



Reporte de Sustentabilidad 2024



Índice

1. Introducción	3	5. Clientes	28
1.1. Carta del CEO	3	5.1. Nuestra propuesta de valor	29
1.2. Carta de la Head of Communications & Sustainability	4	5.2. Productos y servicios	30
1.3. Nuestro impacto positivo de 2024 en números	5	5.3. Atención al cliente	31
2. Zurich Argentina	6	5.4. Tecnología y digitalización	34
2.1. Sobre nosotros	7	5.5. Protección de datos y privacidad	35
2.2. 60 años de Zurich en Argentina	10	5.6. Propuesta de valor responsable	36
2.3. Nuestra comunicación	11	5.7. Innovación	38
2.4. Posicionamiento en el mercado	11	6. Personas	39
2.5. Premios y reconocimientos que dan valor a nuestros días	12	6.1. Colaboradores	40
3. Compromiso con la Sustentabilidad	13	6.2. Comunidad	48
3.1. Estrategia de Sustentabilidad	14	6.3. Socios estratégicos	54
3.2. Nuestros grupos de interés	17	6.4. Proveedores	57
4. Gobernanza	19	7. Planeta	60
4.1. Estructura de gobierno y comités	20	7.1. Compromiso con el planeta	61
4.2. Gobernanza de sustentabilidad	22	7.2. Compromiso Net-Zero	61
4.3. Gestión de riesgos y política de suscripción	23	7.3. Gestión eficiente de recursos	64
4.4. Ética y anticorrupción	24	7.4. Gestión integral de residuos	65
4.5. Cumplimiento normativo	25	7.5. Promoción de la conciencia ambiental	66
		7.6. Acciones contra el cambio climático: adaptación y resiliencia	68
		8. Índice de Contenidos GRI	69



1.1 Carta del CEO

En Zurich, entendemos que el verdadero progreso se mide no solo por los resultados económicos del negocio, sino también por el impacto que generamos en el planeta, en las personas y en nuestros clientes. **Este Reporte de Sustentabilidad refleja nuestro compromiso con un modelo de negocio consciente, que integra la responsabilidad ambiental, el bienestar social y la excelencia en el servicio.**

Durante el último año, hemos profundizado nuestras acciones para contribuir activamente a la construcción de un **futuro más justo y sostenible**. Desde la implementación de prácticas que reducen nuestra huella ambiental, hasta iniciativas que promueven la equidad, el desarrollo profesional y el bienestar de nuestros equipos, cada paso que damos está guiado por una visión integral del impacto que queremos generar.

Nuestros clientes también ocupan un lugar central en esta transformación. Escucharlos, entender sus necesidades y acompañarlos con soluciones responsables es parte esencial de nuestra estrategia de sustentabilidad. Creemos que la confianza se construye con transparencia, coherencia y compromiso, y este Reporte es una muestra de ello.

Invitamos a todos nuestros grupos de interés a recorrer estas páginas, que no solo documentan nuestros avances, sino que también expresan **nuestra convicción de que los negocios pueden ser una fuerza positiva para el mundo.**



Fabio Máximo Rossi
CEO
Zurich Argentina



1.2 Carta de la *Head of Communications & Sustainability*

Nos complace presentar nuestro **segundo Reporte de Sustentabilidad**, mediante el cual rendimos cuentas de nuestra gestión en materia Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG), alineada con los más altos estándares de **Global Reporting Initiative (GRI)** y con nuestro compromiso de generar valor a largo plazo para todos nuestros grupos de interés.

El año 2024 marcó un hito significativo: **celebramos 60 años de presencia en Argentina, consolidándonos como la compañía líder del sector asegurador en el país**. Esta trayectoria, construida sobre pilares de confianza, cercanía y responsabilidad, nos impulsa a redoblar esfuerzos para contribuir activamente al desarrollo sostenible del país.

Desde una **perspectiva de negocio**, protegimos a más de 1,5 millones de asegurados, reafirmando que sus necesidades son el eje de nuestra estrategia. Implementamos un nuevo sistema CRM en la nube que permite una gestión integral de la relación con el cliente, y fortalecimos nuestra red comercial —compuesta por más de 8.700 productores asesores y 35 brokers— mediante programas de formación, incentivos y desarrollo profesional. Asimismo, consolidamos alianzas estratégicas con actores clave del ecosistema financiero y automotriz, y avanzamos en la transformación digital con soluciones como Ztrack, que optimizan la experiencia de autogestión de siniestros.

En materia de **gobernanza**, contamos con un modelo robusto que promueve la gestión proactiva de riesgos, la integridad organizacional y la transparencia. Nuestro Código de Conducta establece principios éticos claros, y en 2024 el 100% de nuestros colaboradores —incluyendo el equipo directivo— recibió formación específica en políticas de anticorrupción.

En el **eje ambiental**, reafirmamos nuestro compromiso con la descarbonización. En 2024, el Grupo Zurich lanzó el Plan de Transición Climática – Economía Net Zero, que establece metas concretas para avanzar

hacia una economía baja en carbono. Como resultado, logramos reducir nuestras emisiones en un 84% respecto al año base 2019, superando ampliamente el objetivo previsto. Además, obtuvimos la certificación “Sello Verde” del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en reconocimiento a nuestra gestión responsable de residuos.

Desde el **enfoque social**, promovemos una cultura organizacional basada en la diversidad, la innovación y el desarrollo profesional. Contamos con más de 800 colaboradores, y fomentamos su crecimiento mediante un Plan de Desarrollo que impulsa la movilidad interna y la preparación para nuevos desafíos. Nuestro programa de inversión social, con más de dos décadas de trayectoria, se ejecutó en 2024 a través de 15 alianzas con organizaciones de la sociedad civil y donaciones que superaron los 147 millones de pesos. Además, fortalecimos el entramado productivo nacional mediante la contratación de más de 640 proveedores activos, destinando el 95% de nuestras compras a proveedores locales.

Este Reporte refleja no solo nuestros avances, sino también nuestra convicción de que el crecimiento empresarial debe estar acompañado por una gestión responsable, transparente y orientada al triple impacto: planeta, personas y clientes.

Agradecemos profundamente a quienes confían en nosotros y a quienes, con su compromiso diario, hacen posible que **sigamos construyendo un futuro mejor**.



Adriana Arias

Head of Communications & Sustainability
Zurich Argentina



Presencia del negocio



60° aniversario en la Argentina

6,7% Share Zurich Argentina¹

4° puesto en posicionamiento de mercado Zurich Argentina¹

Premio Visión Sustentable (Premios Prestigio, Grupo Sol)

1° puesto Ranking Merco Empresas

1° puesto Seguros de Vida Individual en el mercado

Gobernanza



15 directores conforman el *Management Team*

11 comités especializados

100% de empleados capacitados sobre Código de Conducta, Crímenes Financieros, Anticorrupción y Protección de Datos

0 multas y sanciones por incumplimiento normativo

Clientes



685.854 clientes activos

886.679 pólizas vigentes al 31/12/24

40,7 TNPS²

43 RNPS³

390,1 millones de pesos de *Sustainable Revenue*

Lanzamiento Hogar Sustentable

1.3 Nuestro impacto positivo de 2024 en números

Planeta



84% de reducción de emisiones de CO₂eq desde 2019 (año base)

695,76 TonCO₂eq de huella de carbono en 2024 vs 818,03 en 2023

+ 80% de nuestra flota de vehículos son híbridos

1.595.502 kWh adquiridos a través de certificados I-REC

27.377 millones de pesos invertidos en activos ESG

36,25% de reducción en la emisión de carbono de nuestro portafolio comparado con 2020

Obtención de certificado "Sello Verde" del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

84% de pólizas digitalizadas

Personas



Colaboradores

822 colaboradores

#38 Ranking "Mejores Empleadores" (Revista apertura)

49% de participación de mujeres en el equipo

93% de compromiso según la encuesta Zurich Experience Survey

79% internal hiring

Comunidad

\$147.672.093,95⁴ de inversión en la comunidad

30% de colaboradores son VoluntarioZ

4.300 horas de voluntariado

15 alianzas de acciones con la comunidad

Socios estratégicos

+ 8.000 productores asesores de seguros de vida y patrimoniales

35 brokers

75 alianzas con concesionarias, bancos, tarjetas de crédito y terminales

Proveedores

640 proveedores activos

95% de compras a proveedores locales

100% de nuestros proveedores de riesgo medio o alto fueron evaluados con criterios de sustentabilidad.

1. Incluye Patrimoniales y Vida.

2. Transactional Net Promoter Score (TNPS): indicador interno de satisfacción definido por el Grupo Zurich que alcanza a todos los clientes

3. Relational Net Promoter Score (RNPS): mide la satisfacción y el relacionamiento de los clientes con la compañía y la marca en general.

