



Reporte de
Sustentabilidad
2019



El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Ahora podés, porque hay mucho más Naranja

Este es nuestro **7° Reporte de Sustentabilidad**. En este informe te contamos todo lo que hicimos en 2019 para alcanzar los objetivos de **Naranja 2022**.

¿Cómo navegarlo?



Accedé a cada capítulo a través de la botonera superior.

Dentro de cada capítulo encontrarás un índice de temas, hace click en el que prefieras y podrás acceder a esa sección.

Avanzá y retrocedé usando los botones laterales.

Para volver a esta página principal, hacé click en el logo de Naranja.

Índice

Compromiso con la Agenda 2030	· 02 ·
El 2019 puesto en valor	· 05 ·
Un día podés	· 09 ·
Nuestra forma de ser y de hacer	· 13 ·
Un ecosistema de soluciones	· 17 ·
Estamos cerca	· 25 ·
Por un futuro sustentable	· 31 ·
Gestión de gobierno	· 35 ·
Clientes	· 53 ·
Colaboradores	· 65 ·
Cadena de valor	· 88 ·
Medioambiente	· 94 ·
Comunidad	· 112 ·
Perfil del reporte	· 125 ·
Índice GRI	· 126 ·

El 2019 puesto en valor

Un día podés

Nuestra forma de ser y de hacer

Un ecosistema de soluciones

Estamos cerca

Por un futuro sustentable

Gestión de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena de valor

Medioambiente

Comunidad

Compromiso con la agenda 2030

[102-12; 102-50]

En 2015, la Organización de Naciones Unidas definió una agenda para el desarrollo sostenible con metas para el 2030. Son 17 objetivos que nos encuentran trabajando atentos al triple impacto de nuestras acciones: económico, social y ambiental.

En este reporte presentamos los resultados de nuestra gestión 2019. Cada decisión y cada logro fue un paso más para cuidar ese compromiso con los ODS, poniendo foco en los doce **temas prioritarios** que definimos a partir de dialogar con nuestros principales públicos de interés, conocer sus expectativas y generar un compromiso.



Hacé click en cada tema material para ver su impacto en los ODS.

Temas materiales: El foco de nuestra agenda de sustentabilidad

[102-12; 102-50]

1. Ética y transparencia. (buen gobierno, gestión de riesgo y prevención delitos financieros). ✓
2. Evolución digital y crecimiento económico. ✓
3. Calidad, innovación y calidez en la relación con clientes y Comercios Amigos. ✓
4. Inversión social y alianzas con clientes, proveedores y Comercios Amigos para causas sociales. ✓
5. Promoción del acceso de los sectores vulnerables a la educación, nutrición y recreación. ✓
6. Acceso al crédito y servicios para el consumo con responsabilidad. ✓
7. Accesibilidad e inclusión (distribución geográfica de sucursales y adaptación a personas con discapacidad). ✓
8. Trato justo y oportunidades de crecimiento y desarrollo para Colaboradores. ✓
9. Mitigación del impacto ambiental: uso racional de la energía, uso racional del agua, gestión de residuos (RAEs y oficina), encuentros sustentables, disminución y compensación de huella de carbono. ✓
10. Gestión sustentable de la cadena de valor. ✓
11. Respeto a la diversidad e igualdad de oportunidades en el trabajo. ✓
12. Promoción de agenda cultural en la comunidad. ✓

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



[102 -14]

El 2019 será recordado como un año en el que conseguimos iniciar muchos de los proyectos que nos habíamos planteado. Fue un año lleno de emociones, lanzamientos y aprendizajes; pero, sobre todo, un año en el que consolidamos una nueva forma de trabajar sin perder de vista nuestro propósito: "facilitar con alegría y compromiso la vida de cada persona".

A lo largo de este Reporte de Sustentabilidad, damos visibilidad a todo aquello que agrega valor económico, social y ambiental a través de programas sostenidos y de calidad.

Nuevas formas de organización, nuevas herramientas de trabajo y nuevas prácticas culturales y de gestión, nos marcan el camino hacia el futuro. La tecnología, nos imprime el espíritu de época y toma un rol preponderante como herramienta de cambio, generando la necesidad de replantearnos permanentemente los modelos de negocio y los procesos vigentes; iniciativas que acompañamos con la capacitación y el compromiso de todos nuestros Colaboradores.

Gracias al trabajo y la sinergia de equipos interdisciplinarios, hoy podemos decir que somos capaces de aportar soluciones a nuestros clientes y comercios amigos, logrando entregas de valor en el menor tiempo posible.

Estamos convencidos que este es el camino para conseguir un mundo en donde las empresas actuemos de forma responsable, aportando al desarrollo sostenible y generando un impacto positivo dentro de la comunidad en la que nos desenvolvemos.

Debemos seguir entendiendo y atendiendo lo que la gente necesita y valora, con creatividad, con una sonrisa y la calidez de siempre.

Un abrazo,
Alejandro Asrin. Presidente

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



En su carta, Ale nos cuenta que “el 2019 será recordado como un año en el que conseguimos iniciar muchos de los proyectos que nos habíamos planteado. Fue un año lleno de emociones, lanzamientos y aprendizajes; pero, sobre todo, un año en el que consolidamos una nueva forma de trabajar sin perder de vista nuestro propósito: “facilitar con alegría y compromiso la vida de cada persona”.

Yo, felicitándolo, agrego: Nos conocimos abrazados entre abrazos y nunca dejamos de abrazarnos y abrazar a nuestros clientes y Comercios Amigos.

Una muy vieja publicidad radial decía: “El tiempo pasa y la ropa queda, si es de Roveda”.

Hoy podríamos decir: “El tiempo pasa, los clientes y dueños de Comercios Amigos pasan, pero los abrazos que representan respeto, afinidad y buena voluntad, quedan y perduran por siempre”.

Y los que nos damos cada mañana, no sólo forman parte de un maravilloso ritual, sino que nos empujan a trabajar en equipos y conocer y reconocer la importancia del grupo al que “pertenecemos”.

Hace mucho que dejamos de hablar de la “pirámide invertida”, porque felizmente las personas están en el centro de todas nuestras decisiones.

Hace mucho que dejamos de hablar de puertas abiertas, porque hay una garantía de escucha.

Hace mucho que dejamos de hablar de “alegría en el trabajo” y “mejora continua”, porque ya no sabemos ni podemos hacerlo de otra forma.

El 2019 se fue y llega el 2020, un año que ojalá nos traiga progreso, unidad, voluntad de cambiar lo necesario y hacer que cada día nos sintamos más argentinos.

**Un especial y muy fuerte abrazo para toda la barra,
David Ruda. Presidente Honorario**

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

El 2019 puesto en valor

[102-2; 102-6; 102-7; 102-8; 203-2]

 **202**

Casas
Naranja

 **4,6**

millones de cuentas
habilitadas (incluye posee-
dores de tarjetas adicionales)

 **8,6**

millones de
tarjetas

 **272.830**

Comercios Amigos

 **178**

millones de
operaciones al año

 **\$1.009**

MM
en préstamos

 **2.450.000**

pólizas de Seguros
y Asistencias

 **530.000**

suscripciones a revistas
Convivimos + Cima

 **3.079**

Colaboradores
61% Mujeres

 **1° lugar**

ranking "Empresas
con Mejor Reputación
Corporativa" (MERCO).
Sector financiero y tarjetas
de crédito

 **2° lugar**

como "Mejor Empresa
Para Trabajar" en ranking
GPTW

 **43.889**

horas anuales de
formación

 **\$23.469.379**

ingresos operativos totales



El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Naranja Online



1.500.000

de usuarios activos
(**48,6%** de clientes)

App Naranja



948.125

de usuarios activos

Tienda Naranja



26.110

transacciones



4 millones

de visitas por mes
(**+23%** que en 2018)



6 millones

de accesos por mes
(**+69%** que en 2018)



281,8

millones
en ventas



539

Comercios adheridos



2.400.000

resúmenes digitales
(**72%** del total de resúmenes)



340 mil

cobranzas por botón
de pago online en
diciembre 2019

NX Naranja X

la nueva billetera
virtual de Naranja



+ digital

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno


Clientes


Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

 **418**
voluntarios
13,5% de Colaboradores


 **344**
escuelas
beneficiadas

 **72.794**
alumnos
beneficiados


 **124**
becas
escolares

 **40**
comedores
apadrinados

 **3.413**
kits escolares
entregados

 **\$253**
millones recaudados
en Débitos Solidarios

 **369**
organizaciones
beneficiadas

 **+ de 32.000**
personas en eventos
culturales de Casa Naranja



+ social

Otro año de reconocimientos

[103-3]

1. **Great Place to Work:** 2° puesto como “Mejor Empresa Para Trabajar” y 1° puesto de “Los Mejores Lugares para Trabajar para las Mujeres en la Argentina” en la categoría más de 1.000 empleados.
2. **Ranking revista Apertura:** Estamos entre los Mejores 5 Empleadores de Argentina.
3. **Ranking MERCO 2019:** 1° puesto de las empresas con mejor reputación del sector financiero y tarjetas de crédito. También nos posicionamos en el puesto 18° entre las 100 empresas de mayor reputación del país. En tanto que Alejandro Asrin, Presidente de Naranja, se posicionó entre los 22° líderes empresariales más reconocidos del país, y David Ruda, Presidente Honorario de Naranja, obtuvo el puesto 40° en el mismo ranking.
4. **Puesto 20° en el Ranking de revista Apertura** que distingue a las 100 Empresas con Mejor Imagen de Argentina.
5. **Fintech Americas** premió a nuestro presidente, Alejandro Asrin, en representación de Naranja, como uno de los 25 most innovative & transformative bankers in Latin America & The Caribbean.
6. **Premios Conciencia:** Mención de honor por la inclusión de Colaboradores con discapacidad.
7. **#Casodeéxito en Google** con naranja.com. Optimizamos la presentación de contenidos y navegación de la página utilizando las tecnologías Progressive Web App, Contentful y Angular 6.





Un día **podés**

[102-7]

Con **8,6 millones de tarjetas emitidas** somos la compañía líder en todo el país, presente en cada una de las provincias argentinas. Después de más de 30 años, seguimos creciendo hacia nuevos modelos de negocio. Emprendimos el desafío y desde 2019 nos posicionamos como referente regional dentro de las compañías que lideran la evolución digital.

Procesos que nos transforman | 10

Evolución digital | 10



Procesos que nos transforman

[102-2; 102-6; 102-10; 103-1; 103-2]



Dando continuidad a nuestro proyecto de evolución digital, Naranja se convirtió en un ecosistema de productos y servicios, con el objetivo de acompañar a las personas en diversas etapas de su vida. Así, durante 2019 desplegamos diferentes **proyectos transformacionales** en línea con la Estrategia 2022.

Evolución Digital

En 2017 comenzamos un proceso de transformación, con foco en la evolución del modelo de atención y en la experiencia del cliente omnicanal. La evolución avanza en dos ejes: hacer evolucionar el negocio actual y desarrollar nuevos negocios adyacentes, con base digital. Así, durante 2019, consolidamos nuestra estrategia con importantes avances:

Digitalización de los viajes de clientes

Implementamos mejoras para facilitar la **originación** de cuentas, la gestión de cobranzas a clientes, la suscripción al producto HBO Go, la contratación de seguros (autos, motos y hogar) y la solicitud de préstamos personales a través de canales digitales.

Se superaron las **75.000**

nuevas cuentas a través de los canales digitales, el **25%** de participación sobre las ventas totales de cuentas.

Los clientes continuaron migrando hacia el sistema de **pago digital**. El botón de pago en Naranja Online y en la App Naranja sumó 340.000 operaciones durante diciembre.

35%

de la recaudación por cobranzas a clientes provino de canales online (incluyendo de terceros)

Se logró la unificación del acceso a las **plataformas digitales**, se digitalizaron por completo cuatro productos (préstamos; y seguros para autos, motos y hogar) y se lanzó el primer MVP (producto mínimo viable) de personalización de promociones.

Lanzamos la **nueva web Naranja.com**, orientada a la venta. Además, nos convertimos en la primera empresa del sistema financiero de Argentina en desarrollar su sitio en Progressive Web App (PWA). Este diseño ofrece una experiencia en móviles muy similar al de una apli-

cación nativa, optimizando la velocidad de carga, el rendimiento en celulares y la navegación sin conexión, sin consumir memoria en el dispositivo.



Marketing Digital

Se aplicaron herramientas de cross-selling que permitieron incrementar las ventas de productos como HBO Go, préstamos personales, recarga de celulares y solicitud de tarjetas adicionales.

1.500.000

usuarios digitales activos, el **49%** de la cartera.

Los clientes continuaron migrando hacia los resúmenes de cuentas digitales, totalizando 2.400.000 a fin de diciembre.

Analítica avanzada de datos

Conformamos el hub de Analítica que contempla las mejores prácticas de Ingeniería, Gobierno y Ciencia de Datos para potenciar los resultados de negocio. Durante el año, se sumaron más de 10 nuevos modelos de machine learning a los ya existentes.

La infraestructura tecnológica permitió poner los datos a disposición de toda la organización, que puede así interpretar su valor para el negocio y ofrecer una experiencia personalizada a los clientes.

Organización ágil y flexible



Implementamos metodologías ágiles que nos permiten desarrollar productos y servicios digitales en poco tiempo. De esta manera, ofrecemos mejores servicios a nuestros clientes y, al mismo tiempo, empoderamos a nuestros Colaboradores para tomar decisiones.

Se crearon equipos de inteligencia comercial multidisciplinarios y autónomos, con perfiles diversos, trabajo colaborativo y prácticas dinámicas con foco en el desarrollo de un producto mínimo viable (MVP por sus siglas en inglés).

Sucursales del Futuro

Diseñamos un nuevo modelo de atención en nuestras sucursales, enfocado en brindar una mejor experiencia a nuestros clientes. Se trata de una migración de los espacios de transacción digital a las sucursales, lo que nos permite brindar atención personal con resolución en el primer contacto, a través de herramientas digitales. La estrategia es emplear tecnología de vanguardia: simple, intuitiva y facilitadora.

En abril lanzamos las dos primeras sucursales del futuro en San Isidro (Buenos Aires) y Alta Córdoba (Córdoba). Al final de 2019 se sumaron las sucursales de Pacheco, Palermo y Caballito (Buenos Aires) y Río Cuarto, Río Ceballos y O'Higgins (Córdoba).



Naranja X: nuestra Fintech



[103-1; 103-2; 103-3]

En septiembre de 2019 se lanzó Naranja X, una compañía de tecnología que desarrolló una aplicación (disponible para Android y iPhone) con una cuenta que permite enviar o recibir dinero, recargar de celular y de las tarjetas de transporte en 21 de las 23 provincias del país, comprar y vender dólares y mucho más.

Nuestra forma de **ser y de hacer**

Visión | Visión | Propósito | **14**

Valores | **15**

El camino que nos hizo creer y crecer | **16**



El 2019
puesto en valor

Un día
podés

**Nuestra forma
de ser y de hacer**

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



[102-16]



Visión. “Ser la empresa líder en servicios financieros y no financieros y, a la vez, la más admirada y querida por Colaboradores, clientes y comunidad en general”.



Misión. “Conectar con experiencias únicas y crecer a través de nuevos negocios basados en la tecnología”.



Propósito. “Facilitar con alegría y compromiso la vida de cada persona”.

Valores.

Alegría del Trabajo

Queremos que las personas se sientan felices en su puesto y que sepan hacer de cada día una experiencia positiva.



Pirámide Invertida

Toda la empresa está puesta al servicio de nuestros clientes, que son el presente y el futuro de Naranja. Trabajamos en equipo complementándonos en la experiencia, responsabilidad y formación.



Puertas Abiertas

En Naranja siempre encontrás a alguien dispuesto a escuchar y a construir con vos algo nuevo.



Mejora Continua

Nos impulsan las ganas de superarnos, de aprender y probar caminos distintos para alcanzar mejores resultados. La búsqueda sin límites y el desafío constante a la rutina.

El camino que nos hizo creer y crecer

[102-2]



1969 Salto innovador

Nuestra historia de equipo comienza en 1969 cuando dos profesores de educación física, David Ruda y Gerardo Asrin, fundan la casa de deportes Salto 96. Las primeras cuentas corrientes empiezan a moverse y comienzan a entregar tarjetas de identificación a sus clientes. Desde entonces, el impulso emprendedor de sus fundadores nos llevó a transformarnos y expandirnos.



1995 La marca se expande

En 1995, Banco Galicia ingresa como accionista, se acelera la expansión en todas las regiones del país, y se amplía la oferta de planes y beneficios para los titulares.



2017 Evolución con nueva identidad

En 2017 cambiamos nuestra identidad y pasamos a llamarnos simplemente Naranja, apuntando a expandir el portfolio de productos y servicios a través de la omnicanalidad, la innovación y la transformación digital.

En 1985 nace Tarjeta Naranja y se despliega una red de comercios que la incorporan como medio de pago.



1985 La tarjeta de los comercios

Se concreta una alianza con Visa y los titulares comienzan a utilizar su plástico en todo el mundo. Luego, llegan las alianzas con Mastercard y American Express, y se acelera el proceso de crecimiento.



1998/2005 En todo el mundo

Llegamos a constituirnos en un **ecosistema de productos y de servicios interconectados** gracias a la consolidación de nuestro negocio digital, a la par que avanzamos con firmeza hacia un gobierno comprometido con la sustentabilidad económica, ambiental y social.

[102-10]

Inauguramos las primeras **Sucursales del Futuro**, un nuevo modelo de atención al cliente, que combina interacción digital y personal en un entorno innovador.

Celebramos el lanzamiento de **Naranja X**, nuestra Fintech. Con esta novedad, dimos un salto al futuro de los nuevos negocios digitales.



2019 Naranja del futuro

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacer**Un ecosistema
de soluciones**Estamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Un ecosistema de soluciones

[102-7; 102-10; 103-1; 103-2; 103-3]

En 2019 vivimos un auténtico proceso de transformación, alineado a nuestro propósito: Facilitar con alegría y compromiso la vida de cada persona. De ser una compañía financiera, **nos convertimos en un verdadero ecosistema de soluciones con énfasis en la transformación digital.**

Productos y servicios | 18



Productos y servicios

[102-2; 102-6; 102-7; 102-10]



El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

**Un ecosistema
de soluciones**

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



[Volver al ecosistema](#)

Tarjetas

Continuamos liderando la emisión de tarjetas en el país, con más beneficios y facilidades para nuestros clientes.

8.559.157

total de plásticos emitidos

Naranja

4.605.250

plásticos operativos

Naranja Visa

3.451.277

plásticos operativos

Naranja MasterCard

453.760

plásticos operativos

Naranja American Express

48.870

plásticos operativos

Seguros y Asistencias

Ofrecemos múltiples productos: Hogar, Consumo Garantizado, Desempleo, Compra Protegida, Accidentes Personales, Mayor Protección, Mujer Protegida, Salud, Vida, Robo en Cajero Automático, Bolso Protegido, Auto, Moto, Asistencia de Moto, Seguro para tu Celular, Tecnología Móvil, Bicicleta, Electro Usados y Protección integral para Mascota.

También disponemos de Multiasistencia al Hogar y Asistencia al Viajero junto con Universal Assistance, que permite a los titulares de Naranja cotizar y contratar online un seguro de viaje de manera ágil y con beneficios. En 2019, se digitalizó la venta de seguros de auto, motos y hogar.

2.450.000

total de pólizas

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

**Un ecosistema
de soluciones**

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



[Volver al ecosistema](#)

Préstamos

En cualquiera de nuestras sucursales o por medios on line (web y app) nuestros titulares pueden obtener dinero y devolverlo en cuotas fijas y en pesos.

En 2019 se entregaron

184.535

préstamos

Totalizando

1.009

millones de pesos.

App Naranja

Permite a nuestros titulares consultar el estado de su cuenta, conocer promociones cercanas, realizar gestiones rápidas, consultar saldos y recargar crédito a celulares. Además, se puede pagar el resumen desde un botón de pagos especialmente diseñado para hacerlo de manera ágil, simple y precisa.

Nuestros clientes realizaron

5,8 millones

de visitas mensuales.

El 2019
puesto en valorUn día
podés**Nuestra forma
de ser y de hacer**Un ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Naranja Online para Comercios: pueden ver sus últimas liquidaciones y cupones rechazados, consultar presentaciones por cobrar y recibir informes por e-mail de cada operación.


[Volver al ecosistema](#)

Naranja Online

Es la sucursal virtual de autogestión, le permite a nuestros clientes consultar saldos disponibles, ver e imprimir el resumen, pagar online, simular compras, cotizar consumos en dólares, conocer consumos y próximos vencimientos, acceder a Tienda Naranja, suscribirse a informes por e-mail para conocer los movimientos de su cuenta, recargar crédito en el celular, actualizar sus datos personales y de facturación, suscribirse al resumen digital, generar PIN para extracción en cajeros, activar tarjetas y solicitar aumento de límites, adicionales y nuevas tarjetas.

Incorporamos los servicios de historial de pagos realizados, préstamos online y desconocimiento de compras y débitos. También, se perfeccionó la doble validación de identidad para transacciones que requieren mayor seguridad, como préstamos en línea.

La sucursal virtual de **autogestión.**

El 2019
puesto en valorUn día
podés**Nuestra forma
de ser y de hacer**Un ecosistema
de soluciones

Estamos cerca

Por un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Tienda Naranja

Es la plataforma de comercio electrónico disponible para que los titulares de Tarjeta Naranja puedan comprar los productos que ofrecen los Comercios Amigos. En 2019 comenzó un proceso de evolución y en el último trimestre se realizaron pruebas piloto de renovación para convertirla en uno de los Marketplace más importantes del país. Su lanzamiento está previsto para 2020.

Se realizaron
compras por

281,8

millones de pesos

Se incrementó la
cantidad de visitas en

6.731.980



[Volver al ecosistema](#)

Naranja Viajes

Es nuestra plataforma de venta de viajes. En el primer trimestre de 2019, incorporamos la venta de vuelos y mejoramos los niveles de ventas del resto de las opciones vinculadas a la experiencia de viajar: hoteles, transportes, paquetes turísticos o escapadas.

El 2019
puesto en valorUn día
podés**Nuestra forma
de ser y de hacer**Un ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

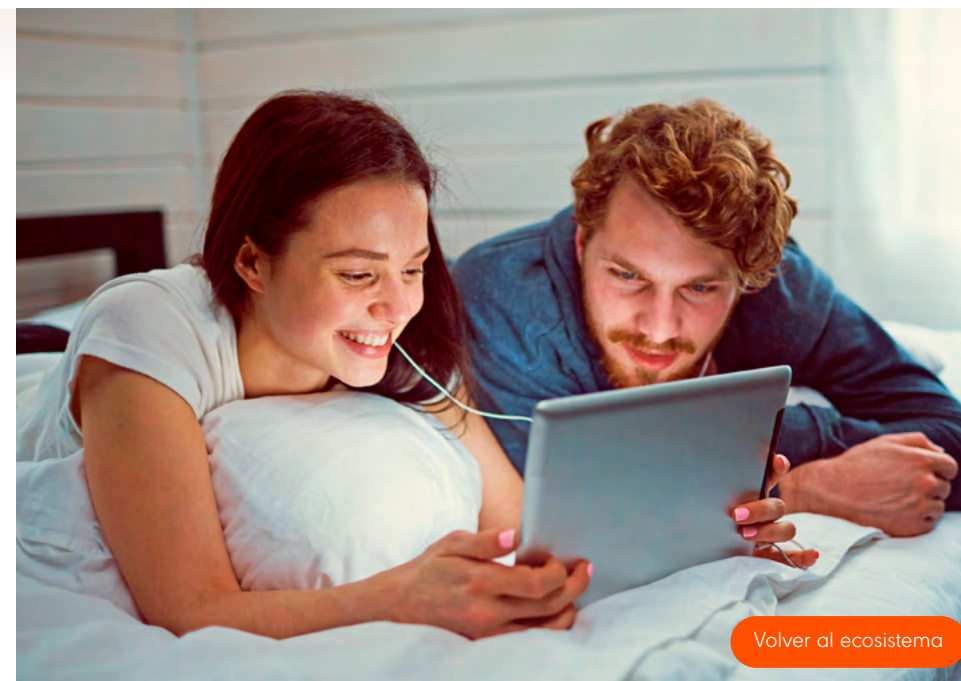
Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad


[Volver al ecosistema](#)

📖 Productos editoriales

Convivimos
350.000
suscriptores

Revista Convivimos. Publicación mensual con contenido de interés general para toda la familia. Líder entre las publicaciones mensuales por suscripción en el país. Desde 2018 cuenta con versión digital, gratuita para quienes tienen la suscripción en papel.

En 2019 fueron tapa: Mariana Genesio, Lalo Mir, Andrés Calamaro, Raly Barriónuevo, Chino Darín, Laurita Fernández, Joaquín Furriel, Felipe Pigna, Nacho Viale, Florencia Torrente, Los Tekis y Leticia Brédice.

Cima
180.000
suscriptores

Revista Cima. Se sumó en enero, tras la fusión con Tarjeta Nevada. De interés general, refleja la actividad cultural, deportiva y social de cada provincia a la que llega.

Libros infantiles. Suscripción mensual a libros para niños con el mejor contenido de Disney Jr., Princesas y los superhéroes de Avengers.

📺 Entretenimiento

HBO Go: en todo el país, nuestros clientes pueden suscribirse a HBO Go y disfrutar de más de tres mil títulos de la plataforma premium.

A finales de 2019,
contamos con

6.566

adheridos a HBO
a través de Naranja

Movieclub: un programa de los cines Village con importantes beneficios y descuentos.

El 2019
puesto en valorUn día
podés**Nuestra forma
de ser y de hacer**Un ecosistema
de soluciones

Estamos cerca

Por un futuro
sustentableGestión
de gobierno

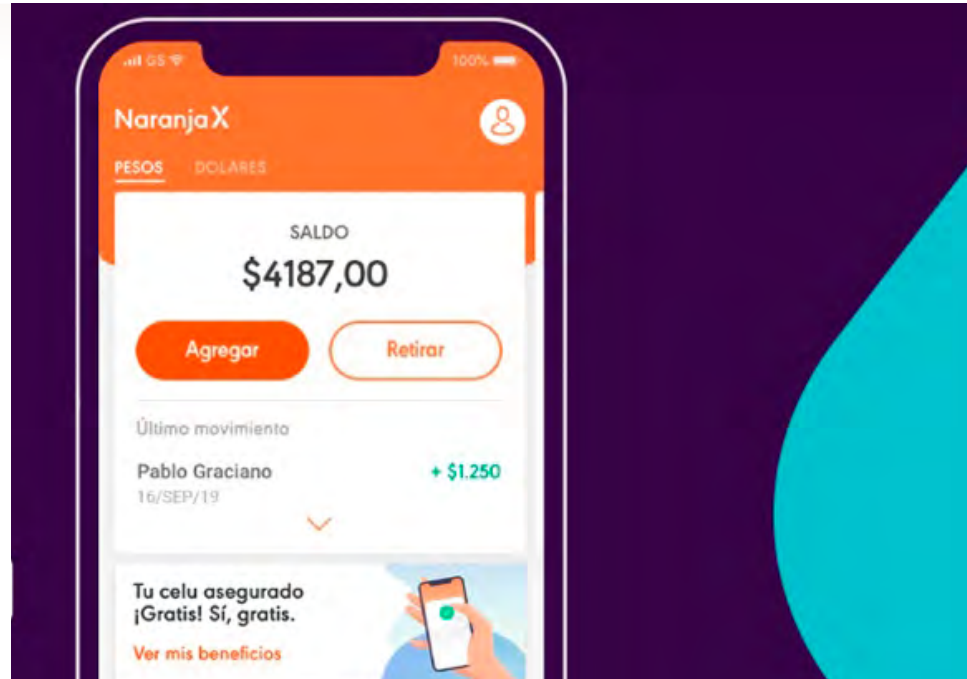
Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

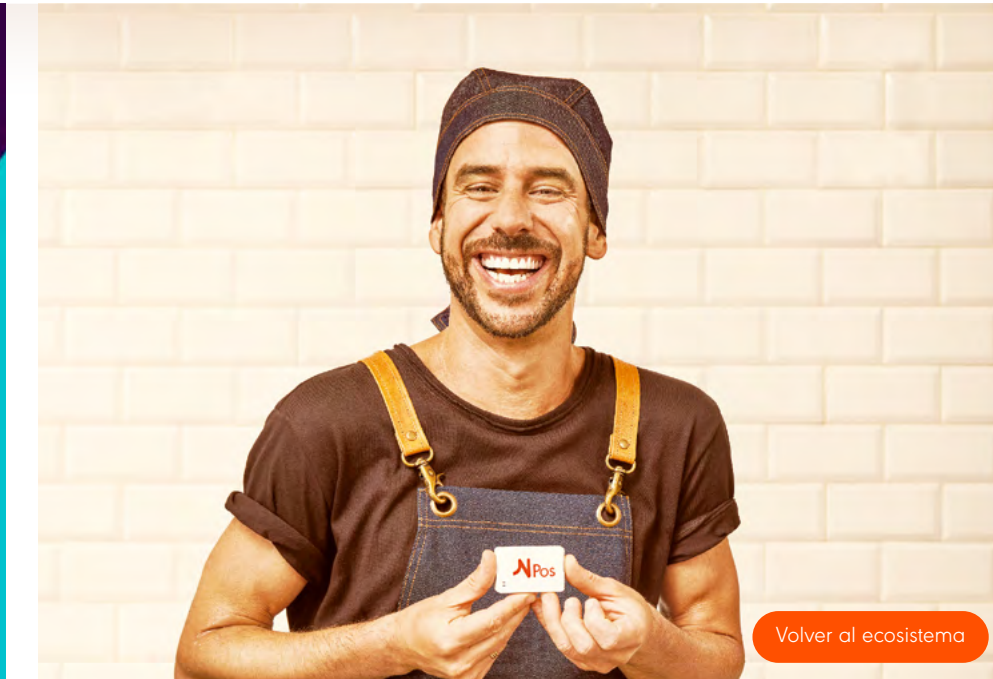
Medioambiente

Comunidad



Naranja X

Durante 2019 se consolidó una nueva compañía de tecnología, “Naranja X” con el propósito de desarrollar productos digitales de pago, cobro y ahorro a clientes y no clientes de Naranja.



Naranja Pos

Se trata de un nuevo servicio que permite a comercios, profesionales independientes y a cualquier persona que necesite vender un producto o servicio, cobrar con cualquier tarjeta de débito, crédito o prepaga a través de un lector que se conecta por bluetooth al celular o tablet.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de soluciones**Estamos
cerca**Por un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estamos **cerca**

[102-4; 102-6; 102-7; 102-43; 103-1; 103-2; 103-3]

Somos una marca **omnicanal**, presentes todos los días y cerca de nuestros clientes.

Atención al cliente, en todo el país | **26**

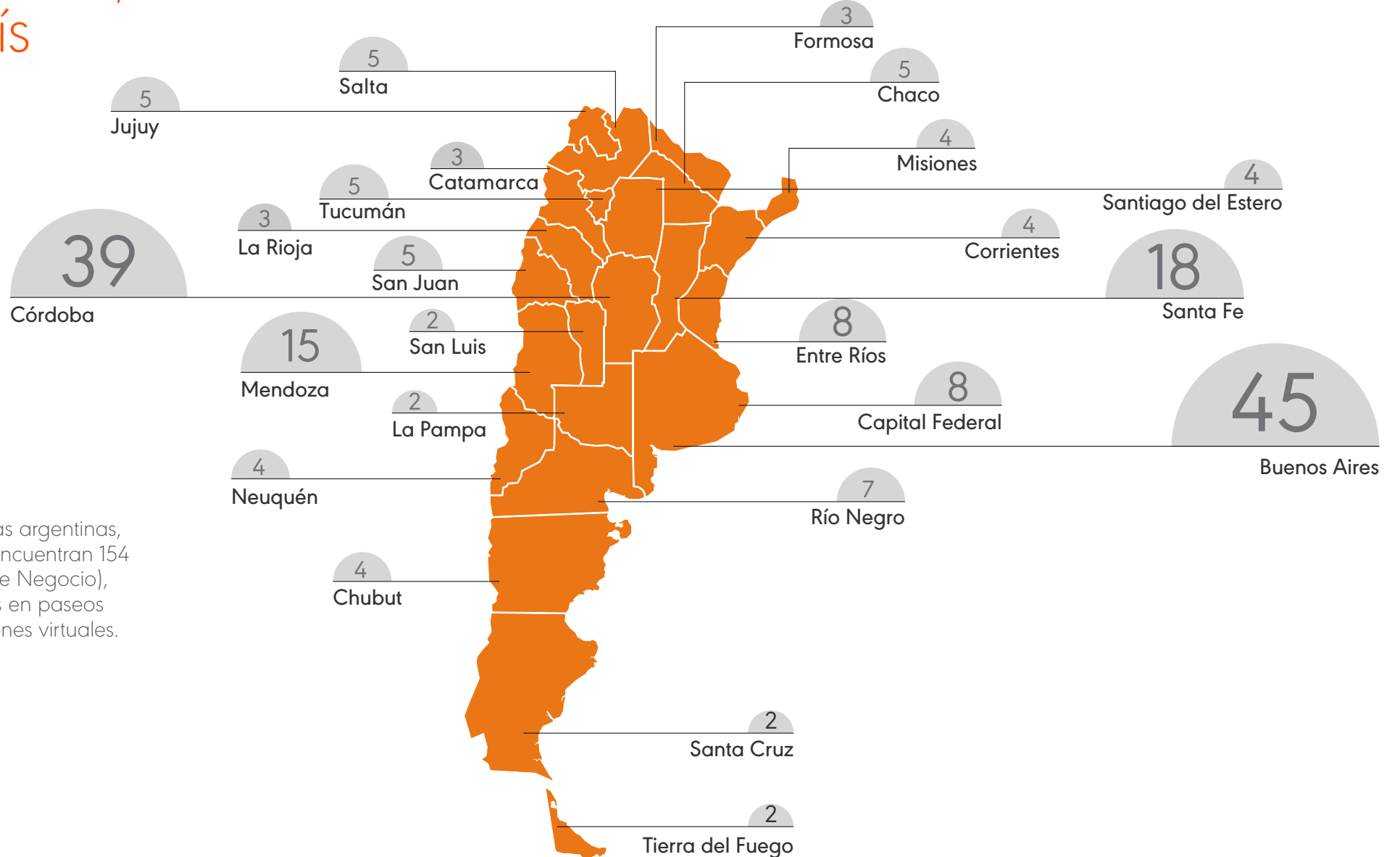
Evolucionamos la atención al cliente | **28**

Siempre comunicados | **30**



Atención al cliente, en todo el país

Sucursales



Estamos en cada una de las provincias argentinas, con 202 sucursales, entre las que se encuentran 154 sucursales, 22 MUN (Mini Unidades de Negocio), 20 receptorías, 4 stands o mini locales en paseos comerciales y 2 locales para operaciones virtuales.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de soluciones**Estamos
cerca**Por un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Locales MUN

Es el formato con el que nos hacemos presentes en localidades de entre 20 y 50 mil habitantes, con los mismos servicios que las grandes sucursales.

BUENOS AIRES Bolívar
Zárate
Balcarce
Coronel Suárez
Dolores
Miramar
Villa Gesell

CHACO Villa Ángela

CÓRDOBA Laboulaye
Mina Clavero
Oncativo

CORRIENTES Gobernador Virasoro

ENTRE RÍOS Gualeguay

FORMOSA Clorinda

JUJUY Libertador General San Martín
La Quiaca
Perico

MISIONES Puerto Iguazú

RÍO NEGRO Villa Regina

SANTA FE Cañada de Gómez

SANTIAGO DEL ESTERO Termas de Río Hondo

TUCUMÁN Monteros

Evolucionamos la atención al cliente

En 2019 inauguramos las primeras **ocho Sucursales del Futuro**, donde la atención personal se combina con la interacción digital para resolver en el primer contacto sus gestiones.

En lugar del tradicional espacio de espera con sillas, estas sucursales cuentan con lugares cómodos para trabajar con tablets, terminales de autogestión y murales de video interactivos, con la asistencia de nuestros Colaboradores.



Sumamos calidad de atención

[102-10; 103-1; 103-2; 103-3]

En el marco de nuestro proyecto estratégico, en 2019 remodelamos 8 sucursales (del Futuro), y en otras 12 desplegamos un plan de incorporación de terminales de autoconsulta para fortalecer la migración hacia canales digitales.

Además, inauguramos una sucursal en Pacheco (Buenos Aires) y realizamos dos mudanzas (Villa Mercedes y O´ Higgins) y una remodelación integral de una sucursal en Mendoza. Cerramos una sucursal en Buenos Aires y abrimos tres con el modelo MUN: en Lavalle (Buenos Aires), en la peatonal de Rosario (Santa Fe) y en el Paseo Alvear (San Juan). También se sumó un stand en el centro comercial Palmares (Mendoza).



El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de soluciones**Estamos
cerca**Por un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Accesibilidad

[103-1; 103-2; 103-3]

Nuestra estrategia de sustentabilidad contempla el requisito de que cada remodelación, apertura o diseño de Casas Naranja prevea las condiciones necesarias para ser accesibles. Rampas de acceso, sanitarios adaptados y ascensores forman parte de nuestros proyectos.

Salud y seguridad

[103-1; 103-2; 103-3; 416-1]

Para prevenir posibles riesgos a la salud y seguridad de nuestros clientes y colaboradores en las sucursales, contamos con:

- Servicio de emergencia 24 horas.
- Botiquín de primeros auxilios.
- Plan para asumir contingencias y manual de procedimiento.
- Simulacros de evacuación.
- Auditorías periódicas sobre seguridad de las instalaciones.
- Colaboradores capacitados para asumir roles de asistencia en contingencias específicas.
- Personal de seguridad capacitado conforme a criterios establecidos por Naranja.

Sucursales accesibles

182

90% de nuestros
puntos de atención

Puntos de atención al cliente
con baños especiales

99

49% del total

Puntos de atención
acondicionados con rampas

155

77% del total

Puntos de atención al con
ascensores y elevadores para
personas con discapacidad

1

1 (Local Subte)

El 2019 puesto en valor

Un día podés

Nuestra forma de ser y de hacer

Un ecosistema de soluciones

Estamos cerca

Por un futuro sustentable

Gestión de gobierno

Cientes

Colaboradores

Cadena de valor

Medioambiente

Comunidad

Siempre comunicados

[102-40; 102-43]

El ecosistema Naranja hoy es posible gracias a una cultura de la comunicación. Tenemos una política de puertas abiertas por la que todos nuestros públicos pueden conocernos, y también nos permiten conocerlos.

Numerosos canales de comunicación están disponibles para esa interacción, porque es nuestra forma de crecer con asertividad.

Contamos con 36 canales para comunicarnos con nuestros públicos prioritarios.

Total de canales por público

20	20	27
Cientes	Comercios amigos	Colaboradores
15	16	16
Proveedores	Comunidad	Accionistas

Canales de comunicación	Públicos						
	Cientes	Comercios Amigos	Colaboradores	Proveedores	Comunidad	Accionistas	
Canal abierto (24 horas)	Workplace		☑				
	Grupos Workplace		☑				
	Mail		☑				
	Grupos en Whatsapp		☑				
	Naranja.com	☑	☑	☑	☑	☑	
	Naranja online	☑	☑				
	Chat online	☑	☑		☑	☑	
	Línea 0810 titulares	☑	☑			☑	
	Línea 0810 comercios		☑				
	Facebook	☑	☑	☑	☑	☑	
	Linkedin	☑	☑	☑	☑	☑	
	Twitter	☑	☑	☑	☑	☑	
	Instagram	☑	☑	☑	☑	☑	
	You Tube	☑	☑	☑	☑	☑	
Diario / Mensual	Circulares		☑				
	Casas Naranja	☑	☑	☑	☑	☑	
	Revista Convivimos	☑	☑	☑			
	Revista Cima	☑	☑	☑			
	NPS	☑					
	Informes de gestión			☑		☑	
	Tableros de control de procesos			☑			
Semestral	Evaluación de desempeño		☑				
	Reporte de Sustentabilidad	☑	☑	☑	☑	☑	
	Reporte de Sustentabilidad Grupo Financiero Galicia	☑	☑	☑	☑	☑	
	Encuesta de clima y GPTW "La Semestral"			☑			
Anual	Encuentro anual de líderes			☑			
	Memoria financiera					☑	
	Evaluación de proveedores				☑	☑	
	Investigación y encuestas de mercado	☑	☑				
	Encuentros de líderes			☑			
Según necesidad	Agenda cultural	☑	☑	☑	☑	☑	
	Gacetillas de prensa	☑	☑	☑	☑	☑	
	Reuniones	☑	☑	☑	☑	☑	
	Mails	☑	☑	☑	☑	☑	
	Según legislación	Balance Contable					☑

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cerca**Por un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Por un futuro sustentable

[102-12; 102-40; 102-42; 102-43 102-44; 102-46; 102-47]

Gestionamos la **sustentabilidad de Naranja** siguiendo los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), priorizando lo que nuestros públicos esperan de nosotros.

Queremos tener impacto | **32**

Nuestros públicos y sus expectativas | **32**

Compromisos | **34**



Queremos tener impacto

[102-47]

La sustentabilidad de nuestro negocio se basa en la capacidad para crear futuro. Hacemos esto gestionando nuestra acción en **tres dimensiones: económica, social y ambiental.**

Así, nuestra agenda de sustentabilidad busca impactar en los temas definidos a partir de las expectativas relevadas y del análisis de las diversas fuentes de información. Sobre ellos reportamos, como un modo de demostrar nuestro compromiso y sumar el de la comunidad.

Nuestros públicos y sus expectativas



Para diseñar nuestra agenda de trabajo en sustentabilidad, **mantuvimos diálogos con nuestros públicos** a través de todos los canales vigentes.



Los factores que se tuvieron en cuenta para definir la agenda son:

1. Riesgos y oportunidades que están vinculados a la sustentabilidad del sector.
2. Riesgos y oportunidades de Naranja y su actividad en la creación de valor económico, social y ambiental.
3. La situación del contexto macro económico, social y ambiental en el que nos toca operar.
4. La legislación que regula al sector.
5. Las iniciativas internacionales de desarrollo sostenible que apelan al sector privado a contribuir con la sustentabilidad, tales como Pacto Global y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.
6. Las Certificaciones y tendencias para la rendición de cuentas ética, económica, social y ambiental.
7. Las expectativas que clientes, Comercios Amigos, accionistas, proveedores y comunidad tienen sobre nosotros y nuestra operación.

Compromisos

[103-2]

Las expectativas de nuestros públicos nos permiten enfocar los objetivos prioritarios para nuestra gestión hacia el futuro. Dialogamos con los públicos y nos comprometemos con ellos.

Comunidad

Generar un impacto positivo en las comunidades de las que somos parte a través de programas sostenidos y de calidad.

Colaboradores

Ser el mejor lugar para trabajar y desarrollarse como personas.

Clientes

Brindar servicios financieros y no financieros orientados al consumo y al entretenimiento con calidad y calidez en procesos sostenibles.

Comercios Amigos

Promover estrategias en torno a un mayor compromiso compartido de nuestros Comercios Amigos con la gestión empresarial orientada a la sustentabilidad.

Proveedores

Promover la gestión sustentable en nuestra cadena de valor.

Accionistas

Impulsar el desarrollo de un negocio sustentable a largo plazo, minimizando el impacto ambiental de nuestra operación e integrando la responsabilidad social y ambiental a la gestión en todos los procesos de la empresa pensando en el legado a las generaciones futuras.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Gestión de gobierno

[102-18; 102-22; 102-26; 102-44; 103-1; 103-2;103-3]

Estamos convencidos de la importancia del **triple impacto de nuestras acciones** por eso incorporamos objetivos que aseguren la sustentabilidad en la gestión de nuestra operación.

La gestión de gobierno impulsa con decisión un compromiso para los mejores resultados.

Pilares Estratégicos | **35**Directorio | **36**Compromiso ético en todo nuestro hacer | **38**Gerencia de Compliance: ética y cumplimiento | **38**Minimizar los riesgos con una gestión integral | **43**Los vínculos nos fortalecen | **48**Desempeño económico de 2019 | **49**Perspectivas 2020 | **52**

Pilares Estratégicos

En pos de los objetivos, sostenemos nuestras acciones en pilares fundamentales:

Experiencia

Ser reconocidos por proporcionar a los clientes una experiencia diferenciada apalancándonos en las nuevas tecnologías. Fortalecer el posicionamiento de Naranja como marca de experiencia de clientes.

Valor

Ser líderes en generación de valor mediante relaciones profundas y duraderas.

Recursos

Administrar los recursos de forma efectiva y segura.

Conocimiento

Conocer las necesidades de nuestros clientes y su riesgo para ofrecer las soluciones adecuadas.

Eficiencia

Buscar mejores niveles de eficiencia en la entrega de nuestra propuesta de valor, reduciendo todo aquello que no agregue valor al cliente.

Cultura

Fortalecer la cultura organizacional centrada en el cliente y los colaboradores en toda la organización.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Directorio

Nuestros directores aseguran la implementación de la estrategia, estimulando la búsqueda compartida de objetivos que se alinean a la visión, misión y propósito.

El directorio aprueba y administra el plan estratégico de la compañía, dando seguimiento a los objetivos de gestión, presupuestos anuales y la gestión y control de riesgos.



Compromiso ético en todo nuestro hacer

[102-16; 102-17; 103-1; 103-2, 103-3; 205-2]

Naranja es una empresa construida sobre la **responsabilidad, lealtad y honestidad** de todos los Colaboradores.

Estamos convencidos de la importancia de asegurar una cultura de la ética, que garantice el cumplimiento de normas, la transparencia en los procedimientos y, además, incentive conductas beneficiosas para el bien común.

Gerencia de Compliance: ética y cumplimiento

[102-15; 102-17; 102-22; 103-1; 103-2; 103-3; 205-2]

Durante el primer trimestre de 2019, el Directorio aprueba la creación de la Gerencia de Compliance, en línea con las nuevas tendencias empresariales a nivel global. La nueva gerencia surge por la necesidad de establecer un marco específico para el relacionamiento con los públicos de interés, ante responsabilidades ligadas a lo establecido en la Ley 27.401 (2018), sobre delitos vinculados a corrupción. Por otra parte, la Gerencia de Compliance se propone mayor eficiencia en las respuestas a los requerimientos solicitados por los entes que nos regulan (BCRA - CNV - UIF).

Estos asuntos, que antes estaban contenidos en las gerencias de Auditoría y Legales, hoy cobran un relieve extraordinario por el impacto que tienen para la sustentabilidad de nuestro negocio, y que son asumidos como un compromiso de cada sector. De este modo, la Gerencia amplía el objetivo para trabajar en una cultura de la ética que abarque a todos los colaboradores.



Objetivos estratégicos

- Crear una matriz con los riesgos más relevantes en materia anticorrupción.
- Desarrollar e implementar un programa integral de gestión de Compliance.
- Definir un código de conducta para la debida diligencia con todos los públicos relevantes para la organización.
- Asegurar el cumplimiento de la normativa que impacta el negocio.
- Fomentar el compromiso de todos los Colaboradores.

De esta gerencia depende la aplicación del Código de Ética y su seguimiento, a través del Comité de Conducta y la Línea Ética, como todo lo relativo a las normativas y regulaciones en materia legal, financiera y de seguridad contra distintos tipos de delitos.

Áreas de trabajo

1. **Prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo.**
2. **Atención al regulador, para dar respuesta a los requerimientos que solicitan los distintos organismos.**
3. **Cumplimiento, ética e integridad, que lleva adelante el plan de integridad definido por la ley.**
4. **Control y prevención del fraude interno, especializado en detectar situaciones o conductas contrarias a lo establecido en el Código de Ética y con los valores de la compañía.**

Un aspecto esencial de la sustentabilidad es gestionar los principios normativos con otros actores con los que nos involucramos. De este modo, nuestros proveedores críticos reciben control y seguimiento a cargo de la Gerencia de Compliance: en 2019 hemos incluido en los contratos nuevos o en sus renovaciones criterios específicos ligados al compromiso con los ODS.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Aplicación del Código de Ética

Alcanza a todos los Colaboradores.

Todos están obligados a conocer y aplicar sus normas, que prevalecen por encima de cualquier otra indicación.

Los Colaboradores deben asistir a toda forma de capacitación que se dé para conocer y aplicar el código.

Cada Colaborador debe certificar que ha leído y aceptado las normas del código.

Un Comité de Conducta será responsable de velar por su contenido y aplicación.



Nuevo Código de Ética

Junto a la decisión estratégica de crear la Gerencia de Compliance, en 2019 realizamos una revisión integral de nuestro Código de Ética, actualizando su contenido.

Asegura **las mejores prácticas** para la responsabilidad, lealtad y honestidad de todos los Colaboradores.

Lealtad Comercial

Las decisiones deben ser transparentes y la información completa y concreta. Nunca debe falsearse información necesaria para alcanzar los objetivos de negocio o concretar las actividades propias de la entidad.

1 Honestidad

Mantener comportamiento honrado, recto, razonable y justo, ajustado a nuestros valores.

2

Responsabilidad

Efectuar las tareas de acuerdo con los objetivos institucionales, asumiendo con formalidad y conciencia su cumplimiento.

3

Seguridad

Favorecer condiciones de certeza y transparencia para cualquier operatoria realizada en la entidad.

4

Confidencialidad

Respetar y hacer respetar el carácter reservado de la información que administra Naranja.

5

Respeto por la Ley

Todas las acciones realizadas por Naranja y sus Colaboradores deben respetarla.

6

Principios que sustentan nuestra ética

Pautas de conducta del nuevo Código de Ética

El nuevo código toma en cuenta las pautas del Código de Gobierno Societario, que compromete a luchar contra el lavado de activos y financiamiento del terrorismo, e incorpora aspectos sensibles como la prevención de lavado de activos, el relacionamiento con medios (que se limita a directores, salvo excepciones autorizadas) y otros.

Nuestro nuevo código prevé normas referidas a todos los Colaboradores, para prevenir cualquier impacto que pueda afectar nuestra sustentabilidad:

- Relación con las autoridades.
- Ambiente.
- Responsabilidad civil.
- Derechos humanos e igualdad de oportunidades.
- Confidencialidad de la información de clientes y de Colaboradores.
- Interacción con los medios y apariciones públicas.
- Formas de participación en redes sociales e internas.
- Sana competencia.
- Relaciones de parentesco y sentimentales en el ámbito laboral.
- Objetividad en los negocios y conflictos de interés.
- Obsequios y donaciones.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad




Relanzamiento de la Línea Ética

[102-17]

En el marco del desarrollo del plan de integridad, relanzamos nuestra línea ética. Es un canal exclusivo y confidencial a través del cual nuestros Colaboradores pueden realizar denuncias anónimas de hechos que sean contrarios a lo definido en el código de ética. Todas las denuncias son investigadas y tratadas por el comité de conducta.

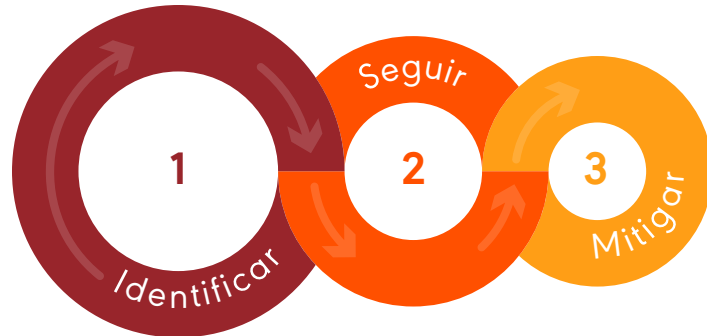
 **Línea telefónica gratuita:**
0800-122-5671

 **Correo electrónico:**
eticagrupo@kpmg.com.ar

Minimizar los riesgos con una gestión integral

[102-15; 102-22; 103-3; 205-1]

La Gerencia de Compliance cuenta con un gerente de cada área, que hace foco en su objetivo trabajando de manera integral ante el riesgo:



Gestionamos previendo y controlando todos los ámbitos de riesgo donde puedan ocurrir acciones que afecten nuestra sustentabilidad.

1. **Financiero**
Mantener adecuados niveles de liquidez y solvencia que permitan brindar mejores productos a los clientes.
2. **Crediticio**
Minimizar las posibles pérdidas por incumplimiento de las obligaciones de pago contraídas por los titulares.
3. **Operacional**
Minimizar pérdidas relacionadas a falencias en los procesos internos y a aquellas que surjan de eventos vinculados al contexto externo.
4. **Reputacional**
Daño en la percepción del valor de Naranja por parte de la opinión pública, clientes, inversores o partes interesadas.
5. **Marco Regulatorio**
Recibir sanciones económicas u otro tipo de medidas disciplinarias por parte de organismos de contralor, como resultado de incumplir leyes, regulaciones y normas.
6. **Protección de datos**
Evitar la posible fuga de información de datos relacionados a clientes.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Nuevos modelos para la gestión de riesgo y recupero

Incorporamos modelos basados en machine learning que permite puntuar y predecir casos de riesgo. En situaciones de **mora temprana**, pudimos segmentar riesgos de clientes e implementar mejores herramientas de cobranza. En esa línea, se desarrollaron nuevos canales de gestión para ofertar productos de financiación, de acuerdo con cada segmento de clientes detectado. Como resultado, se duplicó el valor agregado del proceso para los primeros 30 días de mora, manteniendo los ratios para tramos más avanzados.

Con respecto a la **mora tardía**, también mejoró con esta misma herramienta empleada tanto para la segmentación como para la gestión de la mora. Se obtuvieron resultados positivos para la velocidad del recupero.

Control de procesos financieros

[102-15; 103-3; 205-1]

Contamos con mecanismos para vigilar nuestros procesos con un alto nivel de seguimiento. Una auditoría interna y externa verifica todos los controles alcanzados por la revisión SOX (Ley Sarbanes - Oxley de Estados Unidos), según lo dispuesto por la Securities and Exchange Commission (SEC). Esto aporta mayor confianza en nuestros procesos, con procesos que apuntan a evitar fraudes financieros.

Evitar los delitos financieros

[102-17; 102-22; 103-3; 205-2]

Nuestra estrategia es actuar para prevenir los delitos, apoyados en herramientas tecnológicas y un equipo especializado para monitorear y detectar de manera temprana operaciones inusuales o irregulares.

En la nueva Gerencia de Compliance, nuestro programa se fortalece en el área prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo (PLA-FT). Cumplimos con las distintas normativas inherentes a operadoras de tarjetas de crédito, estableciendo políticas y procedimientos internos para el control, basado en criterios objetivos y técnicos. Asimismo, realizamos capacitaciones para que los Colaboradores conozcan y se comprometan con la PLA-FT.

Plataforma tecnológica segura

[102-15; 103-1; 103-2; 103 -3]

Nuestra política de seguridad de la información es pública y compartida por toda la compañía y se extiende a proveedores críticos. Incluye aspectos de ciberseguridad y privacidad de datos.

En el marco del plan estratégico IT2022, la Dirección de Sistemas reestructuró la arquitectura tecnológica con el objetivo de ganar escalabilidad, estabilidad y seguridad. Esto incluyó la migración al Cloud de AWS de todas las aplicaciones de Naranja que dan soporte a los canales de interacción con los clientes. Se desplegó una nueva combinación de soluciones tecnológicas basadas en servicios en la nube, integración, automatización, monitoreo proactivo y herramientas de ciberseguridad, entre otras novedades.

Se desarrollaron servicios de seguridad que gestionan la identidad y biometría en diferentes momentos de interacción en la plataforma. Esto se complementó con la consolidación y crecimiento del grupo de datos corporativo completamente desplegado en la nube, con las mejores prácticas de Big Data y Gobierno de Datos.

El área de Seguridad de la Información en Naranja se encuentra alineada a las Normativas ISO/IEC 27001 "Sistema de gestión de seguridad de la información (SGSI)" y a la ISO/IEC 27005 "Gestión de Riesgos en Seguridad de la Información. Adicionalmente contemplamos las buenas prácticas de la industria (BCRA: A4609 "Requisitos Mínimos de Gestión, implementación y control de riesgos relacionados con la tecnología informática y las posteriores adecuaciones: A6354, etc.).

En 2019 continuamos acentuando nuestra práctica de ciberseguridad, incorporando el marco de ciberseguridad (Guía de la SEC sobre Procedimientos de Seguridad Cibernética), la ISO/IEC 27032: Directrices para la Ciberseguridad, NIST Cybersecurity Framework (Identificar, Proteger, Detectar, Responder y Recuperar) y el Marco Mitre ATT&CK para el modelado de escenarios ofensivos.

Seguimos con tendencia creciente de ataques relacionados con phishing hacia nuestra marca, principalmente en redes sociales. Las mismas son detectadas tempranamente y reportadas al CSIRT correspondiente para su tratamiento.

Centro de Defensa de Ciberseguridad (CDC)

Consolidamos la conformación de este centro, con el objetivo de protegernos frente a las amenazas emergentes de alta complejidad, posibilitándonos detectar y anticiparnos a posibles eventos de seguridad significativos que afecten a la compañía. Nos permite estar preparados para brindar respuestas rápidas y efectivas ante los incidentes de inseguridad.

Contamos con herramientas propias de seguridad con aprendizaje automático (machine learning) que proporcionan un alto valor, especialmente a la hora de resolver problemas como intrusiones maliciosas y ataques avanzados persistentes.

Algunas de las actividades consolidadas en el Centro de Defensa en el último año fueron inteligencia analítica preventiva aplicada al negocio, análisis sobre comportamientos anómalos, Cyber Investigación & Forensis entre otras.

En 2019 mejoramos las herramientas para resguardar nuestra información y para controlar la fuga de información.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Seguridad ofensiva y defensiva

Continuamos profundizando los esquemas de seguridad defensiva y seguridad ofensiva, realizando tareas como: revisión de código, búsqueda de vulnerabilidades Zero-Day, análisis de datos OSINT y realización de ataques personalizados como otra forma de garantizar que los productos que desarrollamos cuentan con los estándares adecuados de seguridad, cuidando a nuestros clientes. Se encuentran conformados los equipos defensivos (blue team) y los ofensivos (red team), que prueban y diseñan los controles respectivamente, mediante la utilización de herramientas propias y de terceros. Esto se complementa con el esquema tradicional de hacking ético existente.

Control externo

Nuestros sitios presentan la Política de Divulgación Responsable (BUG Bounty) como canal formal para que los usuarios externos puedan informar posibles vulnerabilidades detectadas. Personal calificado las analiza para su remediación inmediata, en caso de existir.

Alineación a la estrategia "Zero Trust" (confianza cero)

Con las nuevas tendencias y tecnologías, los límites de las redes y accesos han cambiado. Hoy desde las áreas de seguridad de la información nos encontramos con la necesidad de proteger activos y datos que están más allá de un perímetro determinado. Este año 2019 incorporamos tecnologías de última generación que nos permiten realizar controles de postura de todos los equipos propios y de terceros que interactúan con servicios Naranja, independientemente de la forma en que se conecten.

Registro de bases de datos

Registramos nuestras bases de datos personales ante la Agencia de Acceso a la Información Pública, cumpliendo la Ley 25.326 y sus modificatorias, así como las exigencias del órgano de la AAIP.

Desarrollo seguro

Contamos con la integración de seguridad en etapas tempranas del Ciclo de Vida de Desarrollo y la adopción de las Normas OWASP (Open Web Application Security Practices) para Desarrollo Seguro. Desde 2018, incrementamos esta capacidad para fortalecer la seguridad en los proyectos de evolución digital. Automatizamos los controles en los distintos flujos y revisamos los productos de manera permanente.

Seguridad en la Nube

Para contrarrestar amenazas cibernéticas tenemos una arquitectura robusta. Implementamos soluciones ágiles para gestionar los datos sensibles, en lo que se tiene en cuenta la experiencia de Clientes.

Educar y concientizar en seguridad

[102-15; 103-1; 103-2]

Para generar conciencia acerca de la importancia de resguardar nuestros datos y evitar riesgos, implementamos un “Plan de Concientización en Seguridad” dirigido tanto a público interno como externo.

Cientes

- Centro de seguridad en el sitio Naranja Online que educa, brinda consejos y recomendaciones para proteger la identidad, y cuenta con un canal de denuncia para incidentes de seguridad.
- Comunicaciones con recomendaciones de ciberseguridad en nuestras redes sociales.

Colaboradores

- Capacitaciones en la plataforma de formación Espacio N con conceptos básicos de seguridad
- Charlas de concientización dictadas por personal calificado del área de seguridad.
- Comunicaciones internas con recomendaciones tanto para las actividades laborales como para la vida personal.

Comunidad

- Charlas abiertas con especialistas para interesados, con foco en la seguridad requerida para el desarrollo de software y aplicaciones móviles.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Los vínculos nos fortalecen

[102-13; 103-1; 103-2; 103-3]

Formamos parte de asociaciones con las que compartimos proyectos e intereses, y además apoyamos eventos e instituciones con objetivos afines.

- **Acámica**
- **ADRHA** (Asociación de Recursos Humanos de la Argentina)
- **AFIP**
- **ASARCOB** (Asociación Argentina de Empresas de Cobranzas y Servicios Jurídicos)
- **ATACYC** (Cámara de Tarjetas de Crédito y Compra)
- **BCRA** (Banco Central de la República Argentina)
- **Bolsa de Comercio de Córdoba**
- **CACE** (Cámara de Comercio Electrónico)
- **Cámara Argentina Fintech**
- **Cámara de Comercio de Córdoba**
- **CEC** (Club de Empresas Comprometidas Córdoba)
- **CILE** (Congreso Internacional de la Lengua Española)
- **CIPPEC** (Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento)
- **CIRCÓM** (Círculo Profesional de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas)
- **CNV** (Comisión Nacional de Valores)
- **Comité de Abogados de Bancos**
- **CPRP** (Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina)
- **CPRPRA** (Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina)

- **CUP** (Colegio Universitario de Periodismo)
- **Endeavor**
- **Fundación Capital**
- **Fundación Comunidad Empresaria**
- **Fundación Mediterránea**
- **Fundación SUMA**
- **Gobierno de la Provincia de Córdoba**
- **Great Place To Work**
- **IARSE** (Instituto Argentino de Responsabilidad Social)
- **IDEA** (Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina)
- **INECO** (Instituto de Neurología Cognitiva)
- **Marketers Society**
- **MERCO**
- **Mujeres en Tecnología**
- **Municipalidad de Córdoba**
- **RENAPER**
- **TEDx**
- **UIA** (Unión Industrial Argentina)
- **UIC** (Unión Industrial de Córdoba)
- **UPC** (Universidad Provincial de Córdoba)
- **UTN** (Universidad Tecnológica Nacional)

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Desempeño económico de 2019

[103-1; 103-2; 103-3]

Nuestros resultados económicos son producto de una gestión sólida, cuidadosa y respetuosa, consciente del **triple impacto** de **nuestras acciones**. Buscamos cumplir con los compromisos asumidos, y para reducir al mínimo los errores, gestionamos con la mayor previsibilidad posible, siempre atentos a nuestros públicos de interés.

Principales datos del ejercicio económico

(Cifras expresadas en miles de pesos)
[102-7]

Tarjeta Naranja S.A. mantuvo en 2019 su posición de liderazgo como entidad emisora de tarjetas de crédito en Argentina. Al 31 de diciembre la empresa posee 3.257.257 cuentas habilitadas. Considerando a los poseedores de plásticos adicionales, la empresa cuenta con un total de 4.605.250 cuentas. Sumando todas las marcas administradas, el total de tarjetas habilitadas es de 8.559.157 incluyendo Naranja, Naranja Visa, Naranja MasterCard y Naranja American Express.

Al inicio del ejercicio ya se había unificado bajo la marca Naranja la totalidad del parque de tarjetas Nevada producto de la fusión con Tarjetas Cuyanas S.A.

Durante el periodo se llevaron a cabo 177.849.168 transacciones entre compras en comercios y débitos automáticos, préstamos personales, adelantos en efectivo y extracciones en cajeros. Las transacciones anuales crecieron un 7% mien-

tras que el consumo promedio por cuenta en el año reflejó un aumento del 28,6% en valores nominales.

Mediante Resolución General 777/2018, la CNV dispuso que las entidades emisoras sujetas a su fiscalización, apliquen a los estados financieros que cierren a partir del 31 de diciembre de 2018 inclusive, el método de re-expresión en moneda homogénea conforme lo establecido por la NIC 29. Como consecuencia de esta normativa, las cifras comparativas fueron modificadas respecto de las originalmente reportadas, a efectos de expresarlas en valores homogéneos.

El resultado al 31 de diciembre fue una ganancia de \$1.131.710, mostrando un incremento del 159% en valores homogéneos respecto al ejercicio anterior. El patrimonio neto al finalizar el ejercicio ascendió a \$16.832.693 en valores homogéneos.

Fuentes de financiamiento

(Cifras expresadas en miles de pesos)
Las fuentes de financiamiento obtenidas durante el año y los correspondientes pagos por amortizaciones de capital e intereses, expresados en valores nominales fueron:

Obligaciones Negociables

En el marco del Programa Global de Emisión de Obligaciones Negociables se emitió en el mes de febrero la ON Clase XLIII por \$1.583.895 (en moneda nominal).
Se realizaron pagos por amortizaciones de capital e intereses de Obligaciones Negociables por \$12.870.477 (en moneda nominal).

Préstamos Bancarios y Financieros

Se obtuvo un nuevo acuerdo en cuenta corriente por \$2.000.000 (en moneda nominal).
A su vez, se realizaron pagos por amortizaciones de capital e intereses por \$2.358.624 (en moneda nominal).

Arrendamientos

Se realizaron pagos por vencimientos de cánones correspondientes a arrendamientos por \$224.165 (en moneda nominal).

Reducción de aranceles a comercios

En línea con la política adoptada en abril 2017, el 1º de enero de 2019 Naranja concretó un nuevo tramo del recorte voluntario del arancel máximo para las ventas con tarjetas de crédito, reduciéndose al 2,15%.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Valor económico directo creado y distribuido

[201-1]

Descripción		2018 En millones de pesos	2019 En millones de pesos
Valor económico directo creado (VEC)			
Ingresos	Ingresos por servicios, ingresos financieros, ingresos por inversiones	\$44.026	\$40.019
Valor económico distribuido (VED)			
Costos operativos	Gastos a proveedores, publicidad y otros egresos operativos	\$9.644	\$8.008
Salarios y beneficios sociales para los empleados	Gastos en Colaboradores y contribuciones sociales. No incluye compromisos de pagos futuros	\$7.345	\$5.496
Pagos a proveedores de capital	Egresos financieros a los proveedores de capital de la organización	\$10.493	\$9.600
Pagos a gobiernos	Tasas e impuestos brutos	\$7.110	\$4.513
Inversiones en la comunidad	Aportaciones voluntarias e inversión de fondos en la comunidad en el sentido amplio de la palabra (incluye donaciones)	\$8,639	\$7,596
Resultado por exposición a la inflación	Resultado por exposición al cambio en el poder adquisitivo de la moneda.	\$5.244	\$4.908
Valor económico retenido (VER)			
Valor VEC menos VER		\$4.181	\$7.486

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentable**Gestión
de gobierno**

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Perspectivas 2020

Argentina concluyó el año 2019 con una caída en el nivel de actividad cercana al 3% y con una tasa de inflación anual del 53,8%, el nivel más alto de los últimos 28 años. Asimismo, el crédito en pesos al sector privado en términos reales se redujo 23% durante ese año, variable donde confluyeron los bajos niveles de producción, consumo e inversión, la gran incertidumbre sobre los ingresos reales futuros y las altas tasas de interés.

El actual gobierno busca mantener el régimen de flotación de la moneda local en el marco actual de regulación cambiaria, estimular la oferta de crédito al sector privado y propender a una mayor inclusión financiera, atendiendo a las oportunidades y desafíos regulatorios que brindan los avances tecnológicos. Esta visión, sumada al contexto general, hace esperar que haya un impacto positivo en los niveles de consumo.

El Programa Financiero de Argentina para el año 2020 aún no se encuentra cerrado. El acceso a los mercados de deuda todavía no se ha recuperado, a la par que el nuevo gobierno ha anunciado la intención de no solicitar el giro del financiamiento restante autorizado en el Acuerdo Stand-By con el Fondo Monetario Internacional (FMI). El nuevo gobierno está diseñando una propuesta de reperfilamiento de la deuda, aunque se desconocen todavía los detalles del esquema que se presentará ante los acreedores.

En relación al mercado cambiario, las medidas tomadas darían lugar a un contexto de relativa estabilidad. La cotización del dólar, luego de la depreciación de 2019, mostraría

una tendencia a la baja a lo largo del año 2020, en tanto y en cuanto el Banco Central de la República Argentina permita que la cotización del peso aumente a una tasa que se ubique por debajo de la inflación local.

En cuanto a la política monetaria, 2019 fue un año caracterizado en su mayor parte por la fuerte suba de tasas de interés, con el propósito de contener la devaluación del peso. No obstante, a fines del año se vio un relajamiento de la política monetaria que se continuaría durante el año 2020, con recortes de tasas de interés y emisión de pesos. En cuanto a la tasa de interés de referencia para la política monetaria, se prevé un sendero continuo de reducción. A medida que vayan madurando las nuevas políticas del Banco Central, orientadas al reordenamiento y la reactivación general de la economía, se espera que la demanda real de dinero se recupere. Estas medidas impulsarían que, durante el año, se retome paulatinamente al acceso a la financiación provista tanto por el sector bancario, así como en el mercado de capitales, a tasa de interés significativamente menores que las existentes durante todo el 2019.

Adicionalmente para el año 2020, conjuntamente con la evolución positiva de las demás variables macroeconómicas, se prevé una reducción en la inflación respecto del año anterior, impactando positivamente en la compañía al no incrementar sus gastos y costos de inversiones al ritmo de los últimos periodos. A partir de enero del 2020 está previsto un nuevo recorte voluntario del arancel máximo para las ventas con tarjetas de crédito, ajustado al 2%.

Naranja ante el nuevo año

Naranja prevé mantener su posición de liderazgo en Argentina como la principal entidad emisora de plásticos a nivel nacional y la marca líder en el interior del país. El objetivo, como siempre, es mejorar la experiencia de sus clientes y ampliar la oferta de productos y servicios. Continuará con los proyectos de Evolución Digital, apostando por un paulatino crecimiento de su portfolio de productos y servicios basados en tecnología, a la mejora continua de la experiencia del cliente y la eficiencia en sus costos.

Se continuará desplegando el proyecto de modernización de sus sucursales denominado "Sucursal del Futuro" en las principales ciudades del país, con una metodología de asistencia persona a persona basada en la tecnología. Además, lanzará el programa de fidelización Quiero! a todos los clientes Naranja, renovará la oferta comercial del Marketplace Tienda Naranja, y lanzará una nueva propuesta vinculada al turismo. Todos estos proyectos combinan la tecnología con la expectativa de mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia en los costos.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno**Cientes**

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Cientes

[103-1; 103-2; 103-3]

Nuestra gestión los pone en el centro porque son la razón de los servicios y productos que pensamos.

No sólo trabajamos para solucionar sus necesidades: también lideramos la creación de experiencias fáciles y agradables.

Innovamos para facilitarles la vida, el 61% de los clientes se reconoce "fan" de Naranja.

Con Naranja podés | **54**

Nuestros clientes, siempre en el centro | **61**



El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno**Cientes**

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Con Naranja podés

[103-2; 102-6; 102-7]

Somos mucho más que una tarjeta, le acercamos a nuestros clientes los **mejores productos** y **diseñamos soluciones** para facilitarles la vida con alegría y compromiso.

Todos
los días

Plan Z

3 Cero
Interés



Planes de pago exclusivos

Plan Z

Es exclusivo y único en el mercado, funciona así: al comprar, nuestros clientes pueden pagar con Plan Z y elegir la cantidad de cuotas cuando llega el resumen. Siempre tienen disponible hasta 3 cuotas sin interés o hasta 6 cuotas con un mínimo costo de financiación.

Compras en un pago

Todas las compras realizadas en una cuota o en dólares, pueden ser financiadas en hasta 6 cuotas cuando llega el resumen de cuenta.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno**Cientes**

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Tenemos tiempo
para todo,
menos para
vencimientos



Préstamos online

Evolucionamos los préstamos para que nuestros titulares tengan una experiencia simple, segura y en el acto, con un producto cien por ciento digital, a través de Naranja Online (NOL) y de App Naranja.

\$341.137.400

millones
monto anual prestado

\$5.040

monto promedio
por préstamo

Débito automático de servicios

Adhiriendo facturas y servicios al débito automático, nuestros titulares ganan comodidad y se olvidan de los vencimientos. El trámite es sencillo, en distintos canales: Naranja Online, llamando al 0810-333-6272, en las empresas prestadoras de servicios o en nuestras sucursales.

4.475.441

débitos
automáticos

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno**Cientes**

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Naranja Transfer

Nuestros titulares pueden enviar o recibir dinero desde cualquier punto del país, que se acredita en la tarjeta del destinatario.

48.709

operaciones

\$158.360.000

monto total en transferencias

Naranja Recarga

Nuestros titulares pueden recargar crédito en sus celulares sin efectivo, a través de Naranja Online (NOL), App Naranja y en las terminales de autoconsulta (TAC) de las sucursales. El importe de la recarga se abona con el resumen de cuenta del mes siguiente.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno**Cientes**

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Naranja en el acto, Ajnaran

Cualquier persona puede comenzar a disfrutar el beneficio de tener Tarjeta Naranja desde el primer momento de su decisión. Ajnaran se imprime en el momento para que los nuevos titulares puedan realizar compras de manera inmediata.

81.567

Tarjetas en el
acto emitidas

50%

de los usuarios
realizaron consumos
en la primera semana

Nuevas Tarjetas Naranja Visa contactless

Los plásticos que se emiten por alta de cuenta, reposición y renovación cuentan con esta nueva tecnología, que permite realizar operaciones de pago sin contacto. Gracias a esto, se logran transacciones más rápidas y seguras para los clientes.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno**Cientes**

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Facilidades de pago

Nuestros clientes pueden elegir pagar de la manera que más se adapte a sus preferencias:

- App Naranja
- Naranja Online
- Pagomiscuentas y linkpagos
- Cajeros automáticos Banelco y Link
- En nuestros 202 puntos de atención
- Locales de cobranzas en todo el país: Pago Fácil, Rapipago

Información a mano

- Resumen de cuenta digital, en el correo electrónico, en cuanto cierra el ciclo.
- Servicio Naranja en tu Celular. Permite recibir mensajes de texto con información de operaciones, compras realizadas, vencimientos, pagos efectuados, extracciones, aviso de transfer y consultas de saldo.

Documentación Braille

[406-1]

Ofrecemos toda la documentación codificada en el sistema Braille a todos los clientes que lo soliciten, sin costo adicional.

+ de 3.381.964

de clientes reciben su resumen digital al año

1.833.260

Clientes utilizan el Servicio Naranja en tu Celular

426

resúmenes en braille emitidos



Las mejores promos en todo el país

[103-1; 103-2; 103-3]

Smartes

Es la promoción exclusiva para los titulares de Tarjetas Naranja, con descuentos de hasta el 30% en las mejores marcas del país.

1.943

Marcas
participantes

128.008

Cientes usaron el
beneficio

202.094

Transacciones
realizadas

\$654,75 M

Monto de las
transacciones (en
millones de pesos)

Verano 2019

Nuestros clientes comenzaron el año con descuentos exclusivos del 15% y planes de hasta 10 cuotas sin interés en restaurantes, espectáculos, transporte, hoteles y agencias de turismo.

78

Comercios
adheridos

12.215

Cientes usaron
el beneficio

\$14,81 M

Monto de las
transacciones

Como parte de los beneficios de verano, en aéreos continuaron las promociones de 6, 9 y hasta 12 cuotas cero interés con Aerolíneas Argentinas, Air Europa y GOL. A estos beneficios se sumó el acuerdo con Grupo Flecha para la compra de pasajes vía terrestre en 6 cuotas cero interés.

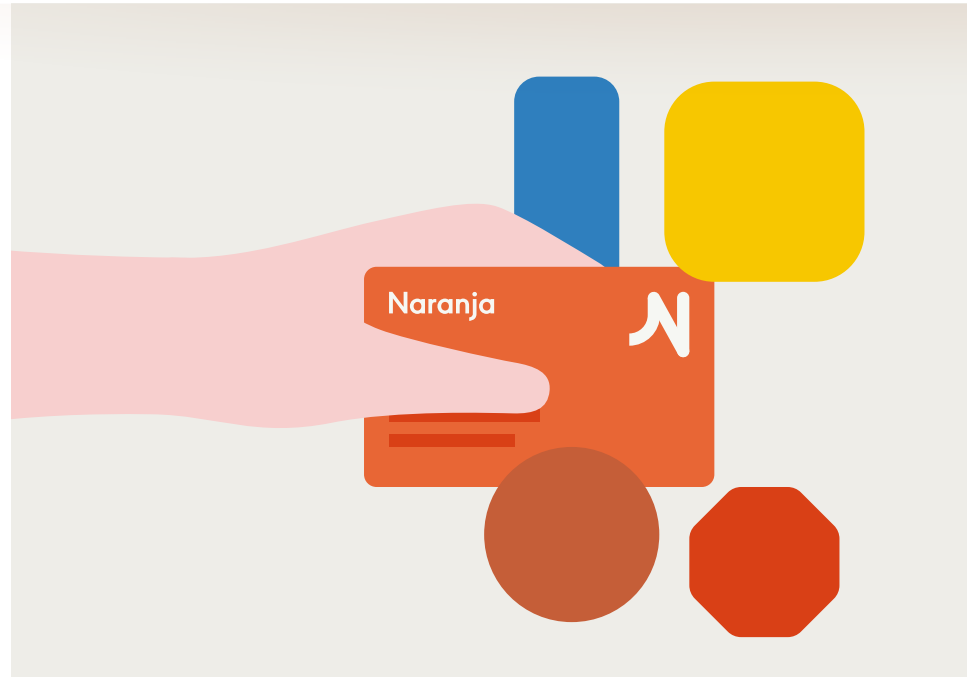
El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno**Cientes**

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Quiero! crecer en fidelización

Promociones online

En mayo, participamos en Hot Sale con promociones en los sitios Tienda Naranja y Naranja Viajes, con descuentos y 14 cuotas cero interés en electrodomésticos, tecnología y herramientas.

Con el objetivo de seguir entregando valor a nuestros clientes, en 2019 incorporamos el programa de fidelización de Banco Galicia y de Buenos Aires S.A.U., Quiero! Los titulares de Naranja pueden acumular puntos por operar con sus tarjetas, y utilizarlos para acceder a descuentos y más de 2100 beneficios.

En la primera etapa, más de 230.000 clientes ya comenzaron a sumar puntos para canjear por productos, ahorros en diferentes marcas y rubros, vouchers y beneficios en viajes.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno**Cientes**

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Nuestros clientes, siempre en el centro

[102-43; 103-2]



Hoy todas nuestras células de trabajo se abocan -de forma autónoma- a diseñar sus propios procesos con la metodología ágil Customer Journeys. Se conforman equipos de creadores de la experiencia, que asumen la gestión de cada bandera roja (disconformidades) para que la interacción que los clientes realizan en nuestros canales sea simple, satisfactoria y genere la mejor experiencia con nuestra marca.

A su vez, contamos con un equipo centrado en la medición de las recomendaciones de nuestros clientes. Este equipo especializado, mide y monitorea los indicadores de experiencia y comparte los resultados para que cada grupo de creadores de experiencias gestione las mejoras.

La voz del cliente

[103-1; 103-2; 103-3]

A través de NPS, herramienta digital que mide la satisfacción de los clientes, escuchamos, conocemos y gestionamos sus necesidades. Los resultados del NPS nos muestran la relación entre lo que nuestra marca promueve (imagen de marca) y lo que el cliente percibe (si se cumple la promesa que le hicimos) permitiéndonos mejorar nuestros servicios y cumplir nuestro propósito.

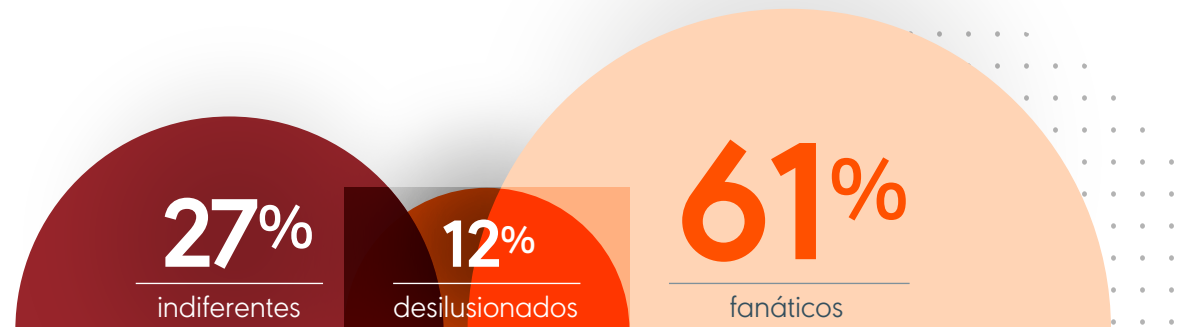
¿Cómo nos evalúan?

En junio de 2019, alcanzamos 49 puntos en nuestra encuesta relacional de marca, lo que nos ubica en las mejores posiciones del mercado financiero, siendo el promedio de otras empresas del sector Servicios Financieros a nivel internacional de 46 puntos.

Aspectos de valoración positiva:

- Me atienden con buena predisposición.
- Brindan un buen servicio.
- Me ofrecen buenos planes de pagos.
- Nunca tuve inconvenientes.
- Buena aceptación de la tarjeta.

En 2019 tuvimos
49 puntos de NPS



¿Qué medimos?

La Voz del Cliente Relacional evalúa la relación y percepción que el cliente tiene con la marca.

La Voz del Cliente Transaccional mide la calidad de atención en los distintos canales abiertos.

Medimos la experiencia del Cliente en sus procesos o viajes (Customer Journey) al realizar pagos, originación de cuentas, obtención de productos y así conocer qué valora y qué le duele de estos diferentes viajes.

Canales medidos: Además de evaluar la satisfacción de los clientes en las líneas de atención (0810), en Casas Naranja, Naranja Online y la App, en 2019 sumamos la medición de nuestro chat en la web y nuestras redes sociales.

10.755

clientes encuestados

1.112.988

reclamos recibidos

568.740

asuntos resueltos en 48 horas o menos

4 días

tiempo promedio de resolución de reclamos

69%

asuntos resueltos en el tiempo previsto

Experiencia omnicanal

Ofrecemos soluciones rápidas y con la mejor atención. Calidad y calidez en la respuesta es nuestra forma de trabajar con los clientes, siempre cercanos y con atención personalizada. Clientes y Comercios Amigos pueden contar con nosotros cuando lo necesitan, en todo el país.

Casas Naranja

Es el nombre con el que llamamos a nuestras sucursales, 202 en todo el país.

Desplegamos el nuevo modelo de atención Casas del Futuro que brinda a los clientes atención de los Colaboradores para resolver juntos, desde el primer contacto y a través de herramientas digitales, todas las transacciones que necesitan.

Naranja Online

Los clientes y Comercios Amigos pueden realizar todo tipo de transacciones en esta sucursal virtual de autogestión.

El sitio tiene **4,2 millones de visitas por mes**, con **784.000 usuarios activos** que encuentran facilidad en la experiencia online.

Naranja.com

La web fue rediseñada usando tecnología de avanzada y se potenció como canal de venta. Quienes ingresan pueden sacar su tarjeta completamente online, en menos de cinco minutos.

Además, es **100% accesible**, buscando incluir a todos en la misma experiencia.

App Naranja

Los titulares pueden consultar el estado de su cuenta, conocer promociones cercanas, realizar gestiones rápidas, recargar crédito a celulares, pagar el resumen y más.

La aplicación registra **5,8 millones de visitas mensuales**, y tiene **948.125 usuarios activos**.

Líneas directas

0810-333-6272 para titulares, las 24 horas, los 365 días del año.

0810-555-6272 es la línea directa con todos los Comercios Amigos.

Mensajes directos

Correos electrónicos y mensajes de texto al celular con la información que el cliente elige.

Redes Sociales

Canales para brindar atención rápida y estar en contacto con la comunidad.



Colaboradores

Nuevo diseño organizacional basado en la flexibilidad | **67**

Conformación de nuestro equipo | **68**

El mejor lugar para trabajar | **74**

Potenciar el talento | **79**

Reconocemos el trabajo de nuestros Colaboradores | **83**

Nuestra cultura brilla en La Semestral | **84**

Primer encuentro nacional de líderes | **85**

Un ambiente sano y seguro | **85**

Comunicación para continuar creciendo | **86**



no existe diferencia salarial entre hombres y mujeres bajo iguales condiciones laborales



3.079
Colaboradores en todo el país



12
Colaboradores con discapacidad integrados laboralmente



[El 2019
puesto en valor](#)[Un día
podés](#)[Nuestra forma
de ser y de hacer](#)[Un ecosistema
de soluciones](#)[Estamos
cerca](#)[Por un futuro
sustentable](#)[Gestión
de gobierno](#)[Clientes](#)[Colaboradores](#)[Cadena
de valor](#)[Medioambiente](#)[Comunidad](#)

#CulturaQueEnamora

[103-1; 103-2; 103-3]

- Las personas en el centro de todo, siempre. Colaboradores que protagonizan nuestra transformación.
- Este año obtuvimos el 1° puesto como mejor lugar para trabajar para mujeres en Argentina y, por tercer año consecutivo, el 2° mejor lugar para trabajar por elección de todos los Colaboradores (Great Place to Work 2019).
- Equipo de trabajo transparente, abierto y expansivo, que conforman ambientes laborales desafiantes y colaborativos.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

ColaboradoresCadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Nuevo diseño organizacional basado en la flexibilidad

[103-1; 103-2; 103-3]

Estamos en permanente evolución; **cambiar está en nuestro ADN**. Para llevar adelante los desafíos del 2020 repensamos la manera de organizarnos y avanzamos con la creación de Tribus y Centros de Excelencia (CoEs) que buscan innovar nuestras prácticas de trabajo.



Tribus:

- Son equipos interdisciplinarios (squads o células), integrados por Colaboradores de distintas áreas que tienen una misión y objetivos en común.
- Son responsables de un determinado producto o viaje (proceso).
- Trabajan con mentalidad, rutinas y prácticas ágiles para alcanzar objetivos desafiantes.

Los CoEs:

- Son equipos de Colaboradores con expertise funcional específica.
- Su principal objetivo es velar por el desarrollo y la implementación en toda la organización de las mejores prácticas y soluciones de cada especialidad.
- Apoyan a otros equipos en el logro de sus objetivos.

Cada equipo define y ejecuta sus propias estrategias con autonomía. Con el apoyo de metodologías de rápida aplicación, flexibles, iterativas e incrementales, fomentamos encuentros colaborativos para generar soluciones innovadoras ante cada objetivo.

Conformación de nuestro equipo

[102-8; 102-41; 401-1; 405-1]

Promovemos ambientes laborales donde las personas se sientan libres para expresarse y ser auténticas, siempre instando a mantener diálogos profesionales y abiertos.

Contamos con diferentes perfiles, profesiones, edades y múltiples formas de pensamiento que agregan valor al trabajo interdisciplinario, ágil y de alto rendimiento.

No existe diferencia de salario
entre hombres y mujeres bajo iguales
condiciones laborales.

95%

de Colaboradores con cobertura de convenio colectivo de trabajo
(**96%** de las mujeres y **93%** de los hombres)

3.079

Colaboradores efectivos

99%

de Colaboradores con empleo a tiempo indeterminado

39%

hombres
1.204

61%

mujeres
1.875

86%

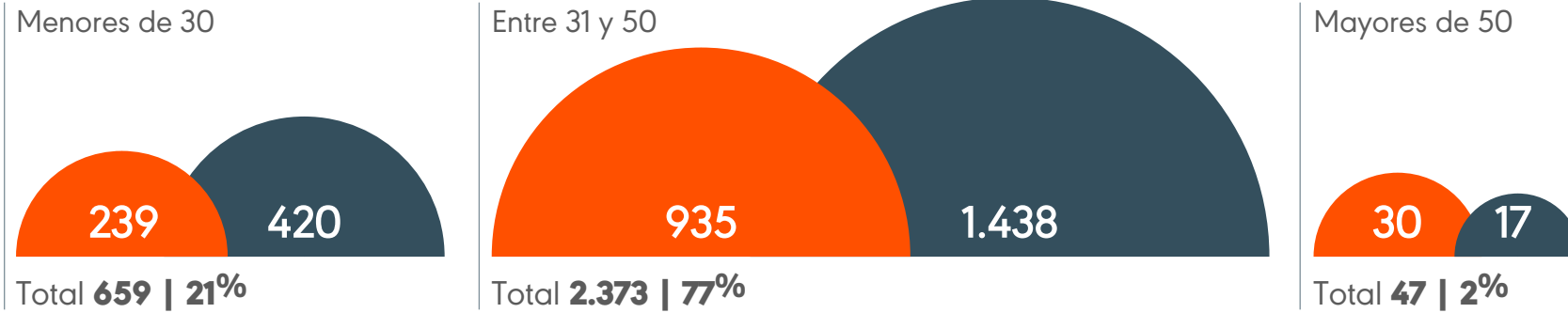
full time

14%

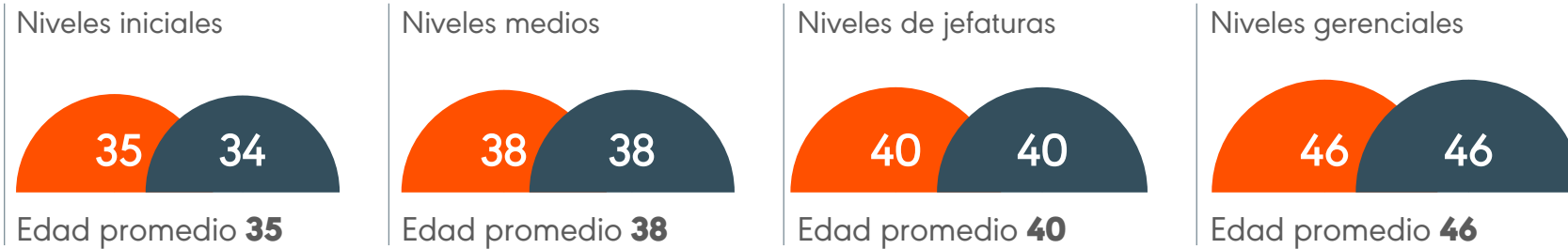
part time

Mujeres   Hombres

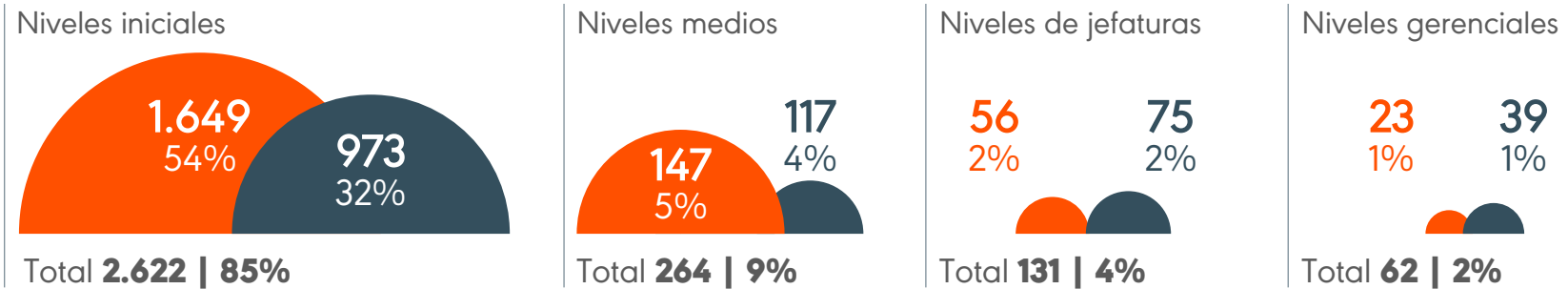
Distribución por edad



Edad promedio por cargo



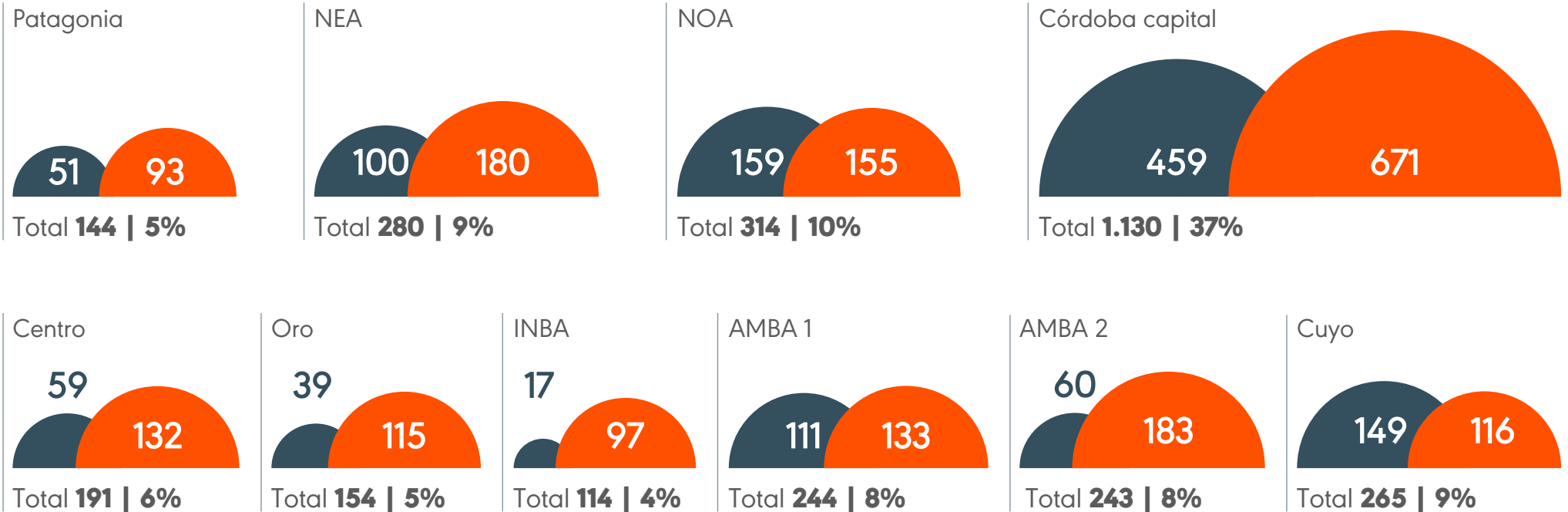
Distribución por cargo y género



Composición de los órganos de gobierno (Directorio)



Distribución por zonas geográficas



El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

ColaboradoresCadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Buscar el talento de cada persona

[103-2]

Estamos convencidos de que el principal diferenciador está en nuestra cultura. Por eso buscamos personas que puedan sumarse y lograr transmitir esta particularidad, que tiene como premisa: "Las personas en el centro, siempre". Buscamos perfiles disruptivos, flexibles, con tolerancia a la incertidumbre y visión exponencial del futuro. Personas reflexivas

que aporten nuevas ópticas y manera de hacer, tanto a la empresa como a los proyectos que integran.

Estas habilidades y competencias se resumen en los cuatro "**Comportamientos Naranja**" que buscamos que todo Colaborador manifieste y potencie:

1. **Lidero mi negocio:** asumimos nuestro trabajo con compromiso, buscamos ser expertos en nuestra tarea y la hacemos cada vez mejor para potenciar los resultados del negocio o área.
2. **Soy protagonista y motor de nuestro desarrollo:** somos proactivos, aprendemos con cada desafío, enfrentamos los obstáculos con optimismo y lideramos nuestro desarrollo.

3. **Juego en equipo:** participamos activamente en distintos espacios, impulsamos conversaciones transparentes y concretas que posibilitan un clima de trabajo saludable.
4. **Soy fanático de mis clientes:** facilitamos la vida de las personas, implementamos soluciones ágiles y simplificamos los procesos.

Perfiles digitales

Siguiendo la tendencia hacia el crecimiento exponencial, buscamos posicionarnos como marca empleadora en segmentos digitales y vincularnos con comunidades de diferentes disciplinas. Para ello:

- Participamos en eventos clave y abrimos las puertas de nuestra Casa Naranja para charlas tendencia en el mercado digital, tanto para fidelizar a nuestros Colaboradores como para atraer a futuros talentos. Estuvimos presentes en el Social Media Day, Digital Finance Forum 2019, eCommerce GO Córdoba, Congreso Nacional de Crédito, Google Marketing Live 2019, Endeavor, Global Digital Banking Conference, Agiles Argentina, Woman in Data Science, WEBCONF Córdoba 2019, CXDayArgentina, Semana TIC, ARQCONF, entre otros.

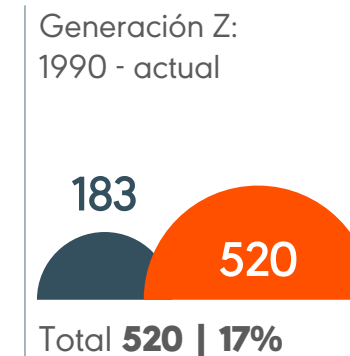
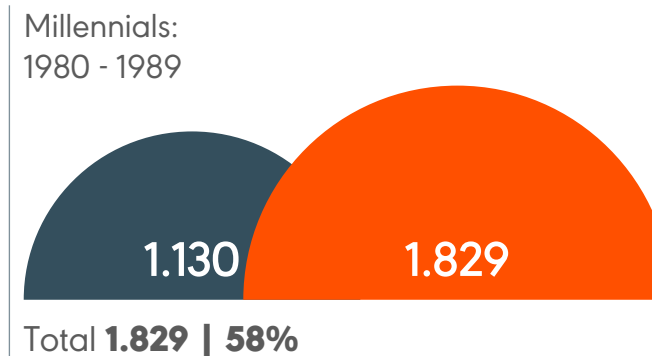
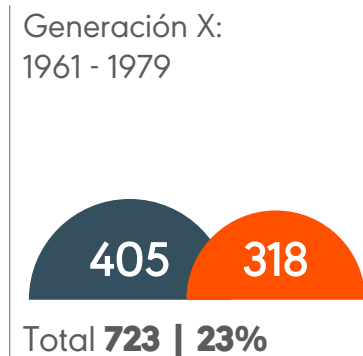
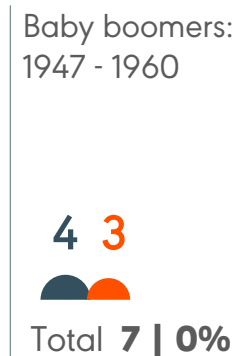
- Organizamos nuestras propias meetups, en alianza con comunidades IT, para crear espacios de aprendizaje colaborativo. Los Colaboradores son protagonistas y diseñan las presentaciones aplicando tecnologías, herramientas, metodologías y nuevos aprendizajes adquiridos. Además, trabajan con un coach para perfeccionar sus habilidades como expositores.
- Dinamizamos nuestro LinkedIn para generar contenidos de calidad, convirtiéndolo en el canal por excelencia para hablar de la marca.
- Nos vinculamos con Acámica -plataforma que brinda carreras cortas, innovadoras, online y creadas por empresas de la industria tecnológica- con el fin de formar a nuestros propios talentos.

- Desarrollamos un programa de embajadores y referidos en el que los Colaboradores recomiendan a profesionales que tengan perfil para ingresar a Naranja, obteniendo un premio en caso de quedar elegido su candidato.

Diversidad de miradas

La selección de Colaboradores con perfiles digitales es imprescindible en todas las empresas que atraviesan procesos transformacionales como el nuestro. Por lo tanto, incentivamos estas incorporaciones mediante los principales atributos que tenemos como marca: ambiente de trabajo, posibilidades de desarrollo profesional, beneficios y evolución digital.

Empleados efectivos por generación



Hombres Mujeres

58%
de Colaboradores pertenecen a nuevas generaciones

Proceso de transformación digital:
14%
de posiciones con movimientos internos horizontales

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Movilidad interna y nuevas contrataciones

Damos prioridad al crecimiento personal y profesional de nuestros talentos, principalmente, mediante convocatorias y búsquedas internas. También promovemos la generación de empleo local contratando personas oriundas de cada localidad en la que estamos presente.

Con el rediseño de la web, actualizamos la sección de Trabajá con nosotros en la cual los Colaboradores, en primera persona, cuentan cómo es la experiencia de trabajar en Naranja.

221

Búsquedas en 2019

111

pases concretados

50%

búsquedas cubiertas con Colaboradores internos

Oportunidades para la empleabilidad

Crear oportunidades es una característica que nos identifica porque estamos seguros de que esa es la mejor forma de inclusión. Desarrollar la empatía nos permite pensar en las decenas de posibilidades que existen para generar empleo y brindar oportunidades.

Participantes por Programa

- Plan Primer Paso (PPP)
- Programa para la Inserción Profesional (PIP)
- Personas con discapacidad incluidas



El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

ColaboradoresCadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

El mejor lugar para trabajar

[103-1; 103-2; 103-3; 404-2]

Queremos ser **la empresa más querida y admirada** por nuestros principales públicos y la comunidad en general.

En 2019, volvimos a obtener el 2° puesto en el prestigioso ranking internacional **Great Place To Work** (GPTW) que evalúa y premia los mejores ambientes laborales del mundo y del país, en nuestro caso, dentro de la categoría Empresas con más de 1.000 empleados.

2° puesto

entre los mejores lugares para trabajar en Argentina
¡Cuarto año consecutivo!

91%

de Colaboradores participaron de la encuesta GPTW

89%

Promedio General (un punto más que 2018)

92%

de los Colaboradores tienen una percepción favorable sobre el ambiente de trabajo

"Culture" para GPTW

Como cada año, para postularnos en GPTW 2019, desarrollamos el documento Culture, pero esta vez generamos una iniciativa especial para que participen nuestros Colaboradores. Montamos una cabina en Casa Naranja para aquellos que quisieran participar, respondiendo preguntas al azar sobre su experiencia en la empresa.

Replicamos las cabinas, de manera virtual, en cinco sucursales del país y habilitamos Workplace para que los Colaboradores subieran fotos o videos con momentos que hacen de Naranja un excelente lugar para trabajar. 141 Colaboradores pasaron por la cabina de Casa Naranja y recogimos más de 20 horas de filmación que nos emocionaron, divertieron y rescataron lo mejor de nuestra cultura.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión de
gobierno

Clientes

ColaboradoresCadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



[405-1]

Obtuvimos el primer puesto de GPTW Mujeres entre empresas con más de mil Colaboradores y el puesto 12 en GPTW Latinoamérica.

“Consideramos la igualdad como uno de los principios no negociables. Estamos convencidos de que la **diversidad de perfiles, géneros, profesiones, edades e ideas**, es la más rica a nivel creatividad, innovación y empuje. Esta distinción es un reconocimiento a nuestra cultura y a nuestro ADN, centrado siempre en las personas. ¡Amo formar parte!”.

Susana Bergero. Directora de Operaciones

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

ColaboradoresCadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Más premios

Obtuvimos el 10° puesto en el ranking MERCO Talento, concurso que evalúa a las empresas que más atraen y retienen al talento en el país. Y, por primera vez, recibimos el premio de la revista Apertura en el Ranking “Mejores Empleadores de Argentina”, obteniendo la 5ta posición.

Mirada integral del clima laboral

[102-43; 103-1; 103-2; 103-3]

Queremos que nuestros Colaboradores estén orgullosos de trabajar en Naranja. Por eso, gestionamos nuestro clima e implementamos distintas mediciones (Encuesta Naranja, Clima 1 Click, entrevistas de clima) con el objetivo de contar con la información necesaria para generar acciones que fomenten el bienestar en cada equipo.

- **Dos guías:** una de **autodiagnóstico**, para facilitar la interpretación de los resultados de las mediciones y, otra, de **retroalimentación de clima**, útil para el seguimiento de los planes y su actualización basada en las conversaciones que se den en los equipos y el líder.

También, desarrollamos el **laboratorio de casos** para los equipos que evidencian mayores oportunidades de mejora. Es un taller donde los líderes se entrenan en habilidades de liderazgo para gestionar el clima e integrar la visión de negocio.

88%

de Colaboradores participaron de la encuesta Naranja

91%

de los Colaboradores tienen una percepción favorable sobre el ambiente de trabajo

En 2019 dejamos atrás la tradicional idea de que el clima es una responsabilidad acotada a líderes, para transmitir una visión integral en la que todos somos protagonistas. Actualmente, cada gerencia diseña de manera coparticipativa con su equipo su propio plan de clima, adaptado a sus focos de gestión.

Además, desarrollamos una estrategia de acompañamiento segmentada que nos permitió llegar específicamente a cada público, mediante los siguientes productos:

- Un **tutorial** sobre cómo armar un **plan de clima** de manera coparticipativa.

Gestión de Clima en Evolución Digital

Este año, acompañando las necesidades del equipo de Evolución Digital, se implementó un nuevo proceso de medición y gestión de clima, llamada Clima 1 Click. La característica principal fue la periodicidad de la encuesta (tres veces al año) y la posibilidad de que los resultados sean autogestionados por la totalidad de los participantes, incluyendo no sólo a Colaboradores de Naranja, sino también a proveedores que comparten el espacio de trabajo.

80%

de Colaboradores de Evolución Digital participaron de la última encuesta Clima 1 Click

93%

de los Colaboradores tienen una percepción favorable sobre el ambiente de trabajo



Sistema Integral de Gestión del Talento

[404-3]

Las nuevas modalidades de trabajo ya son una realidad. Por eso, este año implementamos un Sistema Integral de Gestión del Talento, que contempla dos procesos clave:

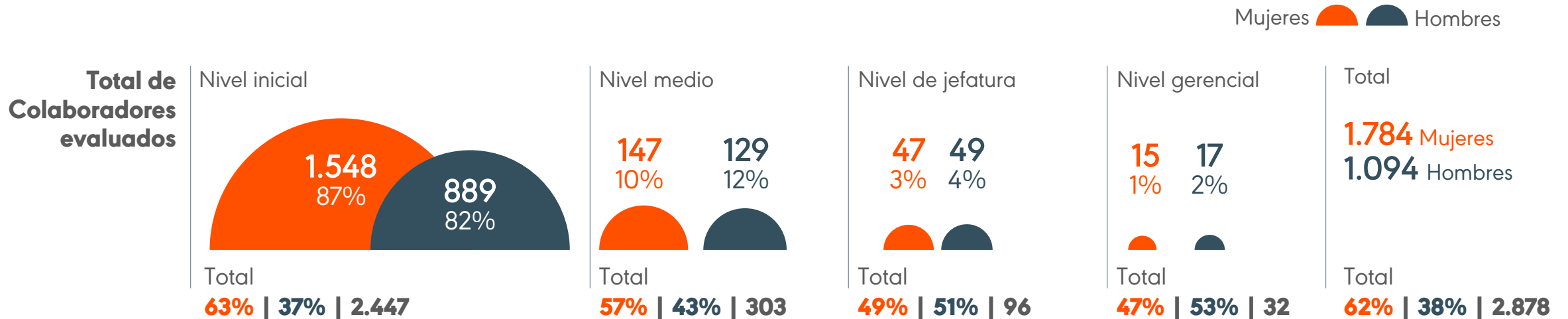
- **Nuevo modelo de Gestión del Desempeño:** En abril finalizamos el despliegue de este nuevo modelo basado en un proceso ágil, dinámico y flexible para la definición de objetivos entre líderes y cada miembro de su equipo, incorporando también feedback 360°. La retroalimentación de opiniones busca mejorar el trabajo diario de cada Colaborador, a través de una herramienta llamada BetterMe. Además reconoce el

desempeño integral de cada equipo con una evaluación integral.

- **Gestión del potencial:** Al vivir procesos de transformación continua, revisamos nuestro modelo de potencial incorporando nuevas variables como la agilidad de aprendizaje (agility learning) la cual integra cinco grandes capacidades: agilidad mental, consciencia sobre fortalezas y debilidades, saber detectar a las personas clave en nuestro desarrollo, agilidad para el cambio y agilidad para estar enfocado a resultados. Este nuevo abordaje permite potenciar el desarrollo de nuestros Colaboradores.

93%

(2.878) de los Colaboradores evaluados en su desempeño



Feedback 360°

En el marco del nuevo modelo de gestión del desempeño promovemos conversaciones para el diseño y acuerdo de objetivos de manera compartida entre el líder y el Colaborador así como devoluciones continuas para la mejora del trabajo diario de cada Colaborador.

Los tres atributos del feedback en los que nos enfocamos son:

- **360°:** debe fluir en todas las direcciones sin importar jerarquías.
- **Constructivo:** le debe permitir, a quien lo recibe, tomar una acción concreta.
- **Se puede pedir:** todo Colaborador puede pedirlo a pares y a líderes a través de la herramienta Better Me, donde cada Colaborador lleve registro de los feedbacks que realiza, pide y recibe.



Mapeo de talento

Comprometidos con el desarrollo personal y profesional de cada uno de nuestros Colaboradores, en 2019 avanzamos con el mapeo del 100% de los líderes Naranja, incluidos la dirección; y el 100% de Colaboradores de la Fábrica Digital.

El proceso contó con fases de evaluación, construcción de planes de crecimiento individual, revisión de estrategias de desarrollo organizacional y de calibración final. En base a este mapeo, diseñamos estrategias de desarrollo (individuales y organizacionales), ubicamos a las personas en el lugar adecuado -en cuanto a posiciones y desafíos- y dimos visibilidad a casos críticos para optimizar su gestión.

Desde enero hasta julio de 2019, **Better Me** contaba con un total de 13.162 interacciones, de las cuales, 7.140 fueron los feedbacks enviados y 6.022 los solicitados.

Potenciar el talento

[103-1; 103-2; 404-1]

Con nuestro foco siempre en facilitar la vida de nuestros Colaboradores, les acercamos programas, prácticas y herramientas que fomenten su crecimiento profesional y personal, porque estamos convencidos de que es la manera en que evolucionamos la cultura Naranja.

55.783 hs.

Totales de capacitación

20,68 hs.

Promedio de capacitación por Colaborador

\$22.567.000

Invertidos en capacitación

76%

Más que en 2018

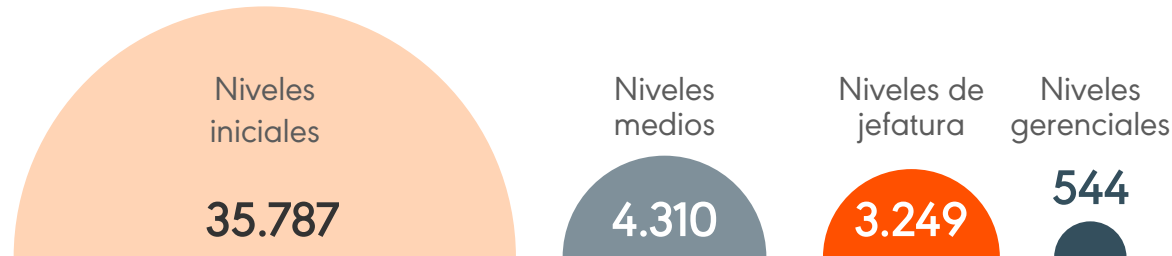
Capacitaciones



Jornadas de inducción



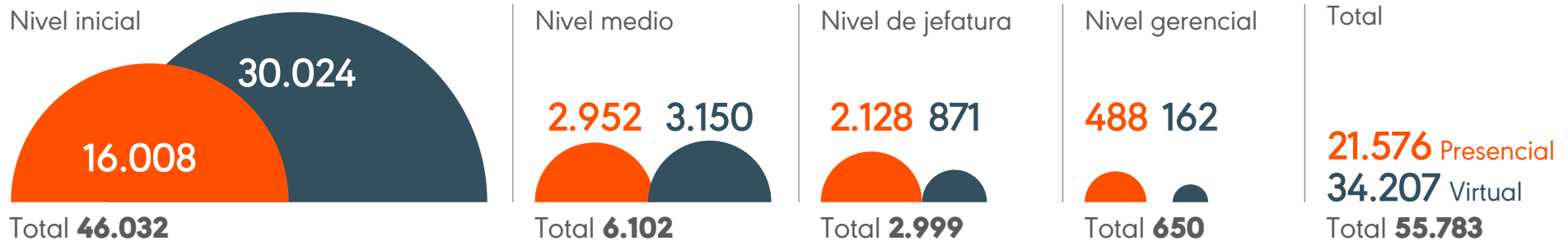
Horas de capacitación por categoría



Capacitaciones por categoría

Presencial

Virtual



Formación a medida de cada desafío

[404-2]

Líderes

- Programa de Liderazgo Ágil:** enfocado en la práctica y en la experimentación, fomentamos el cambio de mindset digital en todos los líderes combinando actividades de reflexión en línea, formación presencial y virtual, sesiones de coaching individual y actividades de simulación grupal y workshops integradores.
- Programa Piloto de Liderazgo Ágil:** en paralelo, con un grupo reducido de líderes impactados directamente por grandes procesos de cambio, practicamos otro formato intensivo de formación y desarrollo en liderazgo ágil.
- Programa para Nuevos Líderes:** enfocado en quienes toman el liderazgo de equipos, este espacio permite conocer y poner en práctica políticas y herramientas necesarias para su gestión, identificar áreas y actores clave y generar redes de soporte. Consta de diversas actividades: formación virtual + herramienta, agenda de conversaciones, con referentes de Relaciones Humanas, formación presencial en contenidos estratégicos para el líder, apadrinamiento y acompañamiento cultural-conversaciones de desarrollo.
- Programa de idiomas**
- Coaching:** a disposición de los líderes como soporte para potenciar su gestión.
- Menú de prácticas de desarrollo:** para potenciar su rol de acompañamiento al desempeño de los Colaboradores de su equipo.

Colaboradores

- Programa de Desarrollo:** lanzado en 2019, este programa se apalanca en tres premisas:

 - Brindar herramientas para potenciar los comportamientos Naranja.
 - Poner a disposición contenidos que faciliten la apropiación del nuevo modelo de Gestión del Desempeño (GEDE).
 - Fomentar el autodesarrollo apostando a la autonomía y a la libertad para administrar su propia ruta de aprendizaje.
- Planes de formación para puestos comerciales:** formación presencial y virtual que se complementa con un período de apadrinamiento en el puesto.
- Programa de pasantías en locales comerciales y call center:** orientado a Colaboradores de áreas internas e ingresantes de los equipos de Evolución Digital, para que aprendan sobre estos canales de atención y entiendan su rol en la experiencia final de cada cliente en tiempo real.

Líderes y Colaboradores de la Fábrica Digital

- **Programa de Desarrollo para Scrum Masters:** 15 Colaboradores participaron de este programa diseñado a medida.
- **Certificación en Product Owner y Scrum Master:** realizada en Casa Naranja, 40 Colaboradores obtuvieron la certificación.
- **Vinculación con instituciones de formación:** desde 2018 generamos vinculación con las academias de formación Acámica y Udemy en las carreras del futuro, para ofrecer descuentos y becas para nuestros Colaboradores.
- **Autogestión del presupuesto:** asignación de un presupuesto especial a los equipos de Evolución Digital con el fin de empoderar a los Colaboradores al administrar su plan de desarrollo individual.
- **Rediseño y formalización de las estructuras de los equipos de Evolución Digital:** para que los Colaboradores visibilicen las posibilidades de movimientos internos y desarrollo que pueden tener dentro y entre sus áreas de especialidad.
- **Colaboradores speakers de Meetups:** nuestros Colaboradores son los protagonistas de las meetups, desde la organización hasta la transmisión del aprendizaje. Además, estos Colaboradores reciben coaching para perfeccionar sus habilidades como expositores de las principales disciplinas que implica la evolución digital.
- **Mapeo de Colaboradores tercerizados:** 90 Colaboradores tercerizados participaron de un proceso de mapeo durante 2019, como parte del proceso de gestión del talento, fidelización y apuesta al desarrollo de sus perfiles.

Proyectos Estratégicos

- **Programa de formación de Sucursales del Futuro para líderes y Colaboradores:** 26 Colaboradores de las primeras Sucursales del Futuro participaron de una instancia de aprendizaje vivencial para consolidar conocimientos.
- **Desarrollo de habilidades para gestión de clima:** diseñamos una estrategia de segmentación por gerencias, según criticidad de cada una.
- **Espacio N:** es nuestra plataforma de e-learning de la que participó el 100% de los Colaboradores. En 2019, incorporamos un historial de cursos realizados por Colaborador y la posibilidad de puntuar cada contenido. Actualmente, tenemos más de 140 cursos segmentados en categorías de temas y por competencias.
- **Campaña #ExperienciasdeDesarrollo:** entre 2018 y 2019 llevamos a cabo una campaña en Workplace para compartir buenas prácticas de desarrollo. Una experiencia destacada fue la visita cruzada de líderes de distintas sucursales del NEA para intercambiar miradas.
- **Acciones de Desarrollo en el portal de Relaciones Humanas:** desde 2019, todos los Colaboradores tienen disponibles los cursos del portal, mientras los líderes pueden realizarles un seguimiento y solicitar capacitaciones adicionales.
- **Nuevas salas de formación:** adecuamos dos salas de formación de la nueva Gerencia Comercial Cuyo para mejorar la experiencia de los participantes, similares a las del resto del país.

Programas para reforzar el compromiso ético

[205-2]

Con la creación de la Gerencia de Compliance, la capacitación en prevención de delitos, control de lavado de activos, financiamiento del terrorismo, delitos informáticos y demás temas que hacen a nuestra gestión se convirtió en crucial y transversal a toda la empresa.

2.881

participantes

1.441 hs.

de capacitación en prevención de lavado de dinero

Aliados para el aprendizaje



Formadores Naranja

Varias de nuestras formaciones están a cargo de Colaboradores Naranja, seleccionados mediante concursos internos y capacitados para desempeñar ese rol. Contamos con un plantel de 100 formadores activos en todo el país.

Formación de Formadores: en 2019, especialistas externos capacitaron a nuestros formadores, finalizando la experiencia con un laboratorio de prácticas para potenciar su rol de facilitadores.

Influencers del desarrollo

Contamos con Colaboradores influenciadores que cumplen la función de potenciar cambios en comportamientos y habilidades en el resto de los compañeros. Entre 2018 y 2019, las iniciativas que contaron con influencers fueron:

- Pioneros y padrinos, en la fusión con Nevada.
- Movilizadores de feedback y facilitadores, en la estrategia de despliegue de nuestro nuevo modelo de desempeño.
- Anfitriones, para pasantías en locales y call center.
- Capitanes, para acompañar el cambio del sistema de pagos.
- Embajadores de focos del negocio y nuevos servicios en locales.

Te acompañamos con tu tesis

Cuando un Colaborador comienza con su proceso de tesis, cuenta con la posibilidad de contactarse con Colaboradores o líderes especialistas para recibir asesoramiento y espacios de tutoría.

Por más egresados Naranja

Apoyamos a los Colaboradores que están cerca de recibirse, mediante el beneficio de un pack de horas de estudio.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

ColaboradoresCadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Reconocemos el trabajo de nuestros Colaboradores

[103-1; 103-2; 103-3; 201-3; 401-2]

Beneficios exclusivos

Año a año trabajamos para fortalecer y diseñar beneficios que potencien la vida personal y profesional de cada uno de nuestros Colaboradores.

1. **Oportunidades de desarrollo:** impulsamos experiencias significativas que potencian el talento. Contamos con capacitaciones y formaciones continuas, planes de desarrollo, mentores entre pares y muchas acciones más.

2. **Balance:** implementamos las mejores prácticas para lograr un sano equilibrio entre la vida personal y la laboral.

3. **Presentes en los festejos:** organizamos celebraciones, reconocimientos y sorpresas para equipos ante cada logro alcanzado ya que "celebrar" es uno de los pilares de nuestra cultura.

4. **Cuidado constante:** Cuidamos a nuestros Colaboradores y a sus familias, con servicios que mejoren su calidad de vida.

5. **Organizar las finanzas:** otorgamos descuentos y beneficios a los Colaboradores y los ayudamos a administrar sus finanzas.

6. **Socialmente responsables:** brindamos espacio y tiempo para que los Colaboradores sean parte de nuestros programas de responsabilidad social.

Año a año diseñamos una **multiplicidad de beneficios** tangibles e intangibles que potencian nuestra propuesta de valor y reconocen el trabajo de nuestros Colaboradores, su pasión, alegría y dedicación diaria.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

ColaboradoresCadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Nuestra cultura brilla en La Semestral

[102-2; 102-6; 102-10; 103-1; 103-2]



Una vez al año, todos los Colaboradores del país nos encontramos en Córdoba para vivir La Semestral, la reunión anual de Colaboradores por excelencia y un momento de comunicación muy importante.

Durante el encuentro, la alta gerencia de la organización presenta los resultados de cada iniciativa y algunos temas estratégicos. También comparte su mirada sobre el contexto y sobre la proyección del negocio.

Además de los momentos específicos en que los líderes hacen estas comunicaciones, cada detalle de La Semestral es pensado para transmitir la Cultura Naranja. El evento es construido junto a todos los Colaboradores del país, quienes preparan espectáculos para agasajar a sus compañeros y compartir sus talentos. Este año, nuevamente, la Semestral fue un evento sustentable.

87%

(2.680) Colaboradores
participaron del evento

Primer encuentro nacional de líderes

Por primera vez concretamos el **Encuentro Nacional de Líderes** del que participaron más de **500 colaboradores**.

Disertaron los principales líderes y referentes nacionales en distintos temas y organizamos una charla magistral con Melina Jajamovich (trainer, coach y speaker especializada en agilidad) de la que se desprendieron cuatro espacios para experimentar los conceptos a través de actividades y juegos desestructurados.

Se llevó adelante la sección "Rockeando con el Jefe", en la que, al ritmo de grandes temas del rock nacional, conversamos con David Ruda sobre Naranja, la cultura, la historia y el futuro.

Nuestro presidente, Alejandro Asrin, lideró el cierre animando a los líderes a construir un futuro digno de habitar, aprovechando las oportunidades.



Un ambiente sano y seguro

[103-1; 103-2; 103-3]

Para que nuestros Colaboradores se desempeñen cómodamente en sus tareas, estamos atentos a brindarles un ambiente saludable, seguro y que cumpla con todas las normas de higiene ocupacional correspondientes.

Tomamos medidas para prevenir y reducir los índices de siniestralidad, además de facilitarles las herramientas necesarias para su bienestar, capacitarlos continuamente y realizar campañas de concientización sobre cuidados, riesgos y enfermedades.

18%

Disminución de los índices de siniestralidad con respecto a 2018

Comunicación para continuar creciendo

[103-1; 102; 103-3; 102-43]



Contamos con una estrategia anual de comunicación interna, cuyo objetivo es incentivar las conversaciones, para contribuir con el logro de los objetivos del negocio. Es indispensable que todos los Colaboradores estén al tanto de lo que está ocurriendo en la empresa. Para esto, nuestras comunicaciones se basan en tres principios:

- Posibilitar las condiciones para un flujo de información ágil.
- Crear ambientes que promuevan conversaciones cercanas y amigables.

Generar nuevos modos de acceso y de re-conocimiento por parte de Colaboradores y clientes.

- En 2019 la estrategia de campaña se asentó en el concepto #HOY, invitando a los Colaboradores a reconocerse como protagonistas del día a día y a construir juntos, hoy, la Naranja del futuro.

Productos comunicacionales con propósito

Generamos productos de comunicación acordes a las distintas realidades de consumo de información de nuestros Colaboradores, tales como:

- **Videos #HOY:** referentes de distintas áreas explican, en un minuto, el desafío de negocio en que están trabajando y qué pasos se vienen.
- **Los imperdibles de la semana:** un resumen en formato exprés, con las noticias más importantes de la semana.
- **Medialunes:** un lunes al mes Colaboradores de la Fábrica Digital se reúnen con todos los equipos para conversar sobre los objetivos estratégicos del negocio.
- **Open Space:** un espacio abierto para que los Colaboradores de la Fábrica Digital compartan desafíos, aprendizajes, casos de trabajo, una nueva herramienta o una pregunta para resolver en equipo.

Workplace y Slack

Workplace sigue siendo nuestro principal canal de comunicación interna, por su horizontalidad en la manera de hacer circular la información. Es la plataforma en la que Colaboradores y líderes nos encargamos de la misma función: escuchar, contar y aprender.

Replicamos todos los contenidos en Slack, un nuevo canal.

Espacios de conversación

- **Charla #OnDemand o "Mano a mano con Ale"** (por nuestro presidente Alejandro Asrin): en junio habilitamos este espacio para impulsar el diálogo directo y cercano con el presidente, de manera presencial en Casa Central y por streaming para las sucursales del país.
- **Ciclo #CharlasdelFuturo**, donde los principales líderes de Naranja offician de anfitriones y hacen de puente entre las prácticas de vanguardia en el mundo y el contexto de Naranja.

Encuentros presenciales

Además de La Semestral y el Encuentro de Líderes, propiciamos otros espacios para fomentar el encuentro, como:

- **Reuniones de equipo:** ceremonias donde los equipos presentan los productos desarrollados a los stakeholders, pero a las que cualquier Colaborador puede sumarse y escuchar.
- **Querencias:** son espacios culturales cruciales en los que cada gerencia destina un día para trabajar fuera de la oficina con el fin de repensar la manera en que se está desempeñando.

¡Las **ideas compartidas** generan una fuerza imparable!

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

**Cadena
de valor**

Medioambiente

Comunidad

Cadena de Valor

[103-1; 103-2; 103-3]

Trabajamos junto a proveedores que comparten nuestras convicciones y, principalmente, nuestra ética.

Con el objetivo de potenciar juntos la sustentabilidad, todos nuestros acuerdos de contratación cuentan con cláusulas enfocadas en aspectos éticos, sociales, laborales, de derechos humanos, medioambientales y técnicos.

Gestión de proveedores | **89**Elegimos proveedores nacionales | **90**Camino hacia el desarrollo | **92**Por una cadena sin riesgos | **93**

4.518
proveedores activos



19
proveedores sustentables

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

**Cadena
de valor**

Medioambiente

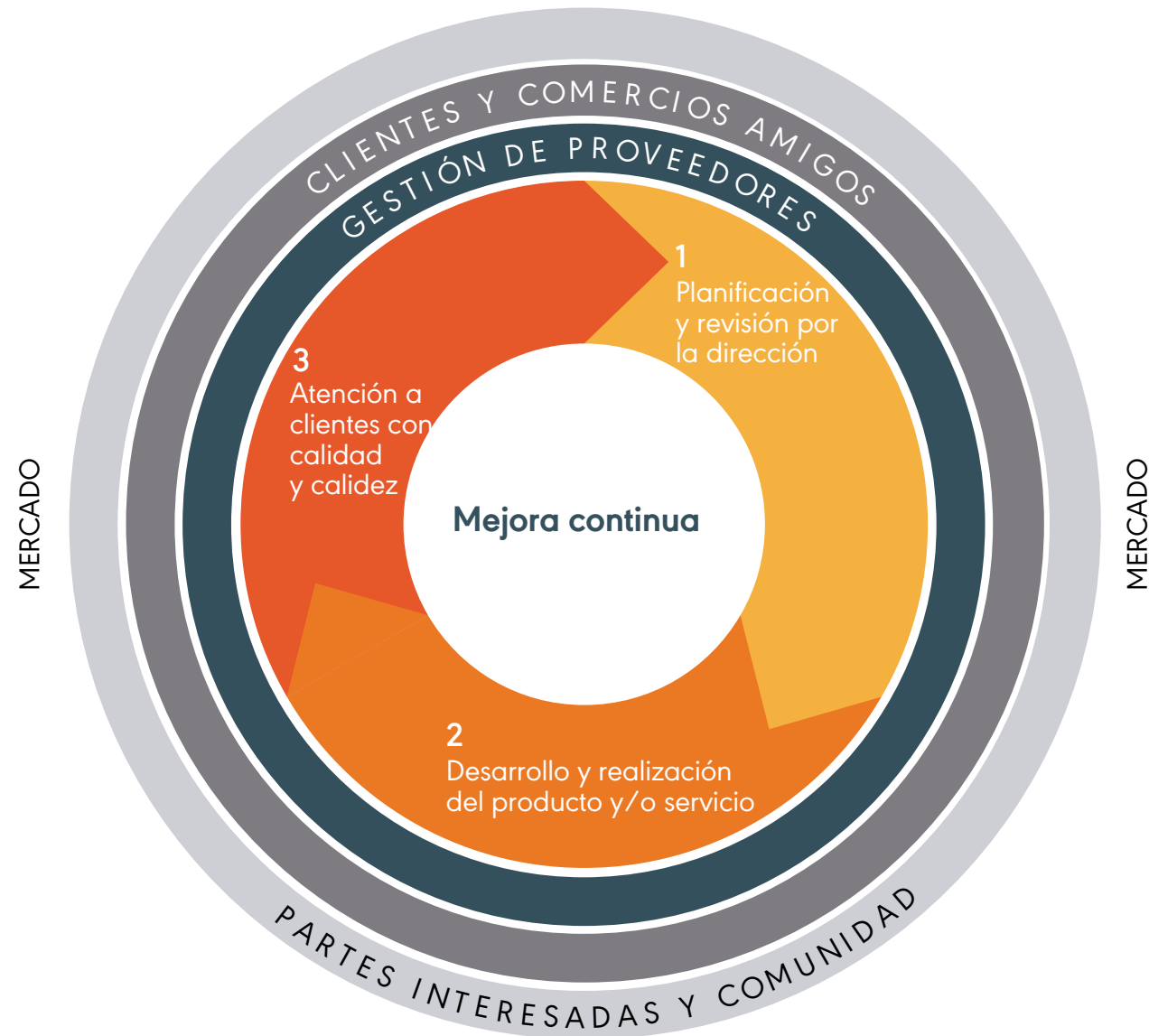
Comunidad

Gestión de proveedores

[103-2]

Nuestros proveedores, parte fundamental de la comunidad, son aliados para multiplicar el impacto positivo en el entorno. Por eso ponemos cuidado en su selección.

Para ser proveedores, deben cumplir con una serie de requisitos impositivos (IVA, Impuesto a las Ganancias, Ingresos Brutos e Impuestos Municipales), datos de facturación y bancarios. Presentan un formulario, anexando la documentación correspondiente. En el caso de altas de proveedores críticos, además, deben garantizar el respeto de criterios económicos y financieros, de responsabilidad social, prevención de riesgos laborales, gestión medio ambiental, respeto de derechos humanos y recursos técnicos.



Elegimos proveedores nacionales

[102-9; 103-1; 103-2; 103-3; 201-1; 203-2; 204-1]

Nuestra cadena de suministro, conformada en su mayoría por PyMEs del país, se divide en:

- Proveedores de producción**, ofreciendo servicios e insumos para el core de la compañía.
- Proveedores de soporte**, necesarios para la operatoria de la empresa.

Actualmente, contamos con:

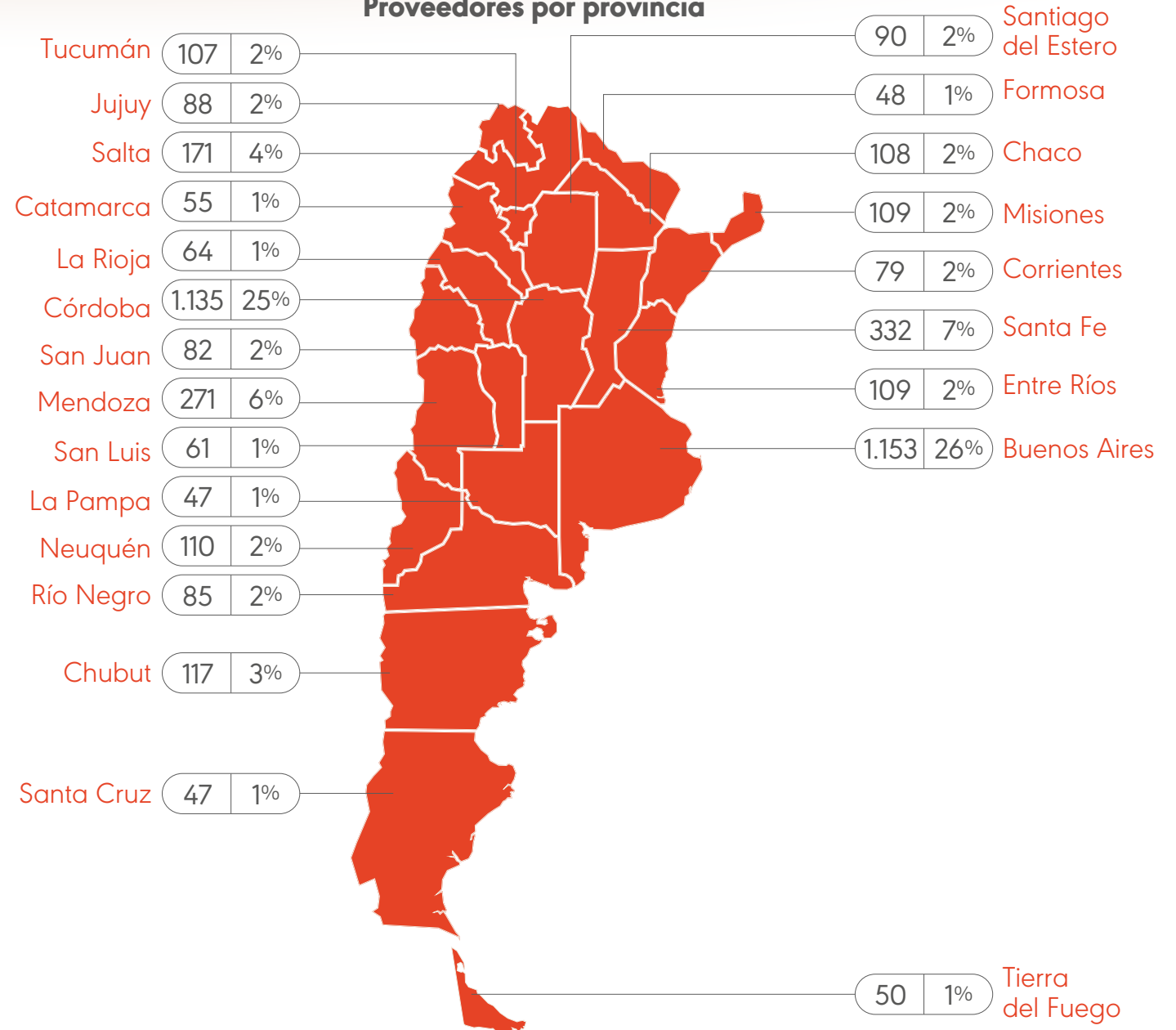
4.518

Activos

898

Nuevos

Proveedores por provincia



El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

**Cadena
de valor**

Medioambiente

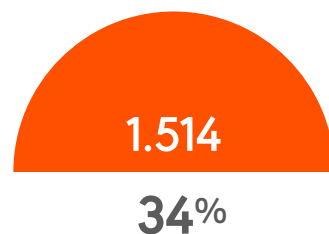
Comunidad

Proveedores por región

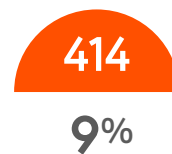
C.A.B.A y Provincia
de Buenos Aires



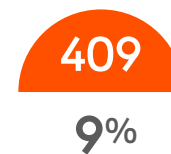
Centro: La Pampa,
Santa Fe y Córdoba



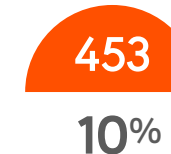
Cuyo: Mendoza,
San Juan y San Luis



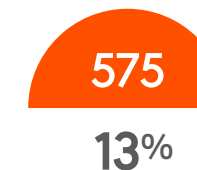
Patagonia:
Neuquén, Río Negro,
Chubut, Santa Cruz
y Tierra del Fuego



NEA: Misiones, Chaco,
Corrientes, Entre Ríos y
Formosa



NOA: Tucumán, Salta,
Santiago del Estero, La
Rioja, Jujuy y
Catamarca



Monto pagado a proveedores

Provincia	Monto	Provincia	Monto	Provincia	Monto
Buenos Aires	5.608.427.817	Entre Ríos	50.690.801	Santiago del Estero	10.978.265
Santa Fe	267.808.493	Chubut	7.529.495	Santa Cruz	4.296.728
Tucumán	105.150.448	Misiones	12.137.114	Tierra del Fuego	3.738.306
San Luis	7.822.630	Formosa	7.683.533	La Pampa	3.655.217
Salta	52.504.562	Jujuy	10.739.687	Mendoza	267.161.980
Neuquén	20.241.916	Río Negro	11.468.285	San Juan	29.580.316
Chaco	26.009.110	La Rioja	12.734.799	Córdoba	2.013.011.251
Corrientes	39.971.617	Catamarca	24.279.382	Total	\$8.597.621.761

98%

de nuestro gasto en
proveedores
es para proveedores locales.

Camino hacia el desarrollo

[201-1; 203-2; 204-1; 301-3]

Servicio de e-commerce a medida

Durante 2019, desarrollamos junto a uno de nuestros proveedores una plataforma e-commerce que nos permite canalizar todos los pedidos de merchandising, permitiendo el crecimiento de los integrantes de nuestra cadena de valor.

Compras sustentables

Promovemos el desarrollo de proveedores locales, la generación de negocios inclusivos y la comercialización de productos de triple impacto. Es por esto que incentivamos, siempre que sea posible, la incorporación de bienes y servicios con valor social o ambiental tanto para obsequiar a nuestros Colaboradores como para inversiones en eventos y branding.

\$11.019.138

Monto total de inversión en compras sustentables

19

proveedores sustentables

La manera de destacar este trabajo conjunto es evidenciando su valor a través de comunicaciones que referencien su descripción, características y propósito.

Durante 2019 realizamos las siguientes compras:

Categoría	Producto	Características	Valor	Proveedor
Producto institucional	Bolsa institucional 2019	Friselina	Ambiental	Arprom SA
Producto institucional	Lápices plantables	Madera	Ambiental	Gm promociones
Día del amigo - Manos a la pared	Paneles Foamboard	Pinturas orgánicas	Ambiental	Alsapema Servicios S.A
Regalo de Nacimiento Colaboradores	Bolsos maternales	Tela	Social	Globba
Regalo Encuentros de Líderes	Lápices plantables	Madera	Ambiental	Gm promociones
Regalo de Nacimiento Colaboradores	Bolsos Juguetero	Cooperativa de mujeres	Social	Entre Costuras

Fomentando el encuentro

Dos veces al año organizamos reuniones con los proveedores de mantenimiento contratados para compartir buenas prácticas. Conjuntamente trabajamos identificando oportunidades de mejora y generando acuerdos para abordarlas y mejorar la satisfacción de nuestros clientes.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

**Cadena
de valor**

Medioambiente

Comunidad

Por una cadena sin riesgos

[103-1; 103-2; 103-3; 308-1; 308-2; 414-1; 414-2]

Respecto a una debida diligencia de proveedores, se seleccionaron aquellos determinados como críticos en función de la actividad que realizan y el impacto que puedan generar, en caso de estar ligados a conductas contrarias a la ética, integridad y valores de la empresa. Para ello, incorporamos en los contratos cláusulas anticorrupción a las que deberán adherir, como así también, prestar conformidad a nuestro código de conducta para proveedores.

Realizamos una evaluación a nuestros proveedores midiendo calidad, costo, tiempo y servicio con base en tres criterios: facturación del último año, producto o servicio crítico y periodicidad. Quienes obtienen una nota menor a 8 son citados a efectuar un análisis de aspectos por mejorar.

Con este fin, implementamos una nueva herramienta de gestión, mediante la cual se incorporó y clasificó a todos estos proveedores, a través de ERP (Planificación de Recursos Empresariales).

El ERP es un sistema de gestión integral que facilita la automatización de procesos y el acceso a información de calidad, convirtiéndose en un sistema totalmente alineado a la evo-

lución digital de la empresa en materia de administración y operaciones. Nos permite canalizar funciones tales como:

- Compras
- Administración de fondos
- Depósitos y Stock
- Mantenimiento de Infraestructura
- Facturación de Servicios
- Impuestos
- Contabilidad
- Control de Gestión

Además, de los ERP del mercado, durante 2019 se implementó una nueva herramienta de gestión, Dynamics AX, que permitió realizar de una manera más eficiente la gestión de pagos a proveedores y compras. Además, se realizó un mapeo de proveedores por rubro en la Gerencia de Infraestructura y Compras que incluyó un score de los proveedores evaluados.

Nuevas cláusulas anticorrupción

[205-1; 205-2]

En 2019 decidimos revisar e incorporar nuevas cláusulas que sancionan las conductas indebidas dentro de la organización, y que resulten un ejemplo para nuestro accionar.

El acuerdo comercial incluye responsabilidades para las partes con el fin de evitar prácticas corruptas, fraudulentas, coercitivas, colusorias u obstructivas, definiendo su alcance específico.

Asimismo, la actualización del contrato contempla la realización de auditorías y la inmediata rescisión del mismo en caso de comprobar alguna práctica comercial no ética o las conductas indebidas mencionadas.

Medioambiente

[103-1; 103-2; 103-3]

Medimos la huella de carbono generada por nuestras operaciones y diseñamos acciones que nos permitan mitigar y compensar la misma.

Trabajamos de forma transversal teniendo como norte acciones orientadas a la circularidad de los materiales, una adecuada gestión de los residuos y que promuevan la eficiencia energética de la empresa.

Medimos el impacto del 100% de nuestra operación | **95**

Uso racional de energía | **100**

Optimización de materiales e insumos | **102**

Tratamiento de residuos | **104**

Controlamos el agua en más sucursales | **106**

Hábitos sustentables | **107**

Gastos ambientales | **111**



ampliamos el alcance de la medición de nuestra huella de carbono a todo el país.



6.375 m²
de bosque conservado para compensar nuestras emisiones

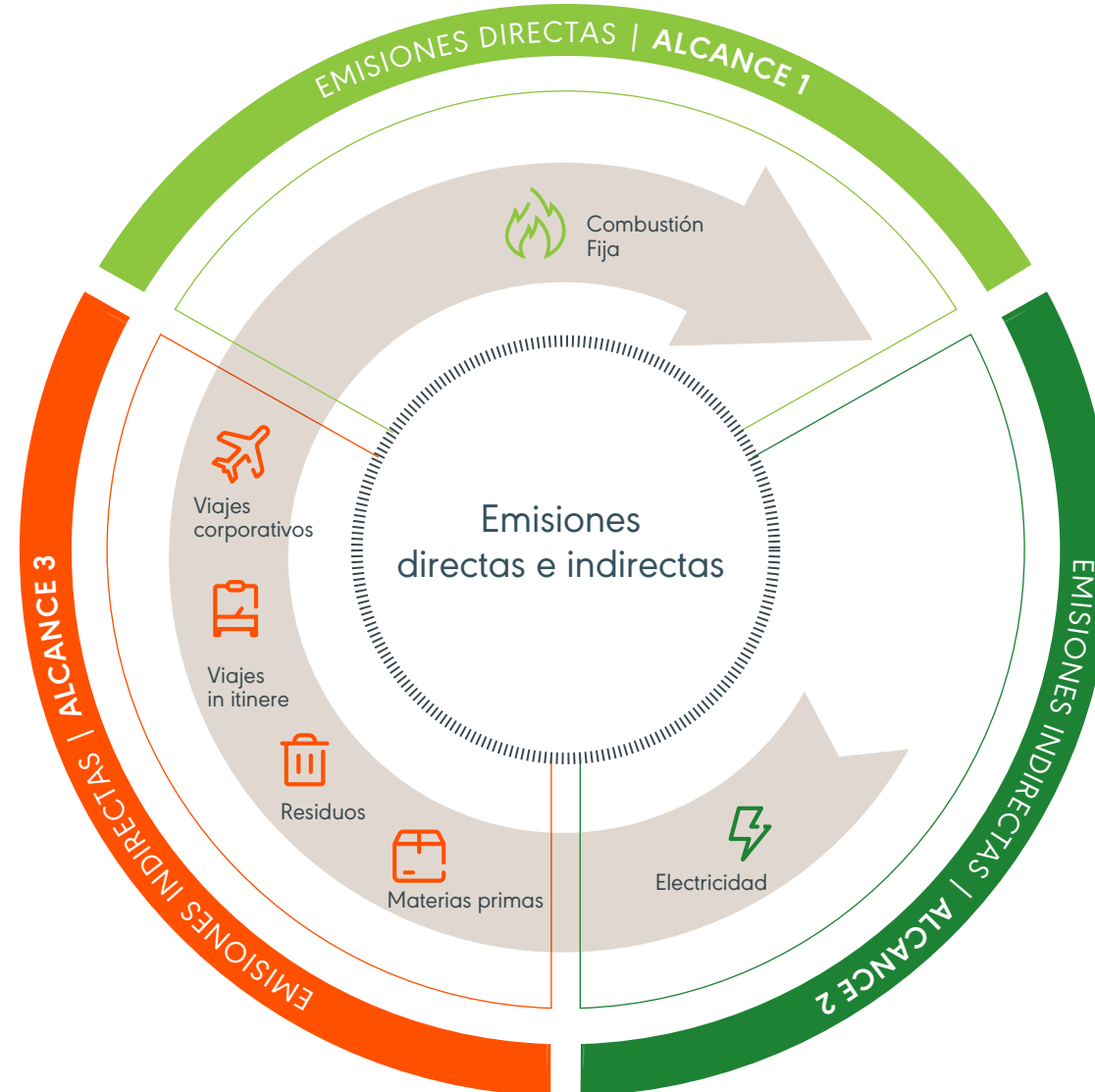


Medimos el impacto del 100% de nuestra operación

[103-1; 103-2; 103-3; 305-1; 305-2; 305-3]

En 2017 comenzamos con la medición de las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) de nuestra operación para empezar a controlarlas, reducirlas y tomar medidas que aminoren nuestro impacto sobre el cambio climático.

Trabajamos en la definición de la huella de CO₂e¹ junto a una consultora independiente, que cumple con la norma ISO 14064:2015 y con los precedentes sentados por el Protocolo de Gases de Efecto Invernadero: Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte (GHG), publicado por el World Resource Institute y World Business Council for Sustainable Development. La medición inicial solo se realizó sobre los edificios centrales de la compañía.



En noviembre 2019, dimos inicio a un nuevo ciclo de la medición, ampliando considerablemente los límites organizacionales del inventario para incluir las emisiones directas e indirectas Alcance 1, Alcance 2 y Alcance 3 relacionadas con las actividades no solo de los edificios centrales, sino también de sucursales y otros inmuebles y locales en todo el país.

1. Dióxido de Carbono Equivalente

Límites organizacionales comprendidos en la medición 2019

Edificios centrales	Sucursales	Depósito
 27.188 m ²	 46.729 m ²	 7.715 m ²
 26.651 Nm ³	 38.815 Nm ³	 0,0 Nm ³
 4.737 Mwh	 8.411 Mwh	 107 Mwh
 0,0 Mwh	 0,0 Mwh	 0,0 Mwh



El estudio comprendió las emisiones por fuente, por origen y por alcance, así como la cuantificación de los Top 10 de las emisiones de la compañía.

Esto se hizo en función de la necesidad de contar con esta información para conocer donde se dan los mayores impactos por emisiones y terminar de definir un Plan Estratégico de Mitigación y Compensación del Impacto Ambiental para el 2020.

La cuantificación de las emisiones y su verificación con respecto a la norma ISO nos aporta consistencia, integridad y transparencia frente a partes interesadas en relación con los procesos de cuantificación, reporte y seguimiento de Gases Efecto Invernadero (GEI), así como una gestión integral y homogénea en todos los negocios de la compañía.

Es importante recalcar que en este primer ejercicio no ha sido posible recabar la totalidad de información de inventario de las sucursales y edificios centrales, por lo que, en algunos casos, se ha extrapolado la información disponible para contar con los consumos anuales o del total de sucursales.

La cuantificación de las emisiones y su verificación con respecto a la norma ISO nos aporta **consistencia, integridad y transparencia**

Emisiones totales 2019, por Alcance

1% 160,16 Tn CO₂ e
44% 4.926,63 Tn CO₂ e



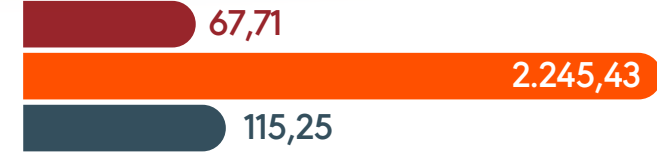
55% 6.144,42 Tn CO₂ e

- ALCANCE 1 ●
- ALCANCE 2 ●
- ALCANCE 3 ●

Emisiones totales 2019, por Alcance y por superficie inventariada

- ALCANCE 1 ●
- ALCANCE 2 ●
- ALCANCE 3 ●

Edificios Centrales y Depósito



Sucursales

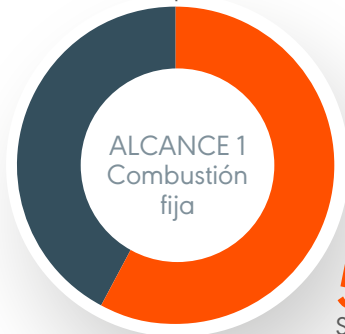


Global Compañía



Detalle de las emisiones por Alcance

42% Edificios Centrales y Depósitos
67,71Tn CO₂ eq



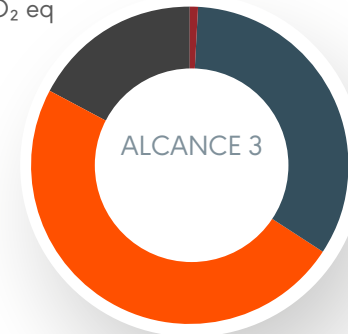
58% Sucursales
92,45Tn CO₂ eq

37% Edificios Centrales y Depósitos
2,245,43Tn CO₂ eq



63% Sucursales
3.898,99 Tn CO₂ eq

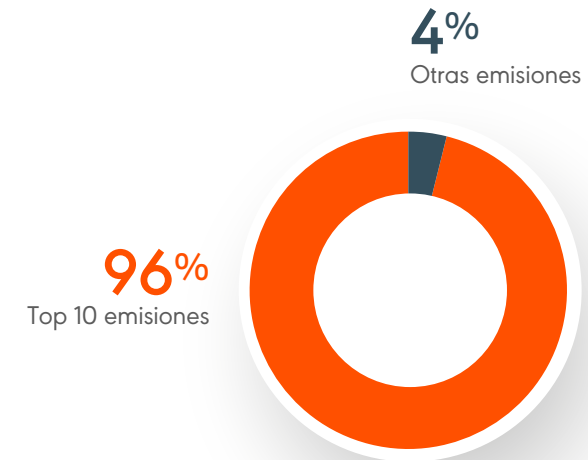
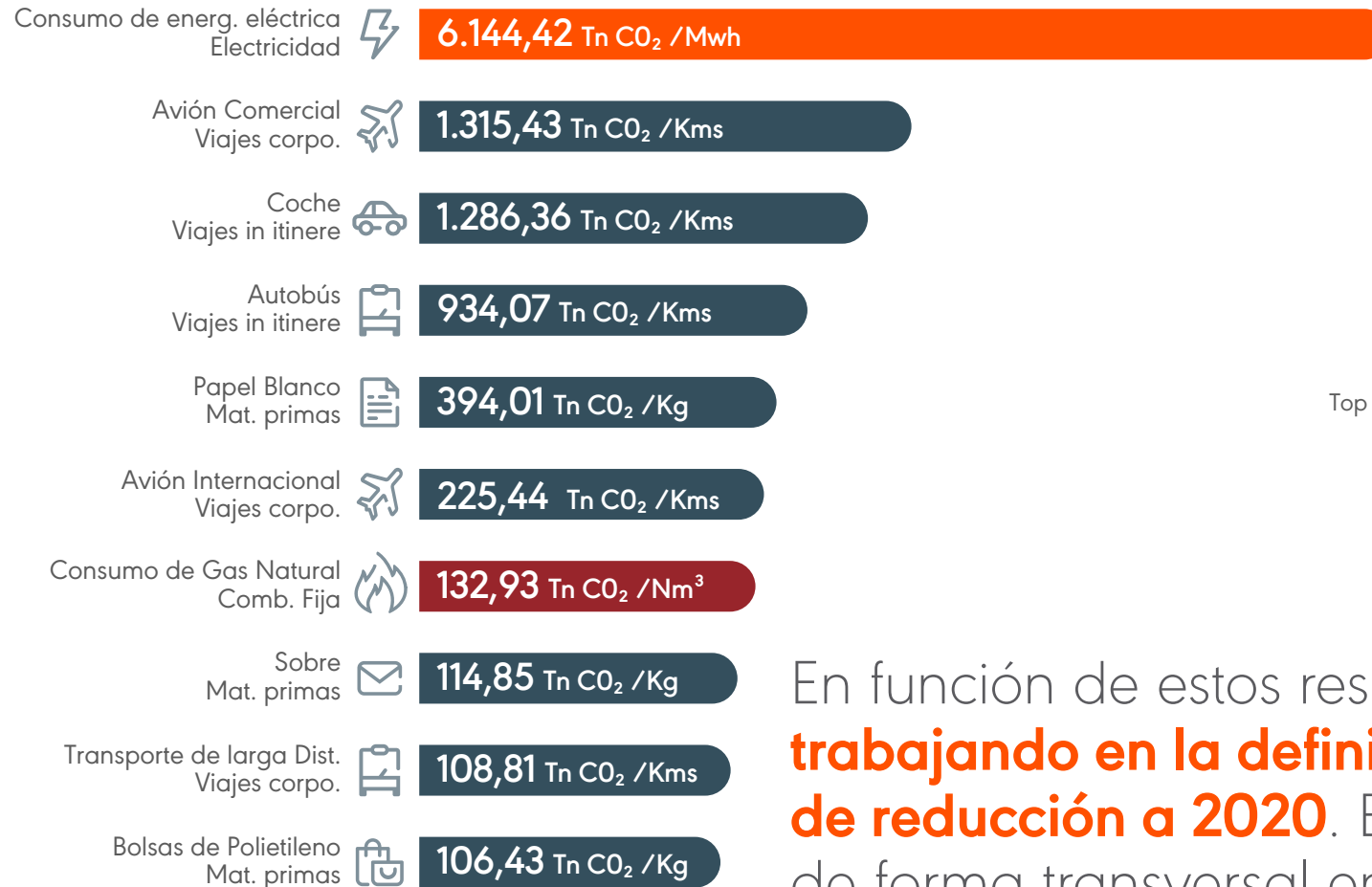
17% Materias Primas
822,69Tn CO₂ eq



33% Viajes Corporativos
1.649,68 Tn CO₂ eq

48% Viajes in Itinere
2.351,46 Tn CO₂ eq

Top 10 de Naranja



En función de estos resultados **estamos trabajando en la definición del objetivo global de reducción a 2020**. Este trabajo se realiza de forma transversal entre diferentes gerencias desde las cuales se proponen una serie de medidas de mitigación actualmente en análisis.

ALCANCE 1 ●
ALCANCE 2 ●
ALCANCE 3 ●

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor**Medioambiente**

Comunidad

Intensidad de las emisiones

[305-4]

La intensidad de las emisiones es lo que nos permite contar con un indicador para seguir la evolución de las mismas a lo largo de las sucesivas mediciones. Este indicador nos permitirá saber - mediante su comparación - si las medidas tomadas en el plan que se implemente dan resultado a los fines de lograr su disminución.

Se calcula como el cociente entre la suma del total de Tn CO₂ (e) comprendidas entre el Alcance 1 y Alcance 2; y los m² totales de la superficie considerada en la medición, ya que esta representa su actividad.

Para el 2019 se calculó este indicador a nivel Total Compañía y arrojó como resultado 0,077 t CO₂ (e)/m².

También, se ha definido otra variable clave para el seguimiento de la huella. En este caso es la relación entre emisiones y cantidad de colaboradores, lo que permite poner en evidencia la influencia de la cantidad de trabajadores respecto a la huella de carbono total.

Intensidad de las emisiones según superficie considerada

38%
Edificios Centrales
y Depósitos
0,070Tn CO₂ eq/m²
2.428Tn CO₂ eq



62%
Sucursales
0,086Tn CO₂ eq/m²
3.997Tn CO₂ eq

Intensidad de las emisiones por Colaborador **3,744 t CO₂ (e)**

Uso racional de energía

[103-1; 103-2; 103-3; 302-1; 302-4; 302-5]

Tomamos diferentes medidas para hacer un uso eficiente de energía

En Casa Naranja

- **Apagamos luces y aires acondicionados** una vez que se terminan las actividades de limpieza en cada piso, mediante un sistema de apagado administrado automático.
- **Inyectamos aire del exterior** cuando la calidad del mismo lo requiere. Además, la fachada del edificio es ventilada por paredes revestidas con placas de aluminio que conducen el calor hacia arriba. Contamos con sensores de monóxido de carbono que alertan sobre la necesidad de introducir aire en cada piso y así evitar la apertura de las bocas hacia el exterior.
- Contamos con un **sistema inteligente que reutiliza el aire caliente** emitido por los aires acondicionados y lo concentra, mediante radiadores, para calentar el agua de las duchas y cocinas y, además, calefaccionar el edificio. Esto nos permite tener calefacción gratis el 95% del año, sin usar gas natural.

En el resto de oficinas y sucursales:

- **Tecnología LED** que incorporamos a nuestras Casas Naranjas para reducir consumo, mantenimiento, desechos y mejorar los lúmenes.
- **Aires acondicionados** a los que les extendimos la frecuencia de mantenimiento con el fin de disminuir el recambio de filtros descartables. De esta manera, el descarte y los costos son menores, sin impactar en la vida útil del equipo.
- **Combustibles** que filtramos para ser reutilizado y evitar la quema, pudiendo repetir el proceso hasta cuatro veces, sin que se deterioren los equipos.
- **Pinturas lavables** que nos permiten disminuir la frecuencia de pintado y, así, el impacto ambiental.

Consumo energético

[302-1; 302-4]

La fuente de información para los consumos de energía eléctrica, gas y gasoil surgen de las facturas emitidas por los entes prestadores de servicios, mientras los datos referidos a combustibles provienen de las órdenes de compras.



Energía eléctrica consumida

En 2019 ampliamos el alcance de las mediciones sumando al 100% de los Edificios Centrales, Depósito y 88 sucursales, por este motivo, los datos que muestra la tabla no son comparables con años anteriores.

7.343	26.436,22	178,89
Mwh	GJ	(Kw/m2 /año)
		Intensidad energética

La intensidad energética - Kw/m2/año - está calculada para los Edificios Centrales, que este año se extiende a Casa Naranja, La Fábrica y el edificio de La Rioja 375 (26.758m2).

Consumo de gas natural

Datos sobre Edificios Centrales y 26 sucursales.

56.125,52	2.188,43
Mwh	GJ

Consumo de Gasoil

Se utiliza para el funcionamiento de los generadores de energía. La medición 2019 comprende el 100% de los Edificios Centrales y 5 sucursales.

4.300	5.574	9.874	359,41
Litros Edificios Centrales	Litros Sucursales (5)	Litros Total	GJ (1 l = ,364 GJ) Total

Optimización de materiales e insumos

[103-1; 103-2; 103-2; 301-1; 301-2]

El plástico para las tarjetas de crédito, el papel (oficina, resúmenes, etc.), los cartuchos de tóner y el equipamiento informático (computadores e impresoras) configuran nuestra principal preocupación en cuanto al cuidado y reducción de consumo de materiales.

Insumos y Materiales 2019

	Unidades	Kgs.
Bolsas de polietileno oxibiodegradables	818.500	40.925
Bolsas friselina	1.100.000	55.000
Cartuchos de tóner para impresión	1.626	1.000
Papel Hojas resúmenes de cuenta Básica en bobina mensual membretada Hojas membretada Resmas A 4	Equivalente a 85.574 Resmas	196,82
Sobres reutilizables Envíos tarjetas y resúmenes de cuenta.	13.632.500	68.488
Tarjetas plásticas	4.309.947	21.550
Lapiceras	100.000	5.800

Estrategias para reducir el consumo

- **Tóner en reducción:** consumir menos tóner impactó directamente en el gasto de hojas en todas las casas del país.
- **Disminución del gramaje:** utilizar hojas de menor gramaje significa un ahorro de 1.425 kg de papel.
- **Incorporaciones digitales:** toda la documentación que se firma cuando ingresa un nuevo colaborador es digital. No utilizamos hojas, ahorrando al menos 40 páginas por persona que ingresa.
- **Servicios virtuales:** Tienda Naranja, Naranja Online, la APP Naranja fueron ampliados para que nuestros clientes y Comercios Amigos puedan realizar las mismas operaciones sin usar papel.
- **Resúmenes de cuenta digitales:** para reducir las impresiones y los efectos de la distribución. En 2019, digitalizamos el 72% de los resúmenes emitidos.
- **Revista Convivimos:** la versión impresa cuenta con certificaciones PEFC y FSC y desarrollamos la versión digital que, en 2019, cerró con 350.000 suscriptores.
- **Revista Cima:** a partir de la edición junio 2019, economizamos en su producción, optimizando pliegos de papel en la impresión.

Reemplazo de bolsas plásticas

Utilizamos bolsas de polietileno oxibiodegradables para el transporte de documentación interna crítica (tarjetas, tesorería, análisis, cobranzas) o para guardado (gestión de originación).

Actualmente estamos realizando un análisis de mejora que nos lleve a:

- Reemplazarlas por bolsines de tela reutilizables con precinto.
- Cambiar la materia prima por material biodegradable, derivado de la caña de azúcar, contratando a un proveedor que ya existe en el mercado.

También, estamos **sustituyendo** las bolsas de polietileno por bolsas de friselina 100% reciclables, reutilizables y de producción menos contaminante.



Con respecto a 2018, en 2019 compramos

143.600 **21.000**

bolsas más de friselina y

menos de polietileno

Papel con propósito

Recolectamos y reciclamos el papel utilizado y en desuso. El dinero recaudado se destina a programas sociales.

Además, en toda la empresa solo se consumen resmas de hojas A4, de menor gramaje y con certificación Forest Stewardship Council (FSC²), proveniente de fuentes sustentables.



2. FSC acredita que la madera con la que está hecho el producto que lo posee proviene de bosques gestionados según los criterios del Consejo de Administración Forestal, que incluye medidas de gestión sostenible del bosque en los aspectos ecológicos, sociales y económicos, entre otras.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor**Medioambiente**

Comunidad

Tratamiento de residuos

[103-1; 103-2; 103-3; 301-1; 301-3; 306-2]

Tipo de residuo	Descripción	Método de eliminación	Peso / Medida	2018	2019
Plásticos	Destrucción segura de tarjetas no retiradas o en desuso	Triturados para su reciclaje con Certificación de destrucción	Kilogramos	6.311,92	2.314,10
Tapitas	Reciclado de tapitas de plástico recolectadas	Reciclado	Kilogramos	-	60
Papel	Papel reciclado destinado a programas sociales	Reciclado	Kilogramos	46.911	55.972
Residuos electrónicos	Disposición de residuos electrónicos (Pcs, monitores, impresoras, teclados, mouses, contadoras y calculadoras, winterms, wyses, teléfonos, notebooks, TACs, lectores de código de barra, etc.)	Enviado a disposición final con Certificación.	Kilogramos	18.425	3.529,50
Residuos electrónicos	Donaciones de bienes a organizaciones sociales (Pcs, monitores, impresoras, teclados, mouses, servidores)	Entregados en donación	Cantidad de equipos	44	476
Residuos especiales	Lámparas y tubos fluorescentes consumidas. Edificios centrales más sucursales: (incluye lámparas de bajo consumo, halógenas, halógenadas, dicróicas, tubos led, tubos y lámparas fluorescentes)		Toneladas	1,414	0,27
Residuos de cartuchos de tóner	Cartuchos de tóner devueltos a proveedores para su reciclado	Reciclado	Unidades	1.750	1.160
Aceite vegetal usado	Cantina Casa Naranja	Entrega para tratamiento/ reciclaje	Litros		1.200
Film	Empleado para la distribución de tarjetas plásticas	Reciclaje con certificación	Kilogramos		428

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor**Medioambiente**

Comunidad

Trituramos nuestros plásticos sin uso

Las tarjetas que quedan en los locales porque no son retirados por los clientes o poseen fallas o errores, son trituradas por un proveedor que certifica dicho proceso, lo que nos permite reducir el impacto ambiental y proteger los datos de los clientes. Actualmente estamos evaluando opciones para reutilizar y/o reciclar dicho material.

Procesamiento de scrap

Contratamos una empresa especializada en procesamiento de scrap tecnológico para que realice el tratamiento correspondiente sobre los equipos que ya no funcionan.

En 2019, enviamos a disposición final

3.529,5 kg

de residuos electrónicos.

Equipamiento tecnológico con fines sociales

Donamos a organizaciones sociales los equipos informáticos que vamos renovando y aún funcionan correctamente.

Donaciones de bienes a organizaciones sociales (unidades)

▲ 2018
▲ 2019

982%

más que en 2018

44

476

Reutilización y reciclaje de tóners

Contamos con un proveedor, que retira todos los tóners una vez utilizados ya sea para refuncionalizarlos o reciclar material.

- El consumo mensual de cartuchos de tóner fue de 1.626 unidades de cartuchos remanufacturados.
- Los cartuchos devueltos al proveedor para su reciclado alcanzaron a 1.160 carcacas.

Durante 2019, implementamos diversas medidas que nos permitieron disminuir su compra y consumo, tales como:

- Corregimos los pedidos duplicados o con exceso en cantidades.
- Redistribuimos a otras sucursales los tóners de las Casas Naranja que tenían sobre stock.
- Incorporamos al sitio web el costo de cada tóner y el costo total del pedido.
- Comunicamos el rendimiento de cada tóner, con el objetivo de realizar los pedidos en la cantidad acorde a las impresoras en uso.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor**Medioambiente**

Comunidad

Controlamos el agua en más sucursales

[103-1; 103-2; 103-3; 303-1]



Ampliamos el alcance de medición de nuestro consumo de agua incorporando al calculo 21 sucursales además de los edificios centrales.

Consumo
de agua
en 2019

Edificios
centrales y
21 sucursales

33.876,42 m³

Hábitos sustentables

[301-1; 301-3; 306-2]

Este año, implementamos mejoras en la manzana Naranja y creamos espacios de trabajo sustentables que incluyen:

- **Gestión diferenciada de residuos.**
- **Reemplazo de botellas de plástico** por jarras para el agua y dispensers en las cocinas.
- **Sustitución de vasos y descartables** de un solo uso por utensilios reusables.

Eventos Sustentables

[302-5]

En la organización de nuestros eventos cuidamos transmitir la #CulturaQueEnamora y nuestro compromiso con el ambiente, la responsabilidad social y los derechos de las personas.

Es por esto que seguimos los lineamientos de la Norma ISO 20.121 para el desarrollo de eventos sustentables, que promueve un consumo controlado de energía, la separación de los residuos para su reciclaje, el uso de materiales renovables y la compensación de la huella de carbono que producimos en cada encuentro.

Desde el punto de vista social, aportamos valor mediante la contratación de proveedores locales que fomentan el consumo responsable o de triple impacto.

Plan de trabajo: mitigar, medir, compensar

[103-1; 103-2; 103-2]

Las 3 acciones primordiales de todos nuestros eventos sustentables son:



Mitigar

Para reducir el impacto ambiental de nuestros eventos actuamos de la siguiente manera:

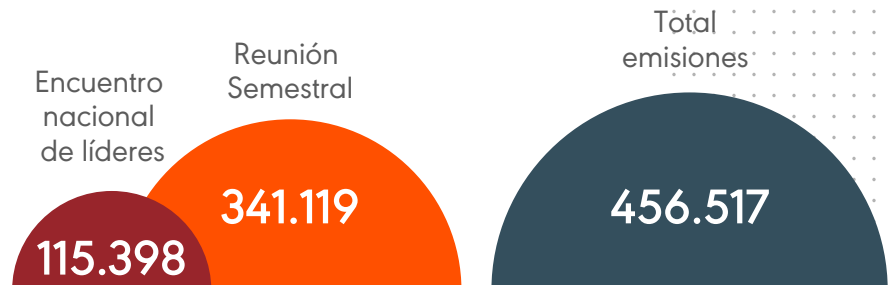
- | | |
|--|---|
| <p>1. Transporte:
Para los Colaboradores que viajan desde distintos puntos del país, planificamos las rutas y medios de transporte agrupando a los participantes por región, localidad, cercanía. Mientras que, para los que se encuentran en la ciudad del evento, promovemos el carpooling para que compartan el recorrido.</p> | <p>5. Residuos:
Apostamos al reciclaje de residuos secos, la reducción de residuos para enviar a enterramiento y la gestión de los sólidos para calcular sus emisiones de CO2.</p> |
| <p>2. Materiales:
Tratamos de reducir al máximo el uso de papel; por ejemplo, en las comunicaciones que son reemplazadas por digitales.</p> | <p>6. Proveedores y merchandising:
Priorizamos la contratación local y las compras inclusivas e incorporamos criterios ambientales o sociales en la elección de regalos.</p> |
| <p>3. Sede y alojamiento:
Contratamos hoteles y establecimientos con certificaciones medioambientales y comprometidos con la reducción del consumo de energía y agua.</p> | <p>7. Sensibilización:
Desde la comunicación nos planteamos el objetivo de sensibilizar a los participantes sobre la huella ambiental que cada uno deja con sus acciones.</p> |
| <p>4. Alimentación y bebida:
A los proveedores de catering les pedimos que eliminen los productos descartables y que atiendan las necesidades nutricionales de los participantes, asegurando opciones para todos los asistentes (celíacos, vegetarianos, veganos, etc.).</p> | |



Medir

Medimos la huella de carbono de nuestros eventos para tomar mejores decisiones a futuro y actuar en consecuencia. En 2019, medimos la huella de carbono de nuestros dos eventos principales:

Emisiones 2019 por evento Kg CO₂ e



El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor**Medioambiente**

Comunidad

Compensar

Con las mediciones realizadas, implementamos una estrategia de compensación para neutralizar el impacto generado en el ambiente, con acciones de protección de bosques, biodiversidad y sensibilización.

En 2019, compensamos la huella generada en los eventos de 2018 a través de dos acciones:

1.

Aportamos para la conservación de 6.375 m² de Bosque Atlántico (Parque Provincial Uruguá-í de Misiones), permitiéndonos neutralizar nuestro impacto, dado que se protege una fracción de bosque activo para captar emisiones.

Entre 2018 y 2019, llevamos conservados 16.167 m² de bosque

2.

Plantamos 300 especies nativas en las Reservas Hídricas Naturales Los Manantiales de Río Ceballos y Los Quebrachitos de Unquillo, en alianza con nuestros Colaboradores y Guardaparques. Fueron dos jornadas en las que, además, se dieron talleres de especies nativas y concientización sobre la importancia de la conservación de estos bosques.

300 especies nativas plantadas por 27 Colaboradores voluntarios

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor**Medioambiente**

Comunidad

Gastos ambientales

[103-2; 103-3]

En total los costos de eliminación de residuos, tratamiento de emisiones y costos de remediación alcanzaron a \$ 593.773 a lo largo del año. Por su parte, los costos de prevención y gestión medioambiental relacionados con la operación de la compañía ascendieron a \$546.189.

Gastos e inversiones ambientales

Costos	Descripción	2018	2019
Costos de eliminación de residuos, tratamiento de emisiones y costos de remediación	Eliminación y disposición segura de residuos generados en Encuentros Sustentables	\$10.000	\$66.436
	Dstrucción y tratamiento seguro de plásticos que se imprimen con errores o no son retirados por los clientes	\$148.172	\$ 430.059
Costos de prevención y gestión medioambiental relacionados con la operación de la compañía	Reciclaje y disposición final de residuos tecnológicos: Edificios + Sucursales	\$21.561	\$163.712
	Gestión de Scrap		
	Costos medición de huella de carbono organizacional + Encuentros Sustentables	\$73.000	\$335.500
Costos de prevención y gestión medioambiental relacionados con proyectos externos de la compañía	Compensación huella de carbono Encuentros Sustentables	\$27.200	\$144.253
Total gastos ambientales		\$279.933	\$ 1.139.961

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Comunidad

[103-1; 103-2; 103-3]

Nuestros programas se centran en los niños y jóvenes, atendiendo a su educación, alimentación y bienestar.

A través de los voluntarios Naranja, potenciamos nuestros programas y multiplicamos los efectos positivos en la comunidad.

La educación, apuesta al futuro | **113**

Primeros pasos hacia un futuro mejor | **115**

Por la comunidad | **116**

Crear conciencia para la inclusión | **119**

La cultura tiene Casa | **120**

¡Por más potreros! | **122**

Resumen del triple impacto | **123**



415
voluntarios



72.659
alumnos
beneficiados



\$253.494
millones entregados a
través del programa
de Débitos Solidarios
a **369** organizaciones

La educación, apuesta al futuro

[102-43; 203-1; 203-2; 413-1]

Nuestro acento está puesto en la **educación** porque es un **pilar cultural** en nuestra organización.

Nuestros fundadores eran docentes y junto con ellos creemos que es una arista fundamental para garantizar igualdad de oportunidades.

Nuestros programas apuntan a desarrollar la cultura y educación de todos, pero haciendo foco en niños y jóvenes. Por eso también estamos atentos a sus posibilidades de salud y bienestar.

Lo hacemos a través de diversos programas.

Apadrinando Escuelas

292

escuelas apadrinadas

72.659

alumnos beneficiados

251

Comercios Amigos participantes en el programa

Escuelas Apadrinadas





Líderes educativos

En alianza con la Fundación Córdoba Mejora, implementamos un programa que busca contribuir con la optimización de la calidad educativa. Se capacita a directores de escuelas en gestión y liderazgo.

En Naranja, dos gerentes se han transformado en mentores y están acompañando a la directora de una escuela.

Becas escolares

En 2019 continuamos apoyando a niños y jóvenes con desempeño escolar destacado, y que por diversas causas ven dificultada su continuidad en la escuela. Con estas becas, buscamos motivar y premiar sus esfuerzos, que son sostenidos por grupos de instituciones especialmente dedicadas a ellos.

Nos comprometemos con los niños y jóvenes de manera personal, porque nuestros Colaboradores son los padrinos asignados, aportando el 20% de la beca, mientras Naranja contribuye con el 80% restante.

Fonbec (nacional)	Liga Solidaria (Córdoba)	Total	En 2019, invertimos
99	25	124	\$1.179.334 en programas de becas para los más jóvenes
alumnos	alumnos	alumnos	
21	20	91	
padrinos Naranja	padrinos Naranja	padrinos Naranja	

Primeros pasos hacia un futuro mejor

Pasantías

Abrimos la oportunidad para alumnos del último año del nivel secundario, para aprender la dinámica del trabajo junto a nosotros. La experiencia dura entre tres y cinco semanas y se desarrolla en locales y áreas internas de las provincias de Córdoba, Buenos Aires y Santa Fe. Los jóvenes son recibidos por Colaboradores padrinos que los acompañan y son su guía durante todo el proceso.

135

alumnos participantes

57

Colaboradores padrinos

52

escuelas inscriptos en pasantías de Córdoba y Santa Fe

Programa de Inserción Profesional (PIP)

Programa impulsado por el gobierno de la provincia de Córdoba, apoya a profesionales recientemente egresados de universidades e instituciones de educación superior, públicas y privadas. Les otorga la oportu-

Programa Primer Paso (PPP)

Su objetivo es facilitar la transición hacia el empleo formal de jóvenes que se encuentran sin empleo. Está destinado a aquellos que tienen entre 18 y 24 años. Es impulsado por Gobierno de la provincia de Córdoba y consiste en la realización de prácticas en el ámbito de empresas privadas, que favorecen el proceso de socialización laboral de los jóvenes, complementado con acciones de formación profesional.

Acompañamos esta iniciativa desde 2003. En 2019, sumamos a 7 Colaboradores con este programa.

nidad de realizar un período de práctica profesional.

Gracias a este programa, 6 Colaboradores se sumaron a Naranja en 2019 y continúan su experiencia durante el 2020.

Programa Enlazar

En 2019 comenzamos a trabajar junto a la Fundación Córdoba Mejora en este programa, dirigido a jóvenes del último año del secundario en situación de vulnerabilidad. El objetivo es ayudarlos a desarrollar competencias laborales y socioemocionales para, luego, acercarlos la oportunidad del primer empleo en empresas que abren sus puertas para recibirlos.

La experiencia dura un año, y los jóvenes son acompañados por un Colaborador mentor, para que pueda incorporar hábitos laborales y desarrollar e internalizar habilidades valoradas en el mundo del trabajo. En 2019 cuatro jóvenes participaron de este programa.

Educación financiera

En alianza con las organizaciones Innovar Sustentabilidad y Finanzas Fem, se realizaron talleres para mujeres emprendedoras y jóvenes.

Finanzas prácticas para jóvenes

Se dictaron dos talleres para jóvenes del último año del secundario del colegio IPEM N° 92 Antonio Berni.

Finanzas personales para mujeres

Dictado en el auditorio de Casa Naranja con el objetivo de formar a mujeres emprendedoras en los distintos aspectos de la economía y de las finanzas. Participaron más de 100 mujeres, entre ellas 25 Colaboradoras de la empresa.

Por la comunidad

[102-43; 203-1; 203-2; 413-1]

Débitos Solidarios

A través de esta iniciativa que lleva 24 años, les brindamos a nuestros clientes la posibilidad de colaborar con distintas organizaciones, adhiriéndose mediante un débito automático con su Tarjeta Naranja.

Cada titular elige el monto que desea donar, la organización con la que prefiere colaborar y Naranja entrega el cien por ciento de lo recaudado a la organización seleccionada.

\$253.494.813

donados por nuestros
clientes entregados a

369

organizaciones de todo
el país

Campañas de los Colaboradores

Para impulsar y fortalecer el trabajo de las organizaciones adheridas, en 2019 invitamos a nuestros Colaboradores a realizar campañas en las sucursales para ofrecer débitos solidarios durante un mes.

Ellos seleccionaron organizaciones de su interés, colaborando directamente con su comunidad inmediata. Armaron su propia planificación y, finalmente, realizaron 22 campañas a favor de 22 organizaciones.

\$1.062.240

aporte anualizado
recaudado en 2019

Apadrinando Comedores

Este programa nace de la inquietud de nuestros Colaboradores, que se comprometen con comedores y merenderos comunitarios de distintas localidades del país, acompañando a niños y niñas en sus necesidades de alimentación, educación, vestimenta y recreación.

108

voluntarios

4.437

niños y niñas

40

comedores

15

provincias

Los Colaboradores voluntarios conforman un grupo de apadrinamiento, y en equipo diseñan un plan de acción en función de las necesidades prioritarias de cada comunidad:

- Necesidades alimentarias y de abrigo.
- Actividades educativas: talleres de lectura y apoyo escolar.
- Recreación, a través de la celebración de momentos especiales: cumpleaños, día del niño, Navidad.

Los voluntarios disponen de una cantidad de horas (dentro de su jornada laboral) y de un presupuesto que el equipo autogestiona. Toda la compañía acompaña a estos grupos en sus iniciativas en tres momentos especiales del año: colecta y entrega de útiles escolares en marzo, día del Niño en agosto y Navidad, en diciembre.

El 2019 puesto en valor

Un día podés

Nuestra forma de ser y de hacer

Un ecosistema de soluciones

Estamos cerca

Por un futuro sustentable

Gestión de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena de valor

Medioambiente

Comunidad

Vuelta al cole

Enviamos kits de útiles para el inicio de clases. Los voluntarios diseñan el momento, visitan el comedor y les hacen la entrega a los niños.

Día del Niño

Cada año, dedicamos una donación especial para acompañar a los más chicos en fechas especiales como esta, en la que nuestros colaboradores voluntarios muestran su compromiso y cariño.

En 2019, 353 voluntarios participaron de acciones por el Día del Niño, en la que realizaron colectas con un aporte total de \$122.700 para regalos a los niños y niñas de los comedores apadrinados.

Navidad

En esta fecha especial, nuestros Colaboradores realizan una colecta, y todo lo recaudado se entrega a los voluntarios, quienes celebran junto a los niños y niñas en cada comedor apadrinado.

En 2019, 256 voluntarios participaron y recaudaron un monto de \$84.950 para realizar los festejos.

Se otorgaron

3.413

kits escolares

Se invirtieron

\$627.650

en Día del Niño y Navidad

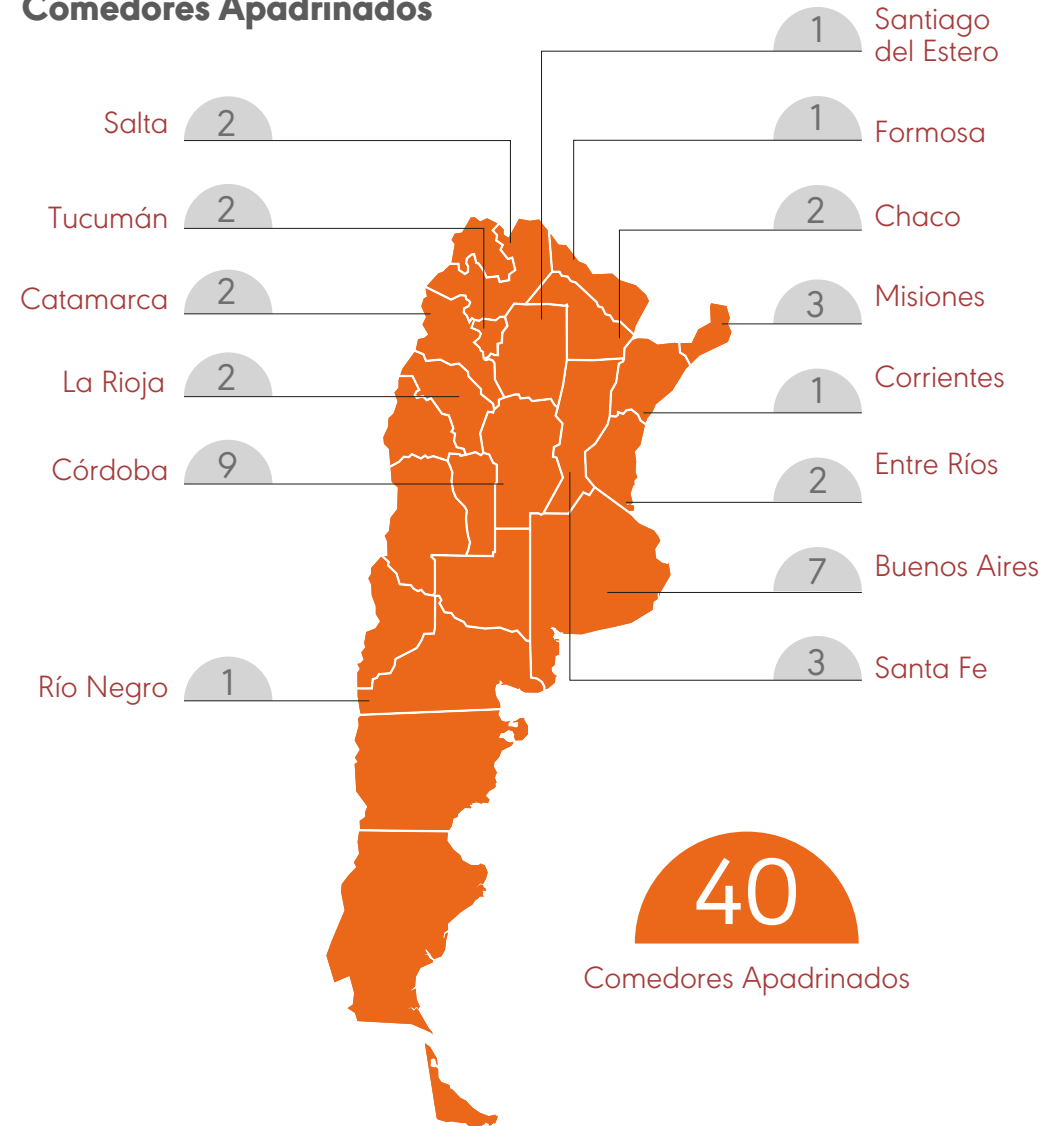
\$420.000

fueron aportados por Naranja

\$207.650

por Colaboradores

Comedores Apadrinados



Misiones Solidarias



Son acciones concretas que emprenden Colaboradores de todo el país para cubrir necesidades de ciertos sectores de la comunidad. Tres grupos de voluntarios trabajan de manera sostenida desde hace varios años, cada uno en un proyecto:

Una gota de salud

Un grupo de voluntarios de la ciudad de Córdoba, liderados por la doctora Susana Roldán e integrado por profesionales de la salud, visita mensualmente zonas inhóspitas del nordeste cordobés y gestiona la compra de módulos alimentarios, kits escolares y artículos de higiene, entre otros.

RM solidarios

Ocho Colaboradoras voluntarias del equipo de Recuperadores Multicanal de Cobranzas Regionales, trabaja con la fundación Iram que se dedica a la investigación, rehabilitación y protección al discapacitado mental. Los acompañan cubriendo distintas necesidades. Además, colaboran realizando acciones con el hogar de ancianos Elpidio González ubicado en Despeñaderos. Su objetivo es acompañarlos para generar vínculos afectivos.

Nuestros voluntarios cuentan con el tiempo necesario para desarrollar las actividades y gestionan sus propios recursos económicos. Activan campañas de donaciones, ventas de rifas y colectas dentro de la compañía.



Directo al corazón

Desde hace 21 años, un grupo de voluntarios trabaja incansablemente para dar respuesta a diferentes demandas de escuelas, comedores, hogares de niños y ancianos, dispensarios, familias, entre otras instituciones.

Kioscos solidarios

Es otro emprendimiento de nuestros voluntarios, quienes en las distintas oficinas y espacios de Casa Naranja arman estos espacios donde venden a los Colaboradores snacks y golosinas para la pausa. Son íntegramente gestionados por ellos y recaudan fondos para colaborar con los grupos que apadrinan comedores y los que realizan misiones. Cada grupo de "quiosqueros" tiene la potestad de elegir el equipo con el que desea colaborar y la causa que quiere apoyar.

Crear conciencia para la inclusión

[103-1; 103-2; 103-3; 413-1]



En naranja desarrollamos un programa de inclusión para personas con discapacidad, y en 2019 incluimos a 12 colaboradores en diferentes provincias. Nuestro propósito es promover la empleabilidad con opciones concretas, que sumen más oportunidades.

Llevamos a cabo esta tarea junto a instituciones públicas y privadas que colaboran en su incorporación, como la Fundación Inclúyeme, el Programa Promover del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social y con el Área de Discapacidad de la Oficina de Intermediación Laboral de la Secretaría de Equidad y Promoción de Empleo de la Provincia de Córdoba.

En 2019 recibimos una **Mención de Honor en los Premios Conciencia** por nuestro programa de inclusión de personas con discapacidad, vigente desde 2011.

La cultura tiene Casa

Arte abierto a la comunidad

Leandro Erlich: REAL

En marzo le abrimos la puerta de nuestra Casa a la fascinante exposición de Leandro Erlich, uno de los artistas argentinos contemporáneos más reconocidos en el mundo. Sus obras enmarcadas en el arte conceptual incluyeron instalaciones y esculturas de gran formato, algunas realizadas especialmente para Casa Naranja.



Le Parc iluminó Casa Naranja

Julio Le Parc presentó en Córdoba su exposición inédita, Visión Le Parc, que disfrutaron más de 15.000 personas.

Esta exposición de nivel internacional fue declarada de interés cultural por la Municipalidad de Córdoba, estando a disposición del público en general desde septiembre de 2018 hasta febrero de 2019.



Elian Chali, Manifiesto

Cerramos la agenda cultural del 2019 en Casa Naranja con la primer gran exhibición individual en el país del artista contemporáneo cordobés reconocido internacionalmente.

Manifiesto es una firme toma de posición política y estética del artista en torno a un conjunto de reflexiones críticas sobre la ciudad como fenómeno sociocultural, que viene atravesando su producción desde los inicios.

Diseñada exclusivamente para Casa Naranja, invitamos a experimentar esta exposición que incluyó la instalación de un muro "Talón de Aquiles", junto a otras obras y un recorrido fotográfico de sus más de 50 intervenciones en el espacio público de distintas ciudades del mundo.



Además de ser un lugar para el encuentro de los Colaboradores, Casa Naranja es un espacio abierto a todos, para aprender y jugar.

[El 2019
puesto en valor](#)[Un día
podés](#)[Nuestra forma
de ser y de hacer](#)[Un ecosistema
de soluciones](#)[Estamos
cerca](#)[Por un futuro
sustentable](#)[Gestión
de gobierno](#)[Clientes](#)[Colaboradores](#)[Cadena
de valor](#)[Medioambiente](#)[Comunidad](#)

Conciertos

Soledad Pastorutti abrió el 2019 el ciclo de acústicos “Música en Colores”, una programación que se extendió durante todo el año a través de un convenio con la emisora radial Cadena 3.

Otros espectáculos musicales en Casa Naranja fueron: Estelares, Amaia Montero, Los Caligaris, La Beriso y Turf.

Más de 32.000 personas
visitaron Casa Naranja
Más de 4.000 niñas y
niños participaron de
visitas educativas

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

¡Por más potreros!



Esta iniciativa promueve el deporte y el esparcimiento sano en los barrios, entre las niñas y niños. Nació hace ocho años como un sponsoreo a la selección Argentina de fútbol, festejando cada gol con la entrega o acondicionamiento de un potrero. Así, el programa llegó a equipar 447 potreros en todo el país.

En mayo de 2019, el acuerdo de sponsoreo llegó a su fin, y a partir de agosto, adoptamos una nueva dinámica para seguir equipando potreros de todo el país. Dentro de los programas FC y Sport Center de ESPN, se elige el mejor gol de la semana y, entre ellos, el mejor gol del mes. El premio es para el potrero de la Argentina que tiene más votos de la gente, que participa a través de nuestro sitio <https://ungolunpotrero.naranja.com/>

En 2019, entregamos 13 potreros. Desde su implementación, **equipamos 460 potreros en todo el país** promoviendo el juego y el deporte de chicos y chicas en distintas zonas del país.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Resumen del triple impacto

[102-43; 103-1; 103-2; 103-3; 203-1; 203-2; 413-1]

Programas principales	Trayectoria	Fondos movilizados			
		Naranja	Titulares	Comercios Amigos	Colaboradores
Aportes a OSC	Débitos Solidarios	\$91.817	\$253.494.813		
	Aporte a organizaciones	\$63.322			
Festejos Especiales	Apadrinando Comedores	\$1.386.924			
	Campañas Día del Niño y Navidad en Comedores	\$420.000			\$207.650
Aportes a Educación	Kits Escolares para comedores apadrinados	\$616.838			
	Apadrinando Escuelas	\$1.221.413		\$502.375	
	Becas Nivel Primario y Secundario	\$1.179.334			\$228.460
Recreación	Un Gol un Potrero	\$1.138.030			
Agenda Cultural	Agenda cultural Casa Naranja	\$9.086.000			
Totales		\$15.203.677	\$253.494.813	\$502.375	\$436.110

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Programas principales

Beneficiarios

	Niños y jóvenes	Organizaciones	Colegios	Público casa naranja
Débitos Solidarios		369		
Aporte a organizaciones		16		
Apadrinando Comedores	4437	40		
Campañas Día del Niño y Navidad en Comedores				
Kits Escolares para comedores apadrinados				
Apadrinando Escuelas	72.659		292	
Becas Nivel Primario y Secundario	124			
Pasantías para colegios secundarios	135		52	
Un Gol un Potrero		13		
Casa Naranja	3650	112		32.000
Totales	81.005	550	344	32.000

[El 2019
puesto en valor](#)[Un día
podés](#)[Nuestra forma
de ser y de hacer](#)[Un ecosistema
de soluciones](#)[Estamos
cerca](#)[Por un futuro
sustentable](#)[Gestión
de gobierno](#)[Clientes](#)[Colaboradores](#)[Cadena
de valor](#)[Medioambiente](#)[Comunidad](#)

Perfil del Reporte

[102-46; 102-48; 102-54]

Naranja presenta su 7° Reporte de Sustentabilidad, anual, que brinda la información correspondiente a la operación de Tarjeta Naranja S.A. referida al período que abarca desde el 1° de enero al 31 de diciembre de 2019.

Además, este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Exhaustiva de los Estándares GRI 2016.

[102-32]

La Subdirección de Relaciones Humanas fue la encargada de coordinar la redacción del reporte, consiguiendo la activa participación de todas las gerencias de la compañía y logrando la aprobación final del informe por la alta dirección.

[102-42]

Los temas identificados como materiales responden, de manera razonable, a nuestra gestión de sustentabilidad y al interés de nuestros públicos, además de responder a los lineamientos y principios estipulados por GRI que garantizan la calidad del Reporte.

Para exponer la información de manera clara, accesible y precisa, se prestó especial atención a la opinión de nuestros públicos de interés (clientes, colaboradores, Comercios Amigos y proveedores), con quienes compartimos diversas instancias comunicativas. Asimismo, se tuvieron en consideración el contexto en el que llevamos a cabo la actividad, los temas materiales del sector vinculados a la sustentabilidad y el objetivo de informar nuestros resultados exhaustivamente.

[103-1; 102-48]

Los impactos económicos, sociales y ambientales fueron tratados en secciones específicas del reporte, incorporando datos comparativos con respecto a otros años, con la debida aclaración en los casos donde el indicador haya cambiado el alcance.

La empresa garantiza la fiabilidad de los datos publicados.

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Índice GRI

[102-55]

Estándar GRI	Página / URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
GRI 102:	Contenidos Básicos Generales 2016		
Perfil de la organización			
102-1 Nombre de la organización	Tarjeta Naranja S.A.		
102 -2 Actividades, marcas, productos y servicios	Pág. 05 a 07; 10 a 12; 16; 18 a 24; 84 a 85		
102 -3 Ubicación de la sede	La Tablada 451 - CÓRDOBA - ARGENTINA		
102 -4 Ubicación de las operaciones	Operamos solo en la República Argentina. Pág. 25 a 28		
102 -5 Propiedad y forma jurídica	Iniciamos nuestra actividad en 1985. Tarjeta Naranja es una Sociedad Anónima constituida según la Legislación de Sociedades de Argentina. Actualmente el 100% del paquete accionario se encuentra en manos de Tarjetas Regionales S.A., integrante del Grupo Galicia S.A.		
102 -6 Mercados servidos	Pág. 05 a 07; 10 a 12; 18 a 28; 54 a 58; 84 a 85		
102 -7 Tamaño de la organización	Pág. 05 a 07; 09; 17 a 29; 49; 54 a 58		
102 -8 Información sobre empleados y otros trabajadores	Pág. 05 a 07; 68 a 70		8.5
102 -9 Cadena de suministro	Pág. 90 a 91		
102 -10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	1º de octubre 2017 Fusión por absorción por parte de Tarjeta Naranja S.A. de Tarjetas Cuyanas S.A., habiéndose completado en noviembre de 2018 la unificación marcaría con Nevada. Creación de Naranja X. Pág. 10 a 12; 17 a 24; 84 a 85		
102 -11 Principio o enfoque de precaución	Las páginas que informan las acciones tomadas en relación al impacto ambiental de la gestión, describen la forma en que se aborda el principio de precaución. Las correspondientes a la Gestión de Riesgo refiere a los riesgos vinculados al desarrollo de la actividad específica.		
102 -12 Iniciativas externas	Tomamos como orientadores de nuestras políticas la Declaración de Derechos Humanos, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas y los Principios de Pacto Global. Pág. 02; 31 a 34		
102 -13 Membresía a asociaciones	Pág. 48		
Estrategia			
102 -14 Declaración del más alto responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia para abordar la sostenibilidad.	Pág. 02 a 03		
102-15 Impactos, riesgos y oportunidades principales	Pág. 43 a 47		
Ética e integridad			

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Página / URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Pág. 14 a 15; 38 a 42		16.3
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Pág. 38 a 42; 44		16.3
Gobernanza			
102-18 Estructura de gobierno	Pág. 35 a 37		
102-19 Delegación de autoridad	El Directorio revisa, somete a discusión y aprueba el plan estratégico del cual se desprenden los objetivos e gestión, como así también aprueba el presupuesto anual. Ello consta en actas de Directorio. Mensualmente, el Comité de Integridad de la Información, realiza el seguimiento de los planes aprobados y en el caso de corresponder, el Directorio determina los ajustes necesarios.		
102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	<p>El Directorio es quien tiene a su cargo la administración de Naranja y la aprobación y supervisión de la implementación de las políticas y estrategias generales: el Plan Estratégico de negocio, así como los objetivos de gestión y presupuestos anuales. Las políticas de Inversiones y Financiación, Gobierno Societario, Control de Riesgos y de toda otra que tenga por objeto el seguimiento periódico de los sistemas internos de información y control y el Código de Ética.</p> <p>El Directorio, aprueba el plan de Responsabilidad Social y Sustentabilidad anual, el que es puesto a su consideración por la Subdirección de Relaciones Humanas. Dicho plan se elabora con el aporte de los Directivos y de cada Gerente de área involucrada. La Gerencia de Comunicación Interna y Cultura coordina posteriormente su implementación.</p> <p>Cada área gestiona sus objetivos y da cuenta de los resultados, los que se exponen en el Reporte de Sustentabilidad anual. También, el Directorio cuenta entre sus funciones, el monitoreo del cumplimiento del control interno, del marco regulatorio y el perfil de riesgo, analizando los reportes de gestión.</p>		
102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	<p>Además de los canales formales de comunicación y los informales especificados en las páginas referenciadas, compartimos con clientes, Colaboradores, Proveedores y la Comunidad toda, el desempeño social y ambiental a través de la publicación anual del Reporte de Sustentabilidad. Este informe se encuentra disponible en nuestra página web y complementa a la Memoria y Balance donde se publica el desempeño financiero. Constituye una herramienta clave para comunicar las políticas, prácticas y programas que impulsamos, además de las mejoras que se producen año tras año.</p> <p>Por su parte, todas las relaciones de negocios con las sociedades integrantes del grupo, sean permanentes u ocasionales, se realizan en las condiciones normales y habituales de mercado. De acuerdo con lo establecido por las normas contables profesionales y lo sugerido por las mejores prácticas, la sociedad informa sobre las operaciones con compañías relacionadas en notas a los estados contables. La información expuesta incluye las operaciones relevantes celebradas con los accionistas y los administradores, en condiciones habituales de mercado. De acuerdo al Código de Ética de la Compañía, Tarjeta Naranja considera la transparencia en la información como un principio básico que debe regir la relación con sus accionistas, garantizando que la información que comunique a éstos, a los mercados que corresponda y a los entes reguladores de dichos mercados sea veraz y completa, refleje adecuadamente su situación financiera, así como el resultado de sus operaciones y sea comunicada cumpliendo los plazos y demás requisitos establecidos en las normas aplicables y principios generales de funcionamiento de los mercados y de buen gobierno que la sociedad tenga asumidos.</p> <p>La empresa cuenta con un sitio web donde se brinda información financiera, y ante cualquier consulta los inversores son atendidos por miembros del Directorio. Adicionalmente, periódicamente información corporativa y financiera es presentada por Tarjeta Naranja S.A. a través de la página web de la CNV, La Bolsa de Comercio y el MAE. La Compañía cuenta también con líneas telefónicas para canalizar consultas.</p>		16.7

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Página / URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	<p>Pág. 35 a 37; 43 a 44</p> <p>El Directorio de Tarjeta Naranja S.A. es el máximo órgano de administración de la sociedad. Está integrado por cinco Directores no independientes Titulares y por seis Directores no independientes Suplentes, los que cuentan con los conocimientos y competencias necesarios para comprender claramente sus responsabilidades y funciones dentro del Gobierno Societario y obrar con la lealtad y diligencia de un buen hombre de negocios. En promedio tienen 10 años de antigüedad en su puesto y la mayoría de ellos son hombres. Además, Tarjeta Naranja cuenta con diversos comités, que reportan al Directorio, tales como el Comité de Auditoría, el Comité de Control y Prevención del Lavado de Dinero, el Comité de integridad de la Información, y el Comité de Conducta, a través de los cuales se asegura que los sistemas internos de control financiero sean suficientes, adecuados y eficientes, así como también que funcionen adecuadamente los controles relacionados con la detección de fraudes y la prevención del lavado de dinero, la transparencia de la información de la entidad, y el cumplimiento del Código de Ética.</p> <p>Tarjeta Naranja no tiene obligación de contar con directores independientes dado que no hace oferta pública de acciones sino de títulos de deuda. Es por ello que los integrantes del Comité de Auditoría son directores dependientes. Asimismo, los directores cumplen con los principios definidos en el Código de Ética de Tarjeta Naranja S.A.</p>		16.7
102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	<p>La mayoría de los Directores de Tarjeta Naranja S.A. desempeñan sus tareas en relación de dependencia, ya sea en la misma empresa, en la controlante, o en empresas del grupo. Los Directores dirigen y supervisan las tareas de las áreas de Tarjeta Naranja S.A. y el Directorio, como órgano, aprueba los lineamientos y las estrategias relacionados.</p>		
102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	<p>Los miembros del Directorio son designados por la Asamblea de Accionistas de acuerdo a la legislación vigente. La elección de los Gerentes de primera línea es competencia del Directorio. Nuestra política, reflejada en el Código de Ética, postula que los ejecutivos de primera línea sean personas que reúnen condiciones de preparación y experiencia adecuadas y que realicen un ejercicio profesional, ético y responsable de su gestión.</p> <p>Además, durante el año 2019 se ha elaborado un Código de Gobierno Societario, el cual fue puesto a consideración y aprobado por el Directorio.</p>		
102-25 Conflictos de intereses	<p>En el Código de Ética y la Política sobre Prevención de Sobornos y Corrupción se establece el deber de evitar actuar en representación de la organización en situaciones en las que exista algún tipo de interés o beneficio personal (propio o de relaciones cercanas). Tampoco está permitido realizar actividades comerciales o profesionales en forma paralela a las realizadas para la organización y que, de alguna forma, compitan con algunos de los negocios de la misma.</p>		16.6
102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	<p>Los Directores tiene a cargo la definición de la visión, misión, propósito y la administración de Naranja. Aprueban y supervisan el plan estratégico de negocio, los objetivos de gestión, presupuestos anuales y la gestión y control de riesgos.</p> <p>Pág. 35 a 37</p>		
102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	<p>Los Directores y Gerentes de la empresa cuentan con la capacitación necesaria para desenvolverse en su puesto y se perfeccionan constantemente. Dentro de los planes de capacitación, se incluyen temas tales como estrategia, management, tendencias, etc. Adicionalmente, en el caso que la función así lo requiera, se agregan las capacitaciones técnicas necesarias para los diversos puestos.</p> <p>Con respecto a la capacitación de la Alta Gerencia, Tarjeta Naranja cuenta con programas de capacitación y desarrollo, con diseño personalizado que incluyen cursos relacionados a seguridad de la información y fraudes internos y externos, así como actualizaciones técnicas, de liderazgo y de gestión. Respecto a la capacitación en prevención de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo, y SOX (Sarbanes - Oxley) Tarjeta Naranja S.A. ha gestionado las mismas para las personas directamente relacionadas con el tema.</p>		4.7
102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	<p>Existen procesos de evaluación de desempeño para todos los miembros de la empresa, incluido el órgano superior de gobierno. Así también, anualmente, se realiza el seguimiento de los objetivos estratégicos definidos para cada Dirección y Gerencia en el plan anual de Responsabilidad Social y Sustentabilidad. No se registraron cambios en la composición del gobierno corporativo como consecuencia de la evaluación de sus miembros.</p>		

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Página / URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	<p>Contamos con diversos comités que reportan al Directorio, tales como el Comité de Auditoría, el Comité de Control y Prevención del Lavado de Dinero, el Comité de Integridad de la Información y el Comité de Conducta a través de los cuales nos aseguramos que los sistemas internos de control financieros sean suficientes, adecuados y eficientes, así como también que funcionen los controles relacionados con la detección de fraudes, la prevención del lavado de dinero, y la transparencia de la información.</p>		16.7
102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	<p>El resultado de la gestión de riesgos se informa al Directorio y se expone en notas en los Estados Contables, concretamente en la Nota 4, referida a la gestión del riesgo financiero, donde se analiza el riesgo de crédito, de liquidez, de mercado y la gestión del capital. Dichos estados contables son sometidos a la aprobación de la Asamblea de Accionistas.</p> <p>La política de RS es revisada por el Directorio, el cual aprueba las acciones a desarrollar en cada ejercicio. Realiza seguimiento de las acciones a través del Reporte de Sustentabilidad elevado en forma anual por la Gerencia de Responsabilidad Social.</p> <p>La naturaleza de las operaciones y las características de la base de clientes de la Sociedad la exponen a una variedad de riesgos, principalmente relacionados con riesgos de mercado (incluyendo los efectos de las variaciones de los tipos de cambios y tasas de interés) y riesgos de capital, crédito y liquidez. Para manejar la volatilidad relacionada con estas exposiciones la Gerencia lleva a cabo un proceso de identificación, medición y control constante del riesgo. En forma adicional a los análisis realizados por el Directorio y la Gerencia, existen análisis de riesgo realizados por la empresa controlante a través de un área específica creada a tales efectos.</p> <p>La gestión de los riesgos ha sido asignada a diferentes gerencias, que gestionan la administración de los riesgos crediticio, financieros operacionales, de fraudes, de lavado de activos, etc. Es objetivo de estas áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar y monitorear en forma activa e integral los diversos riesgos asumidos asegurando el cumplimiento de las políticas internas y normas vigentes. • Asegurar que el Directorio conozca los riesgos a los que está expuesto, proponiendo las coberturas de los mismos. • Contribuir a fortalecer la cultura de riesgo. • Diseñar y proponer políticas y procedimientos para mitigar y controlar los riesgos. • Elevar a la Gerencia General las excepciones en materia de riesgos. 		
102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	<p>De forma trimestral el Comité de Auditoría supervisa el avance del plan de auditoría anual, junto con el Comité de Integridad de la información, tiene por objeto identificar los riesgos críticos.</p> <p>Durante cada reunión, el Comité de Auditoría recibe información del departamento auditoría interna sobre los hechos más relevantes y las recomendaciones que surgen de su trabajo, como así también el estado de las recomendaciones emitidas en ejercicios anteriores, siempre en pos de colaborar con la creación de un adecuado ambiente de control.</p> <p>Además, de manera bimestral se reúne el Comité de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo, con el fin de mostrar los resultados sobre controles y prevención del lavado de activos, financiamiento del terrorismo y otras actividades ilícitas, de acuerdo con las normas legales y administrativas vigentes; en pos de reducir y eliminar responsabilidades de tipo civil, penal o comercial para la organización.</p> <p>Por otro lado, el Comité de Conducta se encarga de evaluar eventos y situaciones que representen una infracción en el Código de Ética y puedan generar un impacto reputacional o legal.</p>		
102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	<p>El Reporte es revisado y aprobado por el Directorio y elaborado con la participación activa de los Gerentes de las diversas áreas. La Gerencia de Comunicación Interna y Responsabilidad Social coordina el proceso de elaboración.</p> <p>Pág. 125</p>		

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Página / URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
102-33 Comunicación de preocupaciones críticas	El Directorio recibe un informe mensual presentado por el Director General, preparado por el área de Control de Gestión, cuyo objetivo es comunicar temas y eventos de relevancia tratados en las diferentes reuniones mantenidas entre éste y la Alta Gerencia. El Directorio toma conocimiento de dichos informes, quedando constancia en actas.		
102-34 Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	Los diferentes procesos cuentan con tableros de control cuyos indicadores permiten monitorear las actividades de las diversas Gerencias y el riesgo de la empresa. Para cada indicador se ha definido un parámetro de encuadramiento, un rango de exceso leve y un rango de exceso no deseado, estos dos últimos tienen asociados planes de contingencia, que detallan las acciones a seguir. Los indicadores que se encuentran en un rango no aceptable son informados a la Dirección junto con el plan de remediación a seguir para prevenir la situación.		
102-35 Políticas de remuneración	<p>Las remuneraciones de los Directores son decididas por la Asamblea General de Accionistas, dentro de los límites fijados por la ley y disposiciones vigentes.</p> <p>La Subdirección de Relaciones Humanas establece políticas de selección para cubrir vacantes en todos los niveles de la organización, de acuerdo a las descripciones de cada puesto a cubrir, se efectúan concursos internos, evaluaciones de potencial y búsquedas externas con consultoras especializadas para evaluar a los candidatos y realizar la selección.</p> <p>Las evaluaciones tienen en cuenta el cumplimiento de objetivos y aspectos cualitativos de la gestión de cada uno en base a las competencias requeridas y los valores corporativos.</p> <p>La remuneración se establece en función a bandas salariales definidas de acuerdo a las responsabilidades asignadas a cada uno de los puestos. Todas estas políticas son aprobadas por el Directorio.</p>		
102-36 Proceso para determinar la remuneración	<p>Las remuneraciones de los Directores son decididas por la Asamblea General de Accionistas, dentro de los límites fijados por la ley y disposiciones vigentes, siendo de un nivel suficiente para atraer y retener a los directivos competentes.</p> <p>El nivel Gerencial es remunerado en base a bandas que mantienen la equidad interna y la competitividad externa basada en valores de remuneración de mercado. La política en la materia también indica que las remuneraciones ofrecidas sean de un nivel suficiente para atraer y retener a los gerentes competentes.</p>		
102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	Todos los colaboradores de la Organización, tienen la posibilidad de opinar sobre este tema en la encuesta anual realizada por medio del Great Place to Work (GPTW), la cual es anónima. Cuando se realizan modificaciones sobre los salarios, se hacen teniendo en cuenta las bandas salariales para otros puestos similares en el mercado, y según las paritarias definidas por el gremio de trabajadores en que se encuadran los colaboradores de la Compañía.		
102-38 Ratio de compensación total anual	Dadas las condiciones del contexto local en el que se desarrollan las actividades, esta información resulta confidencial para salvaguardar la seguridad personal de nuestros Colaboradores y la de los altos mandos de la entidad.		
102-39 Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	Ídem estándar 102-38		

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Página / URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
Participación de los grupos de interés			
102-40 Lista de grupos de interés	Pág. 30 a 34		
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	93,4% de empleados cubiertos por convenio colectivo de trabajo. Pág. 68 a 70		8.8
102-42 Identificación y selección de grupos de interés	Para identificarlos, se partió del análisis del tipo de relación que mantienen con nosotros, de considerar el grado de influencia que tenemos sobre ellos y su capacidad para afectar nuestro desempeño económico, social y ambiental. También, hemos considerado aquellos públicos con los cuales nos relacionamos a través de nuestros programas de responsabilidad social, y a quienes tienen capacidad de articular para el logro de los objetivos económicos y de sustentabilidad. Pág. 125		
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	Pág. 25 a 28, 30 a 34; 61; 76; 86 a 87; 116 a 118; 123 a 124		
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	Pág. 31 a 37		
Prácticas para la elaboración de informes			
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	El Reporte 2019 comprende las operaciones de Tarjeta Naranja S.A. Para mayor información consultar: https://www.naranja.com/inversores		
102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Pág. 31 a 34; 125		
102-47 Lista de temas materiales	Pág. 31 a 34		
102-48 Reexpresión de la información	Han variado los alcances de la información que se brinda en el capítulo sobre impacto ambiental. Los cambios habidos se informan caso a caso en los indicadores pertinentes. Pág. 125		
102-49 Cambios en la elaboración de informes	No hubo cambios significativos.		
102-50 Periodo objeto del informe	Año 2019 Pág. 02		
102-51 Fecha del último informe	Desde el año 2004 se producen en forma anual Informes de Actividades de Responsabilidad Social. El Reporte correspondiente al año 2018 fue presentado en mayo de 2019.		
102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual		
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	responsabilidadsocial@naranja.com.ar		
102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	El presente reporte ha sido elaborado siguiendo los Estándares de GRI 2016, opción exhaustiva "de conformidad". Pág. 125		
102-55 Índice de contenidos GRI	Pág. 126		
102-56 Verificación externa	Nuestro Reporte no cuenta con verificación externa de la información. Los datos que se exponen se encuentran respaldados por la empresa.		

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

TÓPICOS MATERIALES

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
GRI 200: ECONÓMICOS 2016				
	201 Desempeño Económico			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 10 a 12; 35 a 37; 49 a 53; 59 a 60; 83; 125	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 10 a 12; 35 a 37; 49 a 61; 83	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 08; 35 a 37; 49 a 53; 59 a 60; 83	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Pág. 12; 51; 90 a 92	8
	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	No se registraron consecuencias financieras debido al cambio climático.	
	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	La empresa cumple con las obligaciones y prestaciones legales. A todos los Colaboradores dentro y fuera de convenio se les abona un seguro de vida adicional y a Conductores una obra social de primer nivel. Contamos con un Manual de Beneficios en donde se detallan todos los beneficios a los que acceden los Colaboradores, más allá de lo que exige la ley y dependiendo del beneficio de que se trate, existe un presupuesto asignado al mismo. Pág. 83	
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	No se recibió asistencia financiera del gobierno.	
	202 Presencia en el mercado			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 25 a 28	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 25 a 28	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 25 a 28	
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	% del salario inicial por sobre el SMVM argentino: 118% Todos los salarios de la empresa están por encima del SMVM, no existiendo diferencias salariales en función del género del colaborador.	8
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	El 100% de los altos directivos son argentinos y los gerentes de sucursales en su mayoría son locales.	
	203 Impactos económicos indirectos			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 10 a 12; 112	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 10 a 12; 112	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 12; 112	
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	Pág. 113 a 118; 123 a 124	1
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	Pág. 05 a 07; 90 a 92; 113 a 118; 123 a 124	1; 8

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
	204 Prácticas de Adquisición			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 88; 90	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 88 a 91; 93	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 88; 90; 93	
GRI 204: Prácticas de Adquisición 2016	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	Pág. 90 a 92	8; 12
	205 Anticorrupción			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Somos sujeto obligado de acuerdo a resoluciones de la Unidad de Información Financiera (U.I.F.) Pág. 38 a 42	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Contamos con un programa integral de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo. Dentro del mismo se puede mencionar la designación de un Oficial de Cumplimiento, la conformación de un Comité Anti Lavado, manuales de procedimientos específicos, capacitaciones anuales para los Colaboradores y esquemas de auditoría entre otras herramientas implementadas. En el curso de 2019 se creó la Gerencia de Compliance. Pág. 38 a 42	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 38 a 44	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	Todas las operaciones son evaluadas a través de herramientas tecnológicas y auditorías internas y externas. Pág. 43 a 44; 93	16
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Pág. 38 a 42; 44; 82; 93	16
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	No se registraron en el período.	16
	206 Competencia desleal			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	El Código de Ética de Naranja se actualizó en el transcurso de 2019. Entre los Principios Éticos que promueve se incluyen la Honestidad, Responsabilidad, Seguridad, Confidencialidad, Respeto por la Ley y Lealtad Comercial. HONESTIDAD: Mantener un comportamiento honrado, recto, razonable y justo RESPONSABILIDAD: Efectuar las tareas de acuerdo con los objetivos institucionales, asumiendo con formalidad y conciencia su cumplimiento. SEGURIDAD: Favorecer condiciones de certeza y transparencia para cualquier operatoria realizada en Naranja. CONFIDENCIALIDAD: Respetar y hacer respetar el carácter reservado de la información que administra Naranja. RESPECTO POR LA LEY: Todas las acciones realizadas por Naranja y sus Colaboradores deben respetarla. LEALTAD COMERCIAL: Las decisiones deben ser transparentes y la información completa y concreta. Nunca debe falsearse información necesaria para alcanzar los objetivos de negocio o concretar las actividades propias de la entidad.	

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Naranja promueve la competencia leal y honesta. En consecuencia, cualquier práctica que procure ilegalmente debilitar la competencia está prohibida (ejemplo: retirar calcos de la competencia de las vidrieras de los comercios). Toda publicidad o promoción se basa en la verdad y cumpliendo la legislación del país en materia de competencia. Competimos a través de la calidad, el servicio y la estrategia comercial, acordes a nuestros principios y valores.		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Nos esforzamos por mantener una cultura donde nuestras ideas e inquietudes sean reconocidas y tomadas en cuenta. Esto nos da la libertad para desempeñarnos brindándonos al máximo, ampliando la confianza, demostrando un liderazgo ético que nos permita alcanzar nuestra Misión. Nuestra política de Puertas Abiertas contribuye a receptor cualquier inquietud respecto a situaciones de no conformidad con el Código de Ética. La Gerencia de Relaciones Humanas, la Gerencia de Infraestructura y Servicios Generales y el Comité de Conducta son la autoridad de aplicación y cumplimiento del Código de Ética, así como de las disposiciones complementarias, en tanto no se prevea expresamente la intervención de otra instancia.		
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	No se registraron en el período.		16
GRI 300: AMBIENTALES 2016				
301 Materiales				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 94; 102 a 105; 125		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 94; 102 a 105; 111		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 102 a 105; 111		
GRI 301: Materiales 2016	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	Pág. 102 a 105; 107		12
	301-2 Insumos reciclados utilizados	Pág. 102 a 105		12
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	Pág. 92; 104 a 105; 107		12
302 Energía				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 94; 100; 125		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 94; 100; 111		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 94; 100; 111		
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	Pág. 100 a 101		
		Ampliación del alcance del indicador a Edificios Centrales y 26 Sucursales Alcanza a Edificios Centrales (Córdoba) no incluye Sucursales		12; 13
	302-2 Consumo energético fuera de la organización		No informado No contamos con flota de autos o aviones. Los viajes de negocio se gestionan a través de una agencia y aún no se calcula su consumo energético.	

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
	302-3 Intensidad energética	178,9 Kw/m2/año Ampliación del alcance del indicador a Casa Naranja, La Fábrica y oficina de La Rioja 375 (26.752 m2)		12; 13
	302-4 Reducción del consumo energético	Pág. 100 a 101		12; 13
	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Pág. 100; 107		12; 13
	303 Agua			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 94; 106; 125		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 94; 106; 111		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 94; 106; 111		
GRI 303: Agua 2016	303-1 Extracción de agua por fuentes	Pág. 106 El agua consumida proviene de la red de distribución domiciliaria. Cambio en el alcance del indicador incluye Edificios centrales y 21 sucursales		12; 13
	303-2 303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua		No Aplica	
	303-3 303-3 Agua reciclada y reutilizada	Reutilizamos el agua proveniente del goteo de los aires acondicionados; la que se usa para lavarse las manos y ducharse; la de lluvia; la subterránea (de la napa freática). Se junta en tanques que la decantan (le quitan arenisca y el jabón) y la reutilizamos en los inodoros y en el riego de los patios y jardines. A esta agua la llamamos gris; es agua recuperada, no está potabilizada.	Sólo en Casa Naranja	12; 13
	305 Emisiones			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 94 a 98; 107 a 110; 125		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 94 a 98; 107 a 111		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 94 a 98; 107 a 111		
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Pág. 95 a 98 Cambio en el alcance del indicador: incluye Edificios centrales, sucursales y depósito.	Incluye 5 Edificios Operativos Centrales. Excluye Sucursales	12; 13
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Pág. 95 a 98 Cambio en el alcance del indicador: incluye Edificios centrales, sucursales y depósito.	Incluye 5 Edificios Operativos Centrales. Excluye Sucursales	12; 13
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Pág. 95 a 98 Cambio en el alcance del indicador: incluye Edificios centrales, sucursales y depósito.	Incluye 5 Edificios Operativos Centrales. Excluye Sucursales	12; 13
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Pág. 99 Cambio en el alcance del indicador: incluye Edificios centrales, sucursales y depósito.	Incluye 5 Edificios Operativos Centrales. Excluye Sucursales	12; 13
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Cambio en el alcance del indicador: incluye Edificios centrales, sucursales y depósito		
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)		No material. Por el tipo de actividad de la compañía.	
	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire		No material. Por el tipo de actividad de la compañía.	

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
	306 Efluentes y residuos			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 94; 125	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 94; 111	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 94; 111	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Todos los edificios y sucursales se encuentran en zonas urbanas y los efluentes generados son tratados por el servicio sanitario público. Las aguas residuales (grises y negras) del uso de oficinas reciben el tratamiento correspondiente a los sistemas disponibles en las ciudades en que se encuentran las mismas. Pág. 104 a 105; 107	6
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	Todos aquellos plásticos que no son retirados por los clientes en los locales al igual que los vírgenes con alguna falla o que se imprimen con errores, se envían a destruir a un horno pirolítico de combustión limpia, protegiendo los datos de los clientes y minimizando el impacto ambiental.	3; 6; 12
	306-3	Derrames significativos		No material
	306-4	Transporte de residuos peligrosos	No se importan ni exportan residuos. Los residuos peligrosos son transportados en forma local. Son los mismos reportados como residuos peligrosos dispuestos.	3; 6; 12
	306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentía	No existen fuentes de agua afectadas	3; 6; 12
	307 Cumplimiento ambiental			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 94; 125	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 94; 111	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 94; 111	
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No las ha habido.	3; 6; 12
	308 Evaluación ambiental de proveedores			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 93 a 94; 125	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 93 a 94	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 93 a 94	
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Pág. 93	
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 93	

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
GRI 400: SOCIALES 2016				
	401 Empleo			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 66 a 67; 74 a 76; 79	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 66 a 67; 71 a 76; 79	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 66 a 67; 74 a 76; 79	
GRI 401: Empleo 2016	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personas	Pág. 68 a 73 Tasa de nuevas contrataciones: 7,2% Tasa de rotación: 12,6	5; 8
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Se ofrecen las mismas prestaciones tanto para empleados jornada completa como para los con jornada reducida. Pág. 83	8
	401-3	Permiso parental	256 Colaboradores se tomaron licencia por maternidad/ paternidad: 193 mujeres y 63 hombres. 236 Colaboradores continuaron trabajando después de 12 meses de regresar al trabajo, luego su licencia por maternidad/ paternidad: 178 mujeres y 58 hombres. Tasa de retención luego de la licencia: 92,2%	5; 8
		402 Relaciones trabajador - empresa		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 66 a 67; 74 a 76; 84 a 85; 86 a 87	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 66 a 67; 74 a 76; 84 a 85; 86 a 87	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 66 a 67; 74 a 76; 86 a 87	
GRI 402: Relaciones trabajador - empresa 2016	402-1	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Se respeta la Ley de Contrato de Trabajo. Los períodos de preaviso contemplan lo establecido en las leyes laborales argentinas, y tienen relación con el nivel de cambio que tiene la persona en relación al puesto y locación de su nuevo trabajo.	8
	403 Salud y Seguridad en el trabajo			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 85	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 85	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 85	

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
GRI 403: Salud y Seguridad en el trabajo 2016	403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador empresa de salud y seguridad Las acciones del comité cubren el 100% de la población que desarrolla actividades permanentes en nuestras instalaciones ya sean internos o externos.		3; 8
	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional Tasa de ausentismo: 2018: 4,49%; 2019: 4,8% Tasa de enfermedades: 2018: 0,23%; 2019: 0,28% Días perdidos por enfermedad: 2018: 22.183; 2019: 3.338		3; 8
	403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad Por la actividad que llevan a cabo los colaboradores, Naranja, posee bajo índice de riesgo en lo que concierne a enfermedades laborales. No obstante, desde el área de Seguridad y Salud Ocupacional junto con la ART y asesores externos especializados, se planifican y llevan a cabo anualmente, diversas actividades que tienden a mejorar las medidas de seguridad para los Colaboradores y Clientes. La principal herramienta utilizada para concientizar a los colaboradores es la capacitación online, donde se abordan diferentes temas, como ser: primeros auxilios, ergonomía, RCP, maniobra de Heimlich, incendio y evacuación, riesgo en oficinas, educación vial, entre otros (Resolución 905/15). Además, se llevan a cabo visitas programadas por asesores de la ART a locales con una dotación de 20 o más colaboradores a fin de verificar las condiciones edilicias y la documentación necesaria que debe tener el local. Se realizaron evaluaciones ergonómicas bajo la Resolución 886/15, teniendo en cuenta los diferentes puestos de trabajo y formatos de local; análisis de riesgo para cada tarea (administración, cajeros, atención al cliente, stands); estudios de iluminación (Resolución 84/12) y puesta a tierra (Resolución 900/16).		3; 8
	403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos Siguen las normas de la OIT.		3; 8
404 Formación y enseñanza				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones Pág. 79		
	103-2	Enfoque de gestión y componentes Pág. 79		
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión Pág. 79		
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1	Media de horas de formación al año por empleado Pág. 79		4; 5; 8
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición Pág. 80 a 81		4; 5; 8
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional Pág. 77 a 78		4; 5; 8

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
405 Diversidad e igualdad de oportunidades				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	<p>Explicación del asunto material y sus limitaciones</p> <p>Los Principios Éticos contenidos en el Código de Ética incluyen una declaración sobre el respeto a los Derechos Humanos como un presupuesto esencial para desarrollar las actividades, velando por su resguardo en su ámbito de actuación. También, expresa el apego al Respeto por la Ley diciendo que todas las acciones realizadas por Naranja y sus Colaboradores deben estar enmarcadas dentro de la ley.</p> <p>Pág. 29; 119 a 121</p>		
	103-2	<p>Enfoque de gestión y componentes</p> <p>Las decisiones acerca de la selección y promoción de los Colaboradores son tomadas sobre la base exclusiva de la calificación del candidato para el puesto. Es intención de Naranja que ningún candidato a un puesto de trabajo sea objeto de discriminación de ningún tipo. Cada persona tiene un valor único y reconocemos que su contribución individual es indispensable para el equipo de trabajo en el que se desenvuelve. Por ello lo respetamos y no permitimos las conductas que constituyan ofensas, acoso personal o discriminación ya sea por edad, religión, género, orientación sexual, sexo, raza, discapacidad, condición social, opinión política o por cualquier condición que se encuentre protegida por las leyes de la comunidad. Esta disposición es de aplicación para todos los aspectos del empleo, incluyendo reclutamiento, selección, promoción, cambio de puesto, transferencias, terminación de la relación laboral, compensación, educación, capacitación y en general a todas las condiciones del trabajo.</p> <p>Pág. 29; 119 a 121</p>		
	103-3	<p>Evaluación del enfoque de gestión</p> <p>Nos esforzamos por mantener una cultura donde nuestras ideas e inquietudes sean reconocidas y tomadas en cuenta. Esto nos da la libertad para desempeñarnos brindándonos al máximo, ampliando la confianza, demostrando un liderazgo ético que nos permita alcanzar nuestra Misión. Nuestra política de Puertas Abiertas contribuye a receptar cualquier inquietud respecto a situaciones de no conformidad con el Código de Ética. En caso de que algún colaborador entienda que existe un apartamiento a las pautas establecidas en el código podrá analizar el problema con su supervisor inmediato, asesor de recursos humanos, o la Gerencia de Compliance o alternativamente comunicarse con la Línea Ética, utilizando alguno de los canales habilitados a tal fin. Estas inconformidades son tratadas por el Comité de Conducta.</p> <p>Pág. 29; 119 a 121</p>		
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1	<p>Diversidad en órganos de gobierno y empleados</p> <p>Pág. 68 a 73</p>		5; 8
	405-2	<p>Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres</p> <p>No hay diferencia entre el salario de hombres y mujeres, bajo iguales condiciones laborales. Los salarios que ofrecemos se establecen en relación al puesto, sin tener en cuenta el sexo de la persona que ejerce esa función.</p>		5; 8

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
	406 No discriminación			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Cada persona tiene un valor único y reconocemos que su contribución individual es indispensable para el equipo de trabajo en el que se desenvuelve. Por ello lo respetamos y no permitimos las conductas que constituyan ofensas, acoso personal o discriminación ya sea por edad, religión, género, orientación sexual, sexo, raza, discapacidad, condición social, opinión política o por cualquier condición que se encuentre protegida por las leyes de la comunidad. Pág. 29; 119 a 121		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	El Código de Ética de Naranja incluye una declaración sobre los Derechos Humanos. Pág. 29; 119 a 121		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Naranja mantiene un compromiso con el apoyo y valoración de la diversidad del personal, a quienes considera su activo más valioso. Las decisiones acerca de la selección, promoción, cambio de puesto, terminación de la relación laboral, compensación, capacitación y toda aquella condición general de trabajo de los colaboradores, deben tomarse sobre la base exclusiva de la calificación del candidato del puesto. Ningún candidato o colaborador debe ser expuesto a discriminación ya sea por la edad, religión, género, orientación sexual, sexo, raza, discapacidad, condición social, opinión política o cualquier condición que se encuentre protegida por las leyes de la comunidad. Pág. 29; 119 a 121		
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendida	No se registraron en el período.		5; 16
	407 Libertad de asociación y negociación colectiva			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	En Naranja nos mantenemos informados de las leyes que conforman en el marco legal en el que operamos sin incurrir en violación alguna. Este principio aplica a todas las áreas de negocio sin excepción. El incumplimiento de la ley es un delito que le puede acarrear a la empresa severos daños económicos y deterioro en su imagen.		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	El Código de Ética incluye una declaración sobre el respeto a los Derechos Humanos como un presupuesto esencial para desarrollar las actividades velando por su resguardo en su ámbito de actuación. También, expresa el apego al Respeto por la Ley diciendo que todas las acciones realizadas por Naranja y sus Colaboradores deben estar enmarcadas dentro de la ley.		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Nos esforzamos por mantener una cultura donde nuestras ideas e inquietudes sean reconocidas y tomadas en cuenta. Esto nos da la libertad para desempeñarnos brindándonos al máximo, ampliando la confianza, demostrando un liderazgo ético que nos permita alcanzar nuestra Misión. Nuestra política de Puertas Abiertas contribuye a receptar cualquier inquietud respecto a situaciones de no conformidad con el Código de Ética. En caso de que algún colaborador entienda que existe un apartamiento a las pautas establecidas en el código podrá analizar el problema con su supervisor inmediato, asesor de recursos humanos, o la Gerencia de Compliance o alternativamente comunicarse con la Línea Ética, utilizando alguno de los canales habilitados a tal fin. Estas inconformidades son tratadas por el Comité de Conducta, en tanto no se prevea expresamente la intervención de otra instancia.		
407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	En Naranja respetamos este derecho. Respecto a nuestros proveedores se informa en las páginas referidas a prácticas de adquisición.		16

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
	408 Trabajo infantil			
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	El Código de Ética incluye una declaración sobre el respeto a los Derechos Humanos como un presupuesto esencial para desarrollar las actividades velando por su resguardo en su ámbito de actuación. También, expresa el apego al Respeto por la Ley diciendo que todas las acciones realizadas por Naranja y sus Colaboradores deben estar enmarcadas dentro de la ley.		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Cumplimos con la legislación laboral en todas nuestras operaciones y a las empresas contratistas se les solicita que cumplan la legislación laboral.		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	De haber alguna inconformidad es tratada por la Gerencia de Compliance y el Comité de Conducta, en tanto no se prevea expresamente la intervención de otra instancia.		
408: Trabajo Infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	<p>Los principales proveedores de equipamiento tecnológico son empresas multinacionales con casas centrales en USA, y por normativa tienen prohibido el trabajo infantil y la exposición de jóvenes a tareas peligrosas.</p> <p>A las empresas contratistas, se les solicita que cumplan la legislación laboral, que tengan a sus trabajadores regularizados y exigimos la presentación del seguro de riesgos de trabajo - ART- al día para todas las intervenciones que se realizan en nuestras oficinas.</p> <p>Documentación requerida y frecuencia con la que se la requiere:</p> <p>AFIP: CAT (clave de alta temprana) y su aceptación. Única vez al inicio del servicio</p> <p>ART: alta sellada por ART. Única vez al inicio del servicio.</p> <p>ART: certificado de afiliación vigente con nómina de personal. Mensual</p> <p>AFIP: comprobante de pago F 931 (Jubilación, ART, obra social) Mensual</p> <p>Alta en Seguro de Vida Obligatorio (Decreto Ley 1567/74) para personal en relación de dependencia, sellada por compañía de seguro. Única vez al inicio del servicio.</p> <p>Constancia de contratación de Seguro de Vida Obligatorio (Decreto Ley 1567/74) vigente y con nomina para personal en relación de dependencia. Mensual</p>		16
	409 Trabajo forzoso u obligatorio			
	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Tomamos como orientadores de nuestras políticas la Declaración de Derechos Humanos de Naciones Unidas, los Principios contenidos en Pacto Global, las directrices de OIT y la Legislación Laboral Argentina.		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Cumplimos con la legislación laboral en todas nuestras operaciones y a las empresas contratistas se les solicita que cumplan la legislación laboral.		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	De haber alguna inconformidad es tratada por la Gerencia de Compliance y el Comité de Conducta, en tanto no se prevea expresamente la intervención de otra instancia.		

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	<p>Cumplimos la legislación laboral en todas nuestras operaciones.</p> <p>Solicitamos a las empresas contratistas que tengan sus trabajadores en blanco y exigimos la presentación del seguro de riesgos de trabajo - ART - al día para todas las intervenciones que se realizan en nuestras oficinas y locales de todo el país.</p> <p>A las empresas contratistas, se les solicita que cumplan la legislación laboral, que tengan a sus trabajadores regularizados y exigimos la presentación del seguro de riesgos de trabajo - ART- al día para todas las intervenciones que se realizan en nuestras oficinas.</p> <p>Documentación requerida y frecuencia con la que se la requiere:</p> <p>AFIP: CAT (clave de alta temprana) y su aceptación. Única vez al inicio del servicio</p> <p>ART: alta sellada por ART. Única vez al inicio del servicio.</p> <p>ART: certificado de afiliación vigente con nómina de personal. Mensual</p> <p>AFIP: comprobante de pago F 931 (Jubilación, ART, obra social) Mensual</p> <p>Alta en Seguro de Vida Obligatorio (Decreto Ley 1567/74) para personal en relación de dependencia, sellada por compañía de seguro. Única vez al inicio del servicio.</p> <p>Constancia de contratación de Seguro de Vida Obligatorio (Decreto Ley 1567/74) vigente y con nomina para personal en relación de dependencia. Mensual</p>		8; 16
413 Comunidades locales				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 112; 125	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 112	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 112	
413: Comunidades locales 2016	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Pág. 113 a 124 Se implementan programas sociales orientados a la educación y promoción social que tienen su origen en diagnósticos de la situación social macro.	1; 2
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos -reales o potenciales- en las comunidades locales	No contamos con operaciones que generen impactos negativos significativos en las comunidades en donde operamos.	
414 Evaluación social de proveedores				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 93; 125	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Pág. 93	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Pág. 93	
GRI 414: Evaluación social de proveedores 2016	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Pág. 93	8; 16
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	Pág. 93	8; 16

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
	416 Salud y Seguridad de los clientes			
	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 29		
	103-2 Enfoque de gestión y componentes	Pág. 29		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	<p>El diseño de los locales de atención se ha efectuado siguiendo la legislación en materia de las características de accesibilidad, circulación, evacuación, iluminación etc.).</p> <p>Además, se aplican criterios de seguridad complementarios para contribuir a minimizar las posibilidades de eventos de violencia debidos a la inseguridad.</p> <p>Complementariamente, se están adecuando los locales para el acceso de personas con movilidad reducida.</p> <p>Se cuenta con procedimientos específicos para resguardar la privacidad de la información y de los datos de los clientes.</p> <p>Pág. 29</p>		
GRI 416: Salud y Seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	Pág. 29		
	416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	No se registraron en el período		16
	417 Marketing y Etiquetado			
	103-1 Explicación del asunto material y sus limitaciones	<p>La información sobre los servicios que prestamos está regida por el Banco Central de la República Argentina), la Comisión Nacional de Valores (CVN) y la Ley de Tarjetas de Crédito.</p> <p>Complementariamente, en el packaging que acompaña al producto "Tarjeta de Crédito" que lleva al Cliente a su domicilio o retira de nuestras sucursales, se señalan las características y recomendaciones de seguridad acerca de su uso.</p> <p>Pág. 53; 62 a 64</p>		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-2 Enfoque de gestión y componentes	<p>En las publicidades cumplimos con la ley de Lealtad Comercial 22802 y los decretos que estaban vigentes hoy reemplazados por el 915/2017.</p> <p>La agencia con la que trabajamos sigue los lineamientos de la CONARP, organismo de autorregulación publicitaria.</p> <p>Pág. 53; 62 a 64</p>		
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	<p>Se cumplen todas las disposiciones del Banco Central de la República Argentina (BCRA), la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Ley de Tarjetas de Crédito.</p> <p>Pág. 53; 62 a 64</p>		

El 2019
puesto en valorUn día
podésNuestra forma
de ser y de hacerUn ecosistema
de solucionesEstamos
cercaPor un futuro
sustentableGestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad

Estándar GRI	Indicadores	Página/ URL / Respuesta directa	Omisión	ODS
GRI 417: Marketing y Etiquetado 2016	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	La información sobre los servicios que prestamos está regida por el Banco Central de la República Argentina), la Comisión Nacional de Valores (CVN) y la Ley de Tarjetas de Crédito. Complementariamente, en el packaging que acompaña al producto "Tarjeta de Crédito" que lleva al Cliente a su domicilio o retira de nuestras sucursales, se señalan las características y recomendaciones de seguridad acerca de su uso.	16
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	No se registraron en el período	16
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	No se registraron casos de incumplimiento	16
418 Privacidad del cliente				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Pág. 45 a 47; 62 a 64	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	Contamos con un Código de Ética y Compromiso Confidencial que firman todos los Colaboradores al ingresar a la empresa. Con su firma se comprometen a no manifestar, ni difundir, ni revelar o poner en conocimiento de terceros la información que obtenemos o se nos brinda para la realización de sus tareas. Todos los Colaboradores o contratados deben abstenerse de utilizar información confidencial en beneficio propio y/o terceros. Pág. 45 a 47; 62 a 64	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Disponemos de una solución de seguridad de datos que detecta, monitorea, protege y gestiona datos confidenciales, independientemente de donde se almacenan o utilizan. De esta forma contribuimos a proteger la información ante intentos de robo y/o pérdida de datos. Pág. 45 a 47; 62 a 64	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	No se registraron en el período	16
419 Cumplimiento socioeconómico				
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016	103-1	Explicación del asunto material y sus limitaciones	Naranja manifiesta su neutralidad política y se compromete a cumplir fiel y respetuosamente con todas las obligaciones legales a las que está sujeta en cualquier país donde desarrolle su actividad.	
	103-2	Enfoque de gestión y componentes	En Naranja nos mantenemos informados de las leyes que conforman el marco legal en el que operamos sin incurrir en violación alguna. Este principio aplica a todas las áreas de negocio sin excepción. El incumplimiento de la ley es un delito que le puede acarrear a la empresa severos daños económicos y deterioro en su imagen.	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Se cumplen todas las disposiciones del Banco Central de la República Argentina (BCRA), la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Ley de Tarjetas de Crédito.	
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	No se registran en el período	16

El 2019 puesto en valor	Un día podés	Nuestra forma de ser y de hacer	Un ecosistema de soluciones	Estamos cerca	Por un futuro sustentable	Gestión de gobierno	Clientes	Colaboradores	Cadena de valor	Medioambiente	Comunidad	
Accesibilidad												
			103-1				Explicación del asunto material y sus limitaciones			Pág. 29		
			103-2				Enfoque de gestión y componentes			Pág. 29		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016			103-3				Evaluación del enfoque de gestión			Pág. 29		
			Puntos de acceso en áreas poco pobladas o económica desfavorecidas por tipo					Pág. 29				
			Iniciativas para mejorar el acceso financiero					Pág. 29				
Clima laboral												
			103-1				Explicación del asunto material y sus limitaciones			Pág. 76		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016			103-2				Enfoque de gestión y componentes			Pág. 76		
			103-3				Evaluación del enfoque de gestión			Pág. 76		
			Cantidad de Colaboradores que responden a la encuesta de clima laboral					Pág. 76				
Articulación público privada												
			103-1				Explicación del asunto material y sus limitaciones			Pág. 48		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016			103-2				Enfoque de gestión y componentes			Pág. 48		
			103-3				Evaluación del enfoque de gestión			Pág. 48		
			Cantidad de alianzas con organizaciones de la sociedad civil					Pág. 48				
Participación de grupos de interés en acciones sociales												
			103-1				Explicación del asunto material y sus limitaciones			Pág. 123 a 124		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016			103-2				Enfoque de gestión y componentes			Pág. 123 a 124		
			103-3				Evaluación del enfoque de gestión			Pág. 123 a 124		
			Acciones de voluntariado					Pág. 123 a 124				
			Acciones con Comercios Amigos					Pág. 123 a 124				
Transformación digital												
			103-1				Explicación del asunto material y sus limitaciones			Pág. 17		
			103-2				Enfoque de gestión y componentes			Pág. 17		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016			103-3				Evaluación del enfoque de gestión			Pág. 17		
			Crecimiento de clientes que usan canales digitales					Pág. 20 a 24				
			Crecimiento de clientes que usan Naranja X					Pág. 24				
Experiencia del cliente												
			103-1				Explicación del asunto material y sus limitaciones			Pág. 62 a 64		
GRI 103: Enfoque de Gestión 2016			103-2				Enfoque de gestión y componentes			Pág. 62 a 64		
			103-3				Evaluación del enfoque de gestión			Pág. 62 a 64		
			Resultados NPS					Pág. 62				

El 2019
puesto en valor

Un día
podés

Nuestra forma
de ser y de hacer

Un ecosistema
de soluciones

Estamos
cerca

Por un futuro
sustentable

Gestión
de gobierno

Clientes

Colaboradores

Cadena
de valor

Medioambiente

Comunidad



Naranja

Casa Central: La Tablada 451
Córdoba ° Argentina

www.naranja.com

Coordinación general:

Equipo de Responsabilidad Social °
Sub dirección de Relaciones Humanas de Naranja

Producción y Diseño:

Asesoramiento, asistencia técnica contenidos GRI y redacción:

Alicia Rolando de Serra ° ARS REPORTE SUSTENTABLE |
www.ars-reportesustentable.com

Edición de Contenidos: Carolina Lamas ° Marcela Farré

Diseño gráfico: Virginia Scardino ° Damián García

www.behance.net/VirginiaScardino