

MEDIA KIT DE PRENSA

Quiénes somos, en qué creemos
y cómo contribuimos por un
mundo mejor



QUIÉNES SOMOS



“La Caja es una compañía de seguros líder de Argentina. Establecida en 1915, forma parte del Grupo italiano Generali desde el año 2015 y representa la mayor participación del Grupo en Latinoamérica con una facturación anual de \$26.500 millones en 2019.

Con más de 2.000 empleados y 64 sucursales en todo el país, La Caja mantiene su posición de liderazgo en el mercado asegurador argentino con una cuota total del 7,3%. Según SSN, en primas, a Marzo 2020 Participación Total: 4,82% - Patrimoniales (Sin ART): 7,01% - Auto y Motos: 9,74 %.*

En su búsqueda por ofrecer un servicio de excelencia, se destaca por su variada oferta de productos que busca satisfacer las necesidades de los consumidores de la forma más simple. Lleva adelante una estrategia omnicanal, con foco en tecnología e innovación, para ser socio de por vida de sus clientes.”

*Fuente: SSN - Superintendencia de Seguros de la Nación.



NUESTRO ROL EN LA SOCIEDAD

Ejes RSE

1 - Sustentabilidad



Carta de compromisos de sustentabilidad.

Continuamos acompañando la estrategia de Sustentabilidad del Grupo Generali, adaptándola a los desafíos del contexto local.

2 - Objetivos de Desarrollo Sostenible

Adherimos nuevamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, presentando iniciativas en 4 de los 17 objetivos comunes a alcanzar para el 2030.



3 - Diversidad e Inclusión

La estrategia de Sustentabilidad del Grupo Generali tiene como pilar fundamental **la Diversidad e Inclusión**, y en **La Caja** asumimos y **reafirmamos el compromiso de acompañar** la transformación cultural que atraviesa la sociedad en relación a esta temática.



Día de la Mujer.

Realizamos la campaña global del Grupo (“Be Bold for Inclusion”), con el objetivo de generar espacios de intercambio y reflexión dentro de la compañía.

Creación Comité diversidad e inclusión.

Luego de la nominación voluntaria de colaboradores y colaboradoras de todas las áreas, se formaron 5 grupos con la participación de 40 empleados/as divididos por temáticas (Género, Diversidad Sexual, Generaciones, Discapacidad y Diversidad Cultural). A través de reuniones mensuales con diferentes análisis, se presentarán al directorio distintas propuestas con el objetivo de convertirnos en un lugar de trabajo más diverso e inclusivo.

Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer

Día de reflexión en el que convocamos a un periodista referente en la temática, donde brindó una charla acerca de la situación en Argentina y el mundo. Campaña de sensibilización sobre el tema en el canal de comunicación interna para detener la violencia contra las mujeres.

Taller Pre-Jubilatorio

Con el objetivo de brindar apoyo a los empleados y empleadas que están alcanzando la edad de jubilación, organizamos un taller especial junto con ANSES para ayudarlos en este momento especial de su carrera.

Programas de mentoreo a mujeres

Siguiendo el programa global, se detectaron en La Caja mujeres líderes con potencial y recibieron durante todo el año un seguimiento y acompañamiento de mujeres líderes del Grupo Generali de todo el mundo.

Programas de entrenamiento a líderes

Dentro de los programas de entrenamiento a mandos medios, se incluyeron módulos específicos sobre diversidad e inclusión relacionados a sesgos inconscientes.

Protocolo para Prevención e Intervención ante situaciones de Violencia Doméstica.

4 - The Human Safety Net

Continuamos implementando el Programa para Familias de The Human Safety Net, la iniciativa global del Grupo Generali que tiene como objetivo desbloquear el potencial de las personas en situación de vulnerabilidad alrededor del mundo y mejorar su calidad de vida.

El programa The Human Safety Net, es una iniciativa global de Generali lanzada en el año 2017 que tiene como fin proteger y mejorar la vida de las comunidades a través de la creación de redes de personas. Trabajando con 3 pilares: Familias, Refugiados y Recién Nacidos.

La Caja implementó, en Argentina, esta iniciativa de forma local mediante el programa familias colaborando con las ONGs Haciendo Camino y Fundación Emmanuel. Con ellas se realizan capacitaciones y talleres enfocados en salud, educación y oficios, ofreciendo herramientas para mejorar la calidad de vida y fortalecer las capacidades de quienes más lo necesitan.

Mediante los programas mencionados anteriormente, podemos mencionar que desde Fundación Emmanuel se alcanzó a 455 niños, niñas, adolescentes y familias en forma directa y a 1400 en forma indirecta. Mientras que desde Haciendo Camino, más de 160 madres y 180 chicos/as participaron de los programas que la ONG ofrece, aspirando a continuar el trabajo realizado.

5 - Seguridad Vial Sustentable

Continuamos trabajando en este programa, el cual tiene como finalidad que reflexionemos la manera en la cual nos movemos por las ciudades para hacer de nuestros traslados algo más simple, ecológico y seguro. Al igual que en los años anteriores, está dirigido a la comunidad, a nuestros clientes y a nuestro personal, generando acciones de impacto para todos estos públicos. Es liderado por el sector de RSE a través de un trabajo conjunto con Siniestros, el Centro I+D (Investigación y Desarrollo) y la Dirección de Marketing y Comunicación Externa.

6 - Voluntariado Corporativo

Talleres de Educación vial

Continuando nuestro programa de voluntariado corporativo, estos talleres tienen como objetivo presentar los principales conceptos de seguridad vial y movilidad sustentable, promoviendo hábitos más seguros y ecológicos en la vía pública. Voluntarias y voluntarios de la compañía se acercaron a escuelas en distintos puntos del país para realizar talleres de educación vial. Se trata de un juego lúdico dirigido a chicos y chicas de 9 a 12 años donde se busca compartir experiencias y generar un intercambio en cuestiones de educación vial.

Talleres de Ventas

A través de nuestros empleados y empleadas especialmente capacitados, compartimos conocimientos sobre el proceso de ventas y atención al cliente, brindando talleres dirigidos a emprendedores y emprendedoras de varias localidades del país, para que cuenten con nuevas herramientas y puedan potenciar sus proyectos. La totalidad de los mismos fue coordinada conjuntamente con los distintos organismos provinciales como el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y Municipalidades a lo largo del país.



Día del niño/a

Con motivo del Día del Niño/a, distintas sucursales del país eligen una organización de su comunidad para realizar una acción con los niños y niñas.

7 - Medio ambiente

Realizamos diversas iniciativas con el objetivo de minimizar el impacto de nuestras acciones cotidianas en el medioambiente:

Separación de residuos en todo el país.

Cultura “paperless”:

- **Recibo Digital**
- **Póliza electrónica**
- **Impresiones Conscientes**
- **Reemplazo de insumos**





EN QUÉ CREEMOS



GENERALI

CAMPAÑAS DE MARCA
EL PROPÓSITO DE
LA CAJA:



LA PREVENCIÓN

- CARTELES QUE SALVAN VIDAS
- PREVENÍ CON LA CAJA
- EL COMPROMISO DE LA CAJA CON EL DEPORTE



GENERALI

CARTELES QUE SALVAN VIDAS



Con el objetivo de dar a conocer masivamente el propósito de marca de La Caja, la prevención y la minimización de riesgos, **se llevó adelante la campaña “Carteles que salvan vidas”**.

La campaña de concientización consistió en direccionar los reflectores de los carteles ruter, tradicionalmente destinados a mostrar la publicidad, para iluminar diferentes puntos riesgosos de las rutas y optimizar su visibilidad bajo el lema **“Ver esta curva es más importante que ver nuestro cartel”**.

¿Nuestro escenario principal? Rutas nacionales y provinciales del país.

Para ello, instalamos paneles solares en los carteles, de manera que se activan solo cuando el nivel de intensidad de la luz natural lo hace necesario, asegurando un uso sustentable de la energía.

Se realizaron 6 instalaciones de alumbrado en diversas localidades del país, seleccionadas por su índice de siniestralidad.

PREVENÍ CON LA CAJA



Para sostener este aporte para con la sociedad en el tiempo, **para finales de 2019 también llevamos a cabo “Prevení con La Caja”,** una nueva campaña con foco en mejorar el comportamiento de todos los actores viales: conductores de moto y auto, peatones, ciclistas.

La campaña se amplificó en canales masivos con la premisa de marcar agenda en materia de prevención. Todas las etapas de la activación se desarrollaron bajo la curaduría de Culturalia, un equipo de antropólogos expertos en la materia, **liderado por Pablo Wright, investigador del CONICET, profesor en FLACSO y UBA.**

El primer paso fue llevar adelante un estudio cuantitativo con un enfoque antropológico para comprender cómo reacciona la población frente a distintas situaciones típicas de las calles de la ciudad y por qué. En paralelo a la encuesta online, se realizó una activación en DOT Baires Shopping en que grandes y chicos participaron de un juego interactivo respondiendo preguntas sobre el conocimiento que tienen en materia de seguridad vial y cómo reaccionan frente a distintas situaciones típicas de las calles de la ciudad con el objetivo de recopilar datos para el paper final. **Más de 1000 personas pasaron por el stand de La Caja y se sumaron a la propuesta.**

La Caja logró llegar con su mensaje de prevención a más de 1.614.866 personas a través de la difusión en medios tradicionales y a más de 7 millones en redes sociales.

La prevención vial es una de las causas sociales que más acompañamiento necesitan de la compañía, por eso buscamos contribuir con una cultura de manejo más consciente y segura.



EL COMPROMISO DE LA CAJA CON EL DEPORTE



En un mundo tan cambiante como el actual, **entendimos que debíamos establecer otro tipo de vínculos con nuestro mercado, debíamos ofrecer a nuestros clientes experiencias memorables con la marca, asociándola con la pasión, la emoción y los sentimientos.**

El básquet incluye valores que forman parte de la identidad y la cultura organizacional de La Caja. Esto es, el trabajo en equipo, el juego limpio, la inclusión y el federalismo, dado que se trata de un deporte con un alto grado de penetración en el interior del país.

La Caja apostó por realizar un acompañamiento integral al básquet y establecer vínculos estratégicos con las dos principales instituciones de dicho deporte en Argentina. **Somos sponsors del básquet desde el 2016 y desde ese momento fuimos acompañando distintas iniciativas deportivas de la mano de la Liga Nacional de Básquet y de la CABB -Confederación Argentina de Basquetbol.**



También patrocina a la Liga Femenina de Básquet, en línea con su compromiso con la diversidad y la inclusión.

A lo largo de todo el acompañamiento de La Caja al Básquet se desarrollaron innumerables activaciones promocionales, presencia en la televisación de los partidos, **orgullosa presencia de marca en la camiseta de la selección nacional, pero sin duda la clave del éxito radicó en la sabiduría de activar este apoyo no en el formato tradicional o publicitario, sino en activarlo como “Patrocinio comunitario”.**

Este concepto le dio a La Caja un propósito: acercar a las familias al deporte. Hacerlo accesible para todos. Y nos dio la posibilidad de hacer cosas buenas con la marca, generando empatía con el mercado y por ende, contribuyendo a mejorar la preferencia sobre nuestra marca.

En La Caja estamos convencidos que el reconocimiento de la gente es lo que le agrega valor a la marca y hace perdurable su relación en el tiempo.