4. Corresponde a las donaciones realizadas durante el año 2024 por Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A., Zurich Aseguradora Argentina S.A., y Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina.

2. Zurich. Argentina

Hace 60 años que crecemos junto a la sociedad argentina, entendiendo sus necesidades y ofreciendo soluciones de seguros que acompañan sus proyectos, protegen sus logros y se adaptan a cada etapa de su vida. Nuestro compromiso con los clientes se refleja en la calidad y variedad de nuestros productos y servicios, diseñados para proteger a lo que mejor protegen.

60° aniversario
innovación **compromiso**
futuro valor sostenible **cercanía**
promesas **estrategia** rankings
propósito **valores** presencia nacional

2.1 Sobre nosotros

Nuestro propósito es ayudar a las personas a asegurar las pequeñas y grandes cosas de la vida.

Somos líderes de referencia en el mercado asegurador y conducimos la transformación de la industria, adaptándonos a las tendencias del futuro. Nuestra mirada a largo plazo nos permite brindar soluciones en seguros y construir relaciones duraderas sobre la base de valores compartidos.

Ofrecemos seguros generales y de vida a personas, pequeñas y medianas empresas, así como a grandes compañías y multinacionales.

Este reporte refiere a la *Business Unit* Zurich Argentina, que forma parte del Grupo Zurich y lleva a cabo sus operaciones en el país a través de las siguientes razones sociales⁵ :

Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A.

Zurich Aseguradora Argentina S.A.

Zurich International Life Limited Sucursal Argentina

Zurich Argentina Compañía de Seguros de Retiro S.A.

Zurich Compañía de Reaseguros Argentina S.A.



5. Todas son Sociedades Anónimas de carácter privado, a excepción de Zurich International Life Limited Sucursal Argentina que se trata de una sucursal argentina de una sociedad extranjera.

Nuestra sede central se encuentra en C.A.B.A. y tenemos presencia en el país a través de 9 oficinas propias y oficinas de atención comercial en diversas plazas.

- 19 agencias de seguro de vida acreditadas.
- 77 organizaciones de seguros patrimoniales registradas.
- 32 oficinas delegadas de representación en todo el país
- 75 alianzas con concesionarias, bancos, tarjetas de crédito y terminales automotrices

Localiza nuestras oficinas

Construyendo valor con propósito y compromiso

Nuestras promesas:



Al cliente:

tus necesidades e intereses están en el centro de todo lo que hacemos.



Al empleado:

crezcamos juntos



Al planeta:

impulsar un cambio positivo



A nuestros aliados:

colaborar para crear valor mutuo de cara a nuestros clientes

“Un gran futuro se construye honrando los compromisos”

Para qué
#NuestroObjetivo

Para protegerte



Para inspirarte confianza



Para ayudarte a alcanzar tu máximo potencial.

Cómo
#NuestrosValores

Somos un único equipo y valoramos la diversidad y el potencial de cada individuo.



Abrazamos las nuevas ideas para superar las expectativas de nuestros clientes.



Cumplimos nuestras promesas y defendemos lo que es correcto.

Qué
#NuestraEstrategia

Foco en el cliente
Mejorar la calidad de servicio para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes.



Simplificar
Una organización más ágil y con mejor capacidad de respuesta.



Innovar: Mejores productos, servicios, atención al cliente.

Compromisos que sostienen nuestro crecimiento

En un entorno cada vez más competitivo, buscamos transformar nuestro modelo de negocio hacia un enfoque centrado en el cliente, ofreciendo propuestas innovadoras que respondan a las necesidades de protección de las personas y las empresas.

Esta es nuestra rutina para mantener nuestras fortalezas al día:



Siempre una impronta única

Nuestro negocio se equilibra entre seguros para empresas y minoristas, patrimoniales y de vida en Europa y América del Norte. Tenemos una presencia sólida y creciente en América Latina, y nos estamos expandiendo en la región de Asia Pacifico.



Solidez en la posición financiera

Podemos brindar seguridad a nuestros clientes de que estaremos allí cuando nos necesiten para gestionar sus reclamos, y a nuestros accionistas de que somos financieramente estables. Hemos ganado una reputación positiva como negocio y como empleadores.



Ser una marca confiable

Tenemos una historia de éxitos en el cumplimiento de nuestros compromisos. Somos una marca sólida, y nuestra reputación se basa en que somos capaces de comprender los riesgos que enfrentan nuestros clientes y de estructurar ofertas que cubren sus necesidades específicas.



Alimentar una cartera equilibrada

Nuestra cartera de negocios es saludable y equilibrada entre seguros patrimoniales y de vida, y ofrece soluciones para retail, middle market y negocios corporativos.



Desarrollar a nuestros colaboradores

Asumimos el compromiso de acompañar y potenciar el desarrollo profesional de nuestros colaboradores a largo plazo, brindando oportunidades de formación y crecimiento, en una cultura basada en el alto rendimiento y el trabajo en equipo.



2.2 60 años de Zurich en Argentina

En Zurich, celebramos 60 años de presencia en el país, consolidándonos como la compañía líder de seguros en Argentina.

Nuestra campaña por los 60 años de presencia en el país se llamó “Cobertura Argentina”

Con motivo de esta celebración lanzamos públicamente la campaña “Cobertura Argentina” que buscó destacar la esencia solidaria de los argentinos. Además, fortalecimos nuestra comunicación con las audiencias externas -productores, brokers, aliados y relaciones institucionales-. Gran parte de las acciones comerciales estuvieron vinculadas con la celebración de nuestro aniversario, destacando el orgullo de formar parte de la sociedad argentina.

El espíritu de la campaña externa también se vivió dentro de la compañía. Los colaboradores premiaron a quienes mejor representan ese espíritu solidario. Para esto, se los invitó a nominar a sus colegas, a través del posteo de tarjetas con las palabras #Gauchada, #Favorazo y #Aguante en sus muros de *Workplace* o en el grupo de Zurich Argentina. Entre todas las personas que recibieron agradecimientos/nominaciones de cada tema, se les entregó un obsequio identificado con la argentinidad.

Con la visita especial de Mario Greco, CEO del Grupo Zurich y Laurence Maurice, CEO LatAm, el Teatro Colón se convirtió en el escenario para celebrar junto a clientes, partners de negocio, colaboradores y socios estratégicos. Fabio Rossi, CEO Zurich Argentina, fue el anfitrión de este gran evento en el que conmemoramos la trayectoria de Zurich, el liderazgo y la visión y compromiso de largo plazo con nuestros clientes, la comunidad y el país.

El 60 aniversario fue una oportunidad para reafirmar nuestro compromiso con nuestros clientes, con la sociedad argentina y con todas las generaciones futuras.

60 años



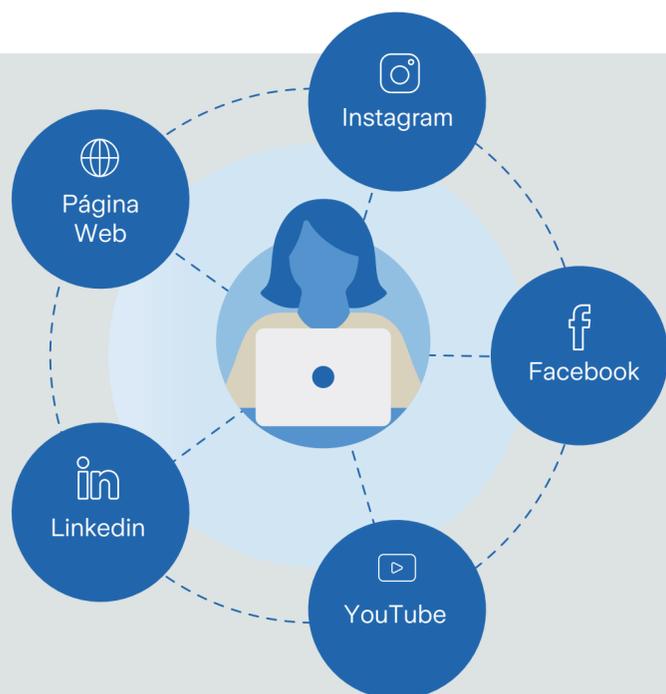
2.3 Nuestra comunicación

En Zurich Argentina, nos comprometemos a fortalecer nuestra marca y reputación mediante acciones de comunicación que reflejan nuestro liderazgo en la industria. Buscamos generar un mayor reconocimiento entre nuestros clientes potenciales y la sociedad en general, destacando nuestro compromiso con la comunidad y nuestra vocación de cumplimiento. La persona está en el centro de todas nuestras decisiones, y por ello, ocupa un lugar relevante en la creación de nuestros planes de interacción.

