas y acciones se trabajó la sensibilización y comunicación con los colaboradores sobre los distintos dilemas éticos que pueden enfrentarse en su rol dentro de la organización.

Mediante el programa **#SoyTuFan** recientemente desplegado, se promueve reforzar el conocimiento y la puesta en práctica de los principios culturales bien identificados en el citado código del Grupo San Cristóbal, fomentando el reconocimiento de toda situación, acción, comportamiento y/o actitud en la que se reflejen los principios culturales.

**Asimismo, se renovó el compromiso de los colaboradores y las colaboradoras respecto al código.**



## Prevención de lavado de activos y financiamiento al terrorismo

### INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

Continuamos trabajando en el acondicionamiento del sistema de **Prevención de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (PLAyFT)**, optimizando la generación de alertas y la gestión de casos.

### CONFIABILIDAD

Durante el ejercicio se concluyó con el proceso de supervisión iniciado en marzo de 2022, oportunidad en la que dos Unidades de Negocio del Grupo fueron supeditadas a un proceso de inspección “in situ” por parte de autoridades de la **Unidad de Información Financiera (UIF)** y la **Superintendencia de Seguros de la Nación**. Pudo cerrarse el proceso de forma positiva, sin observaciones.

### CAPACITACIÓN

Continuamos brindando capacitación virtual a cada colaborador con los fundamentos de **PLAyFT** y el **Enfoque Basado en Riesgos**, incorporando las novedades y recomendaciones que los reguladores publican sobre la materia.

**Además, de la mano de asesores especializados en la materia, brindamos capacitación y actualización a todos los integrantes del área, Oficiales de Cumplimiento, miembros de la Junta Directiva y Comisión Fiscalizadora.**

Adicionalmente, los miembros de la Gerencia de PLaYFT asistieron a distintos congresos y participaron de jornadas intensivas de capacitación y actualización de conceptos para el entendimiento de nuevas tipologías en materia de lavado de activos y financiamiento del terrorismo.



## Resultados obtenidos

142.529

alertas generadas  
en el período

96,53%

alertas cerradas mediante  
procesos automáticos

### DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ALERTA

97,44%

análisis de riesgo de clientes

0,23%

reintegro por cancelación de  
pólizas / exceso en acumulado  
de pago de siniestros

0,89%

bienes de valor elevado y que  
puede ser considerado un objeto  
de lujo o de alto riesgo de LAyFT

1,44%

análisis de las transacciones  
y contrataciones efectuadas  
por el cliente



## Prevención de fraude

La política de prevención de riesgos se continuó consolidando en nuestra organización durante el último ejercicio, facilitando un control más exhaustivo sobre el cuidado y protección de los activos de la empresa.

**Entre los principales despliegues podemos mencionar:**

- » sistema de triaje automático, el cual permite ampliar el análisis de casos en cuestión de segundos;
- » creación y actualización de múltiples reglas expertas para la detección de nuevas casuísticas en distintos productos;
- » se realizó un importante avance durante este ejercicio en la creación de un bot de investigación y derivación automática.

**Las principales acciones estuvieron dirigidas a acompañar desde el análisis y la gestión, el comportamiento del fraude en las distintas coberturas, haciéndolo a través de la automatización y adaptación constante de procesos.**

Con este objetivo, mediante la combinación de análisis de negocio y ciencia de datos, se logró implementar un conjunto de nuevos desarrollos y mitigar el impacto económico que tiene el fraude en el Grupo San Cristóbal y el mercado asegurador argentino.

Por su parte, se ha generado una gran sinergia entre las distintas áreas, con el fin de abarcar, a través de diferentes procesos, un modelo de prevención y detección más robusto.

Operativamente, dentro del **Portal de Gestión de Fraude** se desplegó también un nuevo módulo administrativo, el cual permite un control eficiente de los gastos del área en materia de investigación.

Continuamos invirtiendo en capacitación y los colaboradores del grupo realizaron un e-learning con casos prácticos con el fin de agudizar los sentidos al momento de analizar un hecho sospechoso.

Esta gestión fue complementada con distintas piezas comunicacionales que se publicaron a lo largo del ejercicio.

## Resultados obtenidos

**+\$1.600 millones**

evitados como potencial perjuicio  
para el Grupo San Cristóbal

**+117%**

en relación a 2022

**2.416**

casos de fraude positivo  
(porcentaje similar a 2021)

**14.099**

casos analizados  
(gran cantidad de ellos  
detectados automáticamente por  
reglas y modelos de Analytics)

**6.561**

investigaciones formales  
internas y externas



## Auditoría Interna

Es una actividad independiente que agrega valor al evaluar y mejorar la eficacia de los procesos de gestión de riesgos, control y gobierno. Contamos con una Gerencia Corporativa de Auditoría Interna con un total de 15 auditores.

### MISIÓN

Evaluar y monitorear la efectividad del sistema de control interno con el fin de asegurar:

- » el cumplimiento de los objetivos y estrategia fijados por la Junta Directiva;
- » la efectividad y eficiencia de las operaciones;
- » la confiabilidad de la información contable;
- » el cumplimiento de las leyes y normas aplicables.

Durante el ejercicio, el equipo de Auditoría del Grupo continuó con la transición hacia un modelo de auditoría digital, trabajando prácticas ágiles y procesos continuos.

**La Junta Directiva monitorea y revisa la efectividad de la auditoría interna independiente a través del Comité de Auditoría del Grupo. Dicho Comité realiza una evaluación anual de los planes y de su desempeño.**

Mensualmente se realiza el seguimiento de las observaciones y los planes o acciones para su normalización junto con el Comité de Auditoría.

MAURI\_

FLOR\_



# 3

## LO HACEMOS SUSTENTABLE

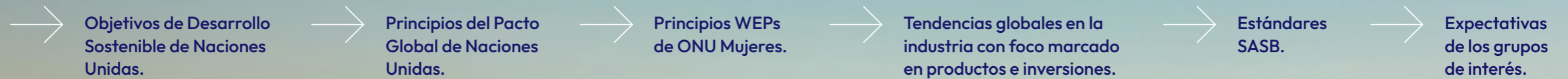




## Estrategia de sustentabilidad

Nuestra estrategia de sustentabilidad marca el camino de acción de la organización en el corto y mediano plazo, está en línea con la **Agenda 2030** y atiende los desafíos y las expectativas actuales más relevantes para las empresas de nuestra industria.

Conocé más mirando el video

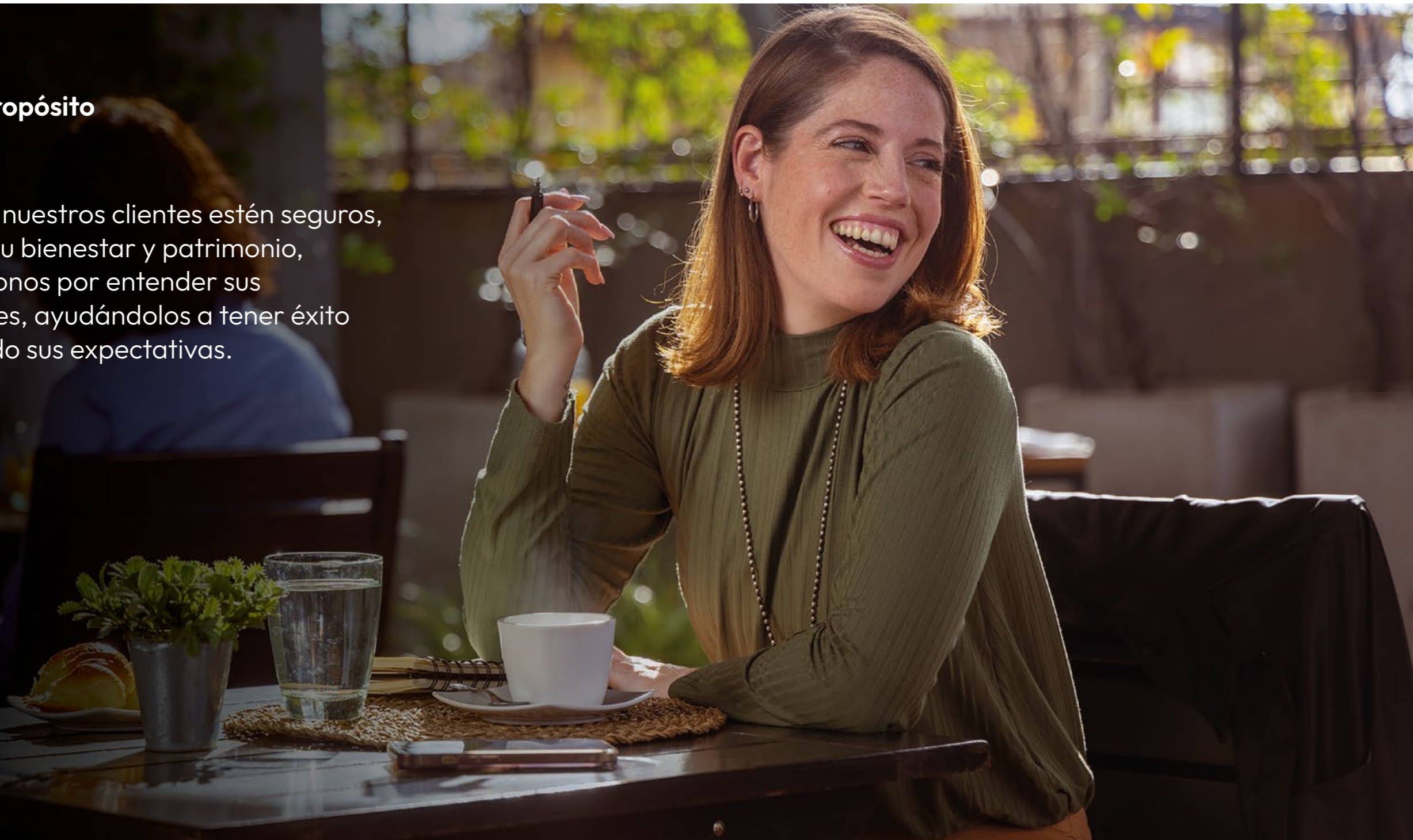




---

## Nuestro propósito

Hacer que nuestros clientes estén seguros, cuidando su bienestar y patrimonio, esmerándonos por entender sus necesidades, ayudándolos a tener éxito y superando sus expectativas.





## Nuestra estrategia de sustentabilidad

Partimos de un principio cultural que nos guía:  
**LO HACEMOS SUSTENTABLE**

### LINEAMIENTOS

<p><b>Negocio sostenible</b> Facilitar soluciones que mejoren la vida de las personas, las organizaciones y el planeta.</p>	<p><b>Organización comprometida</b> Consolidar una gestión organizacional alineada al desarrollo sostenible.</p>	<p><b>Vínculos responsables</b> Relacionarnos de manera honesta y transparente con nuestros grupos de interés.</p>
---	--	--


### COMPONENTES

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>» Productos sostenibles</li> <li>» Gestión sustentable de inversiones</li> <li>» Gestión integral de riesgos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Liderazgo comprometido</li> <li>» Conciencia ambiental</li> <li>» Gran lugar de trabajo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>» Experiencia de clientes</li> <li>» Marketing responsable</li> <li>» Sustentabilidad en la cadena de valor</li> <li>» Compromiso con la comunidad</li> <li>» Cultura aseguradora</li> </ul> |
|--|---|---|

### TRANSVERSALES

 Integridad	 Innovación	 Diversidad
---	---	---

### PILARES

 Rendición de cuentas	 Comunicación
---	---

## Plan de acción 2024

Cada componente de la estrategia cuenta con un plan de acción, involucrando a todas las estructuras de la organización y entendiendo que la sustentabilidad es una construcción colectiva y un componente clave de nuestra cultura.

Dada su transversalidad, cada área asumió desafíos en el corto y mediano plazo para su cumplimiento. Entre las temáticas de gestión priorizadas se encuentran:



### NEGOCIO SOSTENIBLE

- » Análisis climático de la cartera de inversiones.
- » Fondos de impacto.



### ORGANIZACIÓN COMPROMETIDA

- » Comité de Diversidad e Inclusión.
- » Inclusión de personas con discapacidad.
- » Capacitaciones en temáticas de sustentabilidad.
- » Camino a la carbono neutralidad.



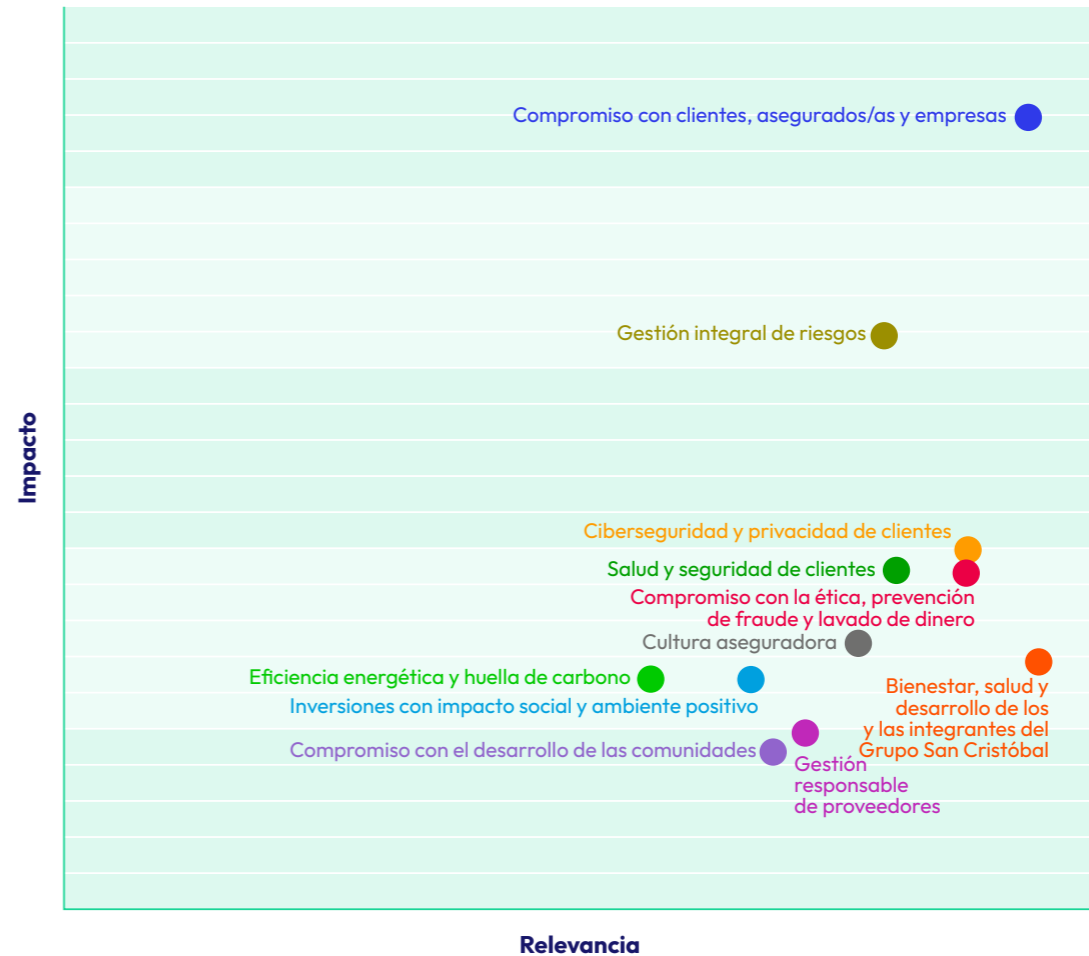
### VÍNCULOS RESPONSABLES

- » Inversión social privada de alto impacto.
- » Voluntariado corporativo.
- » Calidad de atención a clientes.
- » Accesibilidad.
- » PAS: tecnología y sustentabilidad.

A lo largo de esta edición del Reporte de Sustentabilidad, daremos cuenta de los avances alcanzados y de los desafíos para los próximos períodos.

## Matriz de materialidad

La identificación, priorización y validación de los temas materiales le otorga consistencia a la estrategia de sustentabilidad. Este ordenamiento de asuntos refleja las expectativas de nuestros grupos de interés.





## Nuestro compromiso con los ODS

Los aspectos materiales del Grupo San Cristóbal reflejan los lineamientos de nuestra nueva estrategia de sustentabilidad y se relacionan con metas específicas de los ODS. Se constituyen en focos prioritarios de nuestro compromiso como empresa para dar respuestas concretas a los desafíos planteados por la **Agenda 2030**.

