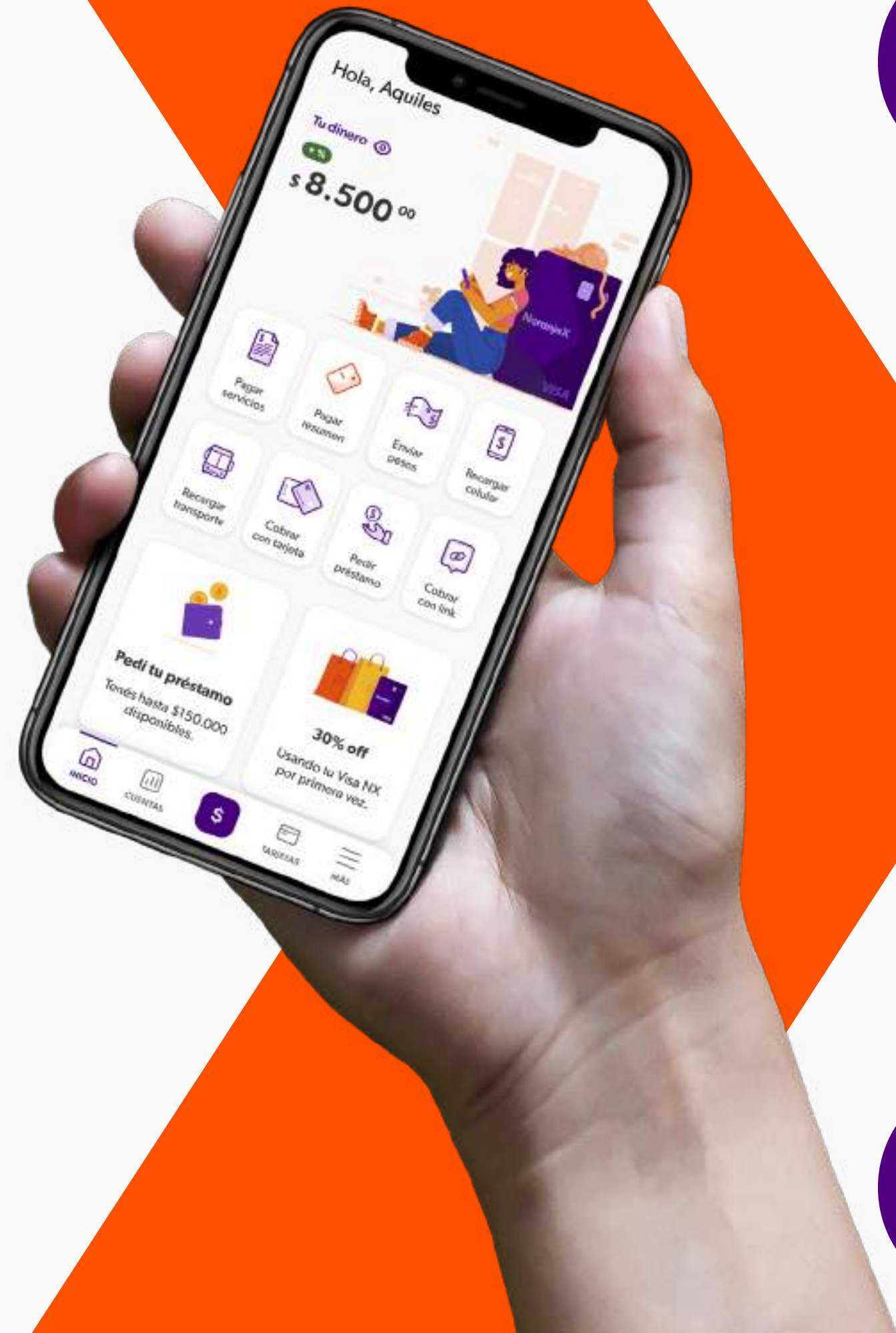


NaranjaX



2021

# REPORTE DE IMPACTO

# Estamos en el mejor lugar para IMPACTAR

## En Naranja X nacimos para hacer una diferencia en la vida de las personas.

Esto nos ocupa desde nuestro origen hace más de tres décadas, cuando comenzamos a dar crédito a quienes no tenían acceso. Hoy, nuestro propósito es “ser protagonistas de la inclusión y educación financiera”, lo que nos empuja hacia un renovado desafío: el de trascender los servicios financieros tradicionales para convertirnos en una organización capaz de colaborar con el bienestar de las personas.

Sabemos que la relación de nuestros clientes con sus finanzas muchas veces es difícil. Por eso creamos productos y servicios pensando en sus necesidades. Brindamos acceso al crédito contemplando scorings extendidos que diseñamos apostando a la inclusión financiera. Y también trabajamos para resguardar la confianza en nuestros servicios para mejorar y simplificar la relación de nuestros clientes con su dinero.

Tenemos la certeza de que si proveemos servicios acordes a las necesidades de nuestros clientes y contribuimos a mejorar la relación de las personas con el dinero, los resultados económicos vendrán solos. Si ofrecemos soluciones a sus problemáticas para cobros, financiamiento o ahorro, indefectiblemente mejoraremos su situación financiera y estaremos poniendo nuestro expertise al servicio de la comunidad de un modo rentable.

El equipo que hacemos Naranja X no trabajamos sólo para una empresa de servicios financieros, trabajamos para cumplir nuestro propósito, apostando al desarrollo económico de las personas y de los comercios, y cuidando el impacto social y ambiental de nuestras actividades.

Si bien durante 2021 se sumaron 1,2 millones de personas que accedieron a sus primeras cuentas bancarias y/o de pagos (\*), creemos que todavía queda mucho camino por recorrer. Celebramos que el 95,3% de la población adulta tenga una cuenta para realizar pagos, enviar y recibir dinero y canalizar ahorros e inversiones (\*).

Pero el desafío de la inclusión es grande. Hoy, los datos del acceso al crédito no son tan alentadores como los de tenencia de cuentas: solo el 50% de las personas adultas tienen acceso a financiación (\*). Creemos que generar Inclusión Financiera es - además de dar la posibilidad de acceder - brindar la opción de “usar” productos financieros que sean “acordes a sus necesidades reales”.

Durante 2021 nos propusimos “crecer haciendo crecer”. Consolidamos el ecosistema, unificando nuestra marca en App Naranja X desde donde las personas pueden enviar y recibir dinero, pagar servicios y gestionar sus tarjetas de débito y crédito. También aprovechar las ventajas de contar con una tarjeta de débito Visa, disfrutar promos en todo el país, adquirir préstamos y seguros desde la web.

Superamos los 5,5 millones de clientes, de los cuales un 40% tienen su primera experiencia financiera con nosotros. Superamos las 8.675.000 tarjetas, entre crédito y prepaga, consolidando nuestra posición como principal emisora de Argentina. También crecimos en soluciones para negocios, llegando a una red nacional de más de 260.000 comercios y contando con más de 40.000 TOQUE activos, nuestro dispositivo contactless para emprendedores.

Todos estos logros, junto con un excelente resultado económico, fueron posibles gracias a más de 3.000 NXers, nuestros colaboradores y colaboradoras, que sostienen la evolución de la compañía, alineados hacia un mismo norte y que nos eligen para desarrollarse e impactar en la vida de millones de personas.

Queremos ser protagonistas de la transición en la forma de concebir los negocios para alentar un cambio positivo en las personas y el planeta. Tenemos la convicción de que las finanzas deben ponerse al servicio del bien común y contemplar además del riesgo y la rentabilidad, el impacto que generan.

Reforzamos nuestro compromiso con el triple impacto, a través de hechos concretos. En 2021 nos convertimos en la primera fintech Carbono Neutro de Argentina, iniciativa que nos proponemos alentar, fortalecer e incluso contagiar a otras empresas y organizaciones para multiplicar el impacto.

Aspiramos a que Naranja X represente la diversidad, buscando permanentemente que todas las personas

puedan ser auténticas y mejorando la experiencia de colaboradores y clientes, y bajando barreras para romper con los desequilibrios de género, sociales y económicos.

Como actor social relevante, también tomamos la decisión de empezar a incorporar criterios de impacto social y ambiental en nuestras elecciones de inversión y herramientas de financiamiento. Esto significa que pretendemos generar impacto positivo medible, en conjunto con un retorno financiero. Los principales destinatarios de estas iniciativas son nuestros clientes junto a inversores y OSCs.

En 2022, la compañía apuesta a convertirse en la plataforma tecnológica y financiera más cercana y una de las más elegidas del país, lo que nos permitirá escalar con simplicidad y masividad, nuevos productos y servicios facilitando la inclusión y educación financiera.

**En Naranja X estamos convencidos de que estamos en el mejor lugar para generar impacto positivo. Con gran satisfacción, compartimos nuestro Reporte donde se refleja la evolución de la compañía y los avances en nuestros compromisos con la comunidad y el país.**



**PABLO CAPUTTO**  
CEO Naranja X

(\*) Datos de diciembre 2021, del informe semestral de [Inclusión financiera del BCRA](#).

**NUESTRO PROPÓSITO**

Queremos ser protagonistas de la inclusión y educación financiera en la región

**TODO LO  
QUE LOGRAMOS  
EN EL 2021**

**NEGOCIO**

\$11,5

**BILLONES**

de transacciones  
en 2021

45.000

**PERSONAS**

tomaron un crédito  
por primera vez  
con Naranja X

\$3.000.000

**INVERTIDOS**

en la segunda ON  
del país destinada a  
una Asociación Civil

**CLIENTES**

22.041

**TOQUEs  
ENTREGADOS**

a comerciales y  
emprendedores

51.000

**PERSONAS**

incorporadas al  
sistema financiero  
gracias a un scoring  
alternativo

\$967

**MILLONES**

otorgados a  
microemprendimientos  
a tasa preferencial de 45%

**EQUIPO / NXers**

2905

**PERSONAS**

trabajan en  
Naranja X

90%

**PERSONAS**

dicen que es  
un excelente lugar  
para trabajar

49%

**PERSONAS**

eligen ser parte  
porque conecta  
con el propósito  
de la compañía

**COMUNIDAD**

98

**MICROEMPREN-  
DIMIENTOS**

recibieron inversión  
de NXers  
mediante la iniciativa  
"Amistad con Impacto"

\$339.000.000

**DONACIONES**

canalizadas a  
Organizaciones Sociales,  
a través de nuestro  
Débito Solidario

88

**BECAS**

otorgadas a estudiantes  
de secundarios

**PLANETA**

100%

**HUELLA DE  
CARBONO**

medida,  
compensada

130.000M<sup>2</sup>**CONSERVADOS**

en el Bosque  
Las Araucarías,  
Misiones

216

**PANELES  
SOLARES**

instalados en  
nuestras oficinas



# ESTE ES NUESTRO 9º REPORTE DE IMPACTO.

**Una nueva muestra de nuestro compromiso con la transparencia hacia quienes integran nuestros grupos de interés.**

## Punto de contacto

Para realizar consultas o compartir su opinión acerca de nuestro Reporte de impacto, puede escribirnos a

✉ [innovacionsocial@naranjax.com](mailto:innovacionsocial@naranjax.com)

En este informe compartimos información relevante acerca de la gestión de los principales impactos económicos, ambientales y sociales de Naranja X. En línea con las mejores prácticas internacionales, se ha elaborado de conformidad con la opción Exhaustiva de los Estándares GRI (Global Reporting Initiative).

El presente reporte corresponde al período comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2021. Detrás de Naranja X operan 3 compañías: Naranja Digital Compañía Financiera S.A.U. entidad financiera autorizada por el Banco Central de la República Argentina, Tarjeta Naranja S.A., como emisora no financiera de tarjetas de crédito, y Cobranzas Regionales S.A., la sociedad comercial que presta servicios de agregación de pagos -bajo las denominaciones de "Toque" y "NPos"-, de Operador / Emisor tarjetas prepagas y de administrador de Billetera Virtual. El 99,96% del paquete accionario de Tarjeta Naranja S.A. corresponden a Tarjetas Regionales S.A, el 0,04% corresponde a Ondara S.A; en Naranja Digital Compañía Financiera S.A.U el 100% de su paquete accionario le corresponde a Tarjetas Regionales S.A, y en cuanto a Cobranzas Regionales S.A el 95% de su paquete accionario le corresponde a Tarjetas Regionales S.A y el 5% a TARJETA NARANJA S.A.. La casa matriz de Tarjeta Naranja S.A se encuentra en La Tablada 451, en la provincia de Córdoba, Argentina.

La empresa ha decidido establecer una frecuencia de elaboración de reportes anual, y el reporte anterior corresponde al período 2020. Cualquier limitación en su alcance es indicado a lo largo del informe. El documento fue elaborado por el área de Innovación social y Sostenibilidad con la asistencia técnica de la agencia de sustentabilidad done! y gracias a la colaboración de integrantes de las distintas áreas operativas de la compañía.



## Nuestros grupos de interés

Analizamos la relación de cada grupo de interés con Naranja X y el grado de influencia que tenemos sobre ellos, así como su capacidad de impactar en nuestro desempeño económico, social y ambiental. También, consideramos aquellos públicos con los cuales nos relacionamos y con los que tenemos la capacidad de articular para lograr nuestros objetivos económicos y de sustentabilidad.

La siguiente tabla presenta a los grupos de interés estratégicos y los canales de comunicación y participación con cada uno de ellos. La encuesta de materialidad constituye el canal formal para conocer los impactos más relevantes de nuestro trabajo para cada uno de ellos y, en este reporte, el mecanismo para brindar la información acerca de cómo gestionamos estos aspectos de manera comparable en el tiempo.

Grupo	Mecanismos de diálogo
Clientes	Encuesta de materialidad
	Whatsapp
	Redes sociales
	Página web
	Encuestas de productos y servicios
Comunidad	Encuesta de materialidad
	Correo electrónico
Accionistas, personas inversoras y analistas	Contacto frecuente con fundaciones y ONG
	Encuesta de materialidad
	Reuniones periódicas
	Correos electrónicos
NXers	Encuesta de materialidad
	Encuentros y eventos
	Canales de comunicación interna
Cadena de suministro	Teléfono y whatsapp
	Correos electrónicos
	Reuniones virtuales
	Visitas del equipo de compras

## Proceso de definición de contenidos

En línea con las recomendaciones de los Estándares de la Global Reporting Initiative, para definir los contenidos de nuestro Reporte realizamos un ejercicio de materialidad, en el que abrimos la participación a representantes de nuestros grupos de interés.

### Identificación

Tomamos de referencia los 15 temas materiales identificados para el Reporte de sustentabilidad del Grupo Financiero Galicia (GFG) para su periodo 2021 y adaptamos su definición y nombre a nuestro negocio.

### Priorización

Llevamos adelante una encuesta con los miembros del C-level, a quienes se les solicitó la priorización de los temas identificados de acuerdo al nivel de impacto que representan para el negocio.

### Validación

Complementamos la información de la encuesta online enviada por el GFG, pertenecientes a integrantes de los grupos de interés de Naranja X, con una encuesta propia. En ella, requerimos la valoración acerca de los temas claves para una gestión sostenible de nuestro negocio, pidiéndoles que seleccionen los temas que consideraban más importantes respecto a su impacto.

15  
TEMAS  
MATERIALES  
identificados

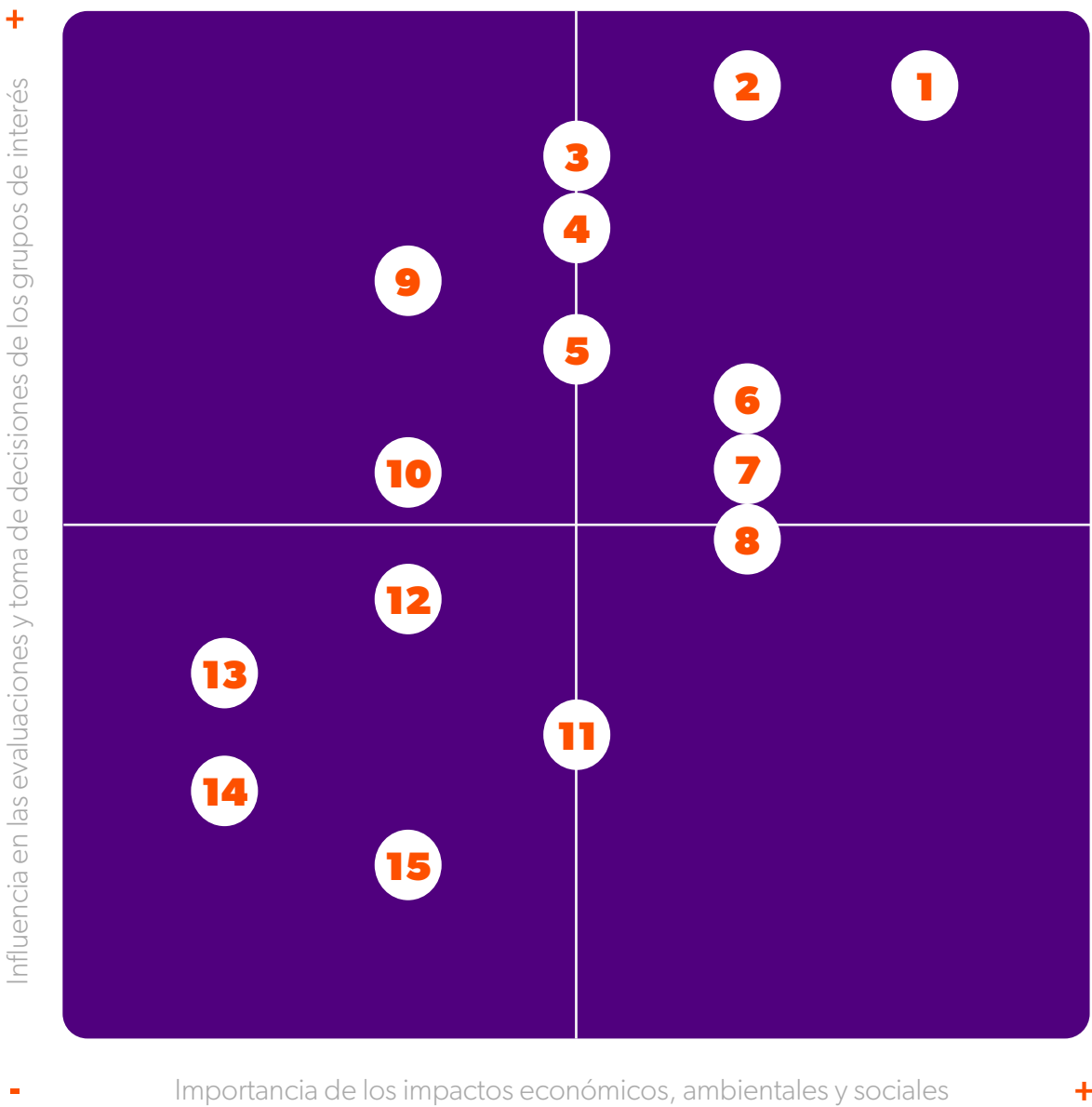
4  
INTEGRANTES  
del C-level participantes

375  
INTEGRANTES  
de los grupos de interés  
validaron los temas materiales

Matriz de materialidad

La siguiente matriz es el resultado del análisis de la encuesta de materialidad y de la priorización interna. En el eje vertical se definen las valoraciones de los grupos de interés y, en el horizontal, las prioridades estratégicas.

Como resultado, permite identificar aspectos materiales que requieren gestión y atención en particular y los asuntos que requieren consideración, pero en un nivel de prioridad menor. Con los contenidos de estos temas, damos cuenta de nuestra contribución para alcanzar las metas planteadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.



Tema material

1 Fortalecimiento de las comunidades



2 Ciberseguridad



3 Bienestar de nuestros equipos



4 Inclusión y educación financiera



5 Gestión de riesgos



6 Talentos protagonistas



7 Posicionamiento en el mercado



8 Diversidad



9 Transformación digital



10 Desempeño económico



11 Finanzas con impacto



12 Cadena de valor



13 Cambio climático



14 Fortalecimiento de las comunidades



15 Gestión de recursos





# NEGOCIO

NEGOCIO

NEGOCIO

NEGOCIO

NEGOCIO



# Crecer haciendo CRECER

**Las personas necesitan tener una buena relación con su dinero para vivir mejor. Por eso, desde Naranja X las acompañamos a través de soluciones que permiten el acceso al ahorro, pagos, crédito y cobros. Queremos dar oportunidades a millones de personas que en la Argentina quedan afuera del sistema financiero tradicional y del acceso al crédito.**

Nacimos hace 37 años, como un emprendimiento. Nos convertimos en una tienda de deportes líder, Salto 96. Evolucionamos y nació Tarjeta Naranja, la tarjeta de crédito más elegida del país. Con el tiempo, nos transformamos en una plataforma masiva de acceso a productos y servicios financieros. Hoy, somos Naranja X, y acompañamos a millones de personas en el uso cotidiano de su plata.

Para lograrlo, buscamos acercarles una experiencia integral ágil, eficiente y personalizada desde nuestra app, nuestros canales digitales, o desde nuestras más de 170 sucursales de todo el país, presentes en todas las provincias. Desde la app de Naranja X las personas pueden enviar y recibir dinero, pagar servicios y gestionar sus tarjetas de débito y crédito. También aprovechar las ventajas de contar con una tarjeta prepaga Visa, disfrutar promos en todo el país, acceder a un e-commerce exclusivo y adquirir préstamos y seguros desde la web. billetera virtual. Nuestra sede principal se encuentra en La Tablada 451, en la provincia de Córdoba, Argentina.

Detrás de nuestras soluciones se encuentran tres compañías que se integran bajo Naranja X. La primera es Naranja Digital Compañía Financiera S.A.U, una entidad financiera autorizada por el Banco Central de la República Argentina. Luego está Tarjeta Naranja S.A, como emisora no financiera de tarjetas de crédito, constituida según la Legislación de Sociedades de la Argentina. El 100% del paquete accionario de esta sociedad se encuentra en manos de Tarjetas Regionales S.A., integrante del Grupo Galicia S.A. La última de las compañías es Cobranzas Regionales S.A, la sociedad comercial que presta servicios de agregación de pagos, de operador y emisor de tarjetas prepagas y de administrador de la billetera virtual. Nuestra sede principal se encuentra en La Tablada 451, en la provincia de Córdoba, Argentina.