Nuestros objetivos estratégicos incluyen:

- ➔ Incrementar el conocimiento de marca (*awareness*).
- ➔ Fortalecer nuestra reputación corporativa.
- ➔ Ejercer liderazgo en nuestra categoría.
- ➔ Liderar la transformación de la industria aseguradora desde la comunicación.
- ➔ Demostrar nuestro liderazgo en servicio, con un enfoque centrado en las personas.

Presencia en Redes Sociales



2.4 Posicionamiento en el mercado

Somos **#1** en Seguros de Vida Individual desde 1995 y estamos en el top 10 de Seguros Patrimoniales desde 2018.



Posicionamiento de mercado ⁽¹⁾		2024		2023	
		Share (%)	Posición (N°)	Share (%)	Posición (N°)
Total (Patrimoniales + Vida)	Zurich Argentina	6,7	4	6,6	3
Patrimoniales	Property	6,7	5	7	5
Patrimoniales	Marine	7,4	5	8,1	4
Patrimoniales	RC	8,6	5	8,4	5
Patrimoniales	Motor ⁽²⁾	5,1	8	5	8
Patrimoniales	Combinado Familiar e Integrales ⁽³⁾	8,2	3	8,7	2
Patrimoniales	Ingeniería	9,5	2	7,5	5
Patrimoniales	Agro	6,8	4	7,2	5
Vida	Total Vida	12,5	1	12,3	1
Vida	Vida Individual	42	1	42,6	1

(1) Incluye tanto individuos como empresa.

(2) Incluye motos y autos líneas personales y comerciales

(3) Incluye hogar (combinado familiar) e Integral de Comercio y Consorcio (Integrales).

2.5 Premios y reconocimientos que dan valor a nuestros días

#1 Sector Seguros y **#45** Ranking general de Reputación Corporativa – Merco.

#1 Seguros de Vida – Premios Prestigio, otorgado por Grupo Sol de Comunicaciones: 12 años continuos de reconocimiento en este puesto.



Ganamos

el premio “Visión Sustentable” – “Premios Prestigio”, Grupo Sol. Refleja la importancia que se le otorga a la sustentabilidad dentro de la compañía.

#38 - Ranking Los Mejores Empleados para empresas entre 200 y 1.000 empleados - Revista Apertura.

#86 – Ranking general y **#14** en el ranking sectorial de servicios financieros – Las 100 mejores empresas en imagen – Revista Apertura.

#17 – Las 1000 empresas líderes – Sector Seguros, para Zurich Life – Prensa Económica.

#1 Sector Seguros y **#61** Ranking general – Merco Talento.

#4 – Seguros, Universo Público General - Premios Prestigio – NBS.

#4 Productores Prestigio - Premios Prestigio – NBS.

#10 en el Ranking “Las 20 líderes”, que mide la producción, gestión y capacidad de pago de entidades de seguro – Revista Todo Riesgo.

#1 Sector seguros y **52** – en el Ranking general – *Ranking Influence 100* – Horse.

#89 - Fabio Rossi, CEO de Zurich Argentina, reconocido entre los 100 CEOs más disruptivos del país – *Ranking Influence 100 change makers* – Horse.





3. Compromiso con la Sustentabilidad

En Zurich Argentina entendemos que los seguros no solo brindan protección financiera, sino que también actúan como una red de seguridad social que contribuye al bienestar colectivo. Nuestra experiencia como gestores de riesgos nos permite fortalecer la resiliencia frente a desafíos naturales, sociales, económicos y financieros. Guiados por el propósito de **crear juntos un futuro mejor**, trabajamos para generar un impacto positivo desde nuestro rol como aseguradora, inversora, empleadora y miembro activo de la comunidad.

Estrategia de sustentabilidad
alianzas ODS grupos de interés
indicadores de sostenibilidad ecosistema Zurich
personas planeta
compromisos internacionales cliente



3.1 Estrategia de Sustentabilidad

A través de nuestra Estrategia de Sustentabilidad buscamos generar un impacto positivo en los ámbitos económico, social y ambiental. Como aseguradora, nos enfocamos en proteger lo más importante de la vida de las personas y contribuir a un futuro más seguro. Este compromiso se refleja en productos y servicios que apoyan a la comunidad, la educación y el cuidado del medio ambiente.

Enmarcamos nuestro compromiso con la sustentabilidad y la gestión responsable, dentro de las políticas y lineamientos del Grupo Zurich con alcance interno:

- ➔ Sustainability Framework
- ➔ Código de Conducta
- ➔ Sustainable Sourcing Guidelines
- ➔ Zurich Underwriting Guidelines

Nuestra estrategia se basa en tres pilares: nuestros clientes, las personas y el planeta. Desde hace años integramos la sostenibilidad en nuestra gestión a través de tecnología, innovación, aprendizaje, alianzas y una gobernanza sólida. En 2024, seguimos implementando nuestro Marco de Sostenibilidad, con un enfoque especial en el apoyo a nuestros clientes y el impulso de nuestra transición climática.

Como referentes, queremos empoderar a personas y organizaciones para actuar y crear un futuro mejor.

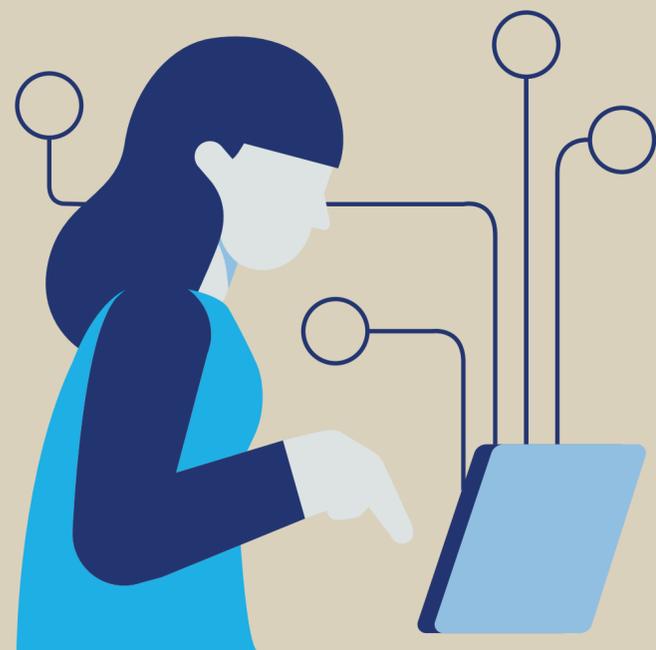
Nuestra Estrategia de Sustentabilidad



Pilar	Objetivo	Acción	Indicadores	Resultados 2024
 PLANETA	Lograr resultados de cero emisiones netas, al mismo tiempo que ayudamos a mejorar la resiliencia de nuestro planeta y sociedad.	Reducimos y mitigamos las emisiones generadas por nuestras actividades a través de distintos instrumentos y acciones locales.	a. Huella de carbono b. Objetivos <i>Net-Zero</i> en suscripción, inversiones y operaciones.	a. 695,76 tnCO ₂ eq. b. 84% Reducción de las emisiones de nuestras operaciones respecto al año base (2019) 22.514 tnCO ₂ eq; Reducción cartera de inversiones 14,7% Variación inversión ESG
 PERSONAS	Promover escenarios basados en el bienestar, el desarrollo, la diversidad, la inclusión y la accesibilidad.	Garantizamos las condiciones laborales justas y seguras, impulsando la formación continua de los colaboradores y acciones que contribuyan al desarrollo de las personas a través de nuestros programas de inversión social y voluntariado	a. Contratación Interna (Internal Hiring) Compromiso con la comunidad: b. Inversión Social c. Voluntariado	a. 79% b. \$147.672.093,95 c. 4.300 horas de voluntariado
 CLIENTES	Apoyar la transformación hacia un futuro sustentable y acercarles un servicio accesible y asequible a nuestros clientes.	Ofrecemos soluciones y productos de inversión centrados en la sostenibilidad	Productos sustentables a. <i>Sustainable Revenue</i>	En millones de \$ <i>NomADN</i> : 100 <i>LiveWell</i> : 290 Hogar sustentable: 0,1

¿Cómo difundimos internamente la sustentabilidad?

Como parte de nuestra estrategia buscamos incorporar la cultura de sustentabilidad en nuestros colaboradores a través de acciones de concientización y difusión de contenidos por medio de publicaciones en nuestras redes internas, trivias y juegos interactivos para reforzar conceptos como cero emisiones netas, carbono neutral y compensación de carbono. Además, invitamos a nuestros colaboradores a participar en actividades de voluntariado con impacto social y ambiental. Por otro lado, en 2024 el Grupo lanzó la Academia de Sustentabilidad, un espacio en nuestra plataforma interna de capacitación que brinda contenidos sobre la relación entre seguros y sostenibilidad como así también sobre nuestro compromiso *Net Zero*.