Impacto		Aspecto material	Objetivos de Desarrollo Sostenible	Estrategia de Sustentabilidad
Interno	Externo			
✓	✓	Compromiso con la ética, prevención de fraude y lavado de dinero.	 	Paz
	✓	Inversiones con impacto social y ambiental positivo.	      	Negocios sostenibles
✓	✓	Gestión integral de riesgos.		
✓	✓	Ciberseguridad y privacidad de clientes.		
	✓	Compromiso con clientes, asegurados/as y empresas.	    	
✓		Bienestar, salud y desarrollo de los y las integrantes del Grupo San Cristóbal.	  	Organización comprometida
✓		Eficiencia energética y Huella de Carbono.	    	
	✓	Gestión responsable de proveedores.	 	
	✓	Compromiso con el desarrollo de las comunidades.	    	Vínculos responsables
	✓	Salud y seguridad de clientes.		
✓	✓	Cultura aseguradora.	  	

# 4

## NEGOCIOS SOSTENIBLES





## Finanzas sostenibles

### INVERSIONES COMPROMETIDAS CON EL CAMBIO CLIMÁTICO

Inspirados por nuestra estrategia de sustentabilidad y atendiendo al contexto país con la estrategia de finanzas sostenibles de Argentina, en el último ejercicio comenzamos a realizar el análisis de la cartera de inversiones del Grupo San Cristóbal en relación al cambio climático. Se trata de algo novedoso para empresas de seguros en nuestro país.

**El objetivo de este primer ejercicio fue hacer un diagnóstico y estado de situación de nuestras inversiones a partir de su contribución al cambio climático.**

De los distintos destinatarios de las inversiones, se consideraron los siguientes aspectos:

- » Huella de Carbono;
- » exposición a sectores con mayor contribución de GEI;
- » temperatura de la cartera de inversiones;
- » exposición a Obligaciones Negociables etiquetadas.

**Los resultados iniciales nos permiten incorporar la perspectiva de impacto ambiental en la estrategia de inversiones.**

En paralelo, sumamos el ejercicio proactivo de iniciar conversaciones con muchas entidades sobre sus compromisos y políticas en materia de cambio climático.

### FINANZAS DE IMPACTO

A través de San Cristóbal Caja Mutual, además de contribuir a la estrategia de sostenibilidad del Grupo, trabajamos en el proceso de conversión del **core business** a una mutual de triple impacto.

Como organización, nos hemos impuesto un objetivo ambicioso: elevar nuestros estándares y desarrollar las finanzas sostenibles como modelo de gestión.

Este propósito de la mutual se complementa con el rol de San Cristóbal Servicios Financieros con foco en:

- » **ayudar a las pequeñas y medianas empresas del interior del país** a acceder al financiamiento en el mercado de capitales, logrando que puedan saltar restricciones culturales y sociales;
- » **acercar el leasing financiero a empresas de todo el país**, permitiendo la renovación del equipamiento de éstas para emprender obras y prestar servicios que hagan más sustentables a las economías regionales.

Estamos comprometidos con la difusión y sensibilización en el desarrollo de las finanzas de impacto, participando en iniciativas de trabajo intersectoriales como:

- » **grupo de trabajo para Cono Sur de Global Steering Group on Impact Investing** (grupo directivo global sobre inversión de impacto);
- » **participación en el Consejo Asesor de la Red Impulso para las Nuevas Economías (RINE) en Rosario.**

**Compartimos nuestro camino de finanzas de impacto en:**

- » **Día B organizado por Sistema B.** Panel de inversión de impacto.
- » **Agenda ambiental, desafíos del presente.** Ciclo de concientización organizado por **Moverse.**
- » **Mujeres protagonistas del ecosistema asociativo.** Evento organizado por **Viví Santa Fe Asociativa.**
- » **Toque de campana por la igualdad de género.** En el Mes de la Mujer, fuimos parte de este evento en la **Bolsa de Comercio de Rosario.**

## Fondo SIGMA

Por tercer año consecutivo, continuamos con las inversiones en proyectos de impacto social, ambiental y cultural; negocios inclusivos; infraestructura socio urbana y desarrollo cultural.

A las tradicionales evaluaciones económicas y financieras, se agrega una metodología para la medición de impacto que incluye aspectos de:

- » gobernanza;
- » transparencia;
- » problemática atendida por el proyecto;
- » e indicadores sociales y ambientales del mismo.



### FONDO SIGMA / FINANCIAMIENTO CON IMPACTO FIDEICOMISO PRIVADO DE ADMINISTRACIÓN

#### GOBIERNO FONDO SIGMA

##### COMITÉ TÉCNICO



Acompañamiento y transferencia de metodologías y procesos.

##### COMITÉ DE GESTIÓN



Hasta 7 sillas, dos inversor líder, dos fiduciarios, una experto externo, cada ingresante una más.

##### COMITÉ TÉCNICO





## INDICADORES FINANCIEROS

Cartera performing	\$27.013.009 *
Intereses cobrados acumulados	\$44.092.202
Intereses cobrados pagados	\$37.197.533
Mora (>30 días)	0%
Crédito promedio	\$6.229.778
Plazo promedio	24,8 meses
Tasa activa promedio	B+15 TNA
Dinero en cuenta corriente	\$948.263
Fondos FIMA	\$9.200.000

\* En julio de 2023 se otorgará un nuevo préstamo que llevará la cartera a \$37.260.000.

## DETALLE DE PRÉSTAMOS OTORGADOS

Préstamos	Monto préstamo	Plazo	Tasa	Cartera activa 30/06
La Choza	\$ 2.572.449	20	B+15	\$ -
Bee Pure I	\$ 2.653.061	24	42,0%	\$ -
Coopsol	\$ 2.551.020	24	B+15	\$ -
Zafran	\$ 5.612.245	36	B+15	\$ -
Pro Mujer I	\$ 15.306.122	24	B+15	\$ -
Agua Segura	\$ 2.551.020	24	B+15	\$ -
Bee Pure II	\$ 1.836.735	24	B+15	\$ -
GEA	\$ 3.061.224	24	B+15	\$ -
Pro Mujer II	\$ 8.198.401	24	B+15	\$ -
Ilumina	\$15.372.002	24	B+15	\$ 13.835.294
Bee Pure III	\$8.813.281	24	B+15	\$ 8.617.552
<b>Total</b>	<b>\$ 68.527.563</b>			<b>\$ 27.013.009</b>

2  
nuevos créditos  
otorgados en  
el último período

263  
personas  
alcanzadas por  
estos créditos

## Nuevos préstamos del ejercicio

### PRÉSTAMO: ILUMINA SOLUCIONES FINANCIERAS

- » **Impacto social:** inclusión financiera / economía social.
- » **Fecha otorgamiento:** agosto de 2022.
- » **Destino de los fondos:** otorgamiento de microcréditos para mujeres emprendedoras.

Se otorgaron microcréditos para acompañar la reactivación económica de mujeres que desarrollan proyectos productivos en las provincias de Buenos Aires, Jujuy y Salta.

**201**  
microcréditos  
otorgados

- » **Impacto:** fortalecimiento de la economía del hogar de mujeres, siendo en su gran mayoría, el principal ingreso de la familia.



### INFORMACIÓN TÉCNICA

Monto solicitado	\$15.372.002,00
Destino	Fondeo de cartera
Plazo de devolución	24 meses
Período de gracia del capital	3 meses
TNA variable	Badlar + 15
Sistema de amortización	Francés
Cuota mensual estimada	\$ 1.000.000
Interés total estimado	\$ 19.312.052
Garantía	Fianza corporativa Pro Mujer Inc

### PRÉSTAMO: NATURALMENTE ALIMENTOS

- » **Impacto social:** agroecología, alimentación orgánica y saludable.
- » **Fecha otorgamiento:** febrero de 2023.
- » **Destino de los fondos:** inicio de las operaciones del proceso exportador y fortalecimiento del capital de trabajo para atender cadenas de hipermercados.

**47**  
tambores de miel  
y frutas congeladas

**3.000 kg**  
de frambuesas

**36.000**  
frascos y tapas

- » **Impacto esperado del financiamiento:** fortalecer la cadena comercial para continuar con los desarrollos de productos que, a su vez, generan nuevos proveedores de la alimentación consciente y orgánica. Aumento de kilos de alimentos orgánicos y saludables comercializados.
- » **Resultado de los fondos:** en proceso de evaluación al cierre del reporte.



### INFORMACIÓN TÉCNICA

Monto solicitado	\$8.813.281
Destino	Capital de trabajo
Plazo de devolución	24 meses
Período de gracia del capital	3 meses
TNA variable	Badlar + 15
Sistema de amortización	Francés
Cuota mensual estimada	\$800.000
Interés total estimado	\$10.556.606
Garantía	Aval



## Canal economía social y solidaria

Su misión es llegar a distintos lugares del país con nuestros productos y servicios para contribuir a la inclusión financiera, fortaleciendo los lazos de la ayuda mutua social y solidaria.



El destino de los fondos es, en su mayoría, utilizado para la ayuda económica a afiliados, microfinanzas, apertura de nuevas sucursales y ampliación de redes en zonas populares para la inclusión de nuevos socios.

**\$533 millones**  
fue la colocación de créditos en la economía social al 30 de junio de 2023

**34,18%**  
de participación en el total de la cartera

A través de los convenios de reciprocidad, ofrecemos nuestros servicios a más de 60.000 afiliados de diferentes mutuales, cooperativas y asociaciones civiles.

» Durante el ejercicio se colocaron ayudas económicas por un total de \$533 millones.

» Por otra parte, se firmaron 3 convenios con mutuales, sumando así un total de 11 acuerdos activos con asociaciones y organizaciones de la economía social.

Relaciones	Total	Socios	%
Convenios	37	184.540	100
Convenios activos	11	41.600	22,5
Convenios no activos	26	142.940	77,5
<b>Total operaciones</b>	<b>85</b>		

#### CONVENIOS CANAL ECONOMÍA SOCIAL JULIO 2022 - JUNIO 2023

Nombre / Convenio	N° de socios	A sola firma		Prendarios		Total		Tasa de conversión
		Q	Colocación	Q	Colocación	Q total	Total de colocación	
Mutuales Activas								
<b>Total convenios: 11</b>	41.600	50	\$292.729.919,46	35	\$241.096.060,68	85	\$533.825.980,14	0,204%
<b>Promedio por colocación</b>			<b>\$5.854.598,39</b>		<b>\$6.888.458,88</b>			



## Innovación

### DIGITALIZACIÓN DE NEGOCIOS

Desde hace 6 años trabajamos fuertemente en la transformación digital de todo el Grupo San Cristóbal con el claro objetivo de generar una experiencia superior para nuestros clientes y optimizando en forma continua nuestra gestión comercial.

Los PAS están en el centro de esta estrategia digital para, de esta manera, dotarlos de herramientas y habilidades que garanticen la transición hacia nuevos modelos de relacionamiento para su actividad comercial.

Continuamos promoviendo el uso de **Sitios Seguros**, una herramienta con todo lo necesario para impulsar la marca personal del PAS y las oportunidades de venta **online**. Así, cada uno de ellos puede crear su propio sitio web en pocos minutos en forma totalmente gratuita y personalizada.

Entre otras prestaciones, los **Sitios Seguros** cuentan con cotizadores **online** para seguros del automotor, hogar e integral de comercio. También ofrecen la posibilidad de cotizar seguros de retiro.

Los **Sitios Seguros** disponen, además, de formularios de contacto vía e-mail, WhatsApp y redes sociales, integrándose con el Portal PAS de San Cristóbal Seguros. El resultado es una experiencia cada vez más ágil.

Todo el trabajo con metodologías ágiles nos permitió avanzar en la digitalización del negocio generando el crecimiento exponencial de nuestros canales digitales.

## Resultados destacados

# 2.811 PAS

de todo el país participaron del onboarding del nuevo Canal Digital de Adquisición

# 225.000

leads anuales fue el volumen gestionado

# 162 PAS

forman parte de un modelo “agencia” en el que trabajamos campañas de performance marketing con Google como partner, generando casi el 40% de los leads totales



**Los PAS participan de ciclos de formación y entrenamiento en nuestra propia Academia Digital.**

Un espacio de e-learning con contenido específico de marketing y venta online desarrollado ad-hoc para Productores Asesores de Seguros.



**Desarrollamos un evento anual de e-commerce al que denominamos Tranqui Week.** Los objetivos del mismo fueron incrementar la conciencia aseguradora y llegar al público con ofertas concretas.



**Nuestra agencia interna de marketing digital logró la certificación Google Partner Premier.** Es un logro que nos llena de orgullo, ya que solo el 3% de las agencias **Google Partner** tienen esta calificación por el volumen de clientes gestionados.



**Ampliamos nuestro modelo agencia a Seguros de Retiro.** Desde el modelo ejecutamos campañas de marketing digital con el objetivo que los PAS puedan desarrollar su actividad de manera digital.



## Diversidad e inclusión en nuestros procesos

Continuamos con la implementación de los servicios de **@Háblalo for Business** en los siete **Centros Médicos de Asociar<sup>+</sup> ART**. De esta manera, nos convertimos en el primer grupo asegurador del país en incorporar esta solución tecnológica para brindar un mejor servicio a las personas con dificultades en su comunicación.

**@Háblalo for Business** es un software que permite convertir los centros de atención en lugares adaptados, accesibles y amigables para que los pacientes puedan comunicar lo que necesiten a través de textos, frases de acceso rápido, dibujos o imágenes.

A marzo de 2023 se contaba con 7 usuarios que utilizaron 540 minutos a través de 34 conversaciones (resultan de un estimado realizado sobre minutos de uso del servicio en cada una de las cuentas. Se toma un rango de entre 5 a 45 minutos por conversación).



## Mujeres y seguros

El **Club de Mujeres** es un espacio de vinculación e intercambio de negocios entre mujeres profesionales del mundo del seguro y reúne a referentes comerciales del Grupo San Cristóbal y a las Productoras Asesoras.

Actualmente hay clubes activos en las ciudades de Mendoza, San Juan, Salta, Neuquén, Resistencia, Tucumán y Mar del Plata, sumando más de 150 Productoras Asesoras de Seguros, las que desarrollan una intensa actividad.

La propuesta de valor del club promueve:

- » más capacitaciones y espacios de encuentro;
- » fortalecimiento de la actividad comercial de cada entidad.

En abril de 2023 realizamos el lanzamiento de las actividades previstas para el año en curso, mediante un encuentro que fue transmitido desde la ciudad de Mar del Plata.

El mismo fue la ocasión de dar la bienvenida al **Club de Mujeres de Posadas**, el octavo espacio que se suma a este programa de fidelización y relacionamiento con el canal que busca potenciar a las mujeres en la industria.

8

clubes

+150

mujeres PAS

8

ciudades

### INICIATIVA DESTACADA: CONCURSO COMERCIAL

Llevamos a cabo la primera edición del concurso comercial basado en ventas, crecimiento y sinergia de las distintas sedes que conforman el **Club de Mujeres**.

La iniciativa promovió el trabajo en conjunto entre cada club, alentando y fortaleciendo las gestiones comerciales y el crecimiento de las mujeres. De esta manera, contribuimos con el empoderamiento de las mujeres en el mundo de los negocios.

#### RESULTADOS:

» **Concurso grupal ganado por el Club de Mujeres Mar del Plata.** También fue reconocido el Club de Mujeres Salta por obtener los mejores resultados de primas netas emitidas por persona.

» **El concurso individual reconoció a las 10 primeras PAS con el mejor desempeño comercial.** Las reconocidas fueron PAS de Salta, Mendoza, Neuquén y Mar del Plata.

#### COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Estos espacios de vinculación son importantes también para fortalecer el compromiso a través de nuestro programa de voluntariado **Hacedores por la comunidad**.

Entre los distintos proyectos presentados, se eligió como ganador al impulsado por el **Club de Mujeres de San Juan en beneficio de Casa Sahny, avanzándose en su implementación.\***

\*Los proyectos implementados están detallados en el Capítulo 6.

## Seguridad de la información: protección y privacidad de datos



Durante el último ejercicio continuamos con iniciativas de gestión, capacitación y concientización en seguridad de la información y protección de datos.

### ALGUNAS DE LAS ACCIONES MÁS DESTACADAS:

» **Diseñamos y ejecutamos 5 simulacros de ataques a la seguridad.**

Así comprobamos el grado de conocimiento en seguridad de la información adquirido en diferentes áreas de la organización. Como resultado de estos simulacros relanzamos el programa **Guardianes de la Información 2**, donde el foco estuvo puesto en instruir a detectar y actuar ante situaciones que representen una amenaza a la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los sistemas críticos de información de nuestros asegurados.

» **Realizamos actualizaciones sobre el contenido del curso en Seguridad de la Información.** En el marco del programa **Foco**, ampliamos nuestro espacio con una propuesta más completa de contenidos en Workplace.

» Para protegernos de posibles ataques a nuestros activos informáticos, una acción fundamental es descubrir y conocer a qué estamos expuestos y cuáles son nuestras vulnerabilidades.

**Implementamos Vulnerability Scanning, un proceso que nos permitió hacer un análisis del ecosistema tecnológico de la organización.** Como resultado, corregimos 50 vulnerabilidades detectadas y ejecutamos una planificación de remediación.

» **Mantuvimos el horario de soporte de nuestro Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) en 24x7.** De esta manera, monitoreamos los eventos brindando la capacidad de detectar y responder con mayor rapidez.

» **Desplegamos el proceso de cifrado de notebooks en todo el Grupo San Cristóbal.** El objetivo es fomentar la protección de datos y evitar así el robo y fuga de la información.

» **Automatizamos la gestión primaria de usuarios.** Así, facilitamos la incorporación y tratamiento de novedades en la nómina con la menor intervención del equipo de seguridad.



# 5

## ORGANIZACIÓN COMPROMETIDA



## Nuestro equipo

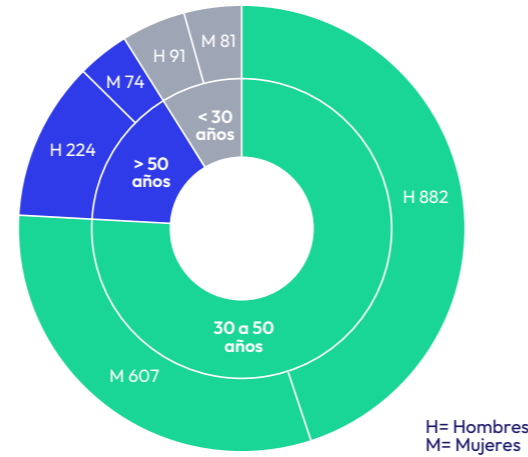
Nos entusiasma el talento y trabajar con las mejores personas que asumen el desafío de transformar la industria del seguro.

Nuestra propuesta de valor prioriza el crecimiento profesional y el bienestar de cada integrante de la organización, siempre considerando criterios de igualdad de oportunidades.

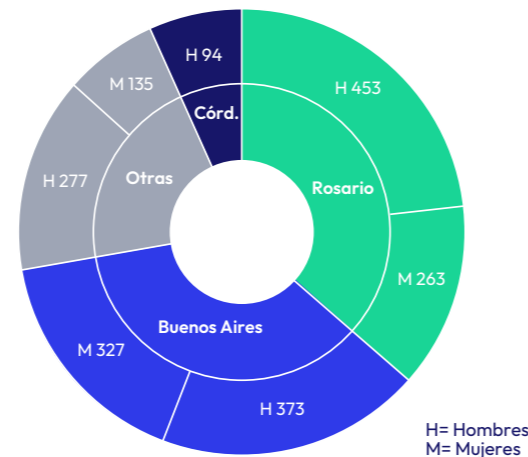
### RECONOCIMIENTO #SOYTUFAN

Para fortalecer nuestros principios culturales, implementamos un programa de reconocimiento que destaca a aquellos colaboradores cuyas acciones y logros responden a nuestros comportamientos y competencias. Esta iniciativa busca incentivar la adopción de conductas alineadas con los principios culturales del Grupo San Cristóbal.

### DOTACIÓN POR EDAD 2022-2023



### DOTACIÓN POR UBICACIÓN GEOGRÁFICA 2022-2023



### INTEGRANTES POR GÉNERO Y EDAD

	2022 - 2023						Total
	Menores de 30 años		Entre 30-50 años		Mayores de 50 años		
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	
Comité Ejecutivo de Dirección	-	-	-	1	-	11	12
Posiciones gerenciales	-	-	8	27	1	15	51
Mandos medios	-	-	37	110	18	41	206
Analistas	57	77	521	722	55	157	1.589
Eventuales	24	14	41	22	-	-	101
<b>Total</b>	<b>81</b>	<b>91</b>	<b>607</b>	<b>882</b>	<b>74</b>	<b>224</b>	<b>1.959</b>

### DOTACIÓN SEGÚN FORMA DE CONTRATACIÓN

Contrato laboral	2022 - 2023	
	Mujeres	Hombres
Ilimitado AR	688	1.155
Pasantía D1227/01	5	4
Trabajo Eventual	65	36
A plazo fijo AR	4	2
<b>Total porcentaje</b>	<b>762</b>	<b>1.197</b>
	<b>39%</b>	<b>61%</b>





ARIEL\_

HERNÁN\_

1.959  
integrantes

87%  
de integrantes cubiertos por  
convenios colectivos de trabajo

39%  
de mujeres en la organización

37%  
de los integrantes afiliados  
al Sindicato del Seguro

17.623  
horas de capacitación

## Atraemos personas valiosas

Desarrollamos nuestra marca empleadora con foco en diversidad e inclusión. Priorizamos la contratación de personas que potencien la colaboración y que contribuyan a la evolución del negocio.

**Incorporamos personas diversas que se animan a desafiar lo establecido, a innovar, a experimentar y a entregar valor continuo.**

Con este foco lanzamos distintas iniciativas para seguir sumando talentos. También, continuamos trabajando en la mejora y en la estandarización de nuestros procesos de atracción.

**En el último ejercicio participamos en los siguientes eventos y ferias de empresas:**

- » Fintech Week / Virtual
- » RecruitBA / Virtual
- » Campus Party / Presencial / Buenos Aires
- » Jornada UTE, Universidad, Trabajo y Empresa / Centro de Convenciones de Buenos Aires
- » Nerdearla / Virtual / Konex Buenos Aires
- » Jornadas de Ciencias de la Computación / Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura
- » Worktech
- » TechWeek
- » ExpoJoven / Usina del Arte / Buenos Aires

**OTRAS DE NUESTRAS INICIATIVAS AL MOMENTO DE CAPTAR Y RETENER TALENTOS SON:**

- » **Programa de pasantías Radar**  
Contamos con convenios activos con universidades de Buenos Aires, Rosario y Córdoba.
- » **Programa de Referidos**  
Sabemos que la fuente más confiable para ingresar nuevas personas al equipo somos nosotros mismos, los que todos los días llevamos el negocio adelante.
- » **Oportunidades de Carrera**  
Es nuestro programa de búsquedas internas que brinda a colaboradores la posibilidad de tomar nuevos desafíos en su carrera profesional.



## Algunas cifras

364

posiciones  
a cubrir

153

nuevas  
contrataciones

211

de esas posiciones fueron  
cubiertas con búsquedas  
internas

76

mujeres

77

hombres

58%

fue el ratio generado

106

personas asumieron  
nuevos desafíos

4,82%

tasa rotación  
voluntaria GSC

3,86%

tasa rotación no IT

11,39%

tasa rotación  
voluntaria IT





---

## Comprometidos con la diversidad

Nuestro compromiso formal con la diversidad comenzó a partir de la adhesión, en 2020, a los Principios de Empoderamiento de la Mujer (WEPs) promovidos por ONU Mujeres.

Desde entonces, hemos consolidado un Comité de Diversidad e Inclusión integrado por referentes de distintos sectores.



## Consolidamos el Comité de Diversidad e Inclusión

Continuamos con el trabajo del comité a través de sus comunidades de afinidad a temáticas como diversidad sexual, género, discapacidad e inclusión social para un abordaje más amplio e interseccional.

**Trazamos una estrategia y generamos indicadores que nos permitirán medir nuestro impacto. Estas acciones se establecen en conjunto con un consejero asesor que reporta directamente al CEO.**



Mirá el video de la Política Contra la Violencia y Acoso

Entre las acciones del comité se destacan distintos programas de comunicación, capacitación y sensibilización con impacto en toda la organización:

- » **Liderazgo con propósito:** cápsulas de formación y sensibilización interna sobre temas de género que profundizan el **Rol Model de Liderazgo**. Alcance: 87% de los líderes.
- » **Capacitación en diversidad:** el objetivo fue facilitar espacios de reflexión dirigidos al 100% de los miembros del **Comité de Diversidad e Inclusión**, en afán de promover debates en materia de género y diversidad hacia adentro de la organización.

» **Formación para el Comité de Ética de la organización.** Entre los temas abordados se destacan:

- **Marco conceptual.** Privilegios, desigualdad y poder.
- **¿Qué es la violencia laboral?** Diferencias entre conflicto y violencia laboral. Relación entre la violencia de género y violencia laboral.
- **Marco convenio 190 OIT (Organización Internacional de Trabajo)**
- **Violencia en espacios laborales.** Impacto de la violencia laboral. Políticas y protocolos asociados de la organización. Tipos de violencia.
- **La trama de la violencia laboral.** Cómo realizar entrevistas. Principios rectores. Valoración del riesgo. Acompañamiento y escucha activa. Legitimidad.
- **La ruta del develamiento.** El camino que recorren las personas que sufren violencia antes de denunciar. Respuestas de los grupos de trabajo.

**Promovemos espacios de trabajo libres de violencia y acoso:** El **Convenio 190 de la OIT**, que reconoce el derecho a un trabajo libre de violencia y acoso, se implementó este año en Argentina.

En Uruguay, ya estaba vigente desde 2021. En este contexto, relanzamos la **Política Contra la Violencia y Acoso** con la campaña **#EstoTambiénEsViolencia** protagonizada por los integrantes de nuestro **Comité de Diversidad e Inclusión**.

## Campaña #NoSoyNeutral 8M

Durante marzo de 2023 y en el marco del **Mes de la Mujer**, nos propusimos dar un paso más allá de acciones de concientización y capacitación.

Para ello, realizamos una intervención activa en las sedes de Rosario, Ciudad de Buenos Aires, Mendoza, Córdoba y Santa Fe (donde se concentra el 80% de nuestros integrantes) y en formato virtual en las sucursales y delegaciones del resto del país. El propósito fue interpe- lar con preguntas que reflejan situaciones a las que están expuestas las mujeres en ámbitos laborales.

**La campaña se inició el 8 de marzo con la conmemoración del Día Internacional de la Mujer y se extendió durante tres semanas. Para diseñarla, partimos de la frase “Si eres neutral en situaciones de injusticia, has elegido el lado del opresor” de Desmond Tutu.**

### Los objetivos que nos planteamos fueron:

- » **visibilizar** situaciones difíciles que atraviesan las mujeres en la sociedad;
- » **reflexionar** a través de una simple pregunta: ¿sos parte de la solución o del problema?;
- » **convocar** a la acción tomando una postura más proactiva para que estas situaciones no sucedan (#NoSoyNeutral).

En lo que respecta a canales de comunicación, utilizamos una plataforma digital a través de la cual publicamos piezas gráficas y videos animados. Al mismo tiempo, intervinimos espacios no tradicionales con vinilos y afiches impresos. Otro de los canales que utilizamos fue el correo electrónico para reforzar la comunicación online.

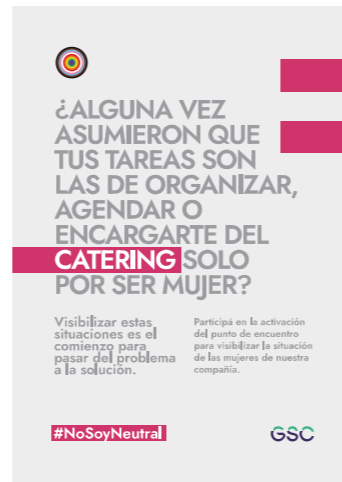
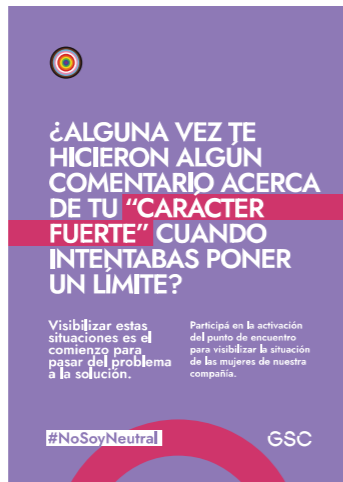
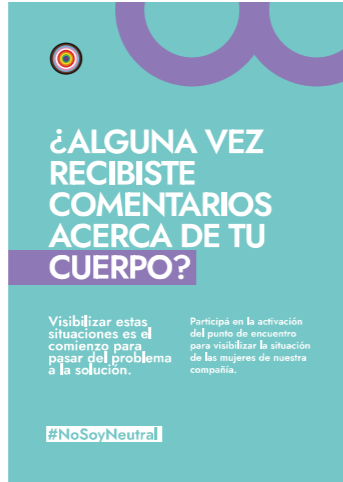
Se plantearon cuatro situaciones, a modo de ejemplo, a las que las mujeres pueden estar expuestas en un ámbito laboral y ellas mismas las visibilizaron, en forma anónima, tanto en afiches como en formato digital.

En el caso de los hombres, los interpe- lamos con otras piezas, tanto digitales como impresas, con la finalidad de revertir una actitud pasiva ante la presencia de una desigualdad.

En la página siguiente, se ilustran los afiches con las preguntas formuladas.







A través del claim **#NoSoyNeutral**, buscamos empoderar una postura en las personas y así erradicar las acciones mencionadas o cualquier otra barrera de género similar que se presente en la sociedad. La encuesta de evaluación final arrojó los siguientes resultados:

1.200  
participantes

90%  
estuvo de acuerdo con  
las temáticas abordadas

70%  
calificó a la campaña  
como "Excelente" o  
"Muy buena"

81%  
consideró que Grupo  
San Cristóbal es un lugar  
inclusivo y respetuoso  
para trabajar

Otros resultados:

950  
visualizaciones  
de posteos



Conocé más  
mirando el video



## Inclusión laboral de personas con discapacidad

### BECAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Continuamos con el trabajo para la generación de oportunidades para personas con discapacidad en nuestra organización. En alianza con **Inclúyeme.com** otorgamos becas para que personas con discapacidad se formen en carreras técnicas en la **Universidad Tecnológica Nacional (UTN)**.

20

becas otorgadas

60

mentores del Grupo San Cristóbal

3

personas con discapacidad contratadas

### NOS SUMAMOS A LA RED DE EMPRESAS INCLUSIVAS DE ARGENTINA

Este espacio reúne a organizaciones comprometidas con la inclusión laboral de personas con discapacidad. **Laura Valeiro, Gerente de Personas y Bienestar**, forma parte del comité de dirección de la entidad.

En el marco del **Programa Puentes** generado en el ámbito de la red, fuimos elegidos para compartir nuestra experiencia en materia de inclusión.

En estos encuentros se busca establecer vínculos institucionales entre organizaciones de la sociedad civil y las empresas que integran la red, compartiendo buenas prácticas, políticas y acciones de inclusión laboral.

### PRESENTES EN EXPO INCLUSIÓN

El equipo de talento y el **Comité de Diversidad e Inclusión**, participaron de la tercera edición de la única feria de empleo para personas con discapacidad organizada por la **Red de Empresas Inclusivas de Argentina** en alianza con la **Agencia Nacional de Discapacidad**.

Durante tres días, miles de personas se acercaron a conocer más acerca del Grupo San Cristóbal y de las oportunidades para trabajar con nosotros. A través de la feria virtual recibimos CVs.





EMI\_

JERO\_

LU\_

HERNÁN\_

Expo Inclusión



Programa Puentes







HERNÁNDEZ



EMI

Expo Inclusión

Expo Inclusión



## Resultados en Workplace

100%  
de colaboradores  
como usuarios activos

2.210  
publicaciones

5.741  
comentarios

59.042  
reacciones

LUCÍA\_

### COLABORADORES, CREADORES DE CONVERSACIONES

Generar espacios internos de conversación es esencial para consolidar nuestra cultura y para compartir la visión y la estrategia del negocio.

Priorizamos los encuentros cara a cara, ya sean virtuales o presenciales, para facilitar y habilitar espacios de diálogo. Por otra parte, desde 2018, contamos con Workplace by Meta, una plataforma multidireccional.

A su vez, gestionamos en LinkedIn un perfil donde construimos marca empleadora con una activa participación de nuestros colaboradores como influencers y promotores de la organización.



¡Mirá el video del rebranding!

### REBRANDING DESDE ADENTRO: #GSCFANS

El 1º de julio de 2022, con el inicio del ejercicio, se presentó la nueva identidad y arquitectura de marcas del Grupo San Cristóbal.

Para su lanzamiento oficial, activamos una campaña que tuvo como protagonistas al equipo de colaboradores, fans número uno de nuestra marca y quienes serían los early adopters y embajadores de este cambio.

Para lograr la viralización y repercusión en redes, presentamos el hashtag #GSCfans y disponibilizamos un **media kit** en la biblioteca de recursos de Workplace con los principales **assets marcarios**: isologos, templates, firmas de mails, tipografías, fondos para videollamadas, portadas para Workplace y LinkedIn, filtros y stickers para Instagram.

52  
posteos en  
Workplace

72  
comentarios

1.456  
reacciones  
positivas

60  
publicaciones  
en LinkedIn

### CAMPAÑAS RELEVANTES

- » #GSCfans
- » #SoyTuFan
- » Ambiente 2030
- » BienEstar
- » Mundial de Fútbol Masculino
- » #NoSoyNeutral
- » #EstoTambiénEsViolencia

### ENCUENTROS DE FIN DE AÑO 2022

Realizamos 9 eventos para compartir con todo el equipo. Los mismos fueron realizados en las localidades de Rosario, Buenos Aires, Tucumán, Santa Fe, Corrientes, Mendoza, Neuquén, Mar del Plata y Córdoba.

Estos encuentros constituyen una oportunidad muy especial para celebrar logros, fortalecer vínculos y seguir construyendo una cultura en base a nuestro propósito y principios.

En cada uno de estos encuentros trabajamos activamente el concepto de sustentabilidad, obteniendo entre otros, los siguientes resultados:

4

satisfacción general  
(escala de 1 a 5)

43,5

CO2/Invitado  
Huella de Carbono

437 kg

de materiales reciclables: vidrio, PET, aluminio, papel y cartón

37

platos de comida rescatados para el comedor de Villa La Lata, Rosario, y para el Grupo de Padres de Malvinas, Villa Cildañez, Buenos Aires

56

personas participaron como conductores responsables aprobando el test de alcohol cero



## Medición anual de Comunicación Interna

31%

de participación sobre el total de la organización, garantizando la representación

83%

de las personas valoró como “Muy alta” y “Alta” la comunicación interna para su trabajo diario, siendo los canales más elegidos Workplace y correo electrónico

93%

de las personas calificó los contenidos de las campañas como “Excelentes” (13%), “Muy buenos” (40%) y “Buenos” (40%)

89%

consideró que los canales internos le permiten estar informado



## Bienestar

Nos preocupamos por la salud y el bienestar de cada integrante del Grupo San Cristóbal y su familia. Nuestra propuesta de valor incluye los siguientes puntos:

### » Asesoramiento médico

### » Salud mental

- telemedicina para atención médica psicológica;
- meditación online.

### » Campaña de vacunación antigripal

### » Actividad física

- gimnasio libre;
- actividad física online (yoga y/o pilates);
- pausas activas extendidas en sucursales, así como también, online por Workplace.

### » Lactario para madres que se encuentren en período de lactancia.

### » Nutrición saludable

- desayunos en oficinas y lugares de trabajo fomentando buenos hábitos;
- charlas y talleres;
- acceso a nutricionistas online.

### » Campañas de donación de sangre

### » Charlas para promover un estilo de vida activo, dentro y fuera del trabajo

- prevención de riesgos, alimentos saludables, cáncer de mama, entre otros.

### » Futuro Seguro / Plan de pensión para colaboradores

## LICENCIAS POR NACIMIENTO

### Licencias especiales para personas gestantes

- opción 1: 45 días de licencia sin goce de sueldo con todos los beneficios;
- opción 2: jornada de 4 horas durante 3 meses, salario al 100% y todos los beneficios.

### Licencias para personas no gestantes y adoptantes

- 15 días hábiles.

### Licencias especiales para personas adoptantes

- 45 días corridos y todos los beneficios si el bebé es menor de 6 meses. Luego de la licencia podrá optar por:
  - opción 1: 45 días de licencia sin goce de sueldo con todos los beneficios;
  - opción 2: jornada de 4 horas durante 3 meses salario 100% y todos los beneficios.

En el mes del Día del Padre, generamos un espacio de conversación con el médico psiquiatra Lucas Raspall sobre “Corresponsabilidad: claves para la crianza.”

## PERMISO PARENTAL

N° de empleados	2022 - 2023	
	Licencia por paternidad	Licencia por maternidad
Que ejercieron su derecho a baja por licencia	32	24
Que retornaron al trabajo al finalizar la licencia por nacimiento	32	18
Incorporados luego de gozar de su licencia y conservaron su empleo pasados 12 meses desde su reincorporación	33	27
Índice de reincorporación al trabajo	100%	75%
Índice de retención	100%	100%

## MUTUAL DEL PERSONAL

Durante el ejercicio se otorgaron **61 subsidios** por un total de **\$ 748.000** de los cuales 15 fueron por fallecimiento (\$ 226.800), 15 por matrimonio / unión civil (190.800) y 31 por nacimiento / adopción (\$ 331.200).

## Capacitación y Desarrollo

La formación y el desarrollo de nuevos conocimientos y competencias son esenciales para nuestro crecimiento. Generamos distintos espacios e instancias de aprendizaje abierto e inclusivo que le permite a cada integrante adquirir las herramientas necesarias para continuar su formación en habilidades blandas y conocimientos técnicos del rol.

En este ejercicio se modificaron los criterios de sistematización de las horas de capacitación, por ello no se incluye la comparativa con el período anterior.

### HORAS DE CAPACITACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y POR TEMÁTICA

Categoría laboral	Mujeres	Hombres	Total
Analista	4.745	8.402	13.147
Jefatura	1.079	2.821	3.900
Gerencias y Direcciones	84	492	576
<b>Total</b>	<b>5.908</b>	<b>11.715</b>	<b>17.623</b>

Tipo de capacitación	2022 - 2023		
	Mujeres	Hombres	Total
Normativa	1.847	3.015	4.861
Management y Cultura	1.190	2.604	3.794
Puesto, Negocio e Innovación	2.872	6.096	8.968
<b>Total</b>	<b>5.908</b>	<b>11.715</b>	<b>17.623</b>



EMI\_

En este ejercicio, hubo un foco prioritario en el fortalecimiento de las competencias de quienes lideran la organización y de las formaciones normativas y técnicas de los colaboradores.

KONE\_



## Programas para mejorar las capacidades y competencias

Nuestro plan anual de capacitación incluye:

### PUESTO, NEGOCIO E INNOVACIÓN

- » **Programa de Becas:** se realiza con el fin de incentivar la mejora en el desempeño, identificando y generando oportunidades de desarrollo. Está destinado a aquellos colaboradores del Grupo San Cristóbal que estén interesados en realizar especializaciones, posgrados, maestrías, MBA, vinculándolo a su rol actual y a la estrategia organizacional.
- » **Inglés:** programa de formación de idiomas **in company** orientado a colaboradores que necesitan dicha habilidad para desarrollarse en su rol actual.
- » **Negociación:** formación orientada a mejorar las habilidades de negociación en equipos específicos.
- » **Sinergia Grupo y Segmento Empresas:** estas formaciones han permitido a nuestros colaboradores adquirir conocimientos especializados y fortalecer el desempeño en su área, ampliando y enriqueciendo nuestra propuesta de venta.
- » **Microsoft Excel:** formación abierta para todo el Grupo San Cristóbal que permitirá mejorar las habilidades en el manejo de herramientas tecnológicas ampliamente utilizadas en nuestra organización.
- » **Programa de Power BI, SQL, Data Analytics y Data Science:** se lanza para aquellos colaboradores que requieren dicha formación técnica digital para el desarrollo de su rol.
- » **Formaciones técnicas / específicas:** son capacitaciones puntuales para colaboradores que lo requieren para el correcto desempeño de su rol.

### MANAGEMENT Y CULTURA

- » **Liderazgo con propósito, team leader y jefes:** tiene por objetivo acompañar a nuestros líderes y brindarles herramientas para su rol, basándonos en el modelo de competencias del Grupo San Cristóbal. Se despliegan talleres de entrenamiento en habilidades de liderazgo y se realizan evaluaciones de potencial.
- » **Talleres de feedback para líderes:** se despliegan cápsulas de entrenamiento para instalar la cultura de feedback en el Grupo San Cristóbal.
- » **Ambientes seguros y libres de violencia:** talleres de formación para líderes y equipo de **Personas y Bienestar** que tiene por objetivo identificar, prevenir y abordar situaciones de violencia en el entorno laboral, buscando generar un ambiente de trabajo seguro y saludable, donde los colaboradores se sientan protegidos y respaldados.
- » **Charlas sobre bullying y cyberbullying:** estos encuentros tienen como finalidad crear conciencia sobre los peligros asociados al acoso y ciberacoso, brindando pautas y recomendaciones a los padres y madres para prevenir y abordar esta problemática que pueden estar atravesando sus hijos/as. Fomentamos la importancia de un uso responsable y ético de la tecnología, promoviendo un entorno seguro y respetuoso.

### NORMATIVO

- » **Formaciones normativas obligatorias:** están orientadas a brindar información sobre el negocio y prevenir conflictos éticos, situaciones fraudulentas, accidentes, ataques cibernéticos, etc.

### DIGITAL

- » **Propuesta de formación técnica para el público IT** a través de una plataforma especializada.
- » **Capacitación obligatoria en diversidad e inclusión para Jefes de Sucursales y Business Partners.** Participaron 40 personas y entre los temas abordados se destacaron:
  - ¿por qué ahora?, ¿qué privilegios tuve y tengo en la vida?;
  - relación entre los privilegios y las desigualdades en el trabajo;
  - construcción cultural de género, estereotipos y sesgos;
  - relaciones de poder: ¿cómo funcionan en la sociedad y en el ámbito laboral?, ¿qué puedo hacer desde mi rol para promover espacios más inclusivos?

## Cuidamos a las personas

En el último ejercicio dimos asistencia para mejorar los protocolos de control y seguridad del personal de contratistas de obra, así como también, de las acciones de capacitación dirigidas a ellos.

**Generamos espacios de trabajo que cuidan la salud y la seguridad de cada integrante y los hacemos extensivos a nuestros contratistas.**

Para ello, realizamos acciones de mejora continua sobre nuestra infraestructura y procedimientos. Entre otras podemos mencionar las siguientes:

- » **Seguridad en obras de remodelación:** control de documentación y actividades de contratistas, reformulación de planes de evacuación, revisión de planes de emergencia.
- » **Obras asociadas a minimizar los riesgos en los establecimientos.**
- » **Planificación y comienzo de ejecución de nuevas líneas de vida y puntos de anclaje** para generar puntos de amarre seguros para tareas de obra y mantenimiento, así como revisión de los existentes.
- » **Actualizaciones de los sistemas electrónicos de seguridad:** detección de incendios, cámaras, alarmas de intrusión y controles de acceso.
- » **Monitoreos de sistemas e instalaciones:** foco en cuestiones de seguridad, higiene y/o ambiente.
- » **61 obras de mantenimiento realizadas** que incluyen mejoras de iluminación, accesibilidad, instalaciones eléctricas, climatización y condiciones edilicias.

## INDICADORES DE SEGURIDAD

### COLABORADORES:

	2021-2022	2022-2023
Promedio trabajadores	963	1.075
Casos in itinere	3	4
Casos sin días de baja laboral	0	0
Casos con días de baja laboral	1	1
<b>Total casos</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

### CONTRATISTAS:

1 accidente in itinere

2.978 permisos de trabajo gestionados

99 controles diarios de Higiene y Seguridad con acciones correctivas inmediatas

4 accidentes in labore

445 controles de documentación (Exactian)

15 reportes de Higiene y Seguridad con requerimientos formales de acciones correctivas al contratista, con seguimiento posterior



## Gestión ambiental responsable

Durante el último ejercicio tuvimos importantes avances en la gestión ambiental de nuestra organización.

### Acciones relevantes del período



- » **Publicación de la Política de Ambiente.**
- » **Elaboración del Plan de Reducción de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), con lo que se obtuvo el sello Alpa Nivel II de Reducción.**
- » **Desarrollo del Programa de Capacitación y Concientización Ambiental.**
- » **Realización de la medición de la Huella de Carbono de las oficinas de Seguros Generales en Buenos Aires, proyecto implementado por la Agencia de Protección Ambiental del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.**
- » **Se continúa con el Plan de Gestión de Residuos** trabajando en conjunto con **Separé** de la Municipalidad de Rosario y **Ciudad Verde** del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- » **Desarrollo del Plan de Calidad de Aire Interior de la Línea de Base Ambiental** para obras en oficinas de la Ciudad de Buenos Aires.
- » **Finalizamos el Climate Ambition Accelerator del Pacto Global de Naciones Unidas.**
- » **Conexión y finalización de la gestión al Programa ERA en Caja Mutual Rosario** para la generación de energía renovable por los paneles solares instalados.
- » **Compensación de las emisiones de carbono de cuatro eventos corporativos.** Fue realizada con la compra de dos bonos certificados en el proyecto del **Corredor de los Cedros**, iniciativa de conservación de bosques nativos en la ecorregión de las Yungas Jujeñas.  
  
El mismo nos otorga créditos de reducción de emisiones gracias a la prevención de deforestación, y tareas de restauración y protección de la biodiversidad.
- » **Realización del desafío Julio sin Plástico** con el objetivo que los colaboradores elijan un plástico de un solo uso para dejar durante 21 días, reemplazándolo por un producto reutilizable.
- » **Compra de papel natural.**



## PLAN AMBIENTAL DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

Fue elaborado con el fin de mitigar las emisiones generadas y compensar aquellas que no logren reducirse.

De esta manera, obtuvimos el sello **Alpa Nivel II de Reducción**. Se tomó como año base la medición de Huella de Carbono 2020 y se realizó siguiendo los estándares internacionales **ISO 14064-2, IPCC y GHG Protocol**. Este se basa en diversas estrategias que incluyen: uso racional de la energía, eficiencia energética, movilidad sostenible y capacitaciones, entre otras.

Los parámetros de reducción instaurados siguen las directrices de los **Objetivos Basados en la Ciencia (SBT)**, los cuales establecen metas a mediano y largo plazo orientados a mantener la temperatura del planeta por debajo de los 2°C, e incluso, con objetivos de 1,5°C.

El proceso de trabajo incluyó una auditoría energética con el objetivo que el plan de acción esté basado en un **Sistema de Gestión de Energía ISO 50.001**.

Esto tendrá un impacto directo en la reducción de gases de efecto invernadero mediante la aplicación de acciones de eficiencia energética y en la reducción de costos económicos provenientes del consumo de energía eléctrica.



## PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL

Esta iniciativa estuvo destinada a todos los colaboradores del Grupo San Cristóbal.

Sus objetivos fueron:

- » sensibilizar, capacitar y generar concientización ambiental;
- » promover el uso racional y sustentable de los recursos naturales;
- » reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.



También incentivamos la colocación de cartelería y de etiquetas de eficiencia energética en lugares estratégicos, eliminamos plásticos de un solo uso y promovimos la movilidad sostenible.



## Compromiso con el cambio climático

### EFICIENCIA ENERGÉTICA Y EMISIONES DE CARBONO

En línea con nuestro **Plan Ambiental**, continuamos con acciones para mejorar los consumos energéticos. Entre ellas se destacan:

- » recambio de luces LED;
- » compra de equipos de climatización más eficientes (tecnología Inverter);
- » instalación de sistemas de automatismo con fotocélula y sensores de movimiento.

### CONSUMO ENERGÉTICO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

			2022-2023	2021-2022
Fuentes no renovables	Fuel Oil	Litros	104.729,98	78.835
		MJ	3.642.509	2.741.865
	Gas Natural	m3	36.776,02	41.814
		MJ	1.360.713	1.547.118
	Gasoil	Litros	980	1.674
		MJ	37.876	64.709
<b>Total Fuentes No Renovables</b>		<b>MJ</b>	<b>5.041.098</b>	<b>4.353.692</b>
Fuentes renovables	Paneles Fotovoltaicos	kWh	5.157	2.263
		MJ	18.567	8.146
<b>Total Fuentes Renovables</b>		<b>MJ</b>	<b>18.567</b>	<b>8.146</b>

### DETALLE EMISIONES

Alcance 1	878,2667	tn CO2 eq
Alcance 2	42,9456	tn CO2 eq
Alcance 3	921,3440	tn CO2 eq
<b>Total</b>	<b>1.842,5563</b>	<b>tn CO2 eq</b>

### ENERGÍA ELÉCTRICA CONSUMIDA DE LA RED

	2022-2023	2021-2022
kWh	2.954.224,25	2.782.773
MJ	10.635.207,30	10.017.983

Emisiones totales del año 2022 de Caja Mutual, Servicios Financieros, Retiro y Seguros Generales de la ciudad de Rosario. **Alcance 1:** incluye emisiones de fuentes fijas, fugitivas de gases refrigerantes, por compostaje de residuos orgánicos y de fuentes móviles. **Alcance 2:** incluye emisiones por consumo de energía. **Alcance 3:** incluye emisiones indirectas de GEI por desplazamientos de los colaboradores, por papel adquirido y por transporte de residuos domiciliarios y orgánicos.

**Cabe mencionar que, durante el período anterior, aún conservábamos los recaudos necesarios y obligatorios post pandemia por COVID-19. Por lo tanto, manteníamos una modalidad restringida de trabajo en las oficinas, con lo cual las reuniones y la ocupación de flota de autos de la empresa eran menores.**

Con respecto a las fuentes no renovables, el aumento del consumo de Fuel Oil del ejercicio actual es directamente proporcional al aumento de personas que van a las oficinas y a los viajes laborales.



## Residuos

### COMPROMISOS

Contamos con un **Plan de Gestión Integral de Residuos** a través de una planilla de seguimiento que abarca todas las categorías y en todas sus etapas, desde la identificación y clasificación, hasta la adecuada disposición final de cada uno.

**Realizamos diversas capacitaciones ambientales para ser gestores del cambio y promover una cultura basada en el consumo responsable que incluya compromisos con la protección ambiental.**

En Rosario continuamos con la recolección de colillas de cigarrillos, así como también con el compostaje localizado en Santa Fe y Mar del Plata. Seguimos separando nuestros residuos reciclables de los restos en las ciudades de Mar del Plata, Santa Fe, Resistencia, Rosario y Buenos Aires. En estas últimas dos, separamos los residuos orgánicos derivándolos a plantas de compostaje. Todas estas acciones fueron reforzadas con capacitaciones, publicaciones y el apoyo del municipio local y de las cooperativas. Contamos además, con el aporte de emprendedores locales como es el caso de **Cigadrillo**.

**Colaboramos con el Programa de Reciclado y Medio Ambiente de la Fundación Garrahan a partir de la donación de papel y del material obtenido de la destrucción certificada de documentos confidenciales, que se recupera para posterior reciclaje.**

Seguimos cooperando con la gestión de reutilización, la cual consistió en la donación de **137,6 m2** de banners en desuso para su reciclaje en diferentes productos de diseño.

## Resultados

### RESIDUOS NO PELIGROSOS

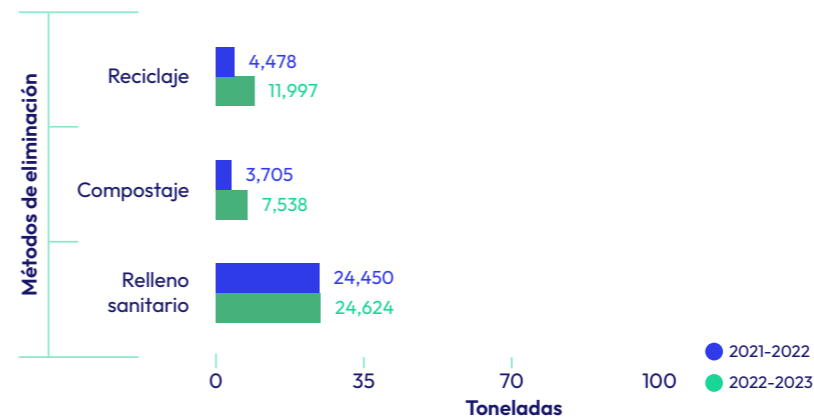
	2022-2023	2021-2022
<b>Métodos de eliminación</b>	<b>Peso Total (Tn)</b>	<b>Peso Total (Tn)</b>
Reciclaje	11,997	4,478
Compostaje	7,538	3,705
Relleno sanitario	24,624	24,450

### RAEEs

	2022-2023	2021-2022
<b>Métodos de eliminación</b>	<b>Peso Total (kg)</b>	<b>Peso Total (kg)</b>
Tratamiento, recupero y disposición de RAEEs	3 m <sup>3</sup> + 660 kg*	150

\*Los valores de RAEEs hacen referencia a aquellos de Caja Mutual que fueron retirados por ECOTECH y a ASOCIART CABA que fueron entregados a la Fundación Garrahan en el marco del Programa de Reciclado y Medio Ambiente, para ser distribuidos en su totalidad en el sector de la industria de reciclado.

### DISPOSICIÓN DE RESIDUOS NO PELIGROSOS





# 6

## VÍNCULOS RESPONSABLES



GASTÓN\_

SILVIA\_

EMI\_

MAYRA\_

DIEGO\_

INGRID\_

JUAN MANUEL\_



## Foco en clientes

Colocar al cliente en el centro de nuestra estrategia es un aspecto fundamental de la filosofía de negocios del Grupo San Cristóbal. Entendemos que nuestro éxito depende plenamente de resolver con amplitud sus necesidades.

**Así es como nos enfocamos en desarrollar productos y servicios que no solo cumplan, sino que superen las expectativas en el marco de un mercado cambiante.**

Cada decisión que tomamos, desde el diseño de productos hasta la atención que brindamos a través de cualquiera de nuestros canales, está impulsada por el objetivo de brindar una experiencia superior.

**Nuestros indicadores de liquidez y solvencia constituyen atributos fundamentales al momento de gestionar una cartera de clientes cada vez más amplia.**

La retroalimentación es una fuente muy valiosa de información y mejora continua. Escuchamos atentamente y nos adaptamos para satisfacer las necesidades de clientes cada vez más exigentes e informados.

### CLIENTES EN CIFRAS

→ **+1.200.000**  
Grupo San Cristóbal

→ **943.755**  
San Cristóbal Seguros

→ **254.606**  
Asociart ART

→ **18.620**  
San Cristóbal Retiro

Datos al 31/06/2023

Nuestra prioridad es el cliente y todos como un mismo equipo trabajamos para conocerlo en profundidad, comprender sus necesidades y estar cerca.



## Asociart ART

Desde 1996 ocupamos una destacada posición en este sector. Según datos del boletín estadístico de la **Superintendencia de Riesgos del Trabajo**, somos la segunda ART preferida por los empleadores (a abril de 2023), con el 11,9% de preferencia y el 10,8% de los trabajadores cubiertos.

### ESTOS INDICADORES COLOCAN A ASOCIART ART ENTRE LAS COMPAÑÍAS MÁS DESTACADAS DEL SISTEMA:

254.606  
(+7%)  
contratos vigentes

1.079.141  
(+4%)  
trabajadores asegurados

11,9%  
empleadores asegurados

10,8%  
trabajadores cubiertos

Mantenemos un compromiso firme y activo para contribuir en la prevención de la siniestralidad y ofrecer la mejor atención a los trabajadores. Estos objetivos se alcanzan a través de una amplia estructura propia.

1  
casa  
central

29  
sucursales  
de atención

7  
centros  
médicos

### ADEMÁS, CONTAMOS CON:

→ Una red de **más de 9.200 prestadores en todo el país**, incluyendo centros asistenciales de alta, media y baja complejidad, profesionales médicos, laboratorios, centros de rehabilitación y farmacias.

→ **Audidores médicos propios** que supervisan en terreno la calidad de las prestaciones ofrecidas.

→ **Gestores de caso en cada una de nuestras sucursales** que realizan un seguimiento de la evolución de los tratamientos.

### HÁBLALO/ ACCESIBILIDAD EN CENTROS MÉDICOS

Sumamos la aplicación **Háblalo for Business** en los 7 centros médicos de Asociart ART, siendo el primer grupo asegurador del país en incorporar esta solución tecnológica inclusiva.

### ATENCIÓN A CLIENTES

Contamos con diversos canales de comunicación para resolver sus necesidades:

- » teléfono;
- » mail;
- » WhatsApp;
- » atención presencial en sucursales;
- » chat, redes sociales, mobile, otros <sup>(1)</sup>.

(1) Redes sociales, formulario electrónico, correo, web, libro de quejas.

Además, seguimos trabajando con la sinergia en el Grupo San Cristóbal. Durante el ejercicio 2022 - 2023, se lanzó el piloto para cotizar y emitir el **Seguro de Obligaciones Laborales y Peón Rural**.

Se sumó a la funcionalidad **Mis Oportunidades** en Asociart Online PAS, la posibilidad que los PAS de ambas unidades de negocios, ART y Seguros, puedan cotizar, emitir y gestionar nuevas oportunidades en contratos vigentes, emitir en pocos

pasos y potenciar su cartera de manera inteligente.

Nos enfocamos en atender las necesidades de nuestros clientes y trabajamos para mejorar día a día su experiencia. Los valores que pregonamos nos posicionan hoy como una empresa líder del sector.

**Finalmente, en Asociart ART gestionamos y resolvimos la totalidad de los reclamos recibidos.**



## San Cristóbal Seguros

### CHATBOT SANTI

Sumamos este nuevo canal al cliente que combina la inmediatez y la disponibilidad de los asistentes virtuales, con la atención personalizada de nuestros operadores. **Santi** brinda atención vía chat y sabe muy bien cómo llevar adelante uno de nuestros principios culturales: **#NuestraPrioridadElCliente**.

De las más de 8.000 consultas que recibe por mes, un 70% las resuelve por su cuenta y su trabajo se complementa y fortalece con nuestro personal de atención.



→ Además, escalamos el chatbot a nuestra web institucional y creamos nuevos flujos para asegurados, PAS, proveedores y no clientes. También asignamos a **Santi** una identidad propia, creando su voz y utilizando tonos acordes.

→ Actualmente, la experiencia del cliente es positiva, ya que el análisis de consultas y operaciones a través de **Santi**, arroja un índice de satisfacción (**C-SAT**) promedio de **4,74** (en escala de 1 a 5 puntos). Cabe destacar que si dicha consulta pasa a un ejecutivo, el **C-SAT** es aún mayor: **4,82**.

## Santi en cifras

45.051

casos gestionados en 2021 / 2022

87.779

casos gestionados en 2022 / 2023

132.830

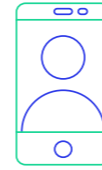
casos recibidos

100%

de los casos resueltos

A lo largo de todo el ejercicio, en San Cristóbal Seguros implementamos acciones orientadas a que nuestros clientes tengan una experiencia superior. A continuación compartimos las más relevantes.

- Diseño de un **Modelo de Atención Operativo**.
- Implementación del rol de **Ejecutivo de Servicio** para atender al canal intermediario.
- Diseño de un e-learning para dar soporte al nuevo rol de **Ejecutivo de Servicio** y así reforzar y estandarizar a nivel nacional los conocimientos técnicos.
- Implementación de capacitaciones de cultura de servicio para todos los ejecutivos de atención al cliente.
- Estandarización del horario de atención en todas las sucursales.
- Implementación de la **póliza digital**.
- Rediseño de los flujos conversacionales e incorporación del chatbot en la app y en el sitio web.
- Implementación de **Santi** en el sitio web institucional.
- Creación de voz y tono para humanizar las conversaciones de **Santi**.



### CANAL DIGITAL

Es el más utilizado por nuestros clientes, el más eficiente para la organización y donde los niveles de satisfacción son mayores.

**208.335**  
casos resueltos

**47,96%**



### CANAL TELEFÓNICO

Es el segundo medio elegido por nuestros clientes para comunicarse.

**132.507**  
casos resueltos

**30,50%**



### CANAL PRESENCIAL

Ocupa el tercer lugar en preferencias y si bien no recupera los valores pre pandemia, crece gradualmente.

**83.020**  
casos resueltos

**19,11%**

### INDICADORES EN RELACIÓN CON LOS CASOS GESTIONADOS Y RESUELTOS POR ESTOS MEDIOS DE CONTACTO

	Casos gestionados	Variación ejercicio anterior
2020/2021	281.207	-18%
2021/2022	339.897	21%
2022/2023	434.381	28%
Total recibidos	1.055.485	
Total resueltos	1.055.485	



## Cultura de prevención y responsabilidad

Nuestra acción está focalizada en la reducción de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales. A través de un equipo propio conformado por más de 80 profesionales en Higiene y Seguridad brindamos:

- » apoyo y asesoramiento técnico sobre la prevención de riesgos y enfermedades profesionales;
- » capacitación para el desarrollo de una cultura preventiva;
- » asistencia técnica trabajando en el plan de prevención que mejor se adapte a cada cliente;
- » promoción de la medicina preventiva vigilando la salud del trabajador expuesto a agentes de riesgo.



## Indicadores

### INDICADORES DE CAPACITACIÓN

Nuestro programa integral de reducción de la siniestralidad incluye asesoramiento a nuestros clientes a través de distintas actividades.

Actividades de prevención	Cantidad
Asesoramiento virtual por ventanilla electrónica	752.796
Asesoramiento virtual general por otros medios electrónicos (mail, WhatsApp, etc.)	828
Capacitaciones presenciales	278
Capacitaciones virtuales	56
Visitas presenciales en establecimientos y obras	58.179

### PREVENCIÓN INCLUSIVA

Adaptamos los materiales de prevención de riesgos del trabajo para asegurar que todas las personas, incluyendo a aquellas con discapacidad, puedan acceder a la información de manera efectiva y equitativa.

- » Se incluyó la participación de intérpretes de señas para personas hipoacúsicas en los ciclos anuales de capacitaciones virtuales.
- » Se distribuyó material de formación en prevención de riesgos con caracteres grandes y en **Sistema Braille** para personas con dificultades en la visión.

### INDICADORES DE DESEMPEÑO

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

Descripción	2022-2023	2021-2022	2020-2021
Frecuencia Relativa Siniestral Anual (FRSA)	7,08% (7,15% con casos COVID)	6,44% (7,82% con casos COVID)	4,84% (9,09% con casos COVID)
Visitas promedio	2,66	2,11	2,46
Siniestros registrados anualmente	75.456 (76.164 con casos COVID)	64.672 (78.597 con casos COVID)	44.452 (83.454 con casos COVID)
Siniestros mortales	70 (100 con casos COVID)	64 (182 con casos COVID)	46 (367 con casos COVID)



## Productos Asesores de Seguros (PAS)

Constituyen nuestro principal canal de comercialización y son quienes tienen el vínculo directo con el asegurado. Los PAS garantizan la cobertura en todo el país, brindan cercanía y establecen relaciones estrechas y duraderas.

→ **10.174 PAS**  
total Grupo San Cristóbal

→ **6.901 PAS**  
San Cristóbal Seguros

→ **5.322 PAS**  
Asociart ART

→ **2.073 PAS**  
San Cristóbal Retiro



### FORTALECIMIENTO DE LOS PAS

Uno de nuestros objetivos es estar presente en su gestión comercial. Para ello, contamos con un gran equipo que acompaña en todo el proceso, brindando un servicio de calidad para ayudarlos a gestionar la cartera.

Para desarrollar y potenciar el crecimiento de nuestros PAS, trabajamos con las siguientes herramientas y actividades:

- » Centro de Capacitación;
- » programas de formación e incentivo;
- » eventos de relacionamiento;
- » reuniones de equipo;
- » participación en eventos y exposiciones.



### PLATAFORMA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

El objetivo fundamental de la plataforma **Soporte PAS** es brindar herramientas, información, respuestas y materiales actualizados para que los productores puedan armar sus propias campañas comerciales y potenciar las ventas.

La plataforma está pensada y desarrollada para encontrar el material necesario accediendo a la tienda de merchandising de la compañía, las indicaciones y las pautas de aplicación de las marcas con sus correctos usos, las diferentes piezas de campaña para que puedan utilizarlas e impulsar sus redes sociales, así como también, los convenios y manuales de marca para oficinas.



### CAPACITACIÓN CONTINUA

Ofrecemos una amplia variedad de cursos y tutoriales a través de nuestro **Centro de Capacitación**. Llevamos a cabo actividades de formación profesional que les permiten a los PAS estar al día con las últimas novedades del mercado.



#### Programa Generación + y Programa para PAS Insignia.

Refuerza las propuestas del Grupo San Cristóbal como marca de valor y brinda herramientas comerciales con el objetivo de mantener la rentabilidad de sus carteras.



**Capacitación de ADN Empresario.** Brinda herramientas para elaborar un modelo de negocios. **Modelo PEF/ Modelo PVSet y Modelo RACI Set**, herramientas para la creación de indicadores de gestión.



#### Programa de cultura de servicio basado en Disney.

El objetivo fue lograr la diferenciación y excelencia en el servicio.



#### Academia Grupo San Cristóbal.

- » Módulos de inducción de cada unidad de negocio del Grupo San Cristóbal.
- » Nuevo key visual para una plataforma más ágil, dinámica y amigable para los usuarios.
- » Se incorporó el módulo **Contadores** otorgando una propuesta de valor con cursos obligatorios.
- » Se incorporó el módulo **Escuela de organizadores** donde cada ejecutivo puede acceder a todo el material de la academia.
- » Se comenzó a armar el circuito para llevar a cabo el armado de los módulos de productos (divididos en Empresas e Individuos).

# 50 PAS

participaron de la capacitación para elaborar un modelo de negocios

# 150 PAS

fueron parte del programa de cultura de servicio

**Durante este período, más de 2.500 PAS obtuvieron el certificado para la renovación de su matrícula anual.**





## RECONOCIMIENTOS E INCENTIVOS

Con el programa de fidelización, premiamos a nuestros PAS en su gestión comercial. Además, es un espacio que promueve el intercambio de información y experiencias.



¡Mirá el video!

» **Programa Todos A Bordo:** se llevó a cabo la sexta edición que distingue a aquellos que más acompañaron el crecimiento de la compañía durante el ejercicio. Se premió a **100 PAS** ganadores de los segmentos **Evolución** y **Elite**. El segmento **Origen** participó de 3 trivias con **60 premios**.

» **Programa Productores Insignia:** programa de fidelización y reconocimiento a los **195 PAS** con mayor trayectoria, identificación de marca y crecimiento dentro del Grupo San Cristóbal.

» **Onboarding:** mail de bienvenida corporativo a los nuevos PAS donde se les compartió la propuesta de valor de todo el Grupo San Cristóbal e invitándolos a ser parte del mismo. Dentro de esta iniciativa, se desarrolló una **Plataforma de Inducción para Nuevos PAS** con todas las capacitaciones necesarias para poder operar.

» **Kit de bienvenida:** se entregó a los nuevos PAS que contaron con emisiones de pólizas dentro de los tres primeros meses de alta.

» **Programa Contadores:** una importante herramienta de diferenciación comercial que busca construir una propuesta de valor para el canal ofreciendo al mercado soluciones comerciales que nos distingan y permitan afrontar nuevos desafíos, incorporando al contador/a y a su cartera de clientes. A menos de un año de su implementación obtuvo sólidos resultados:

**+300**

nuevos binomios  
(+199 % de lo proyectado)

**+133%**

de cápitales  
proyectadas  
para el ejercicio

**+138%**

de empresas  
proyectadas para  
el ejercicio









### OFICINAS PAS

Durante el ejercicio cumplimos este objetivo: renovar las **primeras 55 oficinas** de productores en varios puntos del país.



¡Mirá el video de la renovación!

En cada una trabajamos en la actualización de la marquesina, vidrieras e interiores implementando un diseño unificado.

Los productores representan a las marcas en cada una de las localidades donde están presentes, por lo cual entendemos que es clave que sean parte de la nueva identidad que Grupo San Cristóbal tiene desde julio de 2022.

Fue una gran oportunidad para acercarnos y consolidar espacios de trabajo pensados en el cliente.



### CANAL ALIANZAS Y BROKERS

Llevamos adelante una estrategia de relacionamiento comercial con los principales **Brokers y Distribuidores No Tradicionales**.

Desarrollamos negocios transversales, complementarios al canal PAS, que requieren de capacidades especiales para su gestión.

Para eso, contamos con una propuesta de valor de cara al mercado con un equipo comercial sólido, especializado y comprometido tanto en el servicio de venta como de posventa.

# 34%

del share total en un año fue la consolidación del desarrollo de la cartera corporativa

# +100.000

autos asegurados

# +109%

crecimiento de prima emitida neta vs. ejercicio anterior (superior al 97% de inflación promedio para ese período)





Fernando Cavana / Resistencia / Chaco

Une Group / Pinamar / Buenos Aires





Juan Barcellini / Balcarce / Buenos Aires

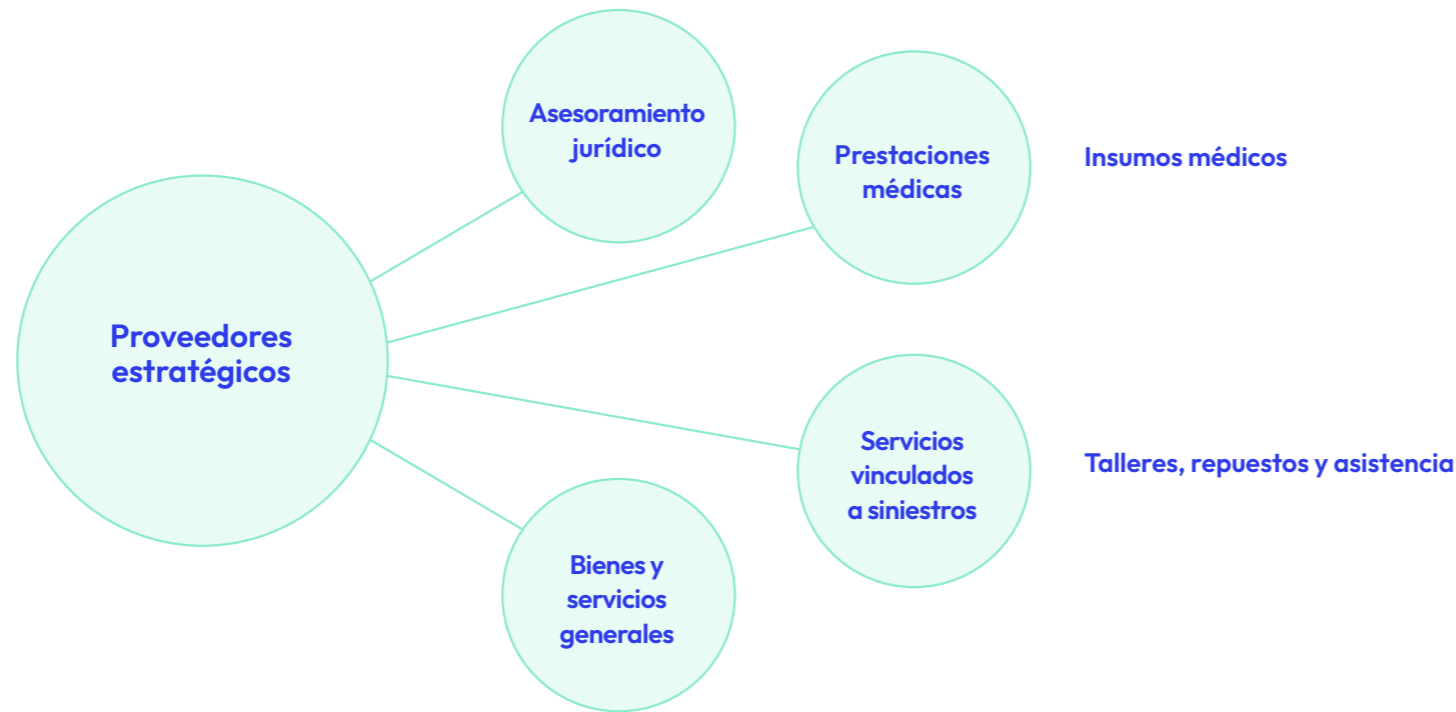
Une Group / Valeria del Mar / Buenos Aires



## Proveedores

Los proveedores son fundamentales para mantener la excelencia en nuestros productos y servicios. Nuestra política de compras promueve relaciones comerciales sólidas, basadas en valores como el respeto mutuo, la objetividad, la honestidad, la calidad, la transparencia y la confidencialidad.

**Alentamos la adopción de prácticas de compras sustentables, responsables y criterios sociales y ambientales en el proceso de evaluación de nuestros proveedores.**



**4.900**  
gestiones realizadas por Compras

**77**  
altas de nuevos proveedores en Compras y Abastecimiento

**3.725**  
altas de nuevos proveedores vinculados a Siniestros

**\$ 6.085 MM**  
en compras de bienes y servicios

## BUENAS PRÁCTICAS DEL PERÍODO

- » Desarrollo de criterios objetivos ambientales dentro de la evaluación de ofertas para incorporar proveedores a la red.
- » Categorización de talleres, se pondera positivamente las acciones y procesos que impacten a favor del ambiente.
- » Digitalización de los acuerdos de servicios para reemplazar el formato papel.
- » Implementación del Portal de Pagos para Proveedores alcanzando un **uso superior al 95%**, lo que evita el uso de papel tanto en la facturación recibida, como en la documentación enviada.
- » Ampliación de ítems en los acuerdos de servicio para asegurar estándares laborales, de salud y de seguridad de las personas.
- » Prioridad en la selección de proveedores locales estratégicos, apoyando el desarrollo sostenible y las economías locales.

## PRESTACIONES MÉDICAS Y COMPRA DE MEDICAMENTOS

Trabajamos con propósito 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. Desde Asociart ART contamos con una red de proveedores conformada por:

- » prestadores médicos;
- » droguerías;
- » proveedores de logística;
- » proveedores de insumos generales y de servicios.

## PROVEEDORES DE SINIESTROS DE SEGUROS GENERALES

Estos proveedores brindan un servicio esencial que impacta de manera directa en la percepción del servicio de nuestros asegurados. Priorizamos la contratación de proveedores nacionales, brindando servicios en el área local de los asegurados, cumpliendo con un doble propósito: brindar una mejor atención y favorecer las economías locales.

Contamos con una política de contratación para regular las relaciones comerciales a través de acuerdos duraderos y de satisfacción mutua, permitiendo obtener los mejores resultados económicos, de calidad y de servicio. Además de factores económicos, se priorizan aspectos de:

- » calidad de los servicios prestados;
- » integridad;
- » cumplimiento de los proveedores con la legislación vigente en cuanto a materia laboral, fiscal, de derechos humanos, protección de datos, seguridad y confidencialidad, y protección del medio ambiente.



## Algunos resultados

	Cantidad de prestadores	Monto erogado
Galenos	24	\$ 25.332.693
Abogados SC	85	\$ 282.412.914
Interceptores	46	\$ 200.909.661
Peritos	154	\$ 397.994.684,19
Liquidadores y tasadores	19	\$ 14.130.229,87
Cristales	323	\$ 1.975.914.807,03
Ruedas	184	\$ 4.477.529.346,93
Talleres / Repuesteros	804	\$ 8.846.967.429,64

→ **12.040**  
vehículos reparados

→ **9.798**  
con repuestos

→ **2.242**  
sin repuestos

» Cantidad de terceros indemnizados (RCC): **35.002 extrajudicialmente.**

» Cantidad de terceros indemnizados (RCL): **8.208 extrajudicialmente.**

» Cantidad de siniestros con destrucción total liquidados: **2.373 extrajudicialmente.**

» Cantidad ruedas liquidadas: **34.588** (26.422 siniestros 1, 3.336 siniestros 2, 498 siniestros 3).

» Cantidad cristales liquidados: **49.934 siniestros.**

» Otros riesgos: **20.721 siniestros de Hogar pagados extrajudicialmente.**

## Gestión responsable de automotores

En línea con nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente, enviamos las unidades con destrucción total a **CESVI**, el primer centro de reciclado de vehículos legales en Argentina, con más de **40.000 vehículos procesados**. Allí, se lleva a cabo un proceso completo de descontaminación, desarme, clasificación, venta, reciclado y disposición final.

Las piezas pasibles de recuperación, con sus respectivas obleas de identificación **RUDAC** (Registro Único de Desarmaderos de Automotores y Actividades Conexas) incluidas en el Decreto Reglamentario 744, logrando la trazabilidad a la comercialización del repuesto usado.

Este proceso no solo genera empleo en la reutilización y reciclado de repuestos, sino que también permite que los usuarios tengan acceso a piezas de calidad original a precios más accesibles promoviendo la economía circular.

→ **82 tn**  
de baterías

→ **31 tn**  
de aluminio

→ **73 tn**  
de hidrocarburos

→ **4.630 tn**  
de acero

→ **279 tn**  
de neumáticos

→ **43,5 tn**  
de plástico, vidrio, madera,  
goma espuma y radiadores



## Nuestra alianza con Fundación Compromiso

Junto a ellos trabajamos en los programas **Potrero Digital** y **Picadito Digital**, ambos enfocados en vincular tecnología y educación con foco en niños y jóvenes en situación de vulnerabilidad social.



### POTRERO DIGITAL

Es una red de aprendizaje que promueve la inserción laboral a través del desarrollo de habilidades digitales altamente demandadas por la industria.

Los contenidos son desarrollados por empresas líderes del mercado digital y el programa en sí, colabora en el vínculo con empresas para impulsar la empleabilidad así como también, una economía digital más diversa y competitiva.

### LA HISTORIA DE BRIAN

**Brian Sangregorio** tiene 28 años y es egresado del curso de Community Manager de **Potrero Digital**.

Brian se acercó al programa buscando alternativas de capacitación para impulsar su emprendimiento y así poder contribuir a la economía familiar. Su interés principal es crear y editar contenidos para redes sociales.



¡Conocé su historia!

# 82%

de los participantes valoran que los docentes sean ex alumnos del programa

# 9

es el puntaje asignado al programa por el 63% de los alumnos



RAQUEL\_

CAROLINA\_

## Perfil de los alumnos

16 a 26 años  
(37%)

26 a 35 años  
(41%)

36 años o más  
(22%)



## Potrero Digital en cifras

→ 500  
participantes en 2022

→ 60%  
fueron mujeres

→ 120  
becas otorgadas en 2023  
para el 3er módulo

→ 95%  
es la tasa de finalización

DEVON\_

15 ←

becas para practicantes en la  
Nube Amazon Web Services

13 ←

colaboradores participaron  
como mentores

55 ←

fue la cantidad total  
de horas destinadas  
por los colaboradores

50 ←

GIULIANA\_

notebooks y equipamiento  
destinados al Puerto de  
la Innovación en Rosario





### PICADITO DIGITAL

El programa tiene como objetivo despertar interés por la tecnología y brindar integración social a **niños y niñas de 7 a 14 años**.

La propuesta es **100% virtual** y se dictan diversos talleres digitales de videojuegos con foco en la programación, el arte y el diseño.

### FESTEJAMOS EL DÍA DE LAS INFANCIAS EN PICADITO DIGITAL

En agosto de 2022 llevamos adelante esta celebración en el **Colegio Champagnat** de Villa Banana, Rosario.

La actividad fue impulsada por voluntarios del Grupo San Cristóbal e incluyó demostraciones de robótica, desayuno, almuerzo, shows, juegos y sorpresas para **más de 200 niños y niñas**.

En simultáneo se donaron una batidora y una empaquetadora industrial para el taller de panificación donde se elaboran productos para los estudiantes del barrio.

# 100%

virtual es la propuesta de Picadito Digital

# 7 a 14

años es la edad de los participantes

# +200

niños y niñas disfrutaron de la celebración



Celebración del Día de las Infancias



## Voluntariado corporativo

Impulsados por el principio “Lo hacemos sustentable”, alentamos el compromiso de nuestros integrantes, PAS y otros grupos de interés, en beneficio del desarrollo de las comunidades.



¡Mirá el video!



### CELEBRAMOS EL DÍA DEL VOLUNTARIADO

En diciembre de 2022, en el marco del **Día Internacional del Voluntariado**, reconocimos a los **100 voluntarios** del Grupo San Cristóbal. Para ello realizamos reuniones de reconocimiento para visibilizar esta labor, que estuvo acompañada por un creativo obsequio de alto impacto social.

En cada evento interno compartimos un video que reflejó todo lo que hicimos y el sentimiento de orgullo por el resultado obtenido. Cada participante recibió un par de zapatillas de la empresa social **Xinca** como símbolo e invitación para seguir sumando pasos en este camino de impacto positivo en la comunidad.



### HACEDORES POR LA COMUNIDAD

Es el programa de voluntariado corporativo con la finalidad de capitalizar el espíritu solidario de los colaboradores a través de un concurso de proyectos sociales. Nació en 2018 y sus proyectos son financiados por la **Mutual del Personal del Grupo San Cristóbal**.

### Los objetivos de Hacedores por la Comunidad son:

- » promover que los colaboradores sean agentes de cambio en sus comunidades a lo largo del país;
- » desarrollar e impulsar proyectos que generen impacto en las comunidades;
- » articular alianzas con organizaciones sociales locales en las comunidades donde opera el Grupo San Cristóbal;
- » dejar capacidad instalada en las organizaciones sociales para aportar a su crecimiento y sustentabilidad;
- » contribuir al compromiso de las personas y al reconocimiento de nuestros grupos de interés.

### PROYECTOS GANADORES



#### LAB DE INNOVACIÓN SOCIO-EMOCIONAL

- » **Pacha Lab Asociación Civil**
- » **Localidad:** Ciudad de Salta
- » **Equipo de 10 voluntarios**
- » **Objetivo:** empoderar en habilidades socio-emocionales a mujeres voluntarias que ocupan un rol fundamental a la hora de contener y escuchar a las familias que asisten al comedor comunitario.

El proyecto propone espacios de co-creación y laboratorios de innovación, brindar herramientas de escucha, acompañamiento y contención a las voluntarias que son las primeras personas a quienes acuden para canalizar problemáticas de índole intra-familiar (adicciones, violencia de género, abuso infantil, embarazo no intencional, desocupación, etc.).

95

mujeres voluntarias

4

comedores

475

beneficiarios

50

mujeres participaron de un taller especial



## HUERTA SUSTENTABLE

» **Asociación Civil Juntos en Acción**

» **Equipo de 5 voluntarios**

» **Localidad:** Roque Sáenz Peña, Chaco

» **Objetivo:** brinda herramientas a los jóvenes y adolescentes con discapacidad para potenciar la vida autónoma y promover su inserción sociolaboral.

Brinda los conocimientos sobre la realización de una huerta como la preparación de suelos, siembra, recolección, manejo de herramientas, entre otros.

Además, motiva el emprendimiento como una salida laboral. Finalmente, se proporciona la posibilidad de proveer a la comunidad un espacio para la adquisición de verduras y hortalizas de origen orgánico.



## NOMADELFIA

» **Asociación Civil Hogar Nomadelfia**

» **Localidad:** El Pato, Berazategui, Buenos Aires

» **1 voluntaria**

» **Objetivo:** brindar a niños/as una atención integral hasta tanto puedan ser superadas las situaciones por las cuales fueron derivados/as y promover su egreso a través de diferentes alternativas de revinculación con su familia de origen, referentes afectivos o adopción.

El proyecto optimizó el lugar, ya que mejoró las instalaciones con un lavadero automático y la finalización de las obras de dormitorios y salas de estudio.

# 80

estudiantes del Centro de Formación Integral para personas con discapacidad fueron alcanzados por la propuesta

# 47

niños/as de 0 a 15 años fueron alcanzados/as por la propuesta



## CREANDO CONCIENCIA AMBIENTAL

» **Cooperativa Eco-Z**

» **Localidad:** Colonia Santa Rosa, Salta

» **Equipo de 8 voluntarios**

» **Objetivo:** formalizar la cooperativa liderada por mujeres. Aumentar la cantidad de residuos recuperados, generar puestos de trabajo y devolver al círculo productivo los materiales con potencial de reciclado para fomentar el cuidado del medio ambiente. Además, se busca reducir el aumento de microbasurales en los barrios y la quema, aspectos que impactan directamente en la calidad de vida de los ciudadanos de la comunidad.

# 9

mujeres lideraron la iniciativa

# 70

familias que separan sus residuos en esa comunidad fueron beneficiadas

# 30 tn

de residuos fueron recuperados en 6 meses, (2 tn más de lo que se recuperó en un año)

# 60

personas capacitadas en Gestión de Residuos, Incendios Forestales y Forestación

jornadas de eco-canje cada primer lunes de mes

reforestación de especies autóctonas en la Reserva Valle Morado, zona afectada por los incendios (agosto 2022)



## El compromiso social de nuestras PAS



¡Mirá el video!

En este ejercicio extendimos el programa **Hacedores por la Comunidad** a nuestra cadena de valor. Lanzamos una convocatoria de proyectos entre los Clubes de Mujeres. Cada sede presentó un proyecto, finalmente fue elegido ganador el perteneciente al **Club de Mujeres de San Juan**.

Es una institución que ayuda anualmente a más de 500 niños de bajos recursos que asisten al **Hospital de Niños de San Juan**. Brinda apoyo a las actividades médico-asistenciales y atiende las necesidades sociales de los pacientes y sus familias.

Además del alojamiento para garantizar todo lo que necesario durante su estadía, efectúa actividades de formación que ayudan a los cuidadores de los pacientes hospedados.

**El proyecto facilitó máquinas de coser, instalación de heladeras, freezers, lavarropas industriales, televisor e impresora para sala de estudio, además de la provisión de sábanas y ropa de cama.**

De esta forma, se mejoró la higiene de las familias asistentes, unas 1.500 personas, además de disminuir el costo de la institución por una mejor infraestructura que permite agilizar actividades, optimizar la conservación, trabajar sobre alimentación saludable y brindar formación en el oficio de costura para brindar herramientas laborales.

Proyecto **Casa Sahni**  
(Sociedad Amigos del Hospital de Niños)

**+500**

niños de bajos recursos asisten al hospital

**9**

voluntarias PAS

**1.500**

personas beneficiadas

## Bosque San Cristóbal

Iniciamos un camino de compromiso con la biodiversidad.

En este período, nuestros voluntarios trabajaron junto a la organización Bayka en acciones de plantaciones de especies nativas en Córdoba y Misiones.

MAYRA\_

PAULA\_

RITA\_

EMI\_





En el marco del Día Mundial del Medio Ambiente de 2023 presentamos la iniciativa Bosque San Cristóbal.

Trabajamos en la regeneración de ecosistemas naturales y forestación de la Reserva Ecológica San Sebastián en la selva de Misiones.



GASTÓN\_

EMI\_

HERNÁN\_

NICKY\_

DIEGO\_



¡Mirá el video!





JUAN MANUEL\_



RITA\_



DIEGO\_



EMI\_



INGRID\_

Un equipo de 15 hacedores del Grupo San Cristóbal provenientes de distintos puntos del país, fueron voluntarios de esta iniciativa que se formalizó con el padrinazgo de 1 hectárea de bosque nativo.

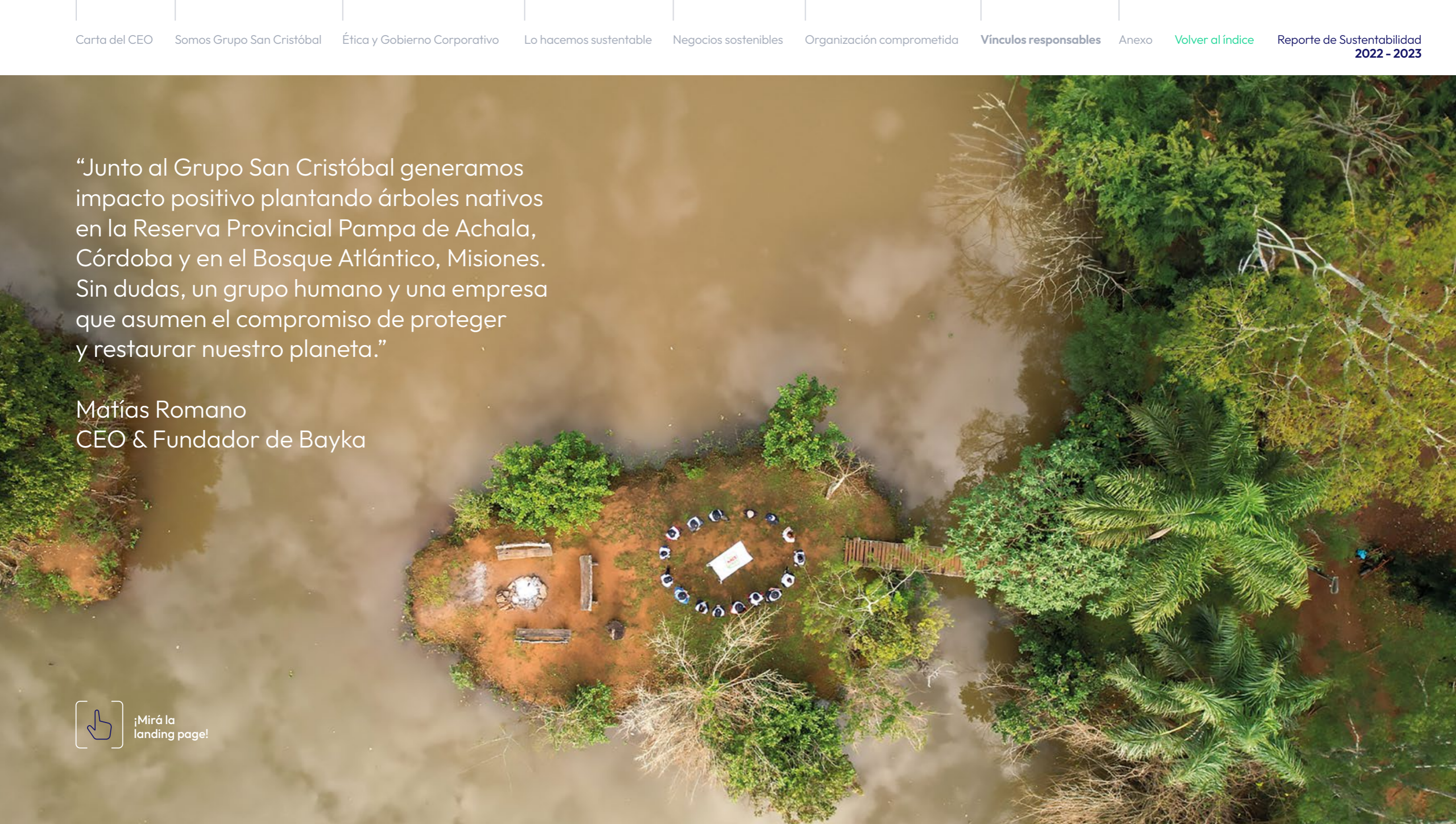


“Junto al Grupo San Cristóbal generamos impacto positivo plantando árboles nativos en la Reserva Provincial Pampa de Achala, Córdoba y en el Bosque Atlántico, Misiones. Sin dudas, un grupo humano y una empresa que asumen el compromiso de proteger y restaurar nuestro planeta.”

Matías Romano  
CEO & Fundador de Bayka



¡Mirá la  
landing page!







SILVIA\_

HERNÁN\_

PAULA\_

EMI\_

JUAN MANUEL\_

JORGE\_

INGRID\_

SILVIA\_

MAYRA\_

NICKY\_

MATÍAS\_

GASTÓN\_

RITA\_

DIEGO\_



En octubre de 2022, otros 21 voluntarios del Grupo San Cristóbal visitaron la Reserva Provincial Pampa de Achala, provincia de Córdoba.





En Pampa de Achala se realizaron trabajos de regeneración a través de la plantación de 500 especies arbóreas autóctonas (Tabaquillo-*Polylepis australis*).

SANTIAGO\_

DENISE\_

NICKY\_



¡Conocé más  
mirando el video!



Durante la jornada se realizaron charlas y talleres para profundizar en temas tales como incendios, desmontes, y causas y consecuencias de la pérdida de ecosistemas en la región.

SEBA\_

A man in a light blue t-shirt and grey gloves is standing in a rocky, hilly landscape. He is holding a red tool (possibly a shovel or pickaxe) over his shoulder with his right hand and a black plastic pot containing a small green plant with his left hand. The background shows a rugged, rocky terrain under a clear sky. The text 'SEBA\_' is visible in the upper right area of the image.

## Circulantes



¡Conocé la web  
de Circulantes!

**Circulantes** genera contenidos valiosos sobre la movilidad sustentable y segura. Nos proponemos generar un espacio de discusión desde una mirada positiva y amplia. Pretendemos conformar una comunidad circulante con la participación y la discusión de todos aquellos actores sociales interesados en aportar su mirada sobre esta temática.

### Resultados alcanzados:

- » La 3era temporada contó con **18 episodios**.
- » En abril de 2023 lanzamos la 4ta temporada.
- » Realizamos **más de 60 entrevistas** a especialistas, incluyendo activistas, urbanistas, arquitectos, filósofos y sociólogos, entre otros.
- » Construimos una **#ComunidadCirculante** con otras entidades y ONGs vinculados con la temática.

**Circulantes** está disponible en las principales plataformas (Spotify, Google Podcast, Apple Podcast, Soundcloud y YouTube).



Además, llevamos adelante el ciclo **Conversaciones sobre cómo andamos**. El mismo contó con eventos en vivo y la **Muestra Circulantes** en nuestra Casa Central.

A lo largo de cuatro jornadas, compartimos talleres, podcasts, la **Declaración de Interés Provincial del Proyecto Circulantes** y DJ con barra de tragos para todos los presentes.



---

## Circulantes en Spotify

**35.068**  
reproducciones

**2.300**  
seguidores

**174**  
reproducciones promedio  
por episodio

---

## Circulantes en Instagram

**6.798**  
seguidores

**428**  
publicaciones



## Tranqui Week

Entre el 17 y el 23 de octubre de 2022 realizamos la **Tranqui Week** con el propósito de generar conciencia sobre la importancia de los seguros en nuestras vidas.

**Un recordatorio de que las necesidades pueden cambiar con el tiempo y es posible que las coberturas vigentes ya no sean las adecuadas.**

Los pasos para conseguir el mejor plan de protección de los bienes son tres:

- » informarse sobre las opciones a disposición, las coberturas en detalle y el rol de los productores asesores para elegir el mejor plan de seguro;
- » analizar si las pólizas con las que cuenta cada asegurado cubren las necesidades actuales;
- » aprovechar los descuentos ofrecidos según el producto (automotores, hogar, comercios, accidentes personales, bicicletas y motocicletas).

**Pusimos la cultura aseguradora en el centro a través de esta creativa campaña multicanal que sumó a nuestros PAS para acercarnos a las personas.**

### RESULTADOS PARA COMPARTIR

→ **+86%**  
del alcance planificado

→ **65,1 M**  
total de impresiones

→ **45,9 M**  
prima

→ **2.682**  
nuevas pólizas emitidas



## Promovemos la cultura / Fundación San Cristóbal

Con la finalidad de concentrar esfuerzos y optimizar resultados, la **Fundación San Cristóbal** se focaliza en tres ejes de acción: prevención y cuidado de la salud, educación de calidad y presencia activa ante desastres naturales. A continuación, se detallan las acciones realizadas.

- » **Acompañamos la capacitación de profesionales en el Centro Médico de Rosario.**
- » **Nuestro patio / Nuestro bebedero de agua:** participamos de la instalación del primer bebedero en la **Escuela Nro 432 Bernardino Rivadavia** de la ciudad de Rosario.
- » Junto al **Centro Cultural Roberto Fontanarrosa**, auspiciamos el ciclo **El mundo del trabajo y el movimiento obrero en Rosario (1889 - 1930)**.
- » **Noche de los Museos Abiertos:** la fundación participó con la muestra **Otra música de León Ferrari**.
- » **35° Concurso Nacional de Fotografía:** destinado a todos los aficionados a la temática bajo la consigna **Libre elección**.
- » **Nos sumamos a La Higuera Asociación Civil de Rosario**, dedicada al desarrollo comunitario en territorios rurales y aislados de nuestro país.
- » **Donación de calefactores:** equipamos con 21 calefactores a la **Escuela N° 658 Fundación San Cristóbal** de la ciudad de Rosario.
- » **Caminata Rosa 2022:** apoyamos la 5ta edición de esta tradicional actividad que organizan la **Fundación Cema Syntagma** y **LALCEC** Rosario.
- » **Donación de prótesis:** Sabrina perdió la totalidad de su nariz y con la participación de distintos profesionales y **Silskin Argentina**, accedió a una cirugía y a una prótesis.
- » **Una prueba por la vida:** en el Día Internacional de la Lucha contra el Sida acompañamos con el aporte de tiras reactivas y lanzetas auto-retráctiles a la **Sociedad Argentina Interdisciplinaria de Sida**.
- » **Explorar la ciudad 1852-1940:** presentamos esta exposición en un trabajo en conjunto con el municipio y en el marco de los 170 años de la declaración de Rosario como ciudad.
- » **Viajes de la luz:** exposición sobre la obra de Luis Rodríguez llevada a cabo de marzo a junio de 2023.
- » **Equipamiento médico:** entregamos 3 oxímetros de pulso y 3 humidificadores calefaccionados al **Hospital de Niños Víctor J. Vilela** de Rosario.

# 7

ANEXO

## ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI / TABLA DE REFERENCIA SASB





## Índice de contenidos GRI

Este reporte ha sido elaborado de conformidad con la opción **Esencial de los Estándares GRI** y su correspondencia con los **Principios de la Norma ISO 26.000**. También responde a los **Principios del Pacto Global**.

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
<b>CONTENIDOS GENERALES</b>		
<b>2-1 Detalles organizacionales</b>	6.3.10; 6.4.1-6.4.2; 6.4.3; 6.4.4; 6.4.5; 6.8.5; 7.8	Capítulo 1
2-1.a Nombre de la organización		Capítulo 1
2-1.b Naturaleza y propiedad de la forma jurídica		Capítulo 1
2-1.c Ubicación de la sede central		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
2-1.d Países en los que opera		Grupo San Cristóbal cuenta con operaciones en Argentina y Uruguay
<b>2-2 Entidades incluídas en el proceso de reporte de sustentabilidad de la organización</b>		El presente reporte informa lo actuado por todas las empresas del Grupo en la República Argentina
<b>2-3 Período de reporte, frecuencia y datos de contacto</b>		
2-3.a Especificar el período y la frecuencia de reporte de sustentabilidad		El período del reporte abarca desde el 01 de julio de 2022 al 30 de junio de 2023. La frecuencia es anual
2-3.b Especificar el período de reporte financiero y, en caso de que no coincida con el del reporte de sustentabilidad, explicar por qué existen diferencias		El período del reporte financiero abarca desde el 01 de julio de 2022 al 30 de junio de 2023, al igual que el reporte de sustentabilidad
<b>2-4 Reexpresión de la información</b>		No hubo reexpresiones
<b>2-5 Confianza externa</b>		

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
2-5.a Describa las políticas y prácticas para generar confianza externa, incluyendo si el máximo órgano de gobierno y altos ejecutivos están involucrados y cómo		Capítulos 2 y 3
2-5.b Si el reporte de sustentabilidad fue verificado		El reporte no fue auditado externamente
<b>2-6 Actividades, cadena de valor y otros negocios</b>	6.3.10; 6.4.1-6.4.2; 6.4.3; 6.4.4; 6.4.5; 6.8.5; 7.8	
2-6.a Sectores en los que está activo		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
2-6.b Describir la cadena de valor, incluyendo: actividades, productos, servicios y mercados que sirve; cadena de suministros; entidades aguas abajo de la organización y sus actividades		Capítulos 1 y 6
<b>2-7 Información sobre empleados</b>		Capítulos 2 y 5
<b>2-8 Información sobre otros trabajadores</b>		Capítulo 5
<b>2-9 Estructura de gobernanza y composición</b>		Capítulo 2
<b>2-10 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno</b>		Capítulo 2
<b>2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno</b>		Capítulo 2
<b>2-12 Rol del máximo órgano de gobierno para supervisar la gestión de impactos</b>	6.2; 7.4.3; 7.7.5	Capítulos 2 y 3
<b>2-13 Delegación de autoridad para la gestión de impactos</b>		Capítulos 2 y 3
<b>2-14 Rol del máximo órgano de gobierno en el reporte de sustentabilidad</b>		Los contenidos de este reporte son validados por la Gerencia General
<b>2-15 Conflictos de intereses</b>		Capítulo 2
<b>2-16 Comunicación de preocupaciones críticas</b>		Capítulo 2

Estándares GRI	ISO 26.000	Página	
2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	6.2; 7.4.3; 7.7.5	Información no disponible	
2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		Información no disponible	
2-19 Políticas de remuneración		Información no disponible	
2-20 Proceso para determinar la remuneración		Información no disponible	
2-21 Ratio total anual de compensación		Información no disponible	
2-21.a Calcular la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización con la retribución total anual mediana de toda la plantilla		La relación es de 17,55	
2-21.b Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización con el incremento porcentual de la retribución total anual mediana de toda la plantilla		El incremento porcentual total anual de la mediana de toda la plantilla fue del 118,53%	
2-22 Declaración sobre estrategias de desarrollo sostenible		4.7; 6.2; 7.4.2	Carta Gerente General
2-23 Compromisos de política		4.4; 6.6.3	Capítulos 2 y 3
2-24 Integración de los compromisos de política			Capítulos 2 y 3
2-25 Procesos para mitigar impactos negativos		Capítulo 2	
2-26 Mecanismos para buscar sugerencias y elevar preocupaciones	5.3	El 87,3% de nuestros colaboradores se encuentran dentro de un convenio colectivo de trabajo. 722 integrantes están afiliados al Sindicato del Seguro. Capítulo 3	
2-27 Conformidad con leyes y regulaciones		La entidad no ha tenido casos al respecto	
2-27.a Número total de instancias de incumplimientos significativas de leyes y regulaciones durante el período de reporte			
2-27.b Número total y valor monetario de las multas por incumplimiento de leyes y regulaciones pagadas durante el período de reporte			
2-27.c Describir las instancias significativas de incumplimiento			
2-27.d Describir cómo fueron determinadas las instancias significativas de incumplimiento			

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
2-28 Afiliación a asociaciones	6.3.10; 6.4.1-6.4.2; 6.4.3; 6.4.4; 6.4.5; 6.8.5; 7.8	Capítulo 1
2-29 Abordaje del compromiso de los grupos de interés	5.3	Capítulo 3
2-30 Acuerdos de negociación colectiva		Capítulo 3
3-1 Proceso para determinar los temas materiales		Capítulo 3
3-1.a Describir el proceso para determinar los temas materiales		
3-1.b Especificar los grupos de interés y expertos cuyas miradas influyeron en el proceso para determinar los temas materiales		
3-2 Lista de temas materiales	5.2; 7.3.2; 7.3.3; 7.3.4; 5.3; 7.5.3; 7.6.2	Capítulo 3
<b>ASPECTOS ECONÓMICOS</b>		
201-Desempeño Económico		
GRI 3 - Gestión temas materiales		Capítulo 3
201-1 Valor económico directo generado y distribuido		Capítulo 1
201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 4
201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación		El accionar se limita al cumplimiento normativo
201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno		No recibimos ayuda del gobierno durante el último ejercicio
202-Presencia en el Mercado		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 3
202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local lugares donde opera la organización	6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4; 6.8.1-6.8.2	116% (mujeres) y 116% (varones) por encima del salario mínimo
202-2 Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local donde opera la organización	6.4.3; 6.8.1-6.8.2; 6.8.5; 6.8.7	100% son de nacionalidad argentina
203-Impactos económicos indirectos		



Estándares GRI	ISO 26.000	Página
GRI 3 - Gestión temas materiales	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 3
203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados		Capítulo 4
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	6.3.9; 6.6.6; 6.6.7; 6.7.8; 6.8.1-6.8.2; 6.8.5; 6.8.7; 6.8.9	Capítulos 4 y 6
<b>204-Prácticas de adquisición</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 3
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales		Capítulo 6
<b>205-Anticorrupción</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.6.1-6.6.2;6.6.3;6.6.6	Capítulo 3
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	6.6.1-6.6.2; 6.6.3	Capítulo 2
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	6.6.1-6.6.2; 6.6.3; 6.6.6	Capítulo 2
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	6.6.1-6.6.2; 6.6.3	No hubos casos confirmados
<b>206-Competencia Desleal</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 3
206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia		No se informaron acciones de este tipo

**ASPECTOS AMBIENTALES**

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
<b>301- Materiales</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 3
301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		Capítulo 5
301-2 Insumos reciclados utilizados		No aplica a la organización
301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado		
<b>302- Energía</b>		

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
GRI 3 - Gestión temas materiales	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 3
302-1 Consumo energético dentro de la organización		Capítulo 5
302-2 Consumo energético externo		
302-3 Intensidad Energética		
302-4 Reducción del consumo energético		
<b>303- Agua y efluentes</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.5.4	Capítulo 3
303-1 Interacción con el agua como recurso compartido		Solo se consume agua de red en oficinas
303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua		
303-3 Extracción de agua		
303-4 Vertido de agua		
303-5 Consumo de agua		
<b>304 - Biodiversidad</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.5	Capítulo 3
304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas		Información no disponible
304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad		
304-3 Hábitats protegidos o restaurados		
304-4 Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie		
<b>305- Emisiones</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.5.3;6.5.4; 6.5.5; 6.5.6	Capítulo 3
305-1 Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 1)		Capítulo 5

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
305-2 Emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero al generar energía (Alcance 2)	6.5.3;6.5.4; 6.5.5; 6.5.6	Capítulo 5
305-3 Otras emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 3)		
305-4 Intensidad de las emisiones de GEI		
305-5 Reducción de las emisiones de GEI		
305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)		
305-7 Óxidos de Nitrogeno (NOx), óxidos de azufre (SOx) y otras emisiones significativas al aire		
<b>306- Residuos</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.5.3; 6.5.4	Capítulo 3
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos		Capítulo 5
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	6.5.3	
306-3 Residuos generados		
306-4 Residuos no destinados a eliminación		
306-5 Residuos destinados a eliminación	6.5.3; 6.5.4; 6.5.6	
<b>307- Cumplimiento Ambiental</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	4.6	No hubo incumplimientos de este tipo
307- 1 Incumplimiento de las leyes y regulaciones ambientales		
<b>ASPECTOS SOCIALES</b>		
<b>401- Empleo</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.4.3; 6.4.4; 6.8.7	Capítulo 3
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal		Capítulo 5
401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
401-3 Permiso parental	6.4.3; 6.4.4; 6.8.7	Capítulo 5
<b>402- Relaciones Trabajador Empresa</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.4.3	Información no disponible
402-1 - Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales		
<b>403- Salud y Seguridad en el Trabajo</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.4.6; 6.8.8	Capítulo 5
403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		
403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		
403-3 Servicios de salud en el trabajo		
403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		
403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		
403-6 Fomento de la salud de los trabajadores		
403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados con las relaciones comerciales		
403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		
403-9 Lesiones por accidente laboral		
403-10 Dolencias y enfermedades laborales		
<b>404-Formación y enseñanza</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.4.7; 6.8.5	Capítulo 5
404-1 Media de horas de formación al año por empleado	6.4.7	
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	6.4.7; 6.8.5	



Estándares GRI	ISO 26.000	Página
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional desglosado por sexo y por categoría profesional	6.4.7	Capítulo 5
<b>405-Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.2.3; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4	Capítulo 3
405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	6.2.3; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3	Capítulos 2 y 5
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4	Este ejercicio el cálculo se realizó por categoría profesional, arrojando un promedio del 18% en favor de los varones
<b>406-No discriminación</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.3.6; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3	No se registraron acciones de este tipo
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		
<b>413-Comunidades locales</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.3.9; 6.5.1-6.5.2; 6.5.3; 6.8	Capítulo 3
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		Capítulo 6
<b>416- Salud y Seguridad del cliente</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Por la naturaleza de nuestro negocio, analizamos los impactos en la salud y seguridad de nuestros clientes en el 100% de nuestros servicios
416-1 Evaluación de los impactos en la salud y la seguridad de las categorías de los productos y servicios	6.7.1-6.7.2; 6.7.4; 6.7.5; 6.8.8	
416-2 Incidentes de incumplimiento relacionados con los impactos de productos y servicios relacionados	4.6; 6.7.1-6.7.2; 6.7.4; 6.7.5; 6.8.8	
<b>417- Marketing y etiquetado</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Por la naturaleza de nuestro negocio, analizamos los impactos en la salud y seguridad de nuestros clientes en el 100% de nuestros servicios
417-1 Requisitos para la información y etiquetado de productos y servicios	6.7.1-6.7.2; 6.7.3; 6.7.4; 6.7.5; 6.7.9	
417-2 Incidentes de incumplimiento en relación con la información y etiquetado de productos y servicios	4.6; 6.7.1-6.7.2; 6.7.6	

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
417-3 Incidentes de incumplimiento en relación con las comunicaciones de marketing	4.6; 6.7.1-6.7.2; 6.7.3; 6.7.4; 6.7.5; 6.7.9	No se registraron
<b>418- Privacidad del cliente</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.7.1-6.7.2; 6.7.7	Grupo San Cristobal no recibió ningún reclamo que haya podido corroborar sobre la violación de la privacidad y fuga de datos de clientes
418-1 Número de reclamos fundamentados sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes		
<b>419- Cumplimiento socioeconómico</b>		
GRI 3 - Gestión temas materiales	6.3.6; 6.6.1-6.6.2; 6.8.1-6.8.2	Grupo San Cristóbal no ha tenido por parte de su regulador primario, la Superintendencia de Seguros de la Nación a quien la normativa vigente le ha conferido la función de supervisión y control de la actividad, sanciones por incumplimiento de las leyes y normativas durante el último ejercicio
419-1 Incumplimiento de leyes y reglamentos en el área social y económica		

## Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

### Seguro

Tabla 1 - Temas de divulgación sobre sostenibilidad y parámetros de contabilidad

Tema	Parámetro de actividad	Categoría	Unidad de medida	Código	Referencia
Información transparente y asesoramiento justo para los clientes	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con el marketing y la comunicación de información relacionadas con productos de seguros a clientes nuevos y antiguos.	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-IN-270a.1	No hubo pérdidas de este tipo
	Relación entre quejas y reclamaciones.	Cuantitativo	Velocidad	FN-IN-270a.2	Capítulo 6
	Tasa de retención de clientes.	Cuantitativo	Velocidad	FN-IN-270a.3	Información no disponible
	Descripción del enfoque para informar a los clientes sobre los productos.	Debate y análisis	N/A	FN-IN-270a.4	<p>En todo proceso de comercialización de seguros, debe garantizarse al asegurable/tomador un trato digno y equitativo cumpliendo con las siguientes condiciones:</p> <p><b>a.</b> Identificación de la aseguradora y productor/agente institorio que interviene en la contratación, en caso de corresponder.</p> <p><b>b.</b> Derecho a información clara, precisa y veraz acerca del seguro ofrecido, que deberá incluir información sobre el riesgo cubierto, sumas aseguradas, premio del seguro y forma de pago.</p> <p><b>c.</b> Deberá advertirse que las pólizas contienen exclusiones y límites.</p> <p><b>Adicionalmente, debemos incluir:</b></p> <p><b>1.</b> El servicio telefónico de la Superintendencia de Seguros de la Nación: 0-800-666-8400;</p> <p><b>2.</b> La página web del organismo: (www.argentina.gob.ar/ssn);</p> <p><b>3.</b> El número de inscripción en el registro correspondiente de la Superintendencia de Seguros de la Nación.</p>



## Seguro

Tabla 1 - Temas de divulgación sobre sostenibilidad y parámetros de contabilidad

Tema	Parámetro de actividad	Categoría	Unidad de medida	Código	Referencia
Incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión en la gestión de inversiones	Total de activos invertidos, por sector y clase de activo.	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-IN-410a.1	Información no disponible
	Descripción del enfoque para la incorporación de factores ambientales, sociales y de gestión corporativa (ESG) en los procesos y estrategias de gestión de las inversiones.	Debate y análisis	N/A	FN-IN-410a.2	Capítulos 3 y 4
Políticas diseñadas para incentivar la conducta responsable	Primas netas emitidas relacionadas con la eficiencia energética y la tecnología con baja emisión de carbono.	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-IN-410b.1	Información no disponible
	Análisis de productos o características de productos que incentivan la salud, la seguridad o acciones o comportamientos ambientalmente responsables.	Debate y análisis	N/A	FN-IN-410b.2	Capítulo 1
Exposición al riesgo ambiental	Pérdida máxima probable (PML) de productos asegurados a causa de catástrofes naturales relacionadas con el clima.	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-IN-450a.1	Información no disponible
	Importe total de las pérdidas monetarias atribuibles a los pagos de seguros (indemnizaciones) de (1) catástrofes naturales modelizadas y (2) catástrofes naturales no modelizadas, por tipo de evento y segmento geográfico (antes y después del reaseguro).	Cuantitativo	Divisa para comunicar	FN-IN-450a.2	Información no disponible

Tabla 2 - Parámetros de actividad

Parámetro de actividad	Categoría	Unidad de medida	Código	Referencia
Número de pólizas vigentes, por segmento: (1) de propiedad y accidentes, (2) de vida, (3) de reaseguros asumidos.	Cuantitativo	Número	FN-IN-000.A	Capítulo 1

En este 6to Reporte de Sustentabilidad 2022 / 2023, Grupo San Cristóbal destaca la colaboración y el compromiso de todo el equipo operativo que participó en su elaboración.

**¡Muchas gracias!**

GASTÓN\_

HERNÁN\_



**COORDINACIÓN INTEGRAL**

Equipo de Comunicaciones  
y Sustentabilidad  
del Grupo San Cristóbal

**ASESORAMIENTO CONFORME  
A LA GUÍA GRI STANDARDS**

SMS - San Martín, Suárez y Asociados  
[www.sms.com.ar](http://www.sms.com.ar)

**CONCEPTO Y DISEÑO**

Baur  
[www.baur.com.ar](http://www.baur.com.ar)



---

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

HACE  
JORES