**MILLONES DE  
CLIENTES CONECTAN  
CON NARANJA X  
A TRAVÉS DE  
NUESTROS PRODUCTOS  
Y SERVICIOS.**

## Cómo alentamos tus FINANZAS

**2905**  
**PERSONAS**  
forman nuestro equipo  
**59% MUJERES**

**11,5**  
**BILLONES**  
de transacciones en 2021

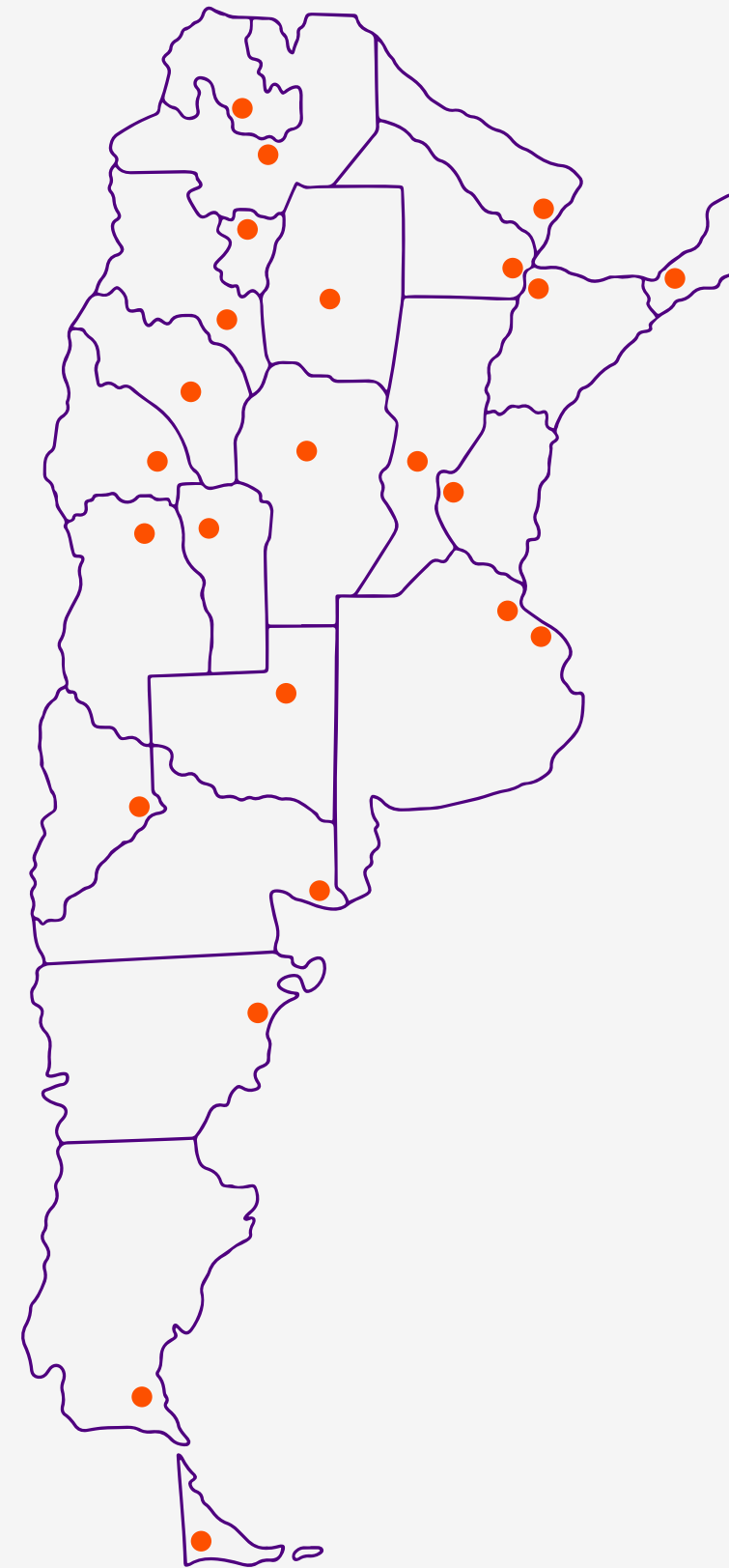
**USD 657 MILLONES**  
transaccionados en nuevos negocios

3.251.036  
**CLIENTES**

260.000  
**COMERCIOS**  
adheridos a Naranja X

175  
**SUCURSALES**

2.410.877  
**DESCARGAS**  
de la app

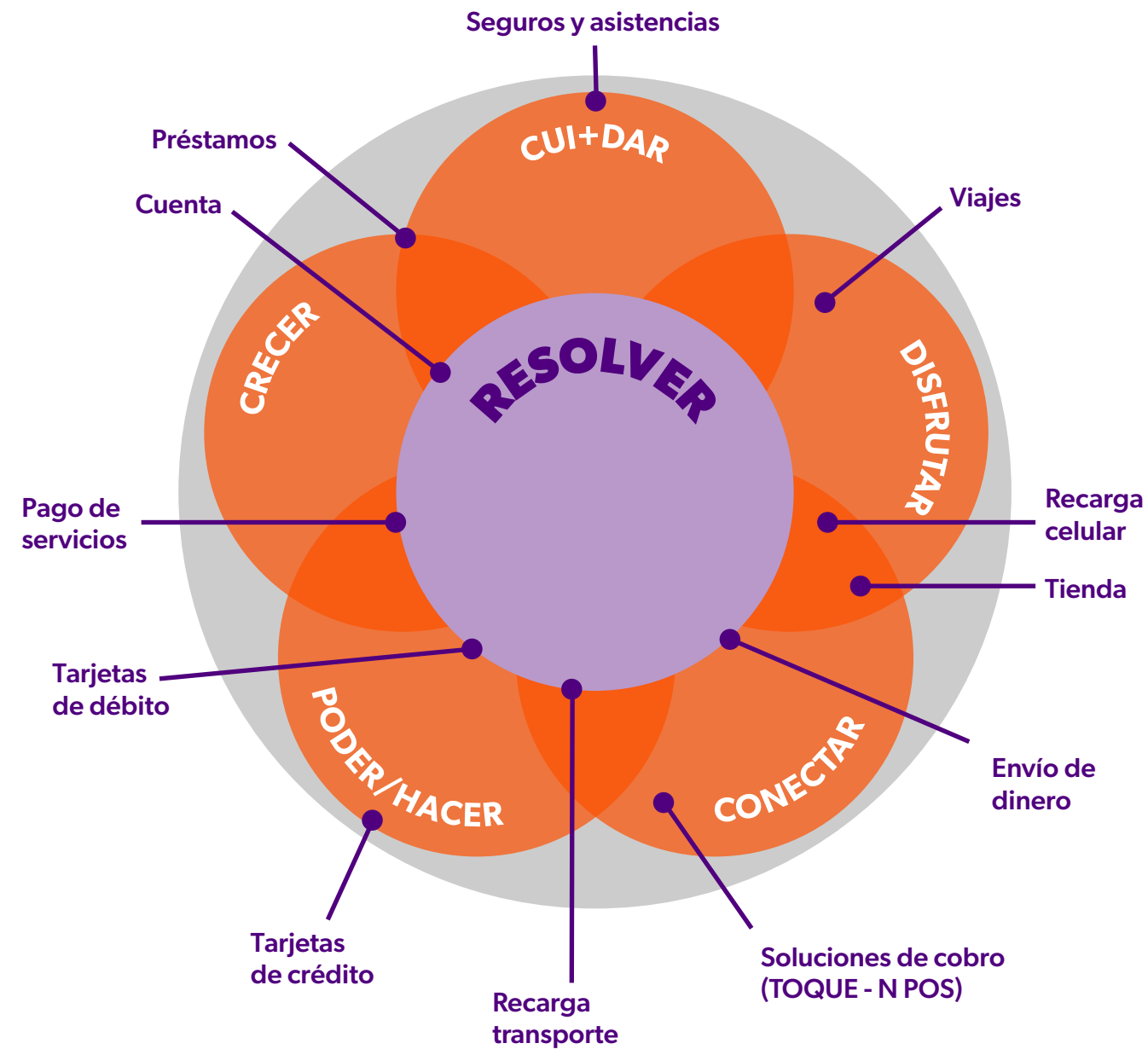


### Sucursales por provincia

<b>43</b> Buenos Aires	<b>29</b> Córdoba
<b>17</b> Santa Fe	<b>15</b> Mendoza
<b>7</b> CABA	<b>6</b> Río Negro
<b>5</b> Entre Ríos	<b>5</b> Tucumán
<b>5</b> Chaco	<b>5</b> Salta
<b>5</b> San Juan	<b>5</b> Jujuy
<b>4</b> Chubut	<b>4</b> Neuquén
<b>4</b> Corrientes	<b>4</b> Misiones
<b>3</b> Formosa	<b>3</b> Santiago del Estero
<b>2</b> Tierra del Fuego	<b>2</b> La Pampa
<b>2</b> San Luis	<b>2</b> La Rioja
<b>2</b> Santa Cruz	<b>1</b> Catamarca

## Ecosistema de fines y soluciones

Las personas están en el centro de nuestras decisiones y buscamos ofrecerles servicios y soluciones basados en sus motivaciones y fines para usar el dinero: resolver, crecer, cuidar, disfrutar, poder/hacer y conectar. Todos nuestros productos se conectan e integran a través de una experiencia tecnológica que las acompañan todos los días para encontrarle la vuelta a sus necesidades financieras.



### Préstamos personales

Ofrecemos préstamos personales pre-aprobados con requisitos mínimos de manera 100% digital, por la app Naranja X y Naranja X online, o en nuestras sucursales en todo el país, de un modo fácil, simple y sobre todo, rápido, ya que los préstamos se acreditan en el acto.

Los requisitos para acceder a un préstamo son la titularidad de una tarjeta de crédito Naranja X con una antigüedad mínima de 4 meses y un perfil crediticio apropiado. Los préstamos no tienen costo de entrega, no afectan el disponible de consumo, y se abonan en cuotas fijas y en pesos. En 2021 mantuvimos los niveles de participación de la pandemia, con un 65% de adquisición de préstamos a través de canales digitales. Además, ampliamos la propuesta para quienes son titulares. Actualmente otorgamos hasta \$750.000 pesos, con posibilidad de pago de hasta 36 cuotas fijas.

900.000  
**PRÉSTAMOS**  
entregados

+400.000  
**CLIENTES**  
pudieron acceder a un préstamo

45.000  
**CLIENTES**  
de Naranja X tuvieron su primera experiencia de tomar un crédito

**+59% VENTA DIGITAL**

### Tarjetas

Lideramos la emisión de tarjetas en el país, con la propuesta más amplia de beneficios y facilidades. En 2021, nos propusimos mejorar los tiempos de distribución y logramos nuestro objetivo de entrega en 48 horas.

477.540  
**TARJETAS**  
emitidas en 2021

8.675.404  
**TARJETAS**  
de crédito emitidas en 2021

**48 HORAS**  
de entrega

**8 CENTROS**  
de embozado

**+4,34%**  
de operaciones con  
tarjetas vs 2020

**+59%**  
de facturación con  
tarjetas vs 2020



## TOQUE

Toque es nuestra solución para la vida comercial. Pensada para emprendimientos y personas que quieran cobrar con cualquier tarjeta y distintos planes desde la app Naranja X. Permite cobrar con la tecnología contactless, llevar el control de las ventas, recibir cobros de manera inmediata y obtener una cuenta y tarjeta prepaga Visa, de manera gratuita.

**22.041**  
**TOQUEs**  
entregados

## Billetera virtual

¡Tu app fue actualizada con éxito! Quienes usan Naranja X desde su celular ahora tienen interfaces más simples y rápidas, con mejoras en la usabilidad.

**659.766**  
**CUENTAS**  
Naranja X con saldo

## Seguros y asistencias

Ofrecemos seguros para el hogar, vehículos y otros productos como consumo garantizado, desempleo, compra protegida y seguros para motos.

## Promociones y beneficios

**Mientras duró el aislamiento preventivo por la pandemia del COVID-19, acompañamos a quienes usan nuestros productos y servicios, facilitándoles el acceso a sus necesidades.**

Impulsamos promociones y descuentos con nuestro Plan Z en farmacias y supermercados, estaciones de servicios y delivery, y en los canales web.

Plan Z es un programa de pago exclusivo de la tarjeta de crédito Naranja X por el cual se agrupan todas las compras en el resumen mensual. Al recibir el cierre de cada mes, la persona puede decidir cómo financiar el pago de esas compras, pudiendo elegir 1, 2 o 3 cuotas cero interés o hasta 6 cuotas con un costo de financiación asociado.

Con la apertura paulatina de los comercios en el país, sumamos Smartes Recargado, con descuentos de hasta el 25% los martes, en rubros como colchonerías y pinturerías, junto a comercios aliados como Fallabella, Farmaonline y Farmacity.

Además, fuimos la tarjeta sponsor del Hotsale, que marcó el inicio de un crecimiento sostenible de ventas mes a mes. Marcas como Grido y Starbucks también se sumaron a nuestro porfolio de beneficios. Sumamos ofertas online en supermercados con descuentos de hasta el 20% sin tope.

Por último, lanzamos la Semana de Electro en la que comercios del rubro ofrecieron precios especiales y pago en 12 cuotas sin interés.

**24.000**  
**BENEFICIOS**  
anuales con descuentos  
y promociones

CONOCE MÁS

## Quiero!

Seguimos impulsando nuestra alianza con el programa de fidelización del Banco Galicia, que permite canjear puntos por descuentos en una gran cantidad de rubros y comercios usando nuestra tarjeta.

**+388.000**  
**PERSONAS**  
suman puntos Quiero!



# Protagonistas de la INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Nuestro propósito nos impulsa a crear y escalar soluciones que den acceso a millones de personas a productos y servicios financieros innovadores, para que puedan evolucionar sus finanzas y disfrutar de una mejor calidad de vida.

**Queremos ser protagonistas de la transición en la forma de concebir los negocios para alentar un cambio positivo. Tenemos la convicción de que las finanzas deben ponerse al servicio del bien común, de las personas y el planeta, y contemplar además del riesgo y la rentabilidad, el impacto que generan.**

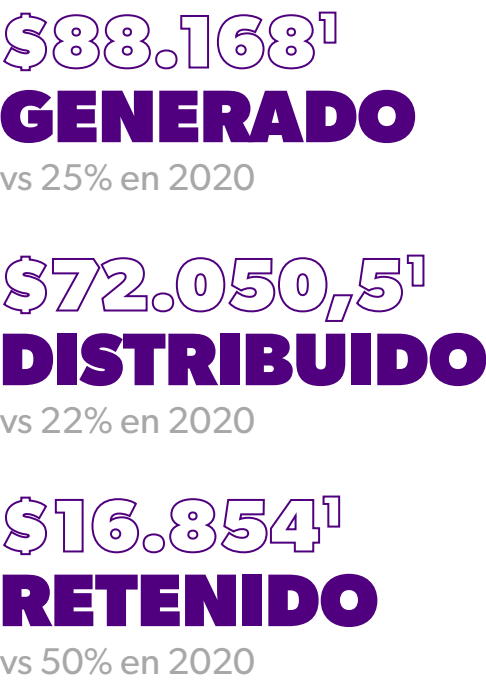


Desempeño económico

Nuestra visión de sostenibilidad comienza por nuestro negocio. Los resultados económicos positivos nos ayudan a potenciar nuestro propósito de incluir a cada vez más personas en el mundo de las finanzas.

A partir de mayo de 2021, Naranja y Naranja Digital se unificaron como propuesta de negocio en Naranja X, con el objetivo de desarrollar nuevos productos, servicios y funcionalidades para la gestión de las finanzas personales y comerciales, para ofrecer la mejor experiencia a las personas usuarias y para impulsar la inclusión financiera.

Esta sinergia y un contexto de recuperación del consumo en la Argentina influyeron de forma positiva en el desempeño económico de nuestras operaciones, cuyo resultado creció un 92% con respecto al año anterior.



Valor económico <sup>1</sup>	2020	2021
Valor económico generado		
Ingresos	\$70.367	\$88.168
Valor económico distribuido		
Costos operativos	\$18.569	\$16.726
Salarios y beneficios de los colaboradores	\$12.473	\$12.253
Pagos a Proveedores de Capital	\$9111	\$15.277
Pagos al Gobierno	\$10.737	\$14.768
Inversiones en la comunidad	\$36	\$12,75
Prevención y gestión ambiental relacionados con la operación de la compañía		\$0,3
Prevención y gestión ambiental relacionados con proyectos externos de la compañía (ej. compensación de la huella de carbono)		\$4,5
Resultado por exposición a la inflación	\$8204	\$13.009
Valor económico retenido	\$11.237	\$16.854

1 En millones de pesos



## Una marca con todo el power

El desempeño de nuestro negocio está fuertemente vinculado a la percepción que tienen las personas sobre nuestra marca y el posicionamiento en el mercado, que es un factor clave de toma de decisión en la categoría de billeteras digitales y apps. Las personas tienen que conocer, valorar y confiar en nuestra marca para elegirnos como método para gestionar sus finanzas.

Lo trabajamos a través de una estrategia de comunicación asociada al lanzamiento de nuevos productos. Todos los meses y una vez por trimestre medimos nuestro Brand Power: Monitoreamos el conocimiento de Naranja X en relación a la categoría fintech y su recordación de la población en general. Y en la medición de 2021, nos posicionamos en el tercer puesto de la categoría. La medición es realizada a través de una investigación cuantitativa representativa de la población argentina, elaborada junto a la consultora Kantar.

3º

**MARCA**

fintech más recordada  
BrandPower 2021

4º

**PUESTO**

ranking Mejores Empleadores  
Revista Apertura

16º

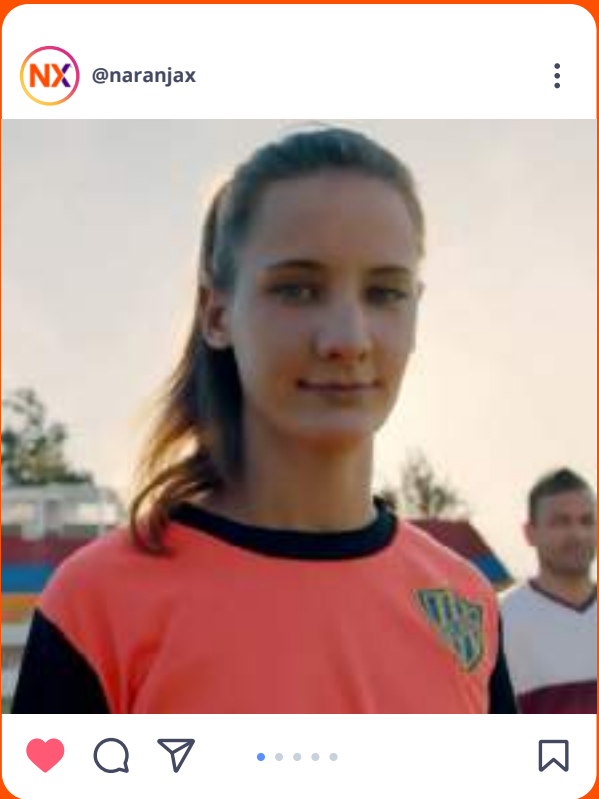
**PUESTO**

ranking Las 100 Mejores en Imagen  
Revista Apertura

19º

**PUESTO**

ranking Las Empresas más responsables  
y con mejor gobierno corporativo  
Análisis e Investigación auditado por KPMG



**ALENTAMOS TUS FINANZAS**

## Nuestra participación en la industria

Entidades de las que fuimos parte durante 2021, como miembros y con un rol de liderazgo.

Zcámica

- Asociación Argentina de Empresas de Cobranzas y Servicios Jurídicos (ASARCOB)
- Asociación de Recursos Humanos de la Argentina (ADRHA)
- Bolsa de Comercio de Córdoba
- Cámara Argentina de Comercio
- Cámara Argentina Fintech
- Cámara de Comercio de Córdoba
- Cámara de Comercio Electrónico (CACE)
- Cámara de Tarjetas de Crédito y Compra (ATACYC)
- Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC)
- Círculo Profesional de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas (CIRCOM)
- Club de Empresas Comprometidas Córdoba (CEC)
- Comisión Nacional de Valores (CNV)
- Comité de Abogados de Bancos
- Congreso Internacional de la Lengua Española (CILE)
- Consejo Profesional de Relaciones Públicas de la República Argentina (CPRPRA)
- Endeavor
- Fundación Capital
- Fundación Comunidad Empresaria
- Fundación Mediterránea
- Fundación SUMA
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social (IARSE)
- Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA)
- Marketers Society
- MERCO
- Mujeres en Tecnología
- Red de Empresas por la Diversidad de la Universidad Di Tella
- Red de Innovación Local
- RENAPER
- TEDx
- Unión Industrial Argentina (UIA)
- Unión Industrial de Córdoba (UIC)

**“NOS ENTUSIASMA  
SUMARNOS A  
NUEVAS INICIATIVAS  
PARA FINANCIAR  
EMPRENDIMIENTOS QUE  
GENERAN IMPACTO SOCIAL,  
AMBIENTAL Y CULTURAL.”**

**Mathias Fleischer**  
Corporate Finance Manager

## Finanzas con impacto

En 2021, profundizamos nuestro entendimiento sobre cómo la inversión, además de retorno, puede generar impacto social y ambiental positivo. Desarrollamos nuevas herramientas de inversión y financiamiento alineados con los objetivos de impacto de Naranja X y así, a través de una serie de iniciativas, reforzamos nuestro compromiso con la inclusión financiera. Durante el proceso, nos acompañaron las consultoras Keidos y Acrux Partners en la aplicación de criterios ASG en nuestras decisiones de inversión y financiamiento.

### EVOLUCIÓN FINANCIERA

**361**  
**PERSONAS**

accedieron a  
nuestros microcréditos  
desde diciembre de 2021

Impulsamos el desarrollo de las personas facilitando su crecimiento económico y empoderando su capacidad para manejar sus finanzas.

Lanzamos una línea de microcréditos para pequeños emprendimientos productivos con acceso al financiamiento bancario tradicional. Fue financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), a través del Ministerio de Desarrollo Productivo. Los préstamos van de \$10.000 a \$100.000 y están orientados a la compra de herramientas, materiales e insumos de trabajo. Son créditos amortizables, con una tasa final del 45% y con un plazo de hasta 18 meses.

### EVOLUCIÓN FINANCIERA

**\$3.0000.0000**  
**INVERTIDOS**

en la segunda ON  
(Obligación Negociable) del país  
destinada a una Asociación Civil

Invertimos en soluciones y herramientas financieras innovadoras con impacto positivo.

Desde Naranja X nos sumamos como inversores a la ON que emitió Sumatoria en noviembre 2021, que destina los \$30 millones recolectados a financiar proyectos vinculados a finanzas inclusivas, economía social, equidad de género, economía circular y proyectos de impacto, agroecología y orgánicos, alimentación saludable y sostenible.

Este nuevo mecanismo de inversión abre una oportunidad para que empresas e inversores privados puedan financiar a organizaciones y empresas que tienen un propósito de bien común.



# Un negocio ÉTICO

## El Directorio de Naranja es el máximo responsable de nuestras decisiones y de la administración de la sociedad.

Está integrado por cinco personas directoras no independientes titulares y por seis no independientes suplentes, y algunas desempeñan sus tareas en relación de dependencia. Todo el Directorio cumple con los principios definidos en el Código de Ética y se encarga de asegurar la implementación de la estrategia y alinear los objetivos a nuestra visión, misión y propósito. Además aprueban y administran el plan estratégico de la compañía, y dan seguimiento a los objetivos de gestión, presupuestos anuales y control de riesgos.

Quienes forman el Directorio son designados por la Asamblea de Accionistas y eligen a la gerencia de primera línea. La dirección y gerencia de la empresa cuentan con capacitaciones para poder desenvolverse en su puesto. El desempeño del órgano superior de gobierno se evalúa de manera anual según los objetivos estratégicos definidos para cada uno de sus integrantes. En el período, no se registraron cambios en la composición del gobierno corporativo como consecuencia de su evaluación.

Las remuneraciones de la dirección 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 perfiles competentes.

Contamos con diversos comités que reportan al Directorio, como el Comité de Auditoría, de Control y Prevención del Lavado de Dinero, de integridad de la Información, y de Conducta, que aseguran que los sistemas internos de control financiero sean suficientes, adecuados y eficientes, así como también que funcionen de manera correcta los controles relacionados con la detección de fraudes y la prevención del lavado de dinero, la transparencia de la información, y el cumplimiento del Código de Ética. Además, todos los meses 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.

### Responsables de nuestra gestión sustentable

El Directorio de Naranja X aprueba el plan de Sustentabilidad anual, que es puesto a su consideración por la Dirección de People. El plan se elabora con el aporte de la dirección y gerencia de las áreas involucradas de forma transversal a toda la empresa. La Gerencia de Comunicación Interna y Cultura coordina posteriormente su implementación. Cada área gestiona sus objetivos y da cuenta de los resultados, los que se exponen en este Reporte.

Directorio

Miguel Ángel Peña  
Presidente

Fabián Enrique Kon  
Vicepresidente

Alejandro Asrin  
Director Titular

Daniel Antonio Llambías  
Director Titular

Pablo Gutiérrez  
Director Titular

Carlos Eduardo Ruda  
Director Titular

David Ruda  
Director Suplente

Mariano Asrin  
Director Suplente

Sergio Grinenco  
Director Suplente

German Alejandro Ghisoni  
Director Suplente

Guillermo Juan Pando  
Director Suplente

DISTRIBUCIÓN POR EDAD




DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO





DISTRIBUCIÓN POR NACIONALIDAD





Equipo ejecutivo


- 


**Pablo Hernán Caputto**  
Chief Executive Officer
- 


**Erica Reynoso**  
Chief People Officer
- 


**Santiago Sanchez**  
Chief Product Officer (CPO)
- 


**Susana Bergero**  
Chief Operations Officer (COO)
- 

**Mariano Tittarelli**  
Chief Risk Officer (CRO)
- 

**Silvana Jachevasky**  
Chief Marketing Officer (CMO)
- 

**Gustavo Fazzio**  
Chief Business Development Officer (CBDO Merchants)
- 

**Hernán García**  
Chief Financial Officer (CFO)
- 

**Gonzalo Ozán**  
Chief Technology Officer (CTO)
- 

**Juan Ignacio Talento**  
Chief Business Development Officer (CBDO Consumers)



DISTRIBUCIÓN POR NACIONALIDAD



## Programa de Integridad

Somos una empresa ética construida sobre la responsabilidad, lealtad y honestidad de todos las personas que trabajan en Naranja X. Guiados por estos principios, diseñamos un Programa de Integridad para asegurar el cumplimiento de las leyes aplicables, regulaciones y políticas internas; establecer, supervisar y hacer cumplir los estándares éticos; y promover la integridad en la toma de decisiones y la comunicación transparente con los diferentes públicos de interés.

Nuestro programa de integridad incluye la Política de prevención de sobornos y corrupción, con la que evaluamos todas las operaciones del negocio. También incluye la Política de donaciones y la Política de proveedores, además de lineamientos para la formación permanente de nuestros equipos en estas temáticas.

### PROGRAMA DE INTEGRIDAD

0

**CASOS**  
de corrupción

1600

**PERSONAS**  
asistieron a capacitaciones  
integrales sobre compliance

2630

**PERSONAS**  
capacitadas en Prevención  
de Lavado de Dinero

## Código de Ética

El Código de Ética de Naranja X asegura la integridad de nuestro negocio. En él se establecen los valores, pautas y normas que regulan los comportamientos de quienes trabajan en la compañía. Estas pautas son establecidas por la Dirección en base a lo definido en el Código de Gobierno Societario, y forman parte del conjunto de normas y reglamentaciones aplicables en la organización.

Todas las personas pueden acceder al Código de Ética, disponible en la plataforma interna del recibo de sueldo, el Portal de Compliance y en nuestra página web. Es firmado por cada persona al momento de ingresar a la compañía y cada vez que sufre algún cambio o actualización.

2800

**NUEVAS**  
firmas del código de ética

### CÓDIGO DE ÉTICA

## Línea ética

La Línea Ética está disponible para nuestros equipos e integrantes de la cadena de suministro, para denunciar acciones que se consideran contrarias a lo establecido en el Código de Ética y en las Políticas de la compañía. Es administrada por una consultora externa que asegura la confidencialidad de quien realiza la denuncia, que son tratadas por el Comité de Conducta.



**0800-122-5671**  
Teléfono



**eticagrupogalicia@kpmg.com.ar**  
e-mail



**“YA NO SE TRATA SOLO  
DE EVITAR LOS RIESGOS  
CON UNA MIRADA  
PREVENTIVA, SINO MÁS  
BIEN DE ACEPTARLOS Y  
ADMINISTRARLOS PARA  
ABRIR POSIBILIDADES”.**

**Mariano Tittarelli**  
Chief Risk Officer (CRO)



## Gestión de riesgos

Por la naturaleza de nuestras operaciones y las características de quienes utilizan nuestros productos y servicios, estamos expuestos a diferentes riesgos de mercado, de tasa de interés de la cartera de inversión, de liquidez, de tecnología, operativos y de crédito.

El modelo de Gestión Integral de Riesgo de Naranja X tiene por objetivo administrar los riesgos a los que se encuentra expuesta la organización. Se ajusta al Marco de Apetito de Riesgo y de Gestión Integral de Riesgo, así como a las distintas políticas e instructivos aprobados por el Comité de Gestión de Riesgos y la Gestión de Activos y Pasivos.

La gestión está distribuida en diferentes áreas que reportan a la Dirección de Riesgos. Sus objetivos son:

- Gestionar y monitorear en forma activa e integral los diversos riesgos asegurando el cumplimiento de las políticas internas y normas vigentes.
- Asegurar que el Directorio conozca los riesgos a los que está expuesto, proponiendo sus coberturas.
- Contribuir a fortalecer la cultura de riesgo.
- Diseñar y proponer políticas y procedimientos para mitigar y controlar los riesgos.
- Llevar a la Gerencia General las excepciones en materia de riesgos.

Nuestra gestión de riesgo es permanentemente revisada y evaluada por auditorías internas, externas y el Banco Central de la República Argentina (BCRA). Para realizar el seguimiento de los diferentes procesos de gestión del riesgo contamos con tableros que monitorean las actividades de las gerencias. Los indicadores que se encuentran en un rango no aceptable son informados a la dirección junto con el plan de remediación.

El Comité de Gestión de Riesgos y de Gestión de Activos y Pasivos colabora y asesora al Directorio sobre el nivel de tolerancia al riesgo de la organización, y sobre las estrategias, políticas, límites y prácticas significativas vinculadas a la Gestión Integral de Riesgos. El Directorio recibe un informe bimestral presentado por el Comité de Gestión de Riesgos y de Gestión de Activos y Pasivos para 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.

En 2021, se relevaron al Directorio informes por riesgos asociados a Liquidez, Mercado, tasa de interés en la cartera de inversión (RTICI), evolución y desvíos de métricas de los distintos riesgos como crédito, ciberseguridad, fraude, entre otros del Apetito de Riesgos de la Entidad, escenarios y proyecciones de estrés e Informe de Autoevaluación de Capital de acuerdo con los lineamientos para la gestión integral del riesgo.



# CLIENTES

CLIENTES

CLIENTES

CLIENTES

CLIENTES



# La EXPERIENCIA X

## Nuestro propósito es que cada vez más personas sean protagonistas de sus finanzas.

Por eso las soluciones de Naranja X las acompañan en el acceso al ahorro, pagos, crédito y cobros; para ayudarlas a crecer a través del uso cotidiano de su dinero.

Queremos dar más oportunidades a millones de personas que viven en la Argentina y que quedan afuera del sistema financiero tradicional y del acceso al crédito.

Y se la hacemos fácil. Ponemos a las personas en el centro de todas nuestras decisiones, para conectarlas con productos, servicios y beneficios que resuelvan sus necesidades cotidianas. Eso es lo que llamamos la Experiencia X.

Construimos esta Experiencia X junto a personas que, más allá de su clase social o nivel de ingresos, son dinámicas con la forma de usar su dinero. Quienes no solían acceder a servicios financieros, hoy pueden hacerlo gracias a opciones nuevas, menos rígidas, complejas o burocráticas que les abren muchísimas posibilidades.

## ¿Quiénes usan nuestros servicios?

### Personas

Su necesidad principal es manejar sus finanzas personales. Pagan, ahorran, compran, gastan, financian, pagan cuotas, usan tarjetas de crédito, débito y utilizan billeteras virtuales y bancos fintechs.

**3.251.036**  
**PERSONAS**  
usuarias activas



Cantidad de clientes por zona geográfica

**19% CENTRO**

**17% NOA**

**13% CUYO**

**11% NEA**

**10% AMBA 2**  
CABA Oeste y sur hasta La Plata

**10% REGIÓN ORO**  
Rosario y norte de la Provincia de Buenos Aires

**9% PATAGONIA**

**6% AMBA 1**  
CABA del oeste y norte

**5% INTERIOR DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

### Comercios

Necesitan administrar sus finanzas comerciales. Cobran, venden, ofrecen promociones y posibilidades de financiación. Buscan relacionarse con su clientela y agregar valor, desde el servicio y el asesoramiento.

**278.479**  
**COMERCIOS**  
adheridos





LA EXPERIENCIA X  
**ES HACÉRSELA FÁCIL A**  
**MILLONES DE PERSONAS**  
**QUE CONECTAN CON**  
NARANJA X **A TRAVÉS**  
**DE NUESTROS** PRODUCTOS  
Y SERVICIOS.

## Nuestra estrategia de redes

Nos conectamos con las personas usuarias a través de la redes sociales. El plan 2021 incluyó los aprendizajes del contexto de la pandemia de COVID-19 del 2020, por lo que mantuvimos un tono simple y accesible, y contenido de ayuda para guiar a las personas en sus gestiones habituales, como el pago del resumen desde la aplicación Naranja X.

¿Qué contenido brindamos en nuestras redes sociales?

### Propuesta de valor

Soluciones para individuos y comercios, con foco en las funcionalidades de la aplicación y las novedades de servicios.

### Inclusión y educación financiera

Consejos y herramientas para el manejo de las finanzas cotidianas.

### Promociones

Descuentos, planes especiales y efemérides comerciales.

### Ciberseguridad

Información para una experiencia digital segura, trabajando la seguridad como atributo de la aplicación.

### Comunidad

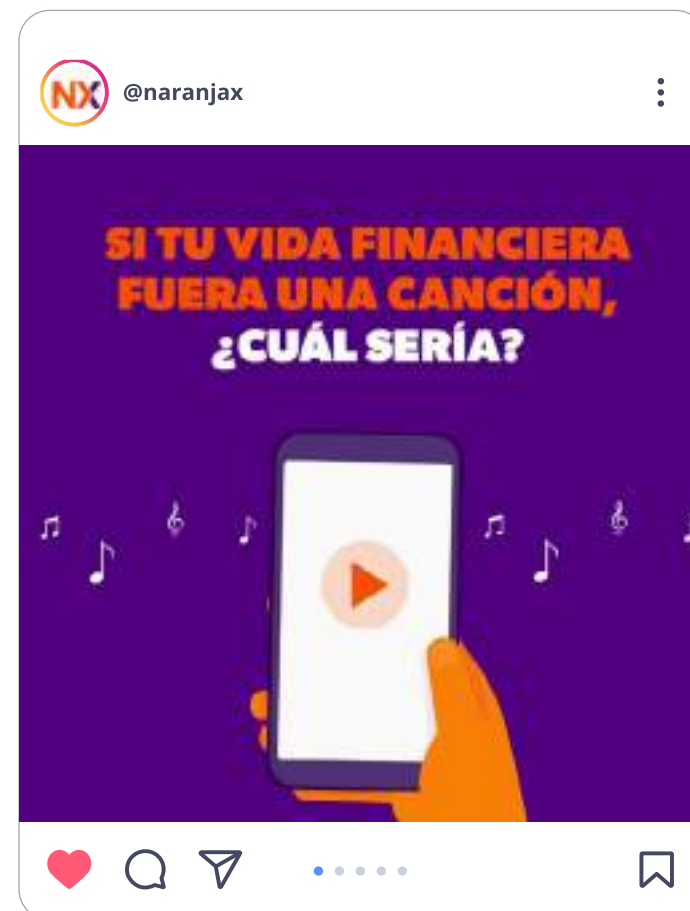
Contenido lúdico, oportunidades en tiempo real, efemérides ingeniosas, encuestas, trivias y sorteos.

### Ambiente

Cómo cuidamos el ambiente y qué puede hacer cada persona.

Durante 2021 continuamos con las campañas de producto, tanto para personas como para comercios con foco en adquisición de la cuenta Naranja X y la tarjeta prepaga, descargas de la aplicación, promociones con tarjeta de crédito y prepaga, préstamos, seguros, venta de dispositivos Toque y Tienda Naranja X.

Para comunicar la evolución de nuestra marca hacia Naranja X, lanzamos la campaña integral "Gente en ascenso", con jugadores y jugadoras reales de fútbol del ascenso que cuentan, en primera persona, los beneficios que ofrece la aplicación Naranja X, cómo potenciar el uso cotidiano del dinero y lo fácil que es abrir una cuenta gratis. Contó con piezas publicitarias que alcanzaron a personas de todo el país a través de medios digitales, vía pública, gráfica, radio y TV.



## Un modelo de atención que evoluciona

**Junto con la transformación de nuestra marca, también evolucionó la forma en la que nos acercamos a quienes usan nuestros productos y servicios. Desde nuestro Contact Center, un equipo de personas con múltiples habilidades hacen frente al crecimiento de la demanda y dan respuesta a las consultas relacionadas con todo el ecosistema Naranja X.**

En 2021 trabajamos en la integración de los canales de contacto del ecosistema Naranja X. Redefinimos los flujos de atención, unificamos la línea en un 0810 y adaptamos los perfiles de redes sociales al estilo conversacional, e hicimos más eficientes los accesos de Chat y WhatsApp. Gracias a este trabajo, la demanda telefónica y por redes sociales se estabilizó respecto al año anterior. También se adaptaron los flujos de las respuestas de voz automática y del bot, la información del personal de contacto y la dotación de los canales para garantizar una atención más eficiente y cada vez más clara.



## Marketing responsable

La información sobre los servicios que prestamos está regida por el Banco Central de la República Argentina, la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Ley de Tarjetas de Crédito.

**En 2021, no se registraron casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios ni relacionado a comunicaciones de marketing.**



## La experiencia en sucursales

**La evolución hacia Naranja X también llegó a nuestras sucursales. Durante el segundo semestre de 2021, de forma progresiva, las 170 sucursales de todo el país renovaron su imagen para adaptarse a la nueva identidad.**

Esto nos permitió brindar una experiencia única para que las personas usuarias se conecten con la nueva marca y propuesta de valor, en búsqueda de mejorar la experiencia de quienes usan nuestros productos y servicios. En 2021 realizamos una apertura, seis mudanzas, dos remodelaciones integrales, 25 remodelaciones parciales y 20 cerramientos low cost para línea de cajas en distintos puntos del país. Como contrapartida, cerramos tres sucursales, dos receptorías y un local virtual, y reubicamos a los equipos de esos puntos de contacto.

Como parte de nuestro proyecto de transformación digital, encontramos la oportunidad de aumentar y hacer más eficiente la cantidad de puntos de atención digitales mediante la instalación de 28 gestores de relaciones de negocios (BRM, por sus siglas en inglés) y la relocalización de 10 terminales de autoservicio. Además, habilitamos seis sectores de atención las 24 horas. Así, no solo facilitamos nuestra interrelación con clientes, sino también, les ofrecemos canales y soportes tecnológicos más ágiles y seguros.



**DATOS, AGILIDAD  
Y SIMPLEZA  
PARA DISEÑAR  
EXPERIENCIAS  
QUE SORPRENDAN.**



# Transformación DIGITAL

## En Naranja X buscamos ser ágiles, rápidos y simples.

Y sabemos que el camino para lograrlo es a través de decisiones basadas en datos, tests y evaluaciones ágiles y permanentes. Estas iniciativas vienen de nuestros equipos y las llevamos a la práctica pensando cómo podemos mejorar nuestros procesos y anticiparnos a las necesidades de clientes, para proponer experiencias que sorprendan.



## Evaluación de la experiencia Naranja X

Nuestro equipo de UX Insights se enfoca en la experiencia del cliente. Forma parte de la Dirección de producto UX y tiene el objetivo de integrar procesos relacionados al diseño de soluciones que resuelvan las necesidades de las personas usuarias de Naranja X.

El área está conformada por las disciplinas de Mediciones, Service Design (Diseño de Servicio) y Research (Investigación). A través de distintas herramientas de cada disciplina, se recolecta información sobre preferencias y necesidades de las personas y comercios, que aportan claridad y foco para el diseño de la experiencia X.

En 2021 trabajamos en la integración de las mediciones de las dos compañías que pasaron a formar Naranja X, Tarjeta Naranja y Naranja Digital. A partir de la segunda mitad del año, comenzamos a evaluar el Net Promoter Score (NPS) de personas, una herramienta que permite medir la lealtad de clientes basándose en recomendaciones. Entre los aspectos más valorados se destacan: la facilidad del uso de la plataforma, la posibilidad de realizar compras y la atención.

Desde las áreas de Service Design se relevaron los puntos de dolor de las principales trayectorias y canales de las personas usuarias en nuestros servicios: originación, primera compra, pago del resumen, red de sucursales, entre otros.

Dentro del área de Research, contamos con el departamento de Research Estratégico y el de Research de personas usuarias. El primero analiza información cualitativa para elaborar informes que nos permiten entender las necesidades financieras de clientes y aportar ideas para la propuesta de valor. El segundo realiza investigaciones sobre el público para darle información a las áreas que toman decisiones, como por ejemplo sobre los canales de atención, y para evaluar flujos digitales antes de salir a producción, como por ejemplo en la firma de contrato digital, migración financiera, préstamos, plataforma de autogestión de comercios, página Naranja X, entre otros flujos.

## Personas usuarias FIELES

49  
**PUNTOS**  
NPS individuos  
-2 puntos vs 2020

10  
**PUNTOS**  
NPS Comercios-Small  
+34 puntos vs 2020

31  
**PUNTOS**  
NPS Comercios-Toque  
+14 puntos vs 2020

23  
**PUNTOS**  
NPS Comercios-Medium  
-17 puntos vs 2020

### 5 razones por las que nos eligen las personas

Es muy fácil de usar.  
Nunca tuve ningún problema.  
Me permite realizar las compras que necesito.  
El servicio que brindan es bueno.  
Son amables en la atención.

### 5 razones por las que nos eligen los comercios

Es muy fácil de usar  
Me permite cobrar con muchas tarjetas  
La posibilidad de cobrar con banda magnética, chip y  
contactless  
Es una empresa que genera confianza.  
Es una empresa reconocida por el público.

### Actualización exitosa :)

La evolución de nuestra marca a Naranja X fue un desafío que abordamos en equipo y que implicó actualizar todos nuestros canales de contacto y plataformas de servicios. Uno de esos procesos de integración fue unificar nuestro dominio web a **naranjax.com**, y actualizar la estética y contenidos de nuestra página con la nueva marca. También, migramos las funcionalidades de autogestión de la tarjeta de crédito de la anterior aplicación Naranja a la nueva Naranja X.

# DISEÑAMOS CONEXIONES BASADAS EN LA GESTIÓN SEGURA Y CONFIABLE DE LA INFORMACIÓN.



# Cuidamos tus DATOS

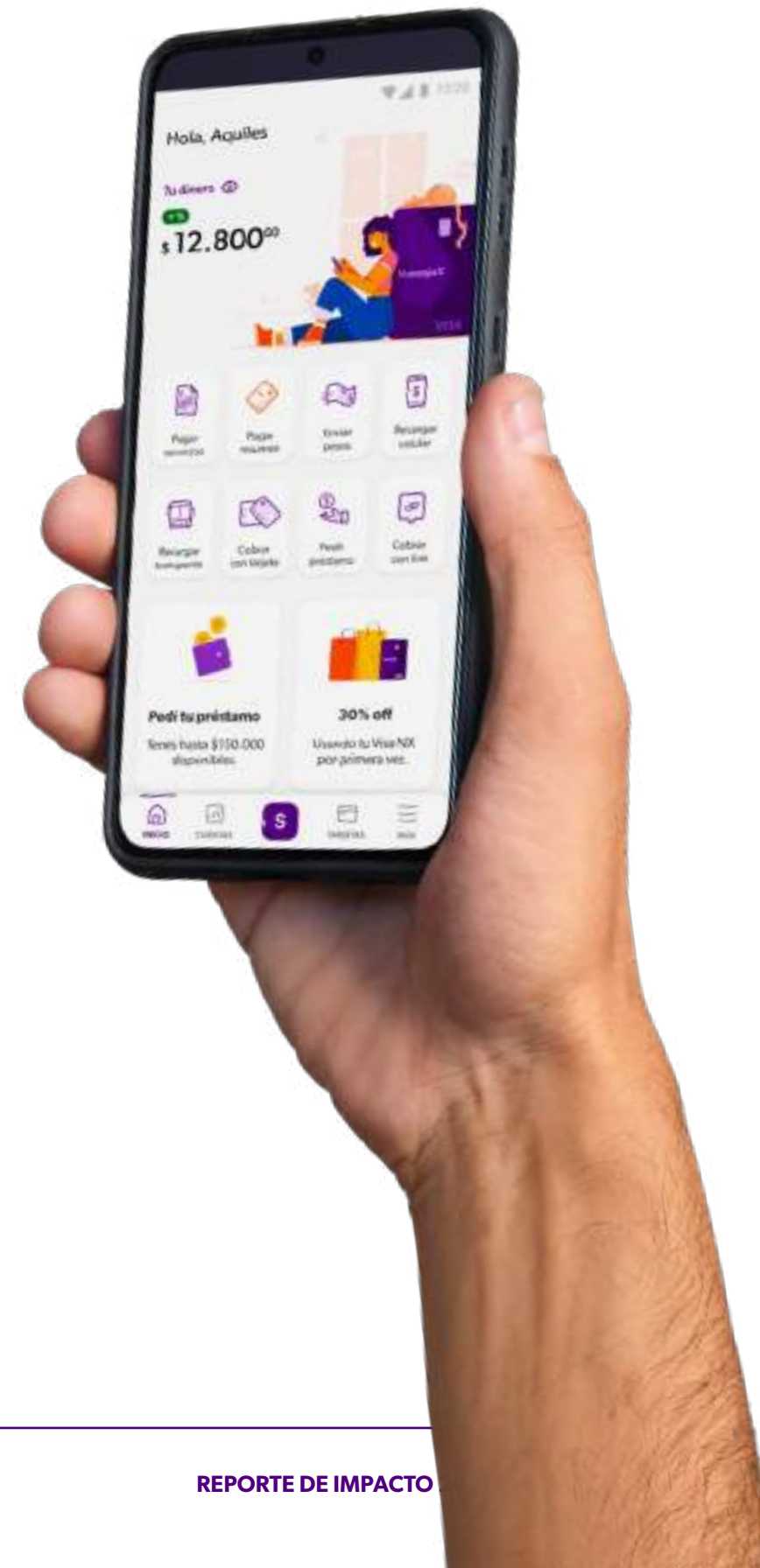
**La ciberseguridad es uno de los desafíos más importantes de la era digital. El crecimiento exponencial de las redes de la información, impulsado por la innovación tecnológica, permitió una democratización del acceso a servicios. En eso se basa nuestro propósito.**

Sin embargo, este rápido crecimiento generó un desafío de largo plazo: la seguridad de los datos digitales. Protegemos nuestra información y la de las personas usuarias de los servicios y productos de Naranja X basándonos en las Normativas ISO/IEC 27001 sobre el Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) y a la ISO/IEC 27005 para la Gestión de Riesgos en Seguridad de la Información. Complementamos estas normativas con buenas prácticas de la industria como los requisitos mínimos de gestión, implementación y control de riesgos relacionados con la tecnología informática y las posteriores adecuaciones, desarrolladas por el Banco Central de la República Argentina.

En 2021 incorporamos el Marco Guía de la SEC sobre Procedimientos de Seguridad Cibernética, la ISO/IEC 27032 sobre Directrices para la Ciberseguridad, el NIST Cybersecurity Framework (Identificar, Proteger, Detectar, Responder y Recuperar) y el Marco Mitre ATT&Ck para el modelado de escenarios ofensivos.

Contamos con una política de Seguridad de la Información, que publicamos y compartimos con todas las personas que trabajan en Naranja X y con quienes nos proveen de productos y servicios críticos. Dentro del mismo marco se encuentra la política de Ciberseguridad y Privacidad de Datos de la organización.

En 2021 conformamos un área específica de Gobierno de Seguridad encargado de gestionar los programas e iniciativas vinculadas a la ciberseguridad. Como resultado de esta gestión, en 2021 no recibimos reclamos legales relativos a violaciones de la privacidad o pérdida de datos del cliente.





## Seguridad de la información digital

El equipo de Seguridad de la información digital está enfocado en entregar valor al negocio. Su proceso de trabajo integra la mirada de seguridad al inicio del ciclo de vida de nuestros productos y servicios. En 2021 fortalecimos el equipo para dar soporte a los proyectos de evolución digital, a través de metodologías ágiles y conceptos innovadores para automatizar los controles en los distintos flujos de desarrollo y puesta en producción, realizando revisiones estáticas y dinámicas de los productos y generando métricas en todo el proceso.

Incorporamos a los Champions de seguridad, rol que nos permitió escalar los requisitos de seguridad en los distintos equipos. Además, diseñamos aplicativos de seguridad como el de gestión y control del estado de salud de los distintos productos; el de cifrado de información sensible a ser enviada entre servicios; y el de intercambio de información o archivos de manera segura.

Entre lo más destacado, la construcción de un esquema de desacople de secretos, nos permitió desarrollar productos sin la exposición de secretos en el código fuente y, de esa manera, lograr una escalabilidad de seguridad en todos los proyectos de la compañía.

### Seguridad defensiva y ofensiva

Profundizamos los esquemas de seguridad defensiva y ofensiva con la revisión de códigos, búsqueda de vulnerabilidades Zero-Day y análisis de datos, con el objetivo de garantizar que los productos que desarrolla Naranja X cuentan con los estándares adecuados de seguridad, cuidando a las personas usuarias de nuestros productos y servicios.

### Seguridad en la nube

Evolucionamos la arquitectura de seguridad en la nube al incorporar pilares de trabajo que contrarrestan amenazas cibernéticas y facilitan la implementación de soluciones ágiles y adaptativas para la gestión de datos sensibles. Los pilares de seguridad en la nube son: manejo de identidades y acceso, controles detectivos, seguridad en infraestructura, protección de los datos y respuesta a incidentes.

## Protección de la marca digital

**En 2021 reforzamos la protección de nuestra marca digital. Contamos con herramientas que nos permiten detectar de forma temprana sitios de phishing e identificar información sensible de la compañía o de las personas tenedoras de tarjetas Naranja X en sitios públicos, foros o hasta en la Internet profunda o deepweb.**

En 2021, incorporamos una programa de detección y visualización de información sensible de Naranja X en Internet que nos permitió aumentar la tasa de detección de incidentes de personificación de marca en redes sociales, logrando controlar y gestionar los casos, que igualaron los máximos que tuvimos en 2020.



## Centro de Defensa de Ciberseguridad (CDC)

En 2021, consolidamos el CDD con el objetivo de protegernos de las amenazas de alta complejidad, detectar y anticiparnos a posibles eventos de seguridad significativos que afecten a Naranja X. Este trabajo nos permite estar preparados para brindar respuestas rápidas y efectivas ante incidentes, mejorando nuestros procesos, principalmente los relacionados a la gestión de seguridad.

Contamos con herramientas propias de seguridad con aprendizaje automático que nos ayudan especialmente a la hora de resolver múltiples problemas de seguridad, como malware y ataques avanzados persistentes. Algunas de las innovaciones del CDC en 2021 fueron la implementación de inteligencia analítica preventiva al negocio, la realización de análisis sobre comportamientos anómalos y el impulso de la Cyber Investigación & Forensis, entre otros. En 2022 está planificado contratar un Servicio de Monitoreo de Seguridad (SoCaaS) de nivel mundial que nos permitirá monitorear los eventos que suceden en la infraestructura y activos de la compañía los 365 días del año.

### Alineación a la estrategia SASE (Acceso Seguro, Límite Seguro, por sus siglas en inglés)

Con las nuevas tendencias y tecnologías, los límites de las redes y accesos han cambiado. 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. Es por ello que, en 2021, incorporamos tecnologías de última generación que nos permitieron realizar controles de postura de todos los equipos propios y de terceras partes que interactúan con servicios de Naranja X, independiente de la forma en que se conecten. Esto nos permitió tomar precauciones antes de que el equipo logre conectarse a nuestra red y realizar varios controles de seguridad al dispositivo para avalar su conexión solo en el caso de cumplir los requisitos de seguridad. Así, logramos un salto evolutivo en el acceso remoto que utilizan todas las personas usuarias hacia los activos de la compañía.

### Sistema Anti-Malware + EDR

Si bien desde hace algunos años la compañía cuenta con el acceso remoto seguro a sus sistemas y aplicaciones, debido al trabajo 100% remoto, evolucionamos el sistema Anti-Malware incorporando tecnología EDR (Endpoint Detect and Response) en cada agente de cada estación de trabajo. Esto nos permitió una detección más amplia para contener y erradicar una posible infección de código malicioso. En 2021 incorporamos una solución que permitió de manera virtual controlar y asegurar la totalidad de los principales servidores de la compañía.

## Hablemos de seguridad

Nuestro enfoque de seguridad de la información no solo alcanza a los procesos e iniciativas tecnológicas en las que trabajamos todos los días, sino también a las personas que forman parte de nuestra cadena de valor. Por eso, todos los años, renovamos y actualizamos los contenidos de nuestro Plan de Concientización en Seguridad para NXers, personas usuarias y la comunidad en general.

### Plan de Concientización en Seguridad

#### NXers

- Capacitaciones en nuestra plataforma de e-learning Espacio N con conceptos básicos de seguridad.

**+80%**  
**DE ASISTENCIA**  
**y aprobación de contenidos**

- Charlas de concientización internas dictadas por el área de Seguridad.
- Grupos en Workplace para concientizar a los equipos sobre las actividades en donde la gestión de datos puede ser vulnerada, tanto en Naranja X como en su vida personal.
- Interacción con áreas de negocio especialistas para la generación de contenido en conjunto relacionados a la seguridad de la información.

#### Usuarías y comunidad

- Centro de seguridad en naranjax.com que educa y brinda consejos para proteger la identidad, con un canal de denuncias para incidentes de seguridad.
- Consejos de seguridad de la información en el apartado generado por el contexto de pandemia.
- Sponsors de Exhibitor EKOPARTY 2021, evento de la comunidad de Seguridad de la Información.
- Comunicaciones en redes sociales, correos electrónicos, videos en locales, etc.





# EQUIPO

EQUIPO

EQUIPO

EQUIPO

EQUIPO





# Un equipo que busca IMPACTAR

Conectamos lo que hacemos todos los días con el impacto exponencial que tenemos en la vida financiera de las personas usuarias de Naranja X. Impulsamos las acciones necesarias para hacer crecer a millones de clientes y a la vez, crecer como personas, como equipo y profesionales. Eso significa ser protagonistas de nuestro trabajo y del propósito que tenemos como organización.

**Estamos convencidos de que conectar con el impacto que tenemos en las personas, impulsa el compromiso de cada equipo.**

Para hacerlo, potenciamos la cercanía y la calidez por la que siempre nos diferenciamos. Promovemos la diversidad, con equipos conformados por personas que se sienten cómodas siendo auténticas y espacios abiertos y colaborativos donde pueden aportar su singularidad. Alentamos a que su desarrollo sea una constante, combinando su hacer cotidiano con objetivos desafiantes, proyectos innovadores y devoluciones que permitan el intercambio de miradas.

Estamos cerca de nuestros equipos y sus familias al ofrecerles soluciones que mejoren su desarrollo personal, sus finanzas y su calidad de vida.

Nuestro modelo está basado en la libertad para trabajar. Así, el #ModoFlex activado permite a cada persona, o “NXer” elegir desde dónde y cómo gestionar su agenda de todos los días. Las personas pueden optar por un esquema full remoto desde cualquier parte del país, ir a la oficina o combinar la modalidad que mejor se adapta a sus necesidades. Esta rutina permite lograr un mayor equilibrio entre la vida personal y laboral, con la flexibilidad que cada persona requiere. Además, el beneficio Work From Anywhere, permite trabajar desde cualquier lugar del mundo por un período de 90 días.

Las personas tienen total autonomía para organizar su plan de trabajo, siguiendo una actitud Be Leader. En conversación con su equipo, gestionan sus momentos de conexión simultánea y sus días libres. Buscamos impulsar el liderazgo en cada persona, para que puedan tomar decisiones de manera más horizontal y gestionar las acciones que crean necesarias para aportar realmente en la vida de las personas que usan nuestros productos y servicios.

Compartir está en nuestra esencia. Por eso buscamos resignificar momentos en la presencialidad: encontrarnos en nuestras oficinas en Córdoba y en Buenos Aires, en cualquiera de nuestras sucursales, o en espacios donde prima la naturaleza.

Cuanto más poderosas sean las conexiones de nuestros equipos, mayor sinergia podemos lograr para trabajar por la inclusión y educación financiera de millones de personas.

**Celebramos y potenciamos todo lo que nos hace diferentes. Nos gusta pasarla bien, celebrar cada logro y rockearla en equipo.**





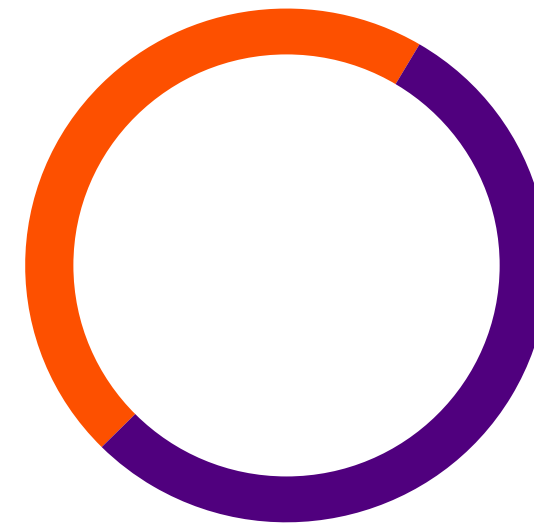
**“¿QUÉ ELIGE Y PRIORIZA  
EL MEJOR TALENTO?  
LA POSIBILIDAD DE  
IMPACTAR, EL TRABAJO CON  
SENTIDO, LOS DESAFÍOS  
Y APRENDIZAJES, Y LA  
SEGURIDAD PSICOLÓGICA”.**

**Erica Reynoso**  
Chief People Officer



## NXers protagonistas

**2905**  
**PERSONAS**  
personas trabajan en  
Naranja X



**54%**  
**EQUIPOS DE RED**  
Atención al cliente

**46%**  
**EQUIPOS DE ÁREAS INTERNAS**  
Servicios de apoyo

### Distribución por tipo contrato laboral

**2905**  
**PERMANENTE**

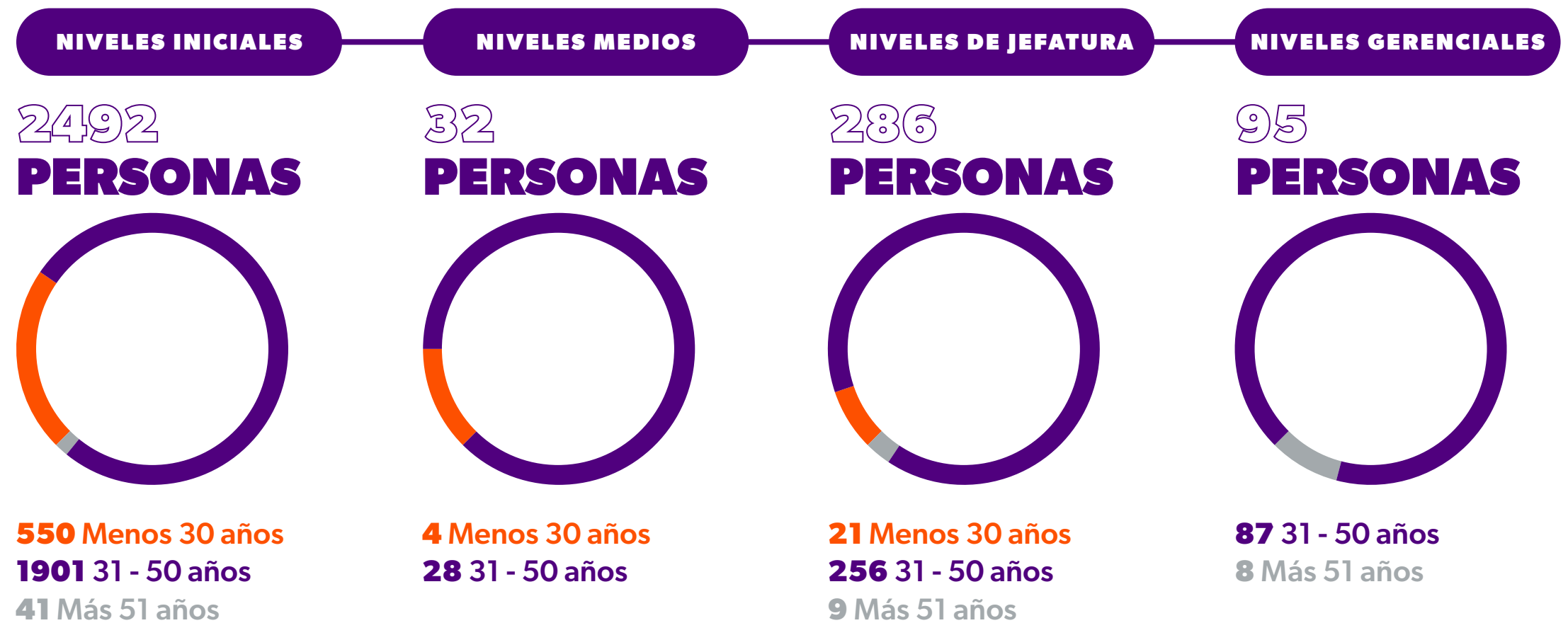
**3**  
**TEMPORAL**

### Distribución por tipo de jornada laboral

**2415**  
**COMPLETA**

**493**  
**MEDIA**

### Distribución por cargo y edad



## Un excelente lugar para trabajar

Buscamos que cada persona que se suma y es parte de nuestro equipo conecte con el propósito de la compañía: ser protagonistas de la inclusión y la educación financiera en la Argentina. Impulsamos el crecimiento de nuestros talentos y los dejamos fluir para que desarrollen todo su potencial. El bienestar de las más de 2900 personas que hacemos posible Naranja X es lo primero. Por eso, creamos uno de los mejores ambientes de trabajo de la Argentina.

**Conexión con nuestro propósito: una característica clave que buscamos en quienes se suman a nuestros equipos.**

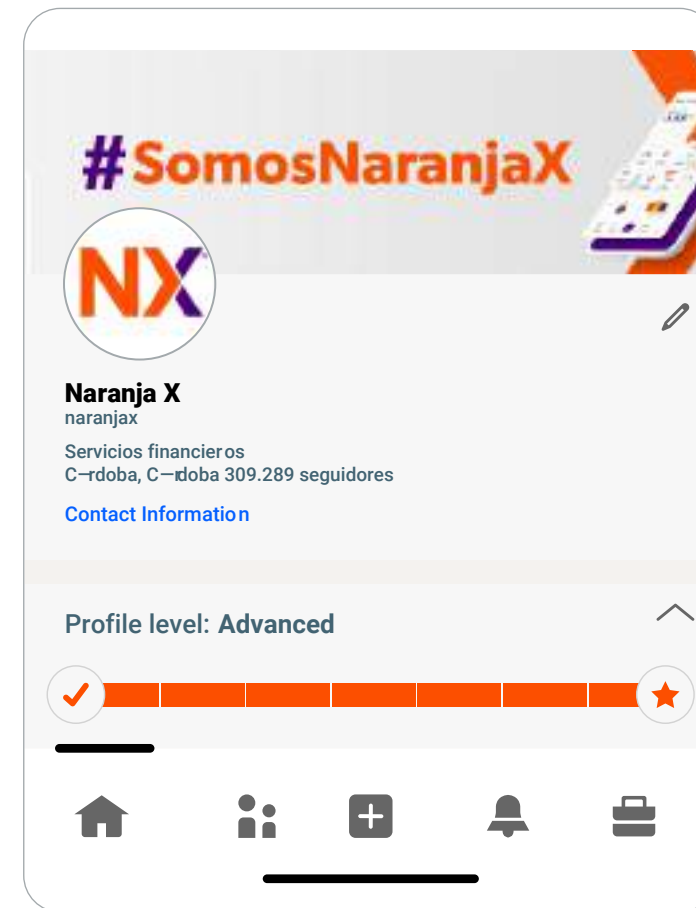
En nuestros procesos de selección, buscamos conectar con personas que vibren con el propósito de nuestra compañía: promover más inclusión y educación financiera en el país.

En 2021 reforzamos la comunicación de oportunidades laborales con el relanzamiento de Naranja X en LinkedIn y centralizamos las búsquedas en ese canal, principal impulsor de nuestra marca empleadora.

Para mejorar nuestros procesos de búsqueda generamos un espacio de formación "Hiring Managers" para que referentes de nuestros equipos cuenten con herramientas concretas a la hora de potenciar búsquedas de talentos para sus equipos. Además contamos con un Programa de Referidos interno que brinda la posibilidad a nuestros equipos de sugerir a una persona para trabajar en Naranja X, con un premio incentivo si la persona es contratada, que se otorga a través de nuestra app. En tan solo 4 meses alcanzamos 571 referencias.

**Lanzamos el programa Oportunidades Internas con el objetivo de hacer más flexibles, ágiles y democráticos nuestros procesos de movilidad interna.**

Abrimos todas nuestras búsquedas a las personas que trabajan en Naranja X para que puedan aplicar a las vacantes según sus capacidades, intereses y expectativas de carrera. Logramos cubrir 44 puestos a través de procesos de movilidad interna. A su vez, el feedback recibido de los referentes y equipos de la organización fue muy positivo.



300.000  
**PERSONAS**  
seguidoras

LINKEDIN

571  
**PERSONAS**  
referidas internas

43%  
**EFFECTIVIDAD**  
Cobertura de  
vacantes internas



**“ESTAMOS EN EL  
LUGAR INDICADO  
PARA HACER UN  
CAMBIO E IMPACTAR  
EN LA VIDA DE  
MILLONES DE  
PERSONAS”.**

**Fabrizio Ladjjet**  
Head of Product



Les damos la bienvenida a Naranja X

En septiembre de 2021 renovamos nuestro Onboarding con un único proceso de ingreso para toda la compañía, de modalidad virtual. La nueva propuesta promueve un camino de aprendizaje donde quien ingresa puede vivir y conocer la cultura desde su primer contacto, y ser protagonista en la búsqueda de aquello que necesita conocer, aprender y desarrollar. En este recorrido, la personas cuenta con la figura de “buddy” asignado por el líder de su equipo que lo acompaña a transitar sus primeras semanas dentro de la compañía.

Proponemos una agenda para acompañar a las personas durante la primera semana de trabajo que incluye temas vinculados al negocio, el acceso a las herramientas de trabajo y los principales procesos en los que interactúa con People. La persona ingresante recorre desde su primer día dos momentos sincrónicos junto a pares y un facilitador de aprendizaje. El resto de la propuesta se apoya en nuestra herramienta de e-learning. Al final de su primera semana, conversamos con cada ingresante para evaluar cómo vivió la experiencia.

Contamos con un kit de onboarding que incluye, además de la notebook, todos los recursos necesarios para hacer confortable el día a día: silla ergonómica, mouse pad, elevamonitor y botiquín de primeros auxilios. Además, desde el primer día, cuentan con prepaga y asesoramiento impositivo.

Además, en 2021 estrenamos un proceso de Onboarding específico para líderes, tanto para promociones internas como para nuevos ingresos. Las personas líderes junto a coaches participan de encuentros para trabajar aspectos de cultura y propósito, rol de liderazgo y autoconocimiento, para generar un mapa de desafíos que guíe su desarrollo futuro.

9,4  
**PUNTOS Y  
COMENTARIOS**  
promotores en encuesta  
de pulso NPS

29  
**NUEVOS LÍDERES**  
participaron del proceso  
de Onboarding

Acompañamos a quienes trabajan en Naranja X en todas sus instancias de transición laboral. Por eso, también contamos con un proceso de offboarding con una guía de pasos a seguir e información de importancia para facilitar la comprensión del proceso y disminuir la incertidumbre. Acompañamos a las personas con cobertura de prepaga a cargo de Naranja X, hasta 12 meses según antigüedad y puesto.

Nuevas contrataciones y egresos

Ingresos por edad

179  
**PERSONAS**  
- 30 años

146  
**PERSONAS**  
31 a 50 años

5  
**PERSONAS**  
+ 51 años

Ingresos por cargo

282  
**PERSONAS**  
Niveles iniciales

30  
**PERSONAS**  
Niveles de Jefatura

18  
**PERSONAS**  
Niveles Gerenciales

Egresos por edad

30  
**PERSONAS**  
- 30 años

12  
**PERSONAS**  
31 a 50 años

15  
**PERSONAS**  
+ 51 años

## Comunicación y diálogo con los equipos de trabajo

En 2021 evolucionamos hacia una nueva modalidad de trabajo híbrido, con foco en la comunicación virtual. Nuestros esfuerzos estuvieron puestos en que cada persona haga un uso responsable de las herramientas de comunicación con las que contamos:

### GSuite

Mails y videollamadas. Contamos con Flash News, un correo que se envía todos los días con un resumen de los principales posts de Workplace.

### Workplace

Red social interna. Contamos con el grupo Comunicaciones donde publicamos las novedades más relevantes. Además, hay grupos de interés optativos: Programa de Referidos, Experiencia X para conocer beneficios y licencias, Innovación Social, etc.

### Slack

Herramienta de conversación instantánea. Impulsamos conversaciones 1:1, grupos o canales abiertos o privados.

Promovemos una comunicación abierta, cercana y transparente. Durante 2021, uno de nuestros principales focos de comunicación fue consolidar la integración de los equipos de Naranja y Naranja X en uno. Y, por supuesto, transmitir la visión de la empresa que logró lanzar una marca, una cuenta y una app.

Durante el año, implementamos una serie de streamings vía Workplace, que llamamos “Momento Go”, donde referentes internos de distintas temáticas contaron avances, resultados y desafíos. Al terminar cada streaming, publicamos un resumen con lo más destacado de cada transmisión. Además, contamos con “Open Spaces”, para aquellas novedades que requirieron más profundidad.

**Todas las comunicaciones estuvieron atravesadas por la intención de conectar a los equipos con nuestro propósito de ser protagonistas de la inclusión y educación financiera en la región.**

6  
**MOMENTOS GO**

3  
**OPEN SPACES**

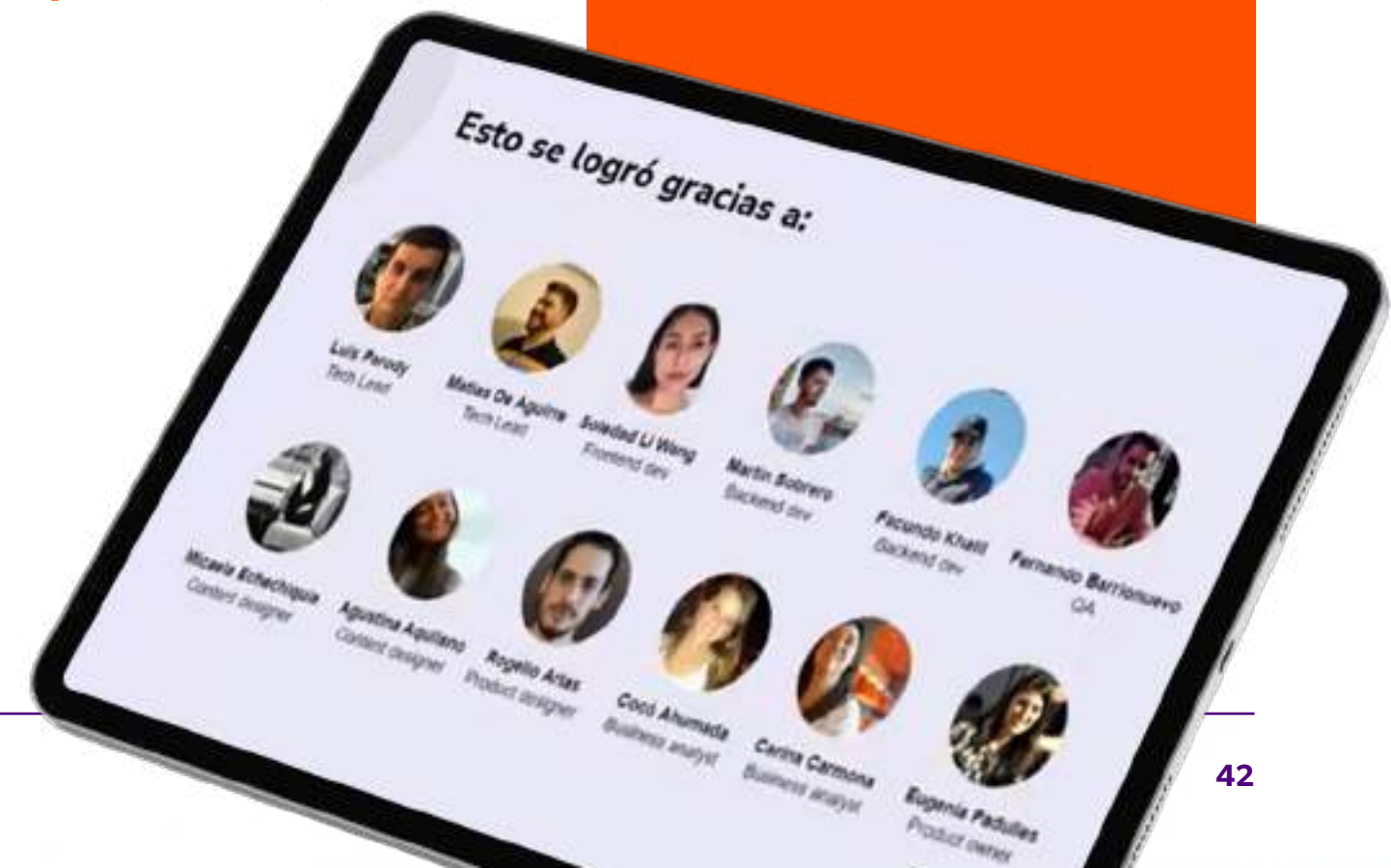
16  
**SPEAKERS**

500  
**PERSONAS**  
espectadores en vivo  
(promedio por encuentro)

### PUXIT

Es un espacio de encuentro quincenal, donde los equipos de Producto, UX y IT y otros equipos de acuerdo a las necesidades de agenda, se reúnen a conversar.

**El foco es facilitar la coordinación entre todos los equipos y que cada participante tenga claridad sobre el estado de los distintos productos que tenemos y sus actualizaciones.**





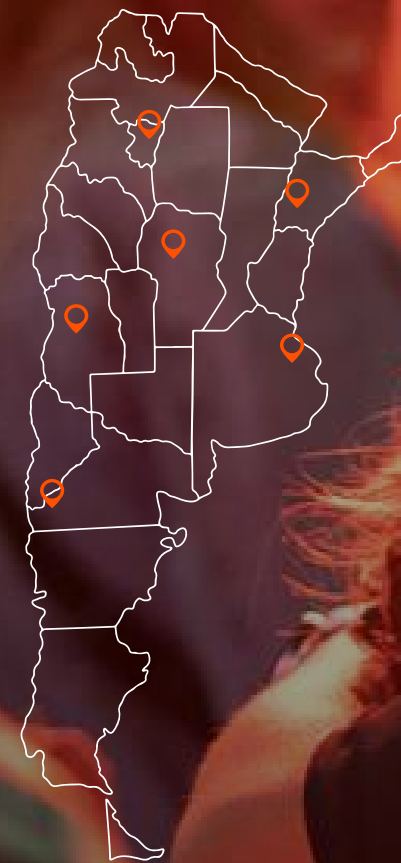
La Clap! 2021 fue una celebración distinta y disruptiva. Fue un evento 100% híbrido con 2 modalidades en donde cada persona fue protagonista de elegir cómo quería vivirla: presencial, en alguno de los seis puntos del país: Córdoba, Buenos Aires, Tucumán, Corrientes, Mendoza o Bariloche; o virtual. Esta modalidad híbrida y la conexión en distintas localidades del país en simultáneo estuvo a la altura de eventos mundiales y fue un hito, no solo para Naranja X, sino en el mundo de las empresas.

En total, 2705 personas vibraron al unísono en todo el país para aplaudir nuestros logros. El 87% de esas personas asistieron de manera presencial a alguno de los puntos. Esto, sumado a la valoración que tuvo reencontrarnos de manera presencial, nos indica que fue un gran acierto la apuesta por el formato.

Más de 80 personas trabajaron a full para hacer posible este encuentro. Nos organizamos por equipos, porque solo así es posible: Coordinación general; Comunicación y experiencias; Sustentabilidad; Seguridad de la información; Logística y seguridad; Compras; Desafío Historias con Impacto; Referentes zonales; Influencers internos; y Marketing. Además, contratamos más de 50 proveedores de transporte, hotelería, salón, catering, gestión de residuos, producción de eventos, filmación, streaming, medición y gestión de huella de carbono y seguridad.

**Sabemos lo importante que es encontrarnos cara a cara. Pero también sabemos que ese movimiento generó una huella de carbono. Por eso, priorizamos ser muy eficientes en la logística, evitar al máximo el uso de materiales descartables y gestionar la recolección de residuos de manera diferenciada. Además, medimos la huella de todo el evento y la compensamos junto a Banco de Bosques.**

**Leé más sobre la huella de carbono en el capítulo de Planeta**



**2705  
PARTICIPANTES**

**16  
SPEAKERS**  
en discurso de apertura

**6  
PUNTOS  
DEL PAÍS**



# Bienestar de nuestros EQUIPOS

Trabajamos para crear uno de los mejores lugares para trabajar de la Argentina, una compañía que ubica a las personas en el centro de todas sus decisiones. En 2021, se renovó la propuesta de valor para quienes trabajan en Naranja X y favorecer la atracción y la retención de talento. Se fortalecieron beneficios relacionados a familia y tiempo libre, y estrenamos una nueva página interna para comunicar y centralizar la información.

## Nuevos beneficios

- Gastos de conexión para equipos de áreas internas.
- Snack a domicilio para equipos en home office.
- Gympass: acceso a más de 700 gimnasios en todo el país con un precio diferencial.
- Pausa activa: sesiones virtuales sin costo de estiramientos y movilidad.
- Días Naranja X: 5 días libres para personas con hasta 5 años de antigüedad.
- Prepaga para grupo familiar desde el ingreso a la compañía.
- Campaña de vacunación antigripal.
- Seguro de vida para personal dentro y fuera de convenio.



## Modo Flex

**Lanzamos una propuesta de esquema flexible denominado Modo Flex, donde cada persona puede elegir cómo combinar el trabajo remoto con la presencialidad, y poder ir a las oficinas de forma segura y responsable.**

Este beneficio consiste en que no hay días fijos de oficina, cada equipo es dueño de su agenda y elige la combinación que le resulte mejor, desde cualquier lugar de la Argentina. Para NXers que trabajan de manera presencial, acompañando a nuestros clientes desde las sucursales, este beneficio se adapta para que cuenten con hasta dos días de home office. Por otro lado, impulsamos el esquema "Work from Anywhere", donde cada persona puede teletrabajar desde cualquier lugar del mundo, por hasta un mes.





# Amistad con IMPACTO

En alianza con la Asociación Civil Sumatoria, reversionamos el ritual de celebración interna de Naranja X por el día de la amistad, para sumar y generar una experiencia de triple impacto.

CONOCÉ MÁS EN COMUNIDAD

60%  
DE NXERS  
concretó la inversión

98  
PROYECTOS  
apoyados

40% de la inversión que no fue activada por NXers se destinó a potenciar la plataforma de Sumatoria para escalar su impacto en términos de proyectos, instituciones aliadas de microfinanzas, divulgación sobre inclusión financiera y desarrollo tecnológico.

\$4,5  
MILLONES

invertidos en la iniciativa

Cada persona del equipo accedió a un monto equivalente a un regalo corporativo y pudo invertir en un proyecto de la plataforma de financiamiento colectivo de Sumatoria. Con ese dinero, se impulsaron proyectos de microemprendedores, cooperativas y grupos asociativos de distintos puntos del país.

Por esta iniciativa ganamos el Premio Oro Obrar Federal en la categoría de Campaña de Comunicación Interna y Sustentabilidad.

VER GANADORES



## Salud y seguridad de las personas

Naranja X cuenta con un área de Seguridad y Salud Ocupacional (SySO) encargada de gestionar la seguridad laboral, electrónica y física. Su misión es brindar servicios y soluciones integrales para la protección de las personas y los bienes de la organización, adaptadas a las necesidades de la compañía, con el fin de crear espacios seguros a partir de soluciones simples apoyadas en nuevas herramientas tecnológicas. Sus tres focos de trabajo son:

### Seguridad laboral

Contamos con un servicio de Seguridad y Salud Ocupacional que realiza auditorías y simulacros de las sucursales comerciales y edificios operativos. Además, contamos con un servicio de medicina laboral que brinda soporte y asesoramiento sobre enfermedades profesionales, accidentes y ergonomía en puestos de trabajo.

### Seguridad electrónica

Tiene a su cargo el monitoreo en tiempo real de los eventos originados en los sistemas de detección de incendio y alarma de nuestras sucursales y edificios operativos. Brindan soporte a áreas internas como recaudaciones, seguridad informática o legales.

### Seguridad física

Aseguran la cobertura de guardias privados o policías en todas las sucursales y edificios operativos. Dan soporte a los procesos de recaudación de valores, obras, mantenimiento y sistemas.

Todos los años se realiza un análisis de riesgo teniendo en cuenta las condiciones del ambiente de trabajo y la actividad desarrollada en las sucursales y edificios operativos, para definir medidas preventivas que promuevan lugares de trabajo seguros. Además, de manera anual, realizamos auditorías de seguridad para detectar actos y condiciones inseguras. A partir de sus resultados armamos planes de acción que priorizamos en función del nivel de riesgo. Por último, trabajamos interdisciplinariamente con las áreas involucradas para mitigar esos riesgos.

Ante una situación de crisis o peligro relacionadas con la seguridad, el área de SySO activa un circuito interno de comunicación para brindar soporte e indicar las acciones a seguir, teniendo en cuenta los diferentes procedimientos de actuación.

98%  
**SATISFACCIÓN**  
de servicios de SySO  
por parte de equipos de trabajo  
+1p vs 2020

100%  
**PERSONAS**  
alcanzadas por la gestión de  
la salud y seguridad ocupacional



### Capacitación en salud y seguridad

Diseñamos un Programa de Capacitaciones Obligatorias (PCO) en conjunto con las áreas de Compliance, Lavado de activos y Seguridad de la información. En la capacitación de seguridad y salud ocupacional se incorporó contenido de teletrabajo y actualización sobre el COVID-19. Los principales temas abordados fueron primeros auxilios, ergonomía, RCP, maniobra de Heimlich, incendio y evacuación, riesgo en oficinas y educación vial. A partir del año 2021, el PCO forma parte de la evaluación anual de desempeño, ya que los cuatro módulos que incluye son indispensables para el éxito del negocio.

### Nos seguimos cuidando

Brindamos servicios de atención médica remota para NXers y sus familias en caso de contagio de COVID-19 con el seguimiento de cada caso por médicos especialistas. Además, el área de Seguridad y Salud Ocupacional actualizó los protocolos de prevención para sucursales y áreas internas y confeccionó estadísticas de casos confirmados. Mantuvimos el negocio en marcha con estos recaudos:

- Línea de consultas por COVID atendida por la consultora de medicina integral de salud.
- Entrega de elementos de protección individuales como barbijos, máscaras y gafas, elementos de protección colectivos como mamparas acrílicas y alfombras sanitarias.
- Reuniones con líderes de sucursales para reforzar protocolos.
- Adecuación y señalización de puestos de trabajo en áreas internas para el retorno progresivo a la presencialidad de los equipos.
- Contratación de personal adicional para el control de filas afuera de sucursales comerciales.

### Indicadores de salud y seguridad

-20%  
VS 2020

#### Índice de siniestralidad

	Total
Número de lesiones por accidente laboral	7
Número de muertes por accidente laboral	0
Tasa de fallecimientos resultantes de una lesión por accidente laboral	0
Número de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	0
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos)	41,8
Número de lesiones por accidente laboral registrables	103
Tasa de lesiones por accidente laboral registrables	42
Número de fallecimientos resultantes de una dolencia o enfermedad laboral	1
Número de casos de dolencias y enfermedades laborales registrables	103

4.832.208  
HORAS  
TRABAJADAS  
utilizadas para el cálculo

Tasa de ausentismo/días perdidos	Total
Córdoba Capital	2
Centro	9
Región Oro	6
Región INBA	11
AMBA I	9
AMBA II	17
NEA	7
NOA	7
Patagonia	6
Cuyo	4



**“LA PLURALIDAD  
DE MIRADAS NOS  
PERMITE CRECER,  
APRENDER Y SEGUIR  
CONSTRUYENDO UNA  
SOCIEDAD CADA VEZ  
MÁS INCLUSIVA”.**

**Vanina Armesto**

Head of Talent Acquisition y Tech People BP



# Diversidad e INCLUSIÓN

Promovemos un espacio de trabajo seguro y diverso, donde todas las personas se sientan cómodas siendo auténticas e impulsando sus ideas. Impulsamos activamente que todas nuestras búsquedas y propuestas de desarrollo sean justas, equitativas y abiertas para personas con y sin discapacidad, de cualquier género, orientación sexual, identidad de género, nacionalidad, religión o edad.

Trabajamos para que nuestros productos, servicios y experiencias sean accesibles para todas las personas y las ayuden a simplificar la gestión de sus finanzas con equipos conformados por diversidad de personas, capacitaciones y asesorías específicas en temas de diversidad de género; LGBTQ+, discapacidad, y comunicación y marketing con perspectiva inclusiva.

**En 2020 fuimos la primera empresa en medir cómo estamos y descubrir oportunidades en temas de Diversidad con la implementación del Diagnóstico 10 Diversidades®, junto a Bridge The Gap. Y en 2021, en base a sus resultados impulsamos una serie de iniciativas para co-crear una cultura que celebra, respeta y potencia la diversidad. El equipo interdisciplinario de diversidad está formado por referentes de People, Marketing, Innovación Social y Marca Empleadora y trabaja transversalmente con áreas de toda la empresa.**

Los ejes de trabajo fueron: Mundo del trabajo, Experiencia de clientes y Comunicación y marketing con perspectiva de diversidad.



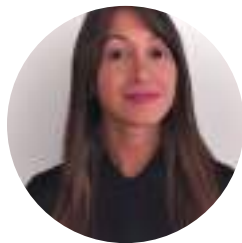
## Mundo del trabajo

### Atracción de talento

Trabajamos en atraer talento y miradas diversas; en acercar oportunidades a comunidades que no siempre están representadas en el mundo del trabajo. Con este foco, nos aliamos a las organizaciones Trans Argentinx y Contratá Trans para que nuestra Academia IT se convierta en la puerta de entrada de sus comunidades a nuestros equipos. La Academia IT es un programa de formación intensiva en tecnologías de última generación de la industria. A través de estas alianzas, personas de la comunidad trans se sumaron al equipo y, además, se impulsó un movimiento para ajustar algunos procesos internos de onboarding para asegurar una experiencia cómoda y segura para todas las personas.

Potenciamos el desarrollo de más mujeres en la comunidad IT, a través de un proceso de comunicación de búsquedas que impulsa su rol de protagonistas. Promovemos programas y capacitación de tecnología con representatividad femenina; como las TechTalk, Podcast X y Academia IT; porque sabemos que se necesita dar visibilidad para romper estereotipos y acercar propuestas laborales a cada vez más mujeres. Además, apoyamos programas y capacitaciones de otras organizaciones con foco en género, como el MetCamp Data Science, de Mujeres en Tecnología.

26%  
**PUESTOS DE IT**  
ocupados por mujeres



**“Es crucial para lograr la igualdad en las próximas generaciones que nos involucremos hoy, en el presente, para que el día de mañana tengan referentes femeninos y puedan plantearse una opción profesional sin pensar en barreras de género en el ámbito científico y tecnológico.”**

María Belén Camandone



**“Promover diversidad en el ecosistema tech permite no solo erradicar las desigualdades de género, si no también encaminarse a generar soluciones tecnológicas con perspectiva de género. La capacitación fue dictada por mujeres, buscando visibilizar las profesionales referentes en la temática y deconstruir los estereotipos presentes en la industria.”**

Soledad Salas, fundadora de Mujeres en Tecnología

### Programa de inclusión laboral de personas con discapacidad

El programa se lanzó en 2012, con el objetivo de promover un mercado laboral diverso e inclusivo, donde las personas con discapacidad tengan igualdad de oportunidades.

A través de este programa, en Naranja X generamos primeras experiencias laborales donde las personas con discapacidad tienen la oportunidad de desarrollar y poner en práctica habilidades y por otro lado, nuestros equipos internos, de ampliar su mirada. Durante toda la experiencia, nuestro equipo da acompañamiento permanente a personas con discapacidad y a distintos equipos y líderes, con el fin de poder hacer las adaptaciones de puestos y ajustes razonables que sean necesarios y garantizar la accesibilidad. Además, implementa talleres de concientización para los equipos en los cuales ingresa una persona con discapacidad y gestiona alianzas estratégicas a nivel nacional y local.

Durante 2021 se revisó el programa para alinearlos a los cambios en el negocio y en el contexto nacional. Estas revisiones lograron dar mayor escala al programa, al retirar del área de Sustentabilidad la responsabilidad del pago de un porcentaje mensual de honorarios. De esta manera, logramos siete nuevos ingresos de personas con discapacidad enmarcadas en el programa nacional “Acciones de entrenamiento para el trabajo”.

15  
**PERSONAS**  
con discapacidad trabajan  
actualmente en Naranja X,  
a través del Programa de Inclusión





## Sensibilización y concientización de nuestros equipos

Impulsamos capacitaciones a nuestros equipos internos que nos ayuden a alcanzar nuestro propósito y a seguir impulsando un espacio de trabajo diverso, inclusivo y con respeto entre todas las personas.

### Género

Para el Día de las Mujeres realizamos una capacitación abierta a toda la empresa, junto a Cintia Gonzalez Oviedo, CEO de Bridge The Gap, en la que repasamos el contexto histórico de la fecha, la necesidad de impulsar cambios en el trabajo y en el hogar, y la concientización sobre el rol de la mujer en la sociedad.

**715**  
**PARTICIPANTES**

### Diversidad LGBTQ+

Brindamos talleres de sensibilización sobre diversidad de género y orientación sexual, para acompañar a nuestros equipos a promover espacios seguros para que todas las personas se sientan cómodas y puedan ser auténticas en el trabajo. Los talleres los dio Nacho Di Rosa, Project Manager de Diversidad en Naranja X, Psicólogo, Sexólogo, Director de Trans Argentinx y co-fundador de Espacio Vincular.

**10**  
**TALLERES**

**+450**  
**PARTICIPANTES**  
con roles estratégicos

**98%**  
**PARTICIPANTES**  
dijeron que les gustó mucho  
o les encantó el taller

### Personas con discapacidad

Implementamos talleres prácticos para quienes recibieron en sus equipos a personas que ingresaron a través del Programa de Inclusión de Personas con Discapacidad. En los talleres se buscó derribar mitos, miedos y generar un espacio seguro de conversación sobre la discapacidad, y cómo bajar barreras. También se realizó un taller para equipos de atracción de talento, para orientarlos en la búsqueda y procesos de selección de personas con discapacidad. Fueron dictados por Maria Belén Pagliano, psicóloga clínica, consultora en Inclusión y Discapacidad y parte del equipo de la Fundación Robert y Rosine Lefort.

**9**  
**TALLERES**

**85**  
**PERSONAS**  
participantes



### Propuesta de valor con perspectiva de género

En 2021 extendimos la licencia por adopción de 30 a 60 días. Además, sumamos el beneficio para las personas gestantes de disfrutar de un cuarto mes de licencia, cobrando la totalidad de su sueldo.

Por último, ampliamos el alcance para las personas no gestantes de la licencia extendida por nacimiento múltiple o por tener un bebé en NEO. La licencia por nacimiento múltiple contempla 1 mes de licencia adicional y la licencia por tener un bebé en NEO, hasta 30 días, según la cantidad de días de internación.

**121**  
**PERSONAS**  
hicieron uso efectivo  
de su licencia  
por maternidad/nacimiento



**89**  
**PERSONAS**

regresaron al trabajo durante el año  
de reporte luego de su licencia por  
maternidad/nacimiento

**70%**  
**TASA**

Regreso al trabajo  
Mujeres

**99%**  
**MUJERES**  
(113/114) que tomaron licencia  
permanecieron trabajando  
en Naranja X  
12 meses después de su regreso.

**86%**  
**TASA**

Regreso al trabajo  
Varones

**83%**  
**VARONES**  
(49/59) que tomaron licencia  
permanecieron trabajando  
en Naranja X  
12 meses después de su regreso.

## Experiencia de clientes

### Red de embajadoras en canales de atención

Desde nuestras sucursales distribuidas por todo el país, se sumaron a la red de Embajadores de la Diversidad 83 personas que trabajan en atención al cliente. El objetivo fue ganar más herramientas y conceptos para mejorar la atención de cada cliente, con perspectiva de diversidad. La red ya participó de talleres de Diversidad LGBTQ+ y en 2022 se seguirá incursionando en otras temáticas.



## PERSONAS EMBAJADORAS de la diversidad

## Comunicación y marketing con perspectiva de diversidad

### Brandbook rediseñado

A partir del rebranding de Naranja a Naranja X y, como parte de los aprendizajes del diagnóstico de Bridge The Gap sobre comunicación con perspectiva de diversidad, integramos nuevos criterios a nuestro brandbook y nuestras comunicaciones. El brandbook es una herramienta clave de la marca, donde alineamos cómo hablamos y nos pronunciamos desde distintos canales, y que sirve de base para todos los equipos que generan contenidos de comunicación en la compañía. Algunas de las innovaciones fueron:

- Apartado específico de lenguaje integrador y no sexista.
- Nuevo set de ilustraciones, con una variedad enorme de personas, colores de piel, que desafían los estereotipos de género.
- Trabajamos ciertos ejes temáticos o efemérides, como para el día de la mujer o el día del orgullo, en equipos interdisciplinarios, para integrar distintas miradas y mantener la voz de la empresa alineada.
- Uso de imágenes: buscamos desafiar estereotipos de género y mostrar distintos tipos de cuerpos y parejas.

### Capacitación de Diversidad a equipos de marketing

Más de 30 personas de nuestros equipos, que crean contenidos de comunicación, se capacitaron sobre diversidad en la comunicación, talleres sobre diversidad LGBTQ, equidad de género, etc, junto a expertos en el tema como Ignacio Di Rosa o la Red de Empresas por la Diversidad, de la Universidad Torcuato Di Tella.

### Comunicación de efemérides

Como parte de nuestro compromiso con la diversidad y la inclusión, generamos contenidos de concientización que impulsamos en nuestra comunicación interna y externa.





# Formación y promoción del TALENTO

En 2021 vivimos una transformación en la organización, tanto de nombre, como identidad, propósito y misión. En este contexto, el aprendizaje se transformó en uno de los motores para impulsar el cambio. La estrategia de capacitación estuvo orientada en impulsar la cultura, construir liderazgo y formar a nuestros talentos.

Todos nuestros dispositivos de aprendizaje se implementaron en las plataformas e-learning disponibles en Naranja X: Espacio N, Udem y Campus Galicia. Su principal objetivo es impulsar el aprendizaje protagonista, en el que cada persona pueda elegir sus propias formas de aprendizaje de acuerdo a sus deseos, necesidades y contenidos requeridos por su rol. Dentro de cada plataforma, los equipos se encuentran con una amplia oferta de formación: webinars, simulaciones interactivas, clases de expertos, entre otras.

50  
**ACCIONES**  
de formación  
virtuales y presenciales

7 **HORAS**  
de capacitación promedio por persona



## Plataformas de e-learning

### Espacio N

Plataforma propia y customizada a medida de Naranja X, con cursos sobre productos, negocio y cultura. Dentro de la plataforma, Makers sigue siendo la modalidad colaborativa de aprendizaje elegida para continuar perfeccionando en prácticas de atención por parte del público de la red comercial, principales productores y consumidores de este formato.

40  
**CURSOS**  
online

70%  
**CONTENIDOS**  
fueron generados por  
personas de la red comercial

23%  
**GENERADOS**  
por personas del equipo  
de People

7%  
**GENERADOS**  
por una colaboradora Tech

### Campus Galicia

Impulsamos el curso de la Academia Data y Analytics (D&A) para traccionar una cultura data driven. Si bien cada NXer elige su cursada y organiza sus tiempos de aprendizaje, desde el área de Talent promovemos en una primera etapa los cursos sobre productos, marketing y UX research. En 2021 logramos avances en el cursado de los dos niveles habilitados: Starter, con 239 asistentes y Growth con 61 asistentes, con un total de 200 personas certificadas.

### Udemy

Plataforma contratada para acompañar los desafíos de upskilling y reskilling técnico de nuestros equipos. Durante 2021 adquirimos 662 licencias distribuidas entre las personas que trabajan en Naranja X. Quienes más utilizan esta plataforma son perfiles Tech y Hightech, con acceso a la cuenta individual de Udemy Business.

+2000  
**HORAS**  
de estudio en la plataforma

## BE LEADER

Esta experiencia de aprendizaje tuvo el objetivo de potenciar nuestra actitud de liderazgo e impulsar cambios que aporten valor a todas las personas que hacemos Naranja X: equipos, centros de contacto e integrantes de la cadena de suministro.

Se desarrolló en tres eventos sincrónicos con una duración de seis horas cada uno, que dieron inicio a un viaje de 100 días, en los que cada persona fue parte de un equipo y contó con un guía. Conformados de manera heterogénea, cada equipo fue protagonista de sostener el impulso para tomar acción y potenciar su liderazgo.

Complementaron el recorrido clínicas abiertas y de participación voluntaria todos las semanas, y para quienes ingresaron durante o después de los eventos sincrónicos, se desarrolló un espacio de e-learning asincrónico para que puedan ser parte también de la experiencia Be Leader.

3400  
**PERSONAS**  
alcance del programa

## Transformar la red de sucursales

En el contexto de pandemia, rediseñamos los procesos de aprendizaje, tanto su adaptación a la virtualidad como a la realidad de cada persona. En este marco impulsamos la estrategia de transformación de la red de sucursales con foco en la gestión del cambio de estructura en las redes comerciales: una persona líder con dos o tres sucursales a cargo según la plaza comercial.

Evolucionamos los dictados presenciales del programa, que implicaban viajes de personas facilitadoras y consultoras por todo el país, al formato virtual con el desafío de captar atención, brindar mensajes claros y acceso a plataformas de streaming. Además, nos propusimos el objetivo de acortar los tiempos de implementación de esta evolución. ¡Y lo logramos antes de la meta! En septiembre de 2021 desplegamos el programa en las 13 gerencias, estimado para finalizar en 2022.

Optimizamos los espacios on-line con talleres de consultoras y workshops de práctica de atención y refuerzo del uso de las apps de sucursales. Además, diseñamos un contenido específico para líderes de la red con herramientas, para gestionar el cambio y diseñar espacios de comunidad. También, impulsamos momentos destinados a la gerencia para calibrar y nivelar sus aptitudes.

Conectamos nuestro propósito con cada cliente que nos visita. Profesionalizamos el asesoramiento que brindamos a las personas que se acercan a las sucursales con programas de mejora de habilidades basados en el aprendizaje en finanzas de 200 personas de nuestros equipos. Así, podemos ofrecer a cada vez más personas manejar mejor su dinero, tomar buenas decisiones y potenciar sus finanzas.

# Evaluación de DESEMPEÑO

## Impulsados por el proceso de evolución de marca, en 2021 diseñamos un modelo de transición para evaluar el desempeño de nuestros equipos.

Este nuevo modelo consiste en un ciclo anual con una etapa de revisión semestral, a excepción de la red comercial, que realiza monitoreos por trimestre. Incluye la conformación y evaluación de objetivos orientados a resultados y alineados a indicadores de desempeño organizacionales, además de la evaluación de comportamientos, sintetizados en sentencias guía, y del equipo de liderazgo.

Hicimos foco en el feedback de nuestros equipos. A partir de un análisis de las acciones que impulsamos en la organización desde 2018, se concluyó la necesidad de mantener conversaciones orientadas a resultados, desarrollo y bienestar de los equipos.

Además, sumamos el feedback como una instancia clave de nuestro plan de cultura y el proceso de onboarding. Es así cómo nos propusimos impulsar las conversaciones de revisión, acompañadas con lineamientos para gestionar feedback, autoreflexionar sobre el desarrollo de los comportamientos, organizar la conversación, delinear acciones posteriores para su plan de desarrollo, entre otras prácticas.

Evolucionamos el modelo de gestión para la gerencia de la red comercial con los objetivos de alinear el esquema de desempeño en toda la red y acompañar con un nuevo esquema de incentivos el nuevo rol de gerencia. El modelo incorpora objetivos individuales y grupales basados en indicadores comerciales.

100% PERSONAS alcanzadas por la evaluación de desempeño

## ¿Cómo estamos? Encuesta de clima

Transformamos nuestra herramienta de medición de clima, 1 Click a Impacto X, que implementamos cuatro veces al año, una al final de cada trimestre. Este momento se eligió porque coincide con la evaluación de resultados y la definición de nuevos objetivos para los equipos, promoviendo una mirada integrada entre las personas y el negocio. Las mediciones se realizan a través de una encuesta interna online, en la que participan todas las personas. Incluyen preguntas sobre gestión de equipos y gestión organizacional. Al finalizar la encuesta, los resultados se publican en nuestra plataforma online, con acceso público para todas las personas de la organización.

Con el objetivo de acercar a las personas a esta herramienta y que puedan contar con criterios para interpretar los resultados de cada encuesta, realizamos talleres de gestión de equipos. Estos espacios impulsaron una metodología para gestionar el bienestar de cada persona y definir un objetivo por trimestre. Además, realizamos talleres orientados a instalar conversaciones frecuentes y transparentes, sobre estas temáticas. A su vez, se acompañó de manera personalizada a cada audiencia, con talleres y actividades orientadas a fortalecer vínculos de confianza, consolidar equipos y diversas temáticas referidas a los ejes de gestión de alto impacto.

IMPACTO X	Cantidad de participantes	% participantes	Engagement (Percepción general)
Marzo	2797	88%	85%
Junio	2694	90%	85%
Octubre	2570	85%	87%
Diciembre	2722	88%	90%

90% dice que Naranja X es un excelente lugar para trabajar

49% elige ser parte de Naranja X porque conecta con el futuro, el desarrollo y la posibilidad de impacto en las finanzas de millones de personas



# COMUNIDAD

COMUNIDAD

COMUNIDAD

COMUNIDAD

COMUNIDAD

COMUNIDAD



# Las personas son protagonistas de NUESTRO PROPÓSITO

**Trabajamos todos los días para ser protagonistas de la inclusión y la educación financiera en la región. Para alcanzar este propósito ponemos a las personas en el centro de todas nuestras decisiones.**

Diseñamos soluciones para que cada vez más personas y organizaciones puedan evolucionar sus finanzas y disfrutar de una mejor calidad de vida.

Buscamos contribuir a distintas comunidades impulsar el desarrollo de las economías locales, a través de compras más sustentables, programas de fortalecimiento comunitario y de educación a jóvenes.





# Por la inclusión y la educación FINANCIERA

## Hablemos de plata

Acercamos el mundo de las finanzas a las personas, usando recursos como el humor y el entretenimiento. Con este espíritu nació Hablemos de plata, el blog de educación financiera de Naranja X. ¿Cuánto cuesta tener un perro? ¿Qué gastos implica una mudanza? ¿Cómo empezar a ahorrar? Estos son algunos de los temas que se abordan en el blog, que aporta ideas y herramientas para que las personas puedan mejorar el uso del dinero.

La propuesta es abierta a la comunidad. Cualquier persona puede acceder a los contenidos del blog para resolver dudas y obtener información relevante para su día a día. Con publicaciones que despiertan la curiosidad y ponen a prueba conocimientos y preconcepciones, buscamos captar a las personas en las redes sociales y dirigirlos al blog.

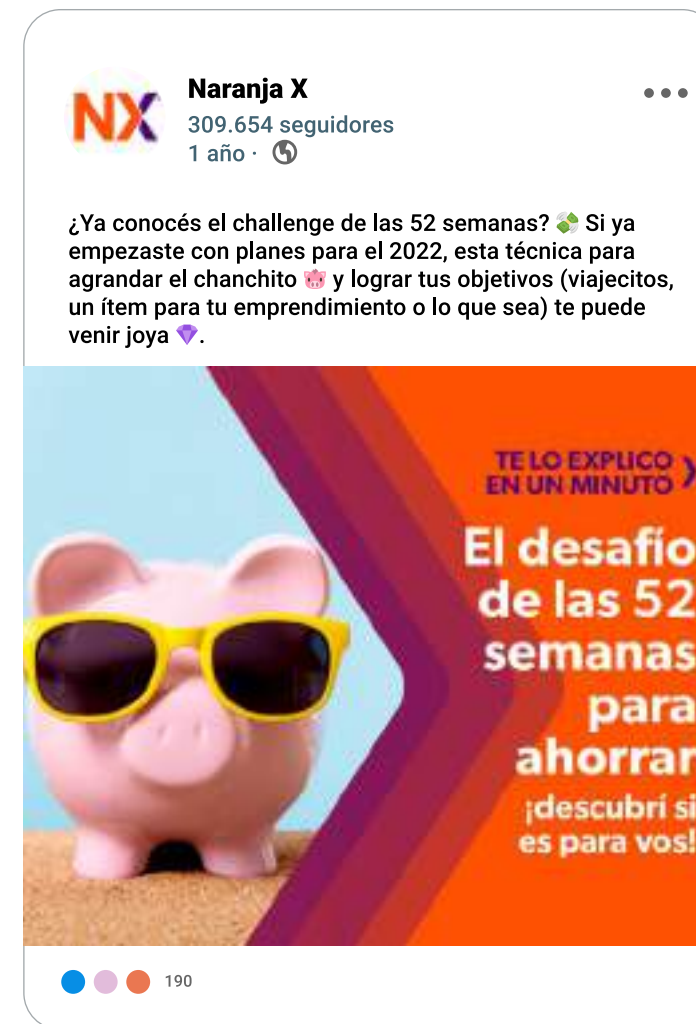
### BLOG

35637  
**SESIONES**

68%  
**PROMEDIO**  
de rebote

31094  
**USUARIOS**

7%  
**USUARIOS**  
recurrentes



## Principales fuentes de tráfico

Datos al 31 de diciembre, 2022<sup>1</sup>



**68%**  
**EMAIL**

**6%**  
**INSTAGRAM**

**2%**  
**WORKPLACE**

**1%**  
**OTROS**

**17%**  
**DIRECTO**

**4%**  
**FACEBOOK**

**2%**  
**LINKEDIN**

<sup>1</sup> Octubre, noviembre y diciembre.



## Un Podcast X

Inclusión financiera también es hablar de tecnología. Porque es la herramienta que posibilita escalar el alcance de nuestras soluciones a más personas. Bajo la premisa de compartir y aprender de la experiencia de Naranja X, estrenamos Un Podcast X, una iniciativa liderada por nuestra comunidad técnica para sumergirse en el ecosistema digital y temas vinculados a tecnología a través de las historias de personas de nuestro equipo.

En su primera temporada, Un Podcast X tuvo once episodios de entrevistas de los que participaron más de 40 talentos IT de nuestro equipo, destinados a toda una comunidad de profesionales o personas interesadas en el mundo tech. En cada episodio se buscó transmitir cómo la pasión característica de los talentos IT y su forma de trabajar, impacta de manera directa en las soluciones que les brindamos a las personas que usan nuestros productos y servicios. Un Podcast X se puede escuchar a través de Anchor, Spotify, Apple Podcast, Google Podcast, Bracker, Castbox, Overcast y Soundcloud.

**+600**  
**PERSONAS**  
**QUE SIGUEN**  
nuestro Spotify

**+3800**  
**PERSONAS**  
dieron play a los episodios



## Amistad con impacto

¿Qué mejor que aprender haciendo? Nos propusimos un desafío: compartir con más de 3000 NXers un aprendizaje: a través de las inversiones de dinero, se puede generar impacto positivo en la comunidad y también, un retorno económico.

Así nació Amistad con Impacto, una reversión de nuestra tradicional celebración del Día de la Amistad en la que le dimos el monto equivalente al regalo corporativo presupuestado para 2021 a cada persona del equipo, para que lo invirtieran en un proyecto de la plataforma de financiamiento colectivo Sumatoria. Con ese dinero, se impulsaron proyectos de microemprendedores, cooperativas y grupos asociativos de distintos puntos del país. El plus: unos meses después, el dinero volvió a cada persona de Naranja X para que decida qué hacer con él; si reinvertirlo o quedárselo.

Cerca de 1800 personas, es decir, el 60% del equipo, concretó una inversión y apoyó a un proyecto de Tucumán, Santiago del Estero o Buenos Aires. Estos son llevados adelante por microemprendimientos y cooperativas que no cuentan con acceso al crédito formal y que llegaron a Sumatoria a través de Instituciones de Microfinanzas (IMF) que les acompañan a gestionar el dinero de la mejor manera, para poder hacer crecer sus proyectos y devolverlo unos meses después.

CONOCÉ MÁS EN EQUIPO

El monto de quienes no llegaron a activar su inversión se destinó a potenciar la plataforma de Sumatoria, para escalar su impacto a través de proyectos, instituciones aliadas de microfinanzas, divulgación sobre inclusión financiera y desarrollo tecnológico.

La iniciativa fue impulsada por los equipos de Cultura y Celebraciones y de Innovación Social, quienes vieron una oportunidad de reversionar un ritual para hacer vivir a las personas de Naranja X el poder transformador de las finanzas.

**1800**  
**NXers**  
participaron de esta iniciativa

**\$4,5**  
**MILLONES**  
Invertidos en proyectos  
de triple impacto

**98**  
**PROYECTOS**  
beneficiados

# Inversión SOCIAL

**Pensamos e implementamos programas que fortalezcan nuestro compromiso con una gestión sustentable basada en la capacidad de generar valor económico y social en el contexto desafiante que nos toca vivir. Ponemos a disposición nuestras soluciones, herramientas y capital humano para impulsar programas de educación y de promoción laboral, además del fortalecimiento institucional y acción social en la comunidad.**

## Apoyo a organizaciones de la sociedad civil

Aunque nuestra visión de inversión social es la de acompañar a las organizaciones a hacerlas crecer, hay situaciones en las que es necesario un apoyo concreto. En abril de 2021 durante la emergencia de los incendios de la Patagonia hicimos una donación de \$400.000 a Cáritas y, en octubre, por los incendios en Córdoba, apoyamos el trabajo de la Universidad Católica de Córdoba con una donación de \$75.000. También colaboramos con un aporte \$35.000 al Banco de Alimentos de Córdoba en el marco de la Campaña Copate por un vaso de Leche.

Apoyamos al programa Semillas, de la organización civil Ecomanía. A partir de que el lector de cobros NPos quedó en desuso en Naranja X, por el lanzamiento del nuevo dispositivo de cobro contactless Toque, se destinaron 300 unidades al programa para que pueda entregarlas en su comunidad de personas emprendedoras y darles una segunda vida. Además de donar los dispositivos, el equipo de Naranja X brindó un webinar sobre Introducción a las Finanzas, para acompañar a quienes emprenden con recomendaciones para potenciar sus comercios. Semillas hizo la entrega de los NPos donados, junto con un cuaderno contable de registro de ingresos y egresos, y el desembolso de microcréditos, que aportaron otros inversores.

Colaboramos con la ONG Sembradores de Agua, con la compra de materiales para alambrar 100 hectáreas de bosques serranos, junto a personas voluntarias, para contribuir a evitar la deforestación y la quema del tabaquillo, una especie clave para los ecosistemas del Cerro Champaquí, en Córdoba.

Apoyamos a **La Lucena**, una organización que trabaja en educación ambiental con niñas, niños y jóvenes, que lanzó un programa especial en Ascochinga, junto a **Innovar Sustentabilidad**, para que pudieran participar más de 160 estudiantes de primaria y aprender sobre plantas nativas, plantación de semillas y compost. ¡Sembraron más de 1850 semillas y plantaron más de 600 árboles!

Trabajamos juntos a **Tequio**, una organización comunitaria, para fortalecer el vivero de especies nativas de la Reserva Hídrica Municipal Natural Los Manantiales. Para lograrlo, donamos equipamiento como palas, guantes, lonas, rastrillos y apoyamos su capacitación sobre armado de viveros nativos.

Además, contribuimos con el Programa de Impacto LATAM de Mayma con un aporte monetario y facilitamos nuestros medios de pago en cuotas sin comisiones para las personas participantes en Argentina.

### Débito solidario

Desde hace más de 25 años, esta iniciativa brinda la posibilidad a clientes de nuestros servicios 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 X entrega el 100% de lo recaudado a la organización seleccionada.

Para 2022, junto al equipo de Débitos Automáticos, comenzamos a diseñar la propuesta de digitalización del programa con mejoras para las personas usuarias.

**+1.400.000**  
**TITULARES**  
hicieron donaciones

**375**  
**ORGANIZACIONES**  
beneficiadas

**+\$339.000.000**  
**DONADOS**



## La fuerza de un equipo solidario

Nuestros equipos están comprometidos con las comunidades de las que forman parte. Llevan adelante acciones concretas que emprenden en todo el país para cubrir las necesidades de ciertos sectores vulnerables de la sociedad.

Uno de nuestros grupos voluntarios trabaja en la ciudad de Córdoba, liderado por la doctora Susana Roldán e integrado por profesionales de la salud. Este equipo visita mensualmente zonas vulnerables del nordeste cordobés y gestiona la compra de módulos alimentarios, kits escolares y artículos de higiene para sus comunidades. Además, un grupo de ocho personas del área de Recuperadores Multicanal (RM) de Naranja X trabaja con la Fundación Iram en la investigación, rehabilitación y protección de las personas con discapacidad mental.

## Apadrinando comedores

**Impulsamos a las personas de Naranja X a tomar un rol activo en sus comunidades.**

El programa Apadrinando Comedores es un grupo en el que las personas de Naranja X asumen el padrinazgo de merenderos y comedores comunitarios de distintas localidades del país. Cada grupo de apadrinamiento nace por iniciativa propia y, contando con el acompañamiento del equipo de Innovación Social, relevan necesidades de comedores aledaños a nuestras sucursales. Una vez seleccionada la institución, diseñan un plan de acción para apoyar la alimentación, educación, vestimenta y recreación de los niños y las niñas que acuden allí. Durante 2021, cada grupo voluntario fue responsable de gestionar un presupuesto anual de \$86.500 por comedor.

Cada persona voluntaria designa cierto número de horas mensuales de su jornada laboral para desarrollar las actividades. Su líder de área o equipo procura que este tiempo se haga efectivo y sus colegas se organizan para cubrir el trabajo durante su ausencia.

Naranja X acompaña a los grupos voluntarios en momentos especiales del año con acciones que benefician a todos los comedores apadrinados. En el 2021 otorgamos un monto adicional para que puedan organizar festejos y eventos especiales, como la vuelta al cole, el día de la niñez o la fiesta de fin de año.

**40**  
**COMEDORES**  
apadrinados

**+\$3.200.000**  
**INVERSIÓN**  
anual

## Aprender a gestionar proyectos de impacto social

En 2021 lanzamos la primera formación en gestión de proyectos de impacto social para las personas voluntarias de nuestros equipos, que participan del programa Apadrinando Comedores, junto a la consultora creativa Pimienta!. El objetivo es brindar a los comedores herramientas y modelos de gestión sostenibles para fortalecerse y cumplir su misión de contribuir a la seguridad alimentaria de niñas y niños de nuestro país.

En la primera etapa del proyecto seleccionamos a las personas participantes del programa, abriendo la convocatoria a personas que no eran voluntarias del programa Apadrinando de Comedores. En la segunda, se las formó en gestión de proyecto con impacto, para que en la tercera etapa pudieran crear los equipos de intervención. En la cuarta etapa se diseñaron y planificaron los proyectos, se implementaron y se midió su impacto. En la etapa final se evaluaron los resultados. La iniciativa tuvo lugar entre abril y diciembre de 2021 y en ella participaron 20 personas de Naranja X y cuatro referentes de comedores comunitarios.

**4**  
**COMEDORES**  
participaron del programa

**100%**  
**REFERENTES**  
de los comedores  
considera que realizamos un  
aporte valioso a su institución

**100%**  
**LÍDERES**  
de Naranja X que participaron  
considera que incorporó nuevas  
habilidades y conocimientos

**“Es increíble que te den la posibilidad de estar en un lugar donde sentís que podés estar presente y ayudar a hacer la diferencia. Te hace bien.”**

**NXer participante**

**“La verdad les agradezco por todo el trabajo. Nunca tuve un equipo así de grande y todo lo que hicieron es maravilloso. Gracias por invitarme a participar, ojalá podamos seguir trabajando en equipo.”**

**Edith, del comedor La Casita de Aeroparque**



## Tecnología positiva

Un equipo de Engineering quiso recaudar fondos para acompañar a un comedor. Y fieles al ADN Naranja X decidieron hacerlo mediante el desarrollo de una aplicación para crear un circuito de recaudación diferente a los tradicionales. De esa forma, digitalizamos las alcancías que antes de la pandemia estaban en las oficinas para recaudar fondos. ¡Desde ahora podemos realizar donaciones desde cualquier punto del país!

La nueva aplicación, que se llamó Ranty, tiene la capacidad de emitir links de pagos y recaudar fondos a través de la tarjeta de crédito Naranja X. Esto nos permitió utilizar herramientas propias, el talento y las capacidades de nuestros equipos para lograr un impacto social positivo en la comunidad.

## Apadrinando estudiantes

Creemos que la educación es la semilla para la innovación y el impulsor de la inclusión. Por eso, desde el año 2000 apoyamos a escuelas públicas primarias de todo el país con un aporte económico anual.

Las escuelas beneficiadas son seleccionadas tras un relevamiento de necesidades que realizan los equipos de nuestras sucursales. Las personas que trabajan en Naranja X son responsables de mantener el contacto con el equipo directivo de cada escuela. En 2021 logramos digitalizar y automatizar el programa, para hacer más eficiente el seguimiento de la inversión y más seguro ante los desafíos de la pandemia.

**79**  
**ESCUELAS**  
públicas beneficiadas

**40**  
**PERSONAS**  
participantes del programa

**+\$1.800.000**  
**INVERTIDOS**

Además, desde 2014 brindamos acompañamiento y apoyo económico a jóvenes estudiantes de nivel secundario y universitario, destacados por su desempeño escolar, que se encuentran en situación de vulnerabilidad económica, social o emocional, para asegurar la continuidad de su educación. Este programa de becas es llevado adelante con dos organizaciones de la sociedad civil, la Fundación Fondo de Becas (FONBEC) y Liga Educación.

Cada estudiante es apadrinado por una persona de nuestro equipo que aporta el 20% de la beca y Naranja X contribuye con el 80% restante. En 2021, apadrinamos a 89 estudiantes de Bahía Blanca, Buenos Aires, Catamarca, Córdoba, Mar del Plata, Rosario, Salta, y Tucumán. Padrinos, madrinas y estudiantes se comunican mediante cartas, teléfono y videollamadas, para compartir los avances escolares, la libreta de calificaciones e inspirarse mutuamente.

**88**  
**BECAS**  
**SECUNDARIAS**  
otorgadas

**1**  
**BECA**  
**UNIVERSITARIA**  
otorgada



# Una cadena de valor QUE CRECE

## PROVEEDORES

2885  
**PROVEEDORES**  
activos

35  
**RUBROS**

### Principales

- Licencias y software
- Microinformática
- Call centers
- Servicio de telecomunicaciones
- Servicio de correo
- Publicidad
- Plásticos
- Librería
- Imprenta

### Distribución de proveedores por región

**945 CENTRO DEL PAÍS**  
**803 CABA Y PROVINCIA DE BUENOS AIRES**  
**358 NOA**  
**288 PATAGONIA**  
**261 NEA**  
**230 CUYO**

## EQUIPOS INTERNOS

1330  
**PERSONAS**

## RED DE SUCURSALES

1575  
**PERSONAS**

170  
**SUCURSALES**

## CLIENTES PERSONAS

3.251.036  
**CLIENTES**

## CLIENTES COMERCIOS

278.479  
**COMERCIOS**

93,54%  
**INVERSIÓN**

en proveedores locales  
Argentina

+\$10.000  
**BILLONES**  
Inversión  
en proveedores

## Cómo elegimos y evaluamos a nuestros proveedores

Desde 2020, un equipo integrado por las áreas de Infraestructura y Compras gestiona, desarrolla herramientas y elabora reportes que den cuenta de nuestra cadena de valor y su rendimiento. A su vez, en el área de Compras hay una célula de proveedores que se encarga de gestionar y acompañar las necesidades de los equipos que requieren adquirir productos y servicios, evaluando tres criterios de los proveedores: el alineamiento con la política de compras, la auditoría a proveedores críticos y la evaluación de su performance.

Todos los procesos de contratación de proveedores están indicados en nuestra Política de Compras, Egresos y Auditoría. Una vez realizado, evaluamos el desempeño de las organizaciones considerando la calidad del producto o servicio, el tiempo de entrega y la satisfacción del cliente.

Con quienes obtienen una calificación menor a 8 de un total de 10 en su desempeño realizamos encuentros para analizar aspectos a mejorar y definir un plan de acción. Si luego de dos procesos de mejora consecutivos el proveedor no implementa las mejoras, pasa a una suspensión temporal. También existe una suspensión definitiva para proveedores que no avanzaron en mejorar el plan de acción planteado, abandonaron la operación o realizaron una acción fraudulenta.

En 2021 incorporamos la certificación a las NORMAS 14001 dentro de la evaluación de proveedores y en el informe inicial de riesgo. Para 2022, se planificó la confección de una matriz de criticidad de proveedores para quienes tengan una facturación mayor a 3 millones de pesos, sean considerados proveedores críticos para compras o el negocio, entre otros criterios.

## Conducta de proveedores

El Código de Conducta de Proveedores establece los principios y las expectativas básicas esperadas y la exigencia de un compromiso visible en materia de ética comercial en todas sus formas, incluida la prevención de la corrupción con funcionarios públicos y el cumplimiento con todas las leyes y regulaciones aplicables.

En 2021 capacitamos a nuestros equipos en materia de Cumplimiento reforzando el uso de la línea ética ante cualquier observación que pueda implicar una violación del Código de Ética, en la relación con cualquier grupo de interés de Naranja X, incluidos proveedores. Asimismo, los contratos con los proveedores cuentan con cláusulas anticorrupción, lineamientos de la línea ética y establecen los canales de denuncia disponibles.

En el 2021 contratamos a una consultora independiente para llevar adelante auditorías a proveedores respecto al cumplimiento del Código. Estas auditorías relevan la situación de nuestros proveedores con respecto a sus antecedentes y autoridades; al cumplimiento de Derechos Humanos, temas críticos como trabajo forzoso o infantil; a estándares laborales, ambientales y de anticorrupción, incluido el derecho a libertad de asociación.

## Programa de proveedores sustentables

**Avanzar en la integración de criterios de triple impacto en nuestro negocio requiere conocer y potenciar el impacto social, ambiental y económico que genera toda nuestra cadena de valor.**

El presupuesto destinado a compras es uno de los principales montos de inversión anual para todas las empresas del Grupo Financiero Galicia, al que pertenecemos. Detrás de cada decisión de compra, existe la oportunidad de multiplicar el impacto positivo que generamos como empresa en la sociedad, en el ambiente y en las economías locales. Por eso, en 2021 comenzamos a trabajar en el programa de Proveedores Sustentables del Grupo con el objetivo de visibilizar, fortalecer y beneficiar a proveedores nacionales que contemplan criterios de triple impacto en su modelo de negocios. Este programa será implementado en el 2022.

Con el Programa de Proveedores Sustentables buscamos integrar variables de desarrollo social y ambiental en nuestras cadenas de valor. Así podemos generar oportunidades de empleo a personas de grupos vulnerables; impulsar el impacto ambiental positivo y disminuir la huella de carbono; contribuir a las economías locales; y apoyar el fortalecimiento de empresas y emprendimientos de triple impacto.

**\$4.783.909**  
**INVERSIÓN**  
**en proveedores sustentables**



# PLANETA

PLANETA

PLANETA

PLA

PLA



# Nuestra huella en EL PLANETA

El cambio climático afecta a toda la humanidad. En el corto plazo, el calentamiento global puede afectar la disponibilidad de recursos básicos como el agua dulce, la seguridad alimentaria y la energía. De acuerdo a la Organización Meteorológica Mundial (OMM) 2021 fue el séptimo año consecutivo más cálido desde que hay registros. Los niveles de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y de otros gases de efecto invernadero en la atmósfera se concentran en niveles récord. Más que nunca, todos los sectores deben tomar medidas urgentes para abordar la emergencia climática.

Sabemos que el reloj está en cuenta regresiva. Y que si las empresas no tomamos un rol activo, no será posible alcanzar las metas de reducción de emisiones planteadas en el Acuerdo de París para evitar los graves riesgos que entraña el calentamiento global para la humanidad y la biodiversidad.

En 2021 aceleramos nuestro compromiso con la acción climática y nos convertimos en la primera fintech argentina carbono neutral. Además de medir, trabajar en acciones para reducir y mitigar nuestras emisiones de carbono, compensamos el 100% de emisiones que resultaron de la medición anual de la huella de carbono 2020.

Como medidas para reducir el impacto, desarrollamos proyectos de energías renovables, eficiencia de uso de recursos y gestión de residuos. Y para compensar aquello que no se pudo reducir, invertimos en la conservación de 130.000 m<sup>2</sup> del Bosque Las Araucarias, en Misiones, junto a la Fundación Banco de Bosques. Así, logramos capturar el carbono equivalente al emitido por las operaciones de la compañía en el año 2020.

Como parte de nuestra acción por el clima, apoyamos el fortalecimiento de organizaciones ambientalistas de la sociedad civil local de Córdoba para potenciar su impacto de conservación, reforestación y educación ambiental.

Asistimos al vivero municipal de Río Ceballos para financiar la compra de herramientas en la Reserva Natural Manantiales junto a la ONG local Tequio y al proyecto "Sembradores de Agua" para el cerramiento de un área de clausura en el Cerro Champaquí.

Además, apoyamos a la Fundación La Lucena para impulsar un proyecto educativo con cuatro escuelas rurales de Ascochinga, Sinsacate, Colonia Caroya y Cañada de Luque.



**100%**  
**HUELLA  
DE CARBONO**  
compensada  
vs 11,5% en 2020

**7202**  
**TN CO<sub>2</sub>e**  
emisiones compensadas  
vs 1210 TN CO<sub>2</sub>e en 2020

**12,99**  
**HECTÁREAS**  
superficie conservada  
vs 2,18 en 2020

**250**  
**ÁRBOLES**  
especies nativas plantadas  
vs 390 arboles en 2020



130.000 m<sup>2</sup>

**CONSERVADOS**

en el Bosque Las Araucarias



# **SOMOS LA PRIMERA FINTECH ARGENTINA CARBONO NEUTRAL.**

## Huella de carbono

En 2021 también medimos el impacto ambiental de nuestras operaciones con una metodología alineada a los requisitos de la ISO 14.064:2015 y a 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. El alcance de la huella 2021, incluyó la medición de gases refrigerantes y se mejoró significativamente el relevamiento del indicador de Gas Natural.

5448  
TN CO<sub>2</sub>eq

Huella de carbono total

540 TN CO<sub>2</sub>eq

Emisiones directas | Alcance 1

3413 TN CO<sub>2</sub>eq

Emisiones indirectas | Alcance 2

1495 TN CO<sub>2</sub>eq

Otras indirectas | Alcance 3

29%  
**REDUCCIÓN**  
del Alcance 2 de la huella  
vs 36% en 2020

1,88  
TN CO<sub>2</sub>eq/PERSONA  
intensidad de emisiones GEI  
vs 2,2 tn CO<sub>2</sub>eq en 2020

24%  
**REDUCCIÓN**  
Huella de carbono total

## Objetivo mitigación: Programa de IMPACTO AMBIENTAL

Medir nuestra huella de carbono todos los años nos permite conocer la línea de base desde la que partimos para trabajar en su reducción y mitigación. Para eso, en 2021 continuamos con nuestro Programa de Impacto Ambiental, con iniciativas organizadas en cuatro ejes:

### Servicios

Eficientizar el consumo de energía eléctrica, gas y agua, tanto en las sucursales y edificios centrales como en los hogares de los equipos que trabajan remoto.

### Materiales

Reducir el consumo de hojas de papel.

### Gestión de residuos

Separación en origen, recolección diferenciada, disposición final y reinserción de materiales al circuito productivo.

### Movilidad

reducir los recursos utilizados para el transporte in itinere y corporativo (pasajes aéreos y bus).

Implementamos el programa a través de metodologías ágiles, con objetivos individuales y grupales. Nuestros equipos se forman en temas técnicos y ponemos a disposición todos esos contenidos de capacitación en Espacio N para que cualquier persona que forme parte de Naranja X pueda aprender más. Nos acompañan proveedores con experiencia, de quienes aprendemos y dejamos capacidad instalada en nuestros equipos.

**El trabajo transversal, interdisciplinario e interáreas nos permite hacer sinergia y generar mejores resultados.**

# IMPLEMENTAMOS EL PROGRAMA A TRAVÉS DE METODOLOGÍAS ÁGILES.



## Consumo de recursos

En 2021 logramos una reducción del consumo eléctrico del 13%, en relación al 2020. Lo alcanzamos gracias a la menor demanda de energía en edificios centrales impulsados por la modalidad de trabajo flex, las acciones de eficiencia en el uso de artefactos, la programación de instalaciones de climatización en varias de nuestras sucursales y el aumento del porcentaje de energía limpia aportado por las distribuidoras de energía.

El cambio de luminarias LED en las fachadas de nuestros locales y los talleres virtuales y presenciales a través de los cuales ganamos un mayor conocimiento, nos permitió maximizar la eficiencia energética de las sucursales. Además, iniciamos la habilitación programada de las oficinas en Casa Naranja X para efficientizar el consumo energético en función de la concurrencia de personas, en la vuelta a las oficinas.

Medimos el consumo de energía que genera cada persona que es parte de nuestros equipos, a través de una encuesta de sustentabilidad. Esta relevó datos sobre la movilidad del hogar al trabajo y los consumos de energía, gas y materiales, y la generación de residuos en los hogares. Para reducir estos impactos progresivamente, acompañamos a nuestros equipos con campañas de comunicación interna que proponen tácticas de consumo responsable de recursos para implementar en sus casas.

**La sumatoria de todos los factores mencionados permitió que lográramos reducir en un 24% nuestra huella total, en relación a 2020.**

### Electricidad

**3,24 Gj**  
**9.001.400 kWh**

-13% vs 2020<sup>(1)</sup>

### Gas Natural

**4986,1 Gj**  
**127.848,2 m<sup>3</sup>**

+3050% vs 2020<sup>(2)</sup>

### Gasoil

**72,8 Gj**  
**2000 lt**

-36% vs 2020<sup>(3)</sup>

(1) 1 kWh = 0,0036 Gj,

(2) 1 m<sup>3</sup> = 0,039 Gj,

(3) 1 Litro = 0,364Gj

(4) Se consideró una superficie total de los Edificios Centrales y depósito de 22.867 m<sup>2</sup>

9

**LÍDERES**  
**de sucursales alcanzados**  
Taller de eficiencia energética

**155,90**  
**kWh/m<sup>2</sup>/año**  
**Intensidad energética total**  
+16% vs 2020

**47,99**  
**kW/m<sup>2</sup>/año**  
**Intensidad energética en edificios centrales<sup>4</sup>**  
+16% vs 2020

**-13%**  
**REDUCCIÓN**  
**Consumo de energía eléctrica**  
vs 2020

**1%**  
**ENERGÍA**  
**Proveniente de fuentes renovables**

### Parque solar La Fábrica

En 2021 pusimos en actividad nuestro primer parque solar con 216 paneles ubicados sobre el edificio La Fábrica. Su objetivo es proveer de energía limpia a los edificios de la Manzana Naranja X.

Actualmente, genera energía para cubrir desde el 5% hasta el 100% del consumo diario del edificio, según las personas que vayan a trabajar ese día.

**216**  
**paneles solares**

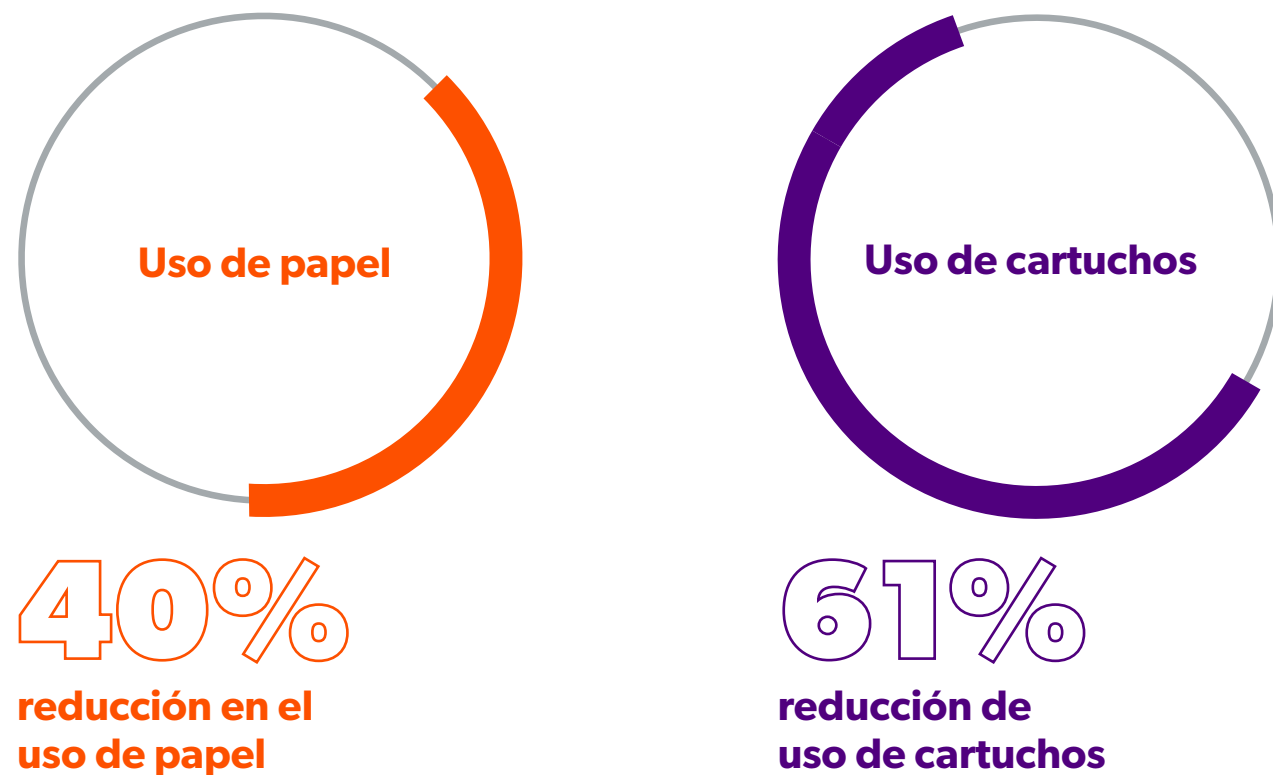
**117**  
**megavatios hora al año**  
**capacidad de generación**



## Materiales e insumos

Como resultado de la medición de huella de carbono entendimos que el uso de papel es la principal fuente de emisiones vinculadas al consumo de materiales.

Con el foco puesto en reducir el consumo de papel, implementamos diferentes tácticas como la migración a impresoras a doble faz; la compra de hojas de la línea Ledesma NAT sin blanqueado químico, elaboradas 100% con caña de azúcar; la Certificación Forest Stewardship Council (FSC) de todas las resmas, que garantiza la gestión responsable de bosques; y la digitalización de formularios. Además de su reducción, impulsamos la reutilización o reciclado de los cartuchos de tóner de impresoras.



## LLEVAMOS A CERO EL CONSUMO DE BOLSAS DE FRISELINA

vs +500.000 unidades en 2020

### Materiales consumidos por peso o volumen

93,52  
**TONELADAS**  
Papel blanco  
-40% vs 2020

466  
**UNIDADES**  
Cartuchos de tóner  
-61% vs 2020

### Insumos reciclados

325.250  
**UNIDADES<sup>1</sup>**  
Bolsas de polietileno  
+36% vs 2020

0  
**UNIDADES**  
Bolsas de friselina  
-100% vs 2020

231  
**UNIDADES**  
Cartuchos de toner devueltos al proveedor para su reciclado  
-66% vs 2020

<sup>1</sup> El volumen de compra en 2020 fue bajo porque había excedente de stock. El volumen de compra del 2021 es más representativo del consumo.

## Gestión de residuos

**El Programa de Gestión de Residuos de las sucursales de Córdoba capital, interior de Buenos Aires, La Pampa y la región Cuyo, pone en valor materiales posconsumo para ser vendidos, donados o gestionados por instituciones públicas o OSC.**

Separamos y recuperamos papel, cartón y plástico. Mediante nuestro programa los volvemos a ingresar al circuito productivo y eliminamos el concepto de “basura”. En Córdoba capital trabajamos con Centros Verdes dependientes de la Municipalidad, trabajo que nos valió el reconocimiento como EcoAliados por parte de este ente. También donamos los productos valorizados a organizaciones como la Fundación Conin o la Fundación Todo para ellos.

Para promover la correcta separación y revalorización realizamos talleres de sensibilización y formación para el personal de limpieza, Ecoamigos/as y Líderes de sucursales. El rol de Ecoamigo/a es el de incentivar la separación de residuos en el equipo, hacer seguimiento del proceso de gestión de residuos, contactar a los proveedores de recolección y dar aviso en caso de irregularidades o dificultades al área de Servicios Generales.

En las sucursales donde se implementa el programa contamos con EcoPuntos, que son contenedores para la correcta clasificación de los residuos, con la señalización tanto para equipos como para clientes, que se auditan de forma periódica para realizar ajustes en caso de ser necesario.

# 73 PERSONAS

**Alcanzadas en el Taller de gestión de residuos**  
EcoAmigos, líderes de sucursales, personal de limpieza

<sup>1</sup> Devueltos a proveedores para su reciclado

### Residuos recuperados

1983,33  
**KILOS**

**Plástico de tarjetas de crédito**  
-36% vs 2020

9567  
**KILOS**  
**Papel y cartón**  
+320% vs 2020

231  
**UNIDADES**  
**Cartuchos de tóner<sup>1</sup>**  
-66% vs 2020



### Residuos generados

3110  
**KILOS**

**Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) con disposición final sustentable**  
-48% vs 2020

92  
**UNIDADES**  
**Residuos electrónicos donados a organizaciones sociales**  
+7% vs 2020

12.335  
**KILOS**  
**Cantidad total de desechos/ residuos producidos que han sido reciclados o reutilizados**

23.695  
**KILOS**  
**Residuos Urbanos Sólidos (RSU)**



**“SER PARTE DEL EQUIPO  
DE IMPACTO AMBIENTAL  
DE NARANJA X ME  
AYUDA A TRASLADAR  
ESA FORMA DE PENSAR  
AL TRABAJO Y VER QUE  
PODEMOS GENERAR  
MEJOR IMPACTO.”**

**Luciana Verzellini**

Equipo de Obras e Impacto Ambiental de Naranja X  
Líder del rebranding de sucursales





## Infraestructura: cambio de marca con bajo impacto ambiental

**Evolucionamos a Naranja X. ¡Y 177 sucursales también! Con criterios de triple impacto, logramos el cambio de marca más rápido y eficiente de la historia de la compañía.**

En 2021 tuvimos el desafío de actualizar la cartelería e imagen de marca en todas las sucursales, en más de 150 localidades de todo el país. Diseñamos un proceso de migración de marca que hizo foco en mitigar el impacto ambiental.

Para lograrlo, nos centramos en tres aspectos clave:

### Cartelería ecodiseñada

Reutilizamos al máximo los materiales que ya teníamos, como las estructuras de chapa, los bastidores y las lonas. En total, se aprovechó el 52% de los materiales que estaban en uso. Los carteles nuevos fueron diseñados priorizando generar la menor cantidad de desperdicio posible. Así, con los recortes de chapas y otros recursos logramos optimizar el 97% de todos los materiales. Además, se diseñaron elementos que fueran fácilmente trasladables; en caso de que una sucursal deba mudarse y evitar una nueva elaboración de materiales.

**52%**  
**MATERIALES**  
aprovechados

### Iluminación LED

El 100% de la nueva iluminación de carteles es LED, una tecnología que reduce el consumo energético. Así, en un año ahorramos 6673 kW, el equivalente al consumo de 9500 casas en el mismo período.

**100%**  
**NUEVA**  
**ILUMINACIÓN**  
con luces LED

### Articulación local

Para reducir los traslados se priorizó la contratación de proveedores locales. En lugar de que un único proveedor fuera a instalar carteles a todo el país, se contrató por zonas. Además, la fase de relevamiento se hizo de forma remota, gracias al apoyo de los equipos de Naranja X locales, lo cual evitó 53 toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> dióxido de carbono.

**97,5 TN**  
**EMISIONES**  
**DE CO<sub>2</sub> eq**  
evitadas en todo el rebranding

Este proyecto sólo pudo haber sucedido en equipo. Luciana Verzellini fue la líder del programa, quien llevó adelante el concepto y la implementación del cambio de marca con impacto junto a Nicolás Chibán, ambos del equipo de Infraestructura y de Impacto Ambiental de Naranja X. La nueva estética de marca fue liderada por el equipo de Branding y Marketing de Naranja X. También participaron los equipos de Infraestructura, de Mantenimiento y de Sucursales para poder lograr el relevamiento y la instalación.

Contamos con el apoyo de la empresa cordobesa Gota y con la consultora Circular Carbon (CIRCA), dos aliados externos. Gota produjo toda la cartelería e instaló carteles en las sucursales de Córdoba. Para hacer este proyecto, su equipo creció de 30 a 40 personas. CIRCA nos acompañó con los cálculos de huella de carbono. Además, contratamos a más de 15 proveedores locales para la instalación de cartelería en sucursales.







## Huella medida de La Clap

# 100% COMPENSADA

### Eventos con impacto positivo

Diseñamos nuestro encuentro de fin de año Clap! con modalidad híbrida-virtual y presencial-priorizando su triple impacto. El evento se realizó en seis sedes presenciales en paralelo: Córdoba, Corrientes, Buenos Aires, Bariloche, Tucumán y Mendoza. Al descentralizar las sedes, evitamos las emisiones generadas por recorridos de larga distancia y uso del transporte aéreo.

Si bien incrementamos el consumo energético, las emisiones siguen siendo menores a las correspondientes a traslados.

**Para contribuir a nuestro objetivo de carbono neutralidad, las emisiones que no pudimos evitar en el diseño del evento, las compensamos a través de Banco de Bosques, mediante la conservación de 3248 m<sup>2</sup> en la reserva de Las Araucarias, de forma adicional a la compensación de la huella anual.**

#### 2021

Evento presencial en 6 sedes

2377 participantes presenciales

Traslados a la sede Clap! más cercana

150 tn CO<sub>2</sub>e

**56% reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>e**

#### 2020

Evento presencial en una sede: Orfeo Superdomo

2900 participantes presenciales

Traslados desde todo el país hacia Córdoba

341 tn CO<sub>2</sub>e



# Gracias por cocrear con NARANJA X



# ÍNDICE GRI

ÍNDICE GRI

ÍNDICE GRI

ÍNDICE GRI

ÍNDICE GRI

GRI 101 FUNDAMENTOS 2016

INDICADOR GRI	RESPUESTA	PÁG																																																												
102 CONTENIDOS GENERALES																																																														
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN																																																														
102-1 Nombre de la organización	Tarjeta Naranja S.A.																																																													
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios		5, 8, 2009																																																												
102-3 Ubicación de la sede	La Tablada 451, Córdoba, Argentina.																																																													
102-4 Ubicación de las operaciones		7																																																												
102-5 Propiedad y forma jurídica	Sociedad Anónima																																																													
102-6 Mercados servidos		7, 8																																																												
102-7 Tamaño de la organización		10																																																												
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	<table><tr><td></td><td>Varones</td><td>Mujeres</td><td>Total</td></tr><tr><td>Distribución por contrato laboral y género</td><td>1272</td><td>1636</td><td>2908</td></tr><tr><td>Personas con contrato laboral permanente</td><td>1271</td><td>1634</td><td>2905</td></tr><tr><td>Personas con contrato laboral temporal y por sexo</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr><tr><td>Distribución por contrato laboral permanente y región</td><td>1271</td><td>1634</td><td>2905</td></tr><tr><td>Córdoba</td><td>518</td><td>664</td><td>1182</td></tr><tr><td>Capital Federal</td><td>200</td><td>174</td><td>374</td></tr><tr><td>Resto del país</td><td>553</td><td>796</td><td>1349</td></tr><tr><td>Distribución por contrato laboral temporal y región</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td></tr><tr><td>Córdoba</td><td>1</td><td>0</td><td>1</td></tr><tr><td>Capital Federal</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr><tr><td>Resto del país</td><td>0</td><td>2</td><td>2</td></tr><tr><td>Distribución por tipo de contrato laboral y género</td><td>1272</td><td>1636</td><td>2908</td></tr><tr><td>Personas con contrato laboral a jornada completa</td><td>1139</td><td>1276</td><td>2415</td></tr><tr><td>Personas con contrato laboral a media jornada</td><td>133</td><td>360</td><td>493</td></tr></table>		Varones	Mujeres	Total	Distribución por contrato laboral y género	1272	1636	2908	Personas con contrato laboral permanente	1271	1634	2905	Personas con contrato laboral temporal y por sexo	1	2	3	Distribución por contrato laboral permanente y región	1271	1634	2905	Córdoba	518	664	1182	Capital Federal	200	174	374	Resto del país	553	796	1349	Distribución por contrato laboral temporal y región	1	2	3	Córdoba	1	0	1	Capital Federal	0	0	0	Resto del país	0	2	2	Distribución por tipo de contrato laboral y género	1272	1636	2908	Personas con contrato laboral a jornada completa	1139	1276	2415	Personas con contrato laboral a media jornada	133	360	493	38
	Varones	Mujeres	Total																																																											
Distribución por contrato laboral y género	1272	1636	2908																																																											
Personas con contrato laboral permanente	1271	1634	2905																																																											
Personas con contrato laboral temporal y por sexo	1	2	3																																																											
Distribución por contrato laboral permanente y región	1271	1634	2905																																																											
Córdoba	518	664	1182																																																											
Capital Federal	200	174	374																																																											
Resto del país	553	796	1349																																																											
Distribución por contrato laboral temporal y región	1	2	3																																																											
Córdoba	1	0	1																																																											
Capital Federal	0	0	0																																																											
Resto del país	0	2	2																																																											
Distribución por tipo de contrato laboral y género	1272	1636	2908																																																											
Personas con contrato laboral a jornada completa	1139	1276	2415																																																											
Personas con contrato laboral a media jornada	133	360	493																																																											
102-9 Cadena de suministro		64, 65																																																												
102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		64, 65																																																												
102-11 Principio o enfoque de precaución	En el capítulo Planeta, que informa las acciones tomadas en relación al impacto ambiental de la gestión, se describe la forma en que se aborda el principio de precaución.																																																													
102-12 Iniciativas externas	Tomamos como orientadores de nuestras políticas la Declaración de Derecho Humanos, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y los Principios de Pacto Global																																																													
102-13 Afiliación a asociaciones		15																																																												
ESTRATEGIA																																																														
102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones		2																																																												
102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades		2																																																												
ÉTICA E INTEGRIDAD																																																														
102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta		13, 18, 20																																																												
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Durante el 2021 recibimos tres denuncias a través de los canales habilitados por el incumplimiento del código de conducta.																																																													



INDICADOR GRI	RESPUESTA	PÁG
102 CONTENIDOS GENERALES		
GOBERNANZA		
102-18 Estructura de gobernanza		18, 19
102-19 Delegación de autoridad		18, 19
102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales		18, 19
102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales		5
102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités		18, 19
102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno		19
102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		18
102-25 Conflictos de intereses	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.	18, 20
102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia		18
102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Los miembros del Directorio participan de espacios industriales, como foros y eventos en los que amplían su conocimiento en temas económicos, ambientales y sociales.	18
102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		18
102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales		18
102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo		22
102-31 Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales		18
102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		18
102-33 Comunicación de preocupaciones críticas		18
102-34 Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	Durante el período del informe no se registró el número total de preocupaciones críticas comunicadas al máximo órgano de gobierno corporativo.	
102-35 Políticas de remuneración		18
102-36 Proceso para determinar la remuneración		18
102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración		18
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 equipos y la de los altos mandos de la entidad.	
102-39 Ratio del incremento porcentual de la 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 equipos y la de los altos mandos de la entidad.	

INDICADOR GRI	RESPUESTA	PÁG
102 CONTENIDOS GENERALES		
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
102-40 Lista de grupos de interés		5
102-41 Acuerdos de negociación colectiva	Porcentaje del total de empleados cubiertos en los acuerdos de negociación colectiva: 84%	
102-42 Identificación y selección de grupos de interés		5
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés		5
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados		6
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES		
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Tarjeta Naranja S.A., Cobranzas Regionales S.A., Naranja Digital Compañía Financiera S.A.U., Tarjetas Regionales S.A., Ondara S.A.	
102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema		5
102-47 Lista de temas materiales		5
102-48 Reexpresión de la información	Durante el periodo del informe no se realizaron reexpresiones de la información.	
102-49 Cambios en la elaboración de informes	Durante el periodo del infome no se realizaron cambios en el proceso de su elaboración.	
102-50 Periodo objeto del informe		4
102-51 Fecha del último informe		4
102-52 Ciclo de elaboración de informes		4
102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe		4
102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI		4
102-55 Indice de contenidos GRI		79-86
102-56 Verificación externa	No se ha realizado verificación externa.	
TEMA MATERIAL: DIVERSIDAD		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		48-56
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		48-56
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		48-56
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016		
405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados		19, 38
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	El ratio del salario base (mínimo sueldo bruto NX/Salario mínimo, vital y móvil) es de 2.20 (220%). Por otro lado, no existe 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 género de la persona que ejerce esa función.	
TEMA MATERIAL: DESEMPEÑO ECONÓMICO		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		14
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		14
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		14

INDICADOR GRI	RESPUESTA	PÁG
GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO 2016		
201-1 Valor económico directo generado y distribuido		14
201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático		13, 14, 67
201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Además del plan de prestaciones establecido según la ley laboral, no existe un fondo independiente para tal propósito para los colaboradores.	
201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	No se recibe asistencia financiera del gobierno.	
TEMA MATERIAL: GESTIÓN DE RIESGOS		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		21, 22
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		21, 22
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		21, 22
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN 2016		
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción		20
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción		20
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas		20
TEMA MATERIAL: EXPERIENCIA DEL CLIENTE		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		24-27
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		24-27
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		24-27
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO 2016		
417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios		27
417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing		27
TEMA MATERIAL: TRANSFORMACIÓN DIGITAL		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		28-30
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		28-30
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		28-30
TEMA MATERIAL: POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		15
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		15
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		15



INDICADOR GRI	RESPUESTA	PÁG
GRI 202: PRESENCIA EN EL MERCADO 2016		
202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	2,76	
202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local		19
TEMA MATERIAL: CIBERSEGURIDAD		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		31-34
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		31-34
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		31-34
GRI 418: PRIVACIDAD DEL CLIENTE 2016		
418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente		32
TEMA MATERIAL: FINANZAS CON IMPACTO		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		13-17
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		13-17
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		13-17
GRI 203: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS 2016		
203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados		14
203-2 Impactos económicos indirectos significativos		13,14, 17
TEMA MATERIAL: TALENTOS PROTAGONISTAS		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		36
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		36-43, 54-56
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		36-43, 54-56
GRI 404: FORMACIÓN Y ENSEÑANZA 2016		
404-1 Media de horas de formación al año por empleado		54
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición		54, 55
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional		56
TEMA MATERIA: BIENESTAR DE NUESTROS EQUIPOS		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		44
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		44-47
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		44-47
GRI 401: EMPLEO 2016		
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal		41
401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		44
401-3 Permiso parental		52

INDICADOR GRI	RESPUESTA	PÁG
GRI 402: RELACIONES TRABAJADOR-EMPRESA 2016		
402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	Para todas las personas que trabajan en Naranja X se prevee un período de preaviso 30 días.	
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018		
403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		46, 47
403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		46, 47
403-3 Servicios de salud en el trabajo		44, 46, 47
403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		46, 47
403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo		46, 47
403-6 Fomento de la salud de los trabajadores		44, 46, 47
403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y la seguridad de los trabajadores directamente vinculados mediante relaciones comerciales		44, 46, 47
403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		44, 46, 47
403-9 Lesiones por accidente laboral		47
403-10 Dolencias y enfermedades laborales		47
TEMA MATERIAL: INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA		
103-1 Enfoque de gestión: Explicación del tema material		58-60
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		58-60
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		58-60
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018		
TEMA MATERIAL: FORTALECIMIENTO DE LAS COMUNIDADES		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		61-63
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		61-63
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		61-63
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES 2016		
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		58-63
413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	No se evaluaron los impactos negativos signitivos de nuestras operaciones en la comunidad local	
TEMA MATERIAL: CAMBIO CLIMÁTICO		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		67-71
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		67-71
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		67-71

INDICADOR GRI	RESPUESTA	PÁG
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES 2016		
305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)		70
305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)		70
305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)		70
305-4 Intensidad de las emisiones de GEI		70
305-5 Reducción de las emisiones de GEI		70
305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Por la actividad de Naranja X no se generan este tipo de emisiones.	
305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	Por la actividad de Naranja X no se generan este tipo de emisiones.	
TEMA MATERIAL: GESTIÓN DE RECURSOS		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		71
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		71-77
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		71-77
GRI 301: MATERIALES 2016		
301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		73
301-2 Insumos reciclados		74
301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado		73, 74
GRI 302: ENERGÍA 2016		
302-1 Consumo energético dentro de la organización		72
302-2 Consumo energético fuera de la organización		72
302-3 Intensidad energética		72
302-4 Reducción del consumo energético		72
302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	Por el tipo de productos y servicios que ofrece Naranja X, este requerimiento no aplica.	
GRI 303: AGUA Y EFLUENTES 2018		
303-1 Interacción con el agua como recurso compartido	Por el tipo de actividad de Naranja X, no realizamos procesos que alteren de manera significativa el recurso compartido.	
303-2 Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	En relación a la calidad del vertido de efluentes, por el tipo de actividad de Naranja X, no realizamos procesos que alteren de manera significativa el agua. Por lo tanto, nuestros vertidos respetan los requerimientos locales sin ningún tratamiento adicional que el de un consumo comercial.	
303-3 Extracción de agua	Por el tipo de actividad de Naranja X, no extraemos el agua de forma directa.	
303-4 Vertidos de agua	En relación a la vertidos de efluentes, por el tipo de actividad de Naranja X, no realizamos procesos que alteren de manera significativa el agua. Por lo tanto, nuestros vertidos respetan los requerimientos locales sin ningún tratamiento adicional que el de un consumo comercial.	
303-5 Consumo de agua	62.715 megalitros	



INDICADOR GRI	RESPUESTA	PÁG
GRI 306: RESIDUOS 2020		
306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos		74
306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos		74
306-3 Residuos generados		74
306-4 Residuos no destinados a eliminación		74
306-5 Residuos destinados a eliminación		74
TEMA MATERIAL: CADENA DE VALOR		
103-1 Explicación del tema material y su cobertura		64, 65
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		64, 65
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		64, 65
GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN 2016		
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales		64
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	En el período del reporte no evaluamos a nuevos proveedores de acuerdo a criterios ambientales.	65
308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	El alcance 3 de nuestra huella de carbono incluye el imapcto ambiental de nuestra cadena de suministro.	65, 70
GRI 407: LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA 2016		
407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo		65
GRI 408: TRABAJO INFANTIL 2016		
408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil		65
GRI 409: TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO 2016		
409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		65
GRI 409: TRABAJO FORZOSO U OBLIGATORIO 2016		
414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	En el período del reporte no evaluamos a nuevos proveedores de acuerdo a criterios sociales.	65
414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas		65

# NaranjaX

**Coordinación**

Equipo de innovación social

**Producción**

**done!**