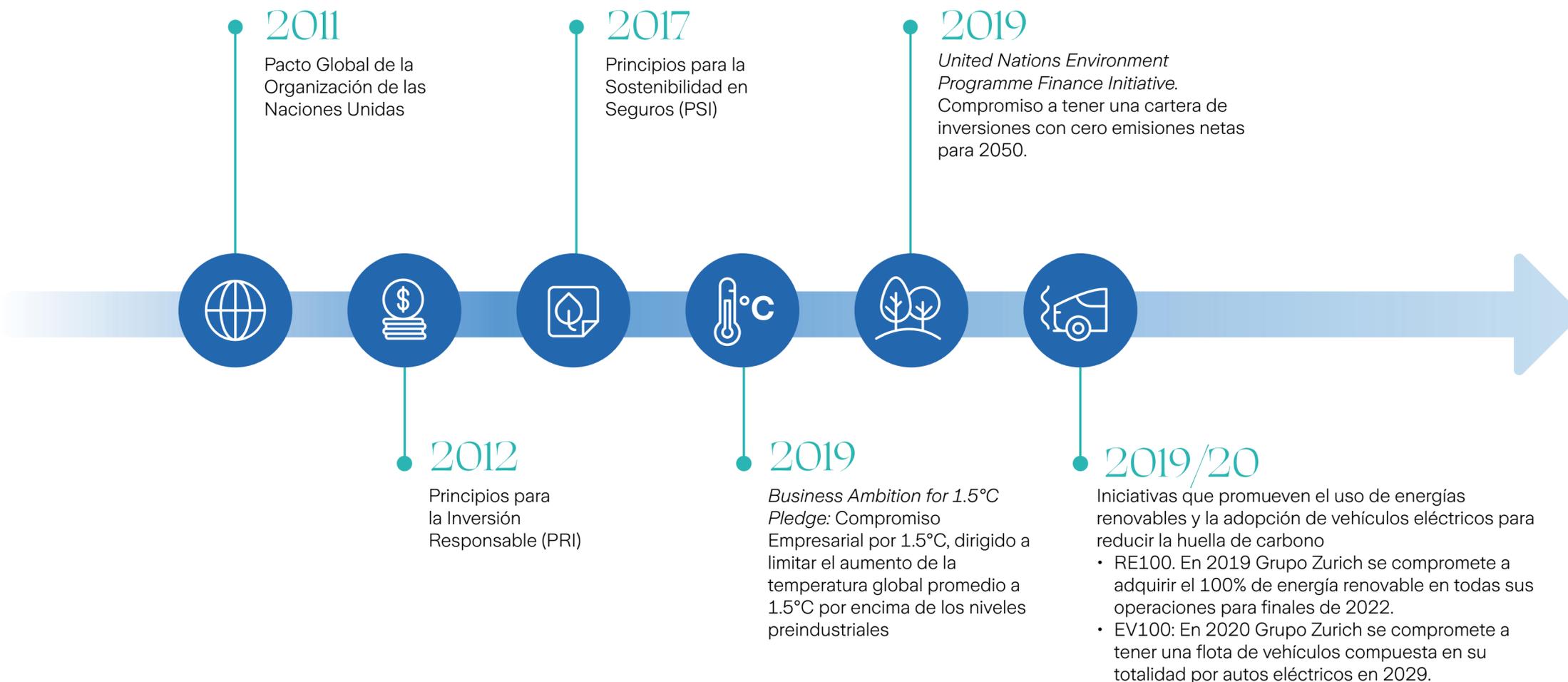
Compromisos y rankings internacionales y locales

Nos unimos a diversas iniciativas globales que nos ayudan a impulsar nuestro trabajo en pos de la sustentabilidad en colaboración con la industria y con colegas de todo el mundo.

Compromiso con los derechos humanos

En nuestro Código de Conducta también promovemos los siguientes estándares internacionales de mejores prácticas para gestionar los posibles efectos adversos en los derechos humanos:

- ➔ Principios Rectores sobre Derechos Humanos y Comerciales: Implementación del marco de trabajo de las Naciones Unidas «Proteger, respetar y remediar»
- ➔ Pautas de la OCDE para Empresas Multinacionales
- ➔ Pacto Mundial de las Naciones Unidas





Formamos parte de los siguientes rankings e índices:



A nivel local somos miembro en cámaras e iniciativas donde se difunden temáticas ESG:

- ➔ Grupo de Fundaciones y Empresas (GDPE)
- ➔ Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)
- ➔ Comité de Medioambiente de la CCSA (Cámara de Comercio Suizo Argentina)
- ➔ Participación en foros de discusión con colegas corporativos

Junto a las empresas miembro del Comité de Medio Ambiente de la Cámara de Comercio Suizo Argentina organizamos el evento EcoSuiza 2024 con el fin de presentar proyectos sostenibles desarrollados en alianza con ONGs. Los ejes centrales fueron: alianzas establecidas para la transición energética, la economía circular, la conservación del hábitat y la inclusión social.

Contribuimos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas



Como parte de nuestro compromiso con una gestión sostenible, contribuimos con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Nos enfocamos especialmente en aquellos ODS donde podemos generar un mayor impacto, ya sea a través de nuestras operaciones, inversiones o programas comunitarios.

A su vez, desde hace varios años formamos parte del programa Conectando Empresas con los

ODS, una plataforma online impulsada por el Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS), que tiene como propósito visibilizar iniciativas empresariales alineadas con la Agenda 2030. Ser parte de este espacio no sólo refuerza nuestro compromiso con los ODS, sino que también nos permite fortalecer alianzas estratégicas, fundamentales para avanzar de manera colaborativa hacia los objetivos planteados en la Agenda 2030.

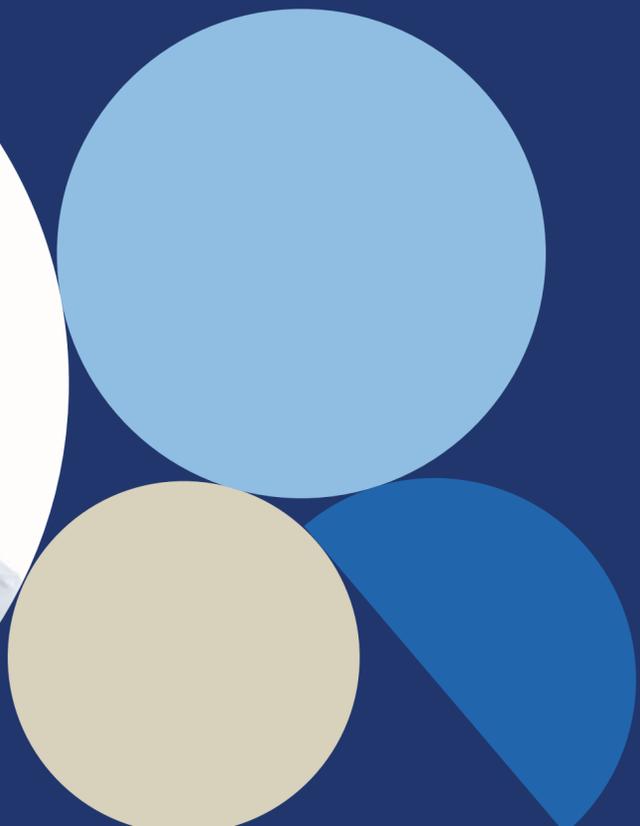


Obtuvimos el premio Visión Sustentable de los Premios Prestigio de la revista NBS.

3.2 Nuestros grupos de interés

En Zurich, consideramos a los grupos de interés como una parte esencial de nuestro ecosistema, interactuando con ellos diariamente. Buscamos que nuestras prácticas sean inclusivas, transparentes y responsables, alineándonos con sus necesidades y expectativas. El diálogo constante con estos grupos es clave para identificar nuestros impactos y comprender la importancia de nuestro vínculo en la contribución al desarrollo sostenible.

Para garantizar una participación efectiva y beneficiosa, mantenemos canales de comunicación abiertos y continuos, abordamos proactivamente sus inquietudes y realizamos evaluaciones periódicas para mejorar nuestras estrategias. Este enfoque refuerza nuestro compromiso con la sustentabilidad y la responsabilidad corporativa, pilares fundamentales en Zurich.



Creemos que la reconstrucción de las economías debe ir de la mano con esfuerzos renovados para crear una sociedad más equitativa, priorizando la salud y el bienestar de las personas, y produciendo un beneficio ambiental neto. Por eso, cada acción que emprendemos está orientada a crear valor sostenible para todos nuestros grupos de interés, gestionando recursos con responsabilidad, impulsando relaciones sólidas y construyendo un futuro en el que el bienestar compartido sea el motor de nuestro crecimiento.

Nos fortalecemos cada día creando valor sostenible y utilizando todos nuestros recursos.

Creamos valor sostenible haciendo el mejor uso posible de:

Capital

Experiencia

Conocimiento

Relaciones

Recursos naturales

Creación de valor sostenible junto a los grupos de interés



Nuestro modelo de negocio nos permite crear valor para:

Clientes

Colaboradores

Socios estratégicos

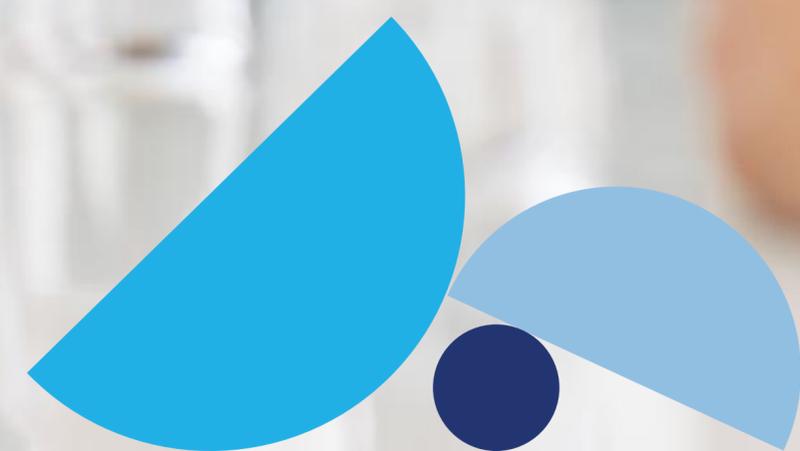
Inversores

Comunidad y la sociedad

4. Gobernanza

Alineamos nuestras prácticas con estándares internacionales en ética, transparencia y prevención de la corrupción, fortaleciendo así una cultura organizacional íntegra. Este marco de gobernanza también orienta la gestión proactiva de los riesgos, estableciendo mecanismos efectivos para su identificación, evaluación y mitigación.

protección de datos
Gobernanza Management **comités**
de sustentabilidad Team gestión de riesgos
anticorrupción crímenes
política de financieros
suscripción Código de Conducta



4.1 Estructura de gobierno y comités

Reafirmamos nuestro compromiso con un gobierno corporativo basado en principios de imparcialidad, transparencia y responsabilidad. Contamos con estructuras y procesos definidos que garantizan una gestión eficiente y alineada con los intereses de nuestros grupos de interés. El *Management Team*, conformado por 15 directores con funciones ejecutivas, lidera la gestión de Zurich Argentina.

Nuestro Management Team se destaca por su visión estratégica, liderazgo decisivo y una sólida base en conocimientos técnicos y financieros. Con habilidades en comunicación y gestión de riesgos, nuestros líderes aseguran decisiones informadas y alineadas con nuestros objetivos y compromisos.



Nombre y Apellido	Cargo	Antigüedad en el <i>Management Team</i>
➔ Fabio Máximo Rossi	Chief Executive Officer (CEO)	10,88
➔ Marcelo Castagna	Chief Financial Officer (CFO)	14,52
➔ Nora Alicia Vignolo	Chief Investment Officer	6,51
➔ Santiago Alberto Hays	Chief Underwriting Office (CUO)	10,93
➔ Anabella Barbieri ⁽¹⁾	Chief Claims Officer (CCO)	-0,15
➔ Silvia Dulce	Chief Operations Officer (COO)	8,77
➔ Diego Vecchi	Chief Risk Officer	4,35
➔ Santiago Patricio Deane	General Counsel	3,52
➔ Adriana Arias	Head of Communications & Sustainability	10,61
➔ Pablo Gabriel Marcella	Human Resources Business Partner	12,95
➔ Mauro Zoladz	Head of Customer Proposition	11,28
➔ Alejandro Vega Cigoj	Head of Commercial Insurance	14,12
➔ Leonardo Gastón Hani	Head of Mass Retail Distribution	3,33
➔ Diego Javier Weiger	Head of Independent Agents Life	3,29
➔ Dario Marcelo Smaldone	Head of Independent Agents GI	3,29

(1) asumió formalmente la posición de Chief Claims Officer de Zurich Argentina en 2025. Los últimos meses del 2024, se ha desempeñado en forma interina.

Management Team



Selección y designación:

En el proceso de selección se conforma una terna, en la que se incluyen las personas que están en los planes de sucesión actualizados anualmente. El proceso se inicia desde HR local y continúa con HR regional y Grupo Zurich.



Toma de decisiones:

Los miembros tienen la facultad de delegar tareas en sus reportes, aunque la responsabilidad final por las decisiones de cada área recae en el Director correspondiente.



Delegación:

Cada dirección está liderada por un representante del *Management Team*, quien tiene la responsabilidad de velar por el cumplimiento de la estrategia.



Capacitación:

Existe un plan de capacitación y desarrollo, definido de acuerdo con las funciones de cada integrante.



Conflictos de interés:

Contamos con una Política que expresa el compromiso de Grupo Zurich con la eliminación de los conflictos de interés en todas sus actividades y transacciones.



Evaluación:

Anualmente se realiza una evaluación al *Key Risk Taker* de la *Business Unit* (BU). Existen indicadores específicos para evaluar el desempeño y la pertinencia de las decisiones tomadas. En caso de desvíos, estos se incluyen dentro de los objetivos a evaluar en el próximo periodo.



Remuneración:

La política de compensaciones y beneficios promueve tanto el desempeño individual como el de la compañía, en línea con la política de riesgo y los lineamientos del Grupo Zurich.



Comités

Contamos con comités⁶ especializados que contribuyen a una gestión eficiente y profesional de nuestras actividades. Cada uno está integrado por al menos un miembro del órgano de administración⁷, cuando la temática lo requiere. El área de *Risk Management* envía de forma trimestral las minutas al *Management Team* asegurando el seguimiento y la supervisión adecuada.

- ➔ Comité de Riesgos y Control
- ➔ Comité de Servicio
- ➔ Comité de Auditoría
- ➔ Comité de Inversiones (ALMIC)
- ➔ Comité de Reservas
- ➔ *Executive Committee*
- ➔ Comité de *Pricing* y Producto Auto
- ➔ Comité AML (Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo)
- ➔ Comité de Ética para Productores
- ➔ Comité de *Unit Linked*
- ➔ Comité de Inversiones para Clientes

Comité de Crisis

Contamos con un Comité de Crisis y un protocolo de contingencia que establecen el modelo de acción ante la detección y alerta de situaciones de riesgo y definen un protocolo de procesos internos y acciones de mitigación en línea con nuestro *Business Resilience* plan.

Este comité, evaluado anualmente, está conformado por asesores externos y representantes de áreas clave como Comunicaciones, Gerencia General, *Legal & Compliance*, *Risk Management* y *Business Resilience*, además de otras áreas según el contexto. Durante 2024, no fue necesario activar el comité.

6. Para conocer las funciones de cada comité ingresar al Manual de Gobierno Corporativo disponible en <https://www.zurich.com.ar/conoce-zurich/gobierno-corporativo>

7. Se entiende por órgano de administración al Directorio de cada una de las sociedades de Zurich en Argentina y a sus directores estatutarios.

4.2 Gobernanza de sustentabilidad

Consideramos que la sustentabilidad es una parte integral de nuestra estructura de gobierno, tanto a nivel global como local. En este marco, adoptamos un enfoque que integra a nuestros grupos de interés y refuerza nuestro compromiso de generar un impacto positivo a largo plazo.

A nivel mundial, la posición de *Chief Sustainability Officer* (CSO) rinde cuentas de forma directa al CEO del Grupo Zurich, lo cual demuestra la importancia que se otorga a la Estrategia de Sustentabilidad. El CSO lidera el Equipo Ejecutivo de Sustentabilidad, formado por expertos en sustentabilidad de las principales áreas de negocio, y con la responsabilidad de asegurar la alineación con el marco estratégico, establecer las prioridades y los resultados anuales, así como proporcionar a las regiones y países las herramientas y los conocimientos necesarios.



Gobernanza de sustentabilidad en Argentina

Management Team

Todas las semanas se llevan a cabo reuniones con los integrantes del Management Team, con un espacio para abordar los temas de sustentabilidad local. Allí se abordan todos los temas relevantes al negocio. La presentación y la puesta en común sobre temas de sustentabilidad depende de la necesidad de desarrollar acciones o tomar decisiones al respecto.

CEO y líderes de sustentabilidad

Participan de instancias de planificación, monitoreo y revisión de resultados de los indicadores definidos para cada pilar de nuestra estrategia, considerando los lineamientos y objetivos globales como así también el contexto de nuestro país.

Comité de Sustentabilidad

Formado por líderes y referentes de cada área del negocio, es un espacio en donde se comunican las acciones y targets de los ejes de trabajo de nuestra estrategia local de sustentabilidad. No hay una frecuencia específica, sino que se realizan reuniones o interacciones según necesidad.

Área de Comunicaciones & Sustentabilidad

Vela por el desarrollo y la implementación de la Estrategia local. Desde el área de sustentabilidad se centraliza y da seguimiento a las acciones, los indicadores de desempeño y el cumplimiento de targets asociados a los ejes planeta, clientes y personas que son llevadas a cabo por otras áreas.

Business Unit Review trimestrales

Las *Business Unit Review* (BUR) se realizan a nivel local, regional y global en donde se controla el avance de plan de negocio del año que incluye los indicadores de sustentabilidad

4.3 Gestión de riesgos y política de suscripción

Nuestra gestión integral de riesgos está enmarcada en la **Zurich Risk Policy** (ZRP), actualizada anualmente por el Grupo Zurich. Esta política define el apetito de riesgo de la compañía y se aplica de forma adaptada a cada unidad de negocio, teniendo en cuenta sus particularidades locales. La ZRP se complementa con manuales operativos que aseguran una gestión consistente y alineada en todos los niveles.

Nuestro enfoque se basa en el **modelo de las tres líneas de defensa**, el cual estructura la responsabilidad sobre los riesgos en distintos niveles de control, fortaleciendo la transparencia y la rendición de cuentas en toda la organización:

1ª línea:

Las áreas operativas y comerciales implementan directamente la ZRP en sus procesos diarios y en su interacción con el mercado.



2ª línea:

Los equipos de *Compliance* y *Risk Management* supervisan el cumplimiento de la política mediante controles y revisiones periódicas (*quality assurance*).



3ª línea:

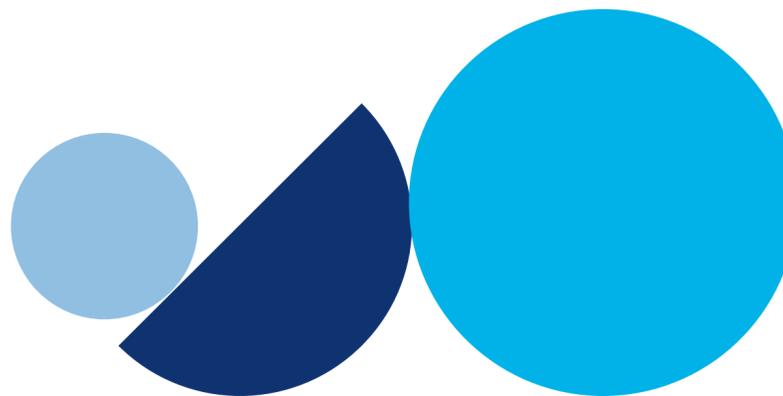
a través de auditorías se constata que se cumpla lo determinado previamente.

Además, contamos con herramientas y procesos complementarios que fortalecen la gestión de riesgos:

- ➔ **Total Risk Profile (TRP):** ejercicio anual donde se identifican y priorizan los riesgos estratégicos del negocio para el año siguiente, estableciendo planes de acción con seguimiento trimestral.
- ➔ **Marco Integrado de Control Interno (ICIF):** marco uniforme para asegurar que todas las operaciones se realicen conforme a los estándares del Grupo Zurich, garantizando evidencia adecuada y trazable. Incluye riesgos financieros (ICFR) y riesgos de control interno (ICIF).
- ➔ **RACE:** plataforma de gestión de riesgos que unifica los procesos establecidos por el Grupo Zurich.
- ➔ **GAAP Assessment:** permite identificar los riesgos del área y definir controles asociados a una taxonomía de riesgo establecida.
- ➔ **SIBT (Sustainability in Business Transactions):** proceso mediante el cual evaluamos a nuestros clientes corporativos en relación con sus estándares ambientales, sociales y de gobernanza.
- ➔ **Third-Party Governance Framework (TPGF)** es una herramienta de autoservicio que permite a las áreas correspondientes, gestionar los riesgos asociados a los acuerdos con terceros.

Promovemos la cultura de riesgos

- ➔ Comité de Control interno trimestral.
- ➔ Capacitaciones sobre nuevas implementaciones de ICIF.
- ➔ SAOR (*Self Assessment of Operational Risk*).
- ➔ Controles ICIF: Ciclo de Certificación Trimestral
- ➔ Evaluación de controles en diseño y operatividad.
- ➔ Monitoreos de cumplimiento de evidencias de controles.
- ➔ Monitoreos de cumplimientos de políticas.





En marzo de 2024 realizamos el **Internal Control Assessment**, evaluando procesos ICIF, materialidades y cumplimiento de controles. Esto permitió optimizar la cantidad y calidad de controles, reduciendo tiempos y costos de testeo. Los planes de acción se completaron en junio de 2024, cumpliendo en tiempo y forma.



- ⌚ Automatización de Tableros para control de proveedores.
- ⌚ Materialización del riesgo macroeconómico definido en TRP 2024.



Zurich Emerging Risk Radar

Como parte del Grupo Zurich identificamos y evaluamos anualmente los riesgos emergentes de sostenibilidad a través del *Emerging Risk Radar*, una herramienta que permite identificar, clasificar y pre evaluar los desafíos emergentes. El proceso de gestión de riesgos emergentes de Zurich se enfoca en aquellos riesgos que pueden tener un impacto significativo en la compañía y sus clientes, incluso a través de las oportunidades de negocio que representan.

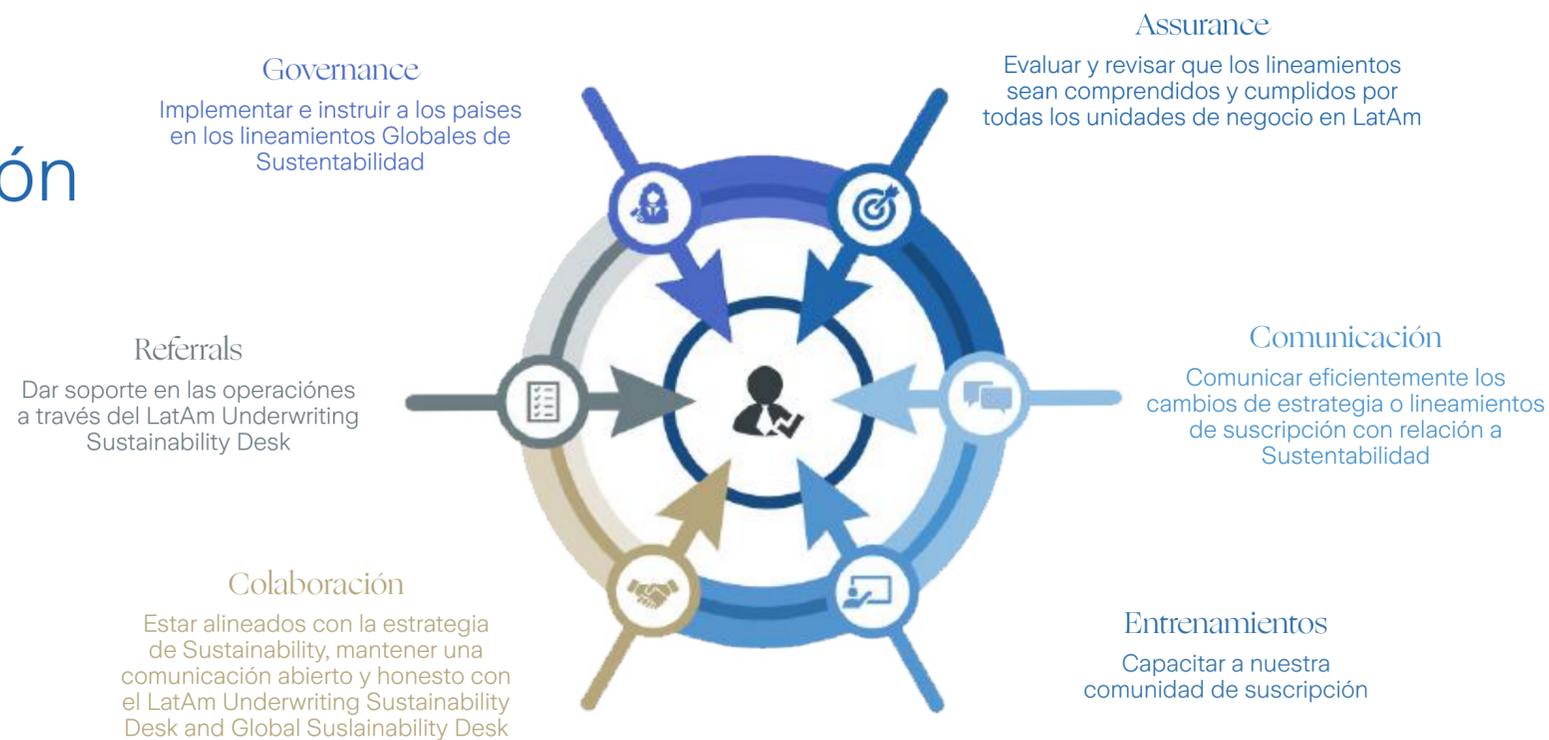
Política de suscripción

En nuestra biblioteca virtual *Globuz* se encuentran todos los documentos relacionados con la actividad de suscripción. Allí se encuentran publicados:

- ➔ *Zurich Underwriting Guideline - Chapter Sustainability.*
- ➔ *Global Sustainability - UW How to Document.*



Gobernanza de la suscripción



Derechos humanos:

Considera países e industrias de mayores riesgos para evaluar antes de generar nuevos negocios, evitando el trabajo infantil, trabajo forzoso y otros abusos contra los derechos humanos.



Municiones prohibidas:

No se entablarán nuevas relaciones comerciales con empresas que producen, distribuyen o comercializan municiones prohibidas o minas terrestres antipersonal.



Carbón y arenas petrolíferas:

Zurich no suscribirá ni invertirá en empresas que generen más del 30% de sus ingresos a partir de la extracción de carbón térmico, electricidad a partir del carbón, extracción de petróleo de arenas petrolíferas y/o extracción de esquisto bituminoso. Tampoco nuevas infraestructuras de minería de carbón o energía de carbón o de transporte diseñados para dichas industrias.



Petróleo y gas, minería y construcción de hidroeléctricas:

Para suscribir negocios de estas categorías, se evalúa a través de un checklist específico y si algún ítem da positivo debe ser enviado a aprobación. No se suscriben proyectos de perforación y producción de petróleo o gas en el Ártico ni nuevos proyectos de exploración petrolera (excepto que tengan objetivos ambientales aprobados por *Science Based Target* o similares).

En cada caso se establece un proceso de escalamiento de roles y responsabilidades para el *local underwriter, Country CEO, LatAm Underwriting Sustainability Desk*, que respalda el mayor enfoque en los riesgos de sustentabilidad en todas las líneas de negocio.

4.4 Ética y anticorrupción

Nuestro Código de Conducta⁸ establece los principios éticos y profesionales que guían nuestra actividad, e incluye pautas sobre anticorrupción, lucha contra el soborno, protección de activos, prevención de fraude y seguridad de la información. Además, contamos con políticas y guías locales que conducen nuestra gestión.

Políticas y guías de alcance interno que conducen nuestra gestión:

Aprobadas por Grupo Zurich

- ➔ Código de Conducta
- ➔ Política de Reporte de Inquietudes (incluye Fraude)
- ➔ Política de ABC (*Anti-bribery and Corruption*)
- ➔ Política de Conflicto de Intereses

Aprobadas por CEO de Zurich Argentina

- ➔ Guía local de Antisoborno y Anticorrupción
- ➔ Política de Prevención de Fraudes
- ➔ Guía de Privacidad de Datos y Manejo de Registros
- ➔ Guía local de Conflicto de Intereses

Evaluaciones anuales

- ➔ *Assessment* anual de *Compliance* (CRA)
- ➔ *Assessment* anual de fraude realizado por parte de *Risk Management*.

Compliance es el responsable de asegurar el cumplimiento de todas las políticas, gestionar las capacitaciones y realizar un monitoreo del alcance; a excepción de las políticas de fraude que son aseguradas por Legales.

Para asegurar el cumplimiento de las políticas, *Compliance* es responsable de gestionar las capacitaciones y de realizar un monitoreo del alcance:

- *Financial Crime*, incluye blanqueo de capitales
- *Antitrust and Fair Competition* (ATC)
- Curso del Código de Conducta
- *Data Protection and Privacy* (DPP)
- *Conflicts of Interest and External Engagements*
- *Information Security Awareness Training*
- *Records Retention*



- ➔ Impulsamos una campaña de anticorrupción, comenzando en 2024 y finalizando a inicios de 2025 con resultado efectivo.
- ➔ Desarrollamos una campaña para prevenir los conflictos de interés.

Nuestros canales de denuncia internos y externos

Disponemos de diferentes canales a través de los cuales se pueden realizar denuncias sobre el incumplimiento del Código de Conducta.

Para colaboradores:

- *Zurich Ethics Line* (ZEL) para colaboradores: por teléfono o formulario en página web (*)
- Buzones en todos los pisos (*)
- Contacto directo con las áreas de Legales, *Compliance* o Recursos Humanos, así como al *Line Manager*.

(*) Posibilidad de permanecer anónimo.

Para grupos de interés (proveedores y clientes):

- Libro de quejas⁹ disponible de manera online.



Proceso de revisión de inquietudes

El *Triage Committee* compuesto por representantes de *Compliance*, Recursos Humanos y Legales revisa todas las inquietudes sobre integridad y opera a nivel regional. Posteriormente, los casos se derivan al nivel local para su investigación, según el análisis y la designación de un investigador por parte del comité regional.

En caso de presentarse una inquietud crítica, de la línea de denuncias esta se comunica al *Management Team*, preservando siempre la confidencialidad del denunciante. Solo se comparte la información necesaria para prevenir posibles impactos negativos y, si corresponde, corregir el proceso involucrado.

8. Para conocer el código de conducta ingresar al siguiente link

9. Libros de quejas online: <https://www.zurich.com.ar/libro-de-quejas>

4.5 Cumplimiento normativo

Utilizamos sistemas de gestión documental y herramientas colaborativas en línea, apoyándonos en la digitalización de archivos y procesos. Esto nos permite facilitar el trabajo remoto, fomentar la colaboración entre equipos y disminuir el uso de papel. Además, impulsamos la firma digital de documentos cuando es posible.

Con el propósito de garantizar el cumplimiento normativo, disponemos de un procedimiento específico para la identificación y difusión de nuevas leyes y regulaciones. Este procedimiento define las pautas para detectar, comunicar y asegurar el cumplimiento de la normativa vigente, así como las áreas responsables de cada etapa del proceso.



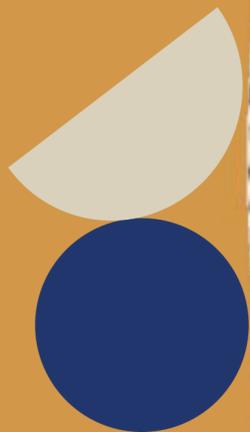
Durante el período 2024 no recibimos multas ni sanciones por incumplimiento normativo.



05. Clientes

En Zurich Argentina ubicamos a nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos, ofreciéndoles soluciones de protección que se adaptan a sus necesidades reales y en constante evolución. Atendemos a una amplia diversidad de clientes, desde personas hasta grandes empresas, con quienes buscamos construir vínculos de confianza y relaciones significativas a largo plazo.

clientes Vida **servicios**
productos Patrimoniales
reclamos satisfacción
pólizas **omnicanalidad** atención
relacionamiento tecnología
privacidad digitalización



5.1 Nuestra propuesta de valor

Nos comprometemos a ofrecer soluciones de protección que ayuden a nuestros clientes a enfrentar los desafíos actuales y futuros, promoviendo prácticas sostenibles que contribuyan a un futuro mejor. Atendemos tanto a personas físicas como a empresas, con una propuesta de valor adaptada a cada segmento, siempre con el foco puesto en el cliente.



678.949

clientes activos al
31 de diciembre de 2024

Estrategia de relacionamiento

Nuestra estrategia de relacionamiento parte del propósito de “Crear un futuro mejor”, guiada por tres pilares clave: foco en el cliente, innovación y simplificación.

Nos esforzamos por brindar a nuestros clientes servicios personalizados, asesoría experta e información entre pares para ayudarlos a identificar y mitigar los riesgos, además de protección y asistencia confiables en caso de que ocurra algo. En todas las actividades comerciales nos aseguramos de mantener a los clientes en el centro de nuestras acciones y promover resultados positivos para ellos.

Nos aseguramos de brindar a nuestros clientes toda la información necesaria a lo largo de su vínculo con la compañía, a través de una Política de Suscripción que establece los lineamientos para garantizar la relevancia de los productos durante la contratación y todo el ciclo de vida de la póliza, el acceso a información clara mediante nuestros agentes de venta y posventa, canales digitales de autogestión y página web corporativa, y la capacitación constante de nuestros canales de atención para asegurar una comunicación clara. Además, realizamos controles de calidad sobre las ventas y contamos con productores asesores de seguros matriculados en la Superintendencia de Seguros de la Nación, responsables del asesoramiento y la comercialización de nuestros productos.

Asimismo, fomentamos comportamientos que prioricen las necesidades de nuestros clientes como eje de nuestro negocio, incluyendo:

- ➔ Diseño de productos, servicios y experiencias que satisfacen necesidades reales.
- ➔ Cumplimiento de las promesas hechas, a través de una adecuada gestión de siniestros y pagos.
- ➔ Comercialización de productos pertinentes para cada tipo de cliente.
- ➔ Atención oportuna y trato justo durante todo el recorrido del cliente.

Propuesta segmentada para clientes empresariales

En el caso de clientes empresariales segmentamos nuestra propuesta de valor para atender mejor sus necesidades específicas:

- ➔ Corporativos (*Large Commercial*): generamos relacionamiento con los clientes construyendo una oferta a medida, en la cual la suscripción es parte de la negociación y cierre de negocios.
- ➔ Medianos (*Middle Market*): nos proponemos llegar al cliente de manera rápida y simple, con propuestas más estandarizadas. El proceso de suscripción es en parte manual y en parte automática (cotizadores).
- ➔ Pequeños (*B2B2C*): ofrecemos un abanico de productos paquetizados, a través de alianzas con instituciones que nos permiten llegar a los clientes.

Capacitación con visión comercial

Contamos con la capacitación *Winning in the Market* para nuestro equipo comercial, un programa regional con foco en entender a clientes empresariales y canales de distribución, ser más asertivos en la comunicación y en el poder de negociación. A su vez, ayuda a los colaboradores a ganar confianza para rendir al máximo en el mercado y desarrollar relaciones profesionales tanto internas como externas. En 2024 continuamos desarrollando las capacitaciones para los nuevos ingresos del equipo.

5.2 Productos y servicios

Nuestros productos para seguros de vida y patrimoniales

Seguros de Vida

Seguros Patrimoniales

Accidentes Personales

Seguros de Vida Colectivo

Zurich Options

Zurich Options Easy Life

Zurich Invest Future

Zurich Invest Future Joven

Zurich Invest Advanced

Zurich University

Vida a término

Zurich Impact

Agro

Auto

Movilidad

Caución

Comercio

Consorcio

Hogar (Mascotas)

Líneas Financieras (D&O, PI)

Operación y Construcción

Protección en Vía Pública

Responsabilidad Civil

Todo Riesgo Operativo

Transporte

886.670
pólizas vigentes al
31 de diciembre
de 2024

Segmento retail ⁽¹⁾	Pólizas vigentes al 31/12		Clientes	
	2024	2023	2024	2023
Total	822.650	878.891	647.614	691.585
Accidentes personales	27.894	33.365	27.364	32.669
Autos y motos	246.263	243.638	218.181	215.640
Vida ⁽²⁾	147.431	157.759	126.981	136.114
Patrimoniales ⁽³⁾	401.060	444.125	328.606	364.112

(1). La clasificación por segmento *Retail* para los datos de clientes y pólizas reportados se corresponden con la metodología de reporte interna según los criterios del Grupo Zurich.

(2). Incluye Vida Colectivo, Vida Ind. No UL, Vida Ind. UL, Vida Obligatorio.

(3). Incluye Agro, Comercio, Consorcio, Cristales, Hogar, Incendio, Robo.

Segmento Commercial ⁽¹⁾	Pólizas vigentes al 31/12		Clientes	
	2024	2023	2024	2023
Total	64.020	49.358	38.240	35.141
Accidentes personales	23	26	5	7
Aeronavegación	7	8	7	8
Autos y motos	20.089	18.203	12.585	11.771
Engineering Lines	5.124	5.169	2.269	2.206
Vida ⁽²⁾	844	837	60	56
Líneas Financieras	2.705	3.152	2.402	2.872
Patrimoniales ⁽³⁾	21.378	21.370	19.479	19.790
Caución	13.241	-	3.464	-
Transporte	609	593	516	515

(1). La clasificación por segmento *Commercial* para los datos de clientes y pólizas reportados se corresponden con la metodología de reporte interna según los criterios del Grupo Zurich.

(2). Incluye Vida Colectivo, Vida Ind. UL, Vida Obligatorio

(3). Incluye Agro, Comercio, Consorcio, Cristales, Hogar, Incendio, Robo, Silo bolsa, Todo Riesgo Energía.

5.3 Atención al cliente

Estar cerca de nuestros clientes es una prioridad, por eso facilitamos múltiples canales de contacto y promovemos activamente la autogestión.

En 2024 implementamos **Salesforce**, nuestro nuevo sistema CRM (*Customer Relationship Management*) en la nube, lo que representó un avance significativo en la gestión de la experiencia del cliente. Esta herramienta centraliza toda la información relacionada con pólizas, siniestros, contactos y gestiones, permitiendo a los equipos de Atención al Cliente acceder desde una única plataforma a una **visión integral 360° del cliente**.

Además, gracias a la incorporación de *workflows* automatizados, los requerimientos de los clientes se canalizan eficientemente entre las áreas involucradas, asegurando **seguimiento en tiempo real**, mayor trazabilidad y una mejora sustancial en la agilidad y calidad del servicio.

Canales de contacto

Correo electrónico: servicioalcliente@zurich.com

Atención personal: Localiza nuestras oficinas

Redes Sociales¹⁰

Bot Institucional¹¹

Zurich Autogestión: los asegurados pueden consultar información de sus pólizas, denunciar siniestros y acceder a documentación de manera rápida y sencilla.



Atención telefónica

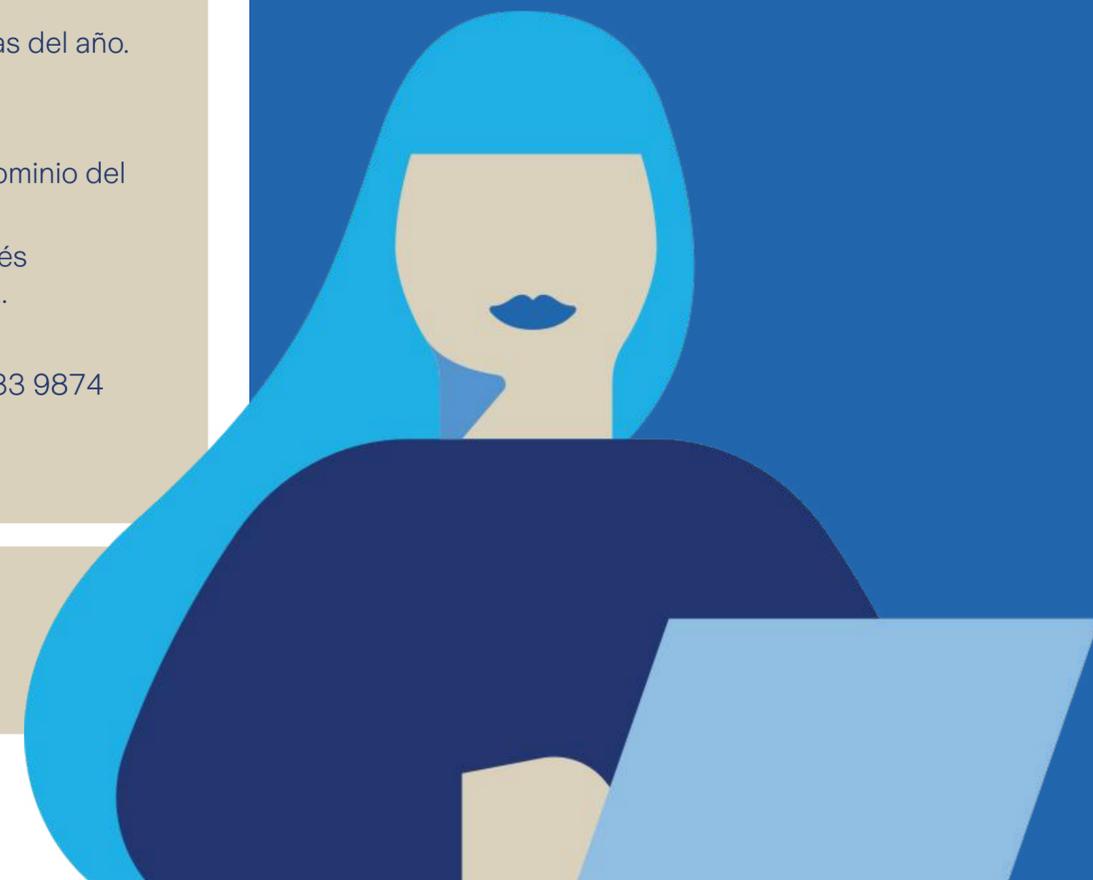
- ➔ Atención al cliente:
 - Comunícate con nosotros al 0800-333-9874 o al 0810-999-2424
 - Si estás en el exterior, podés comunicarte al 54-11-4819-1000
- ➔ Línea de asistencia: ZuriHelp
 - Llamando al 0800-222-1600 las 24 horas, los 365 días del año.
 - Accediendo a nuestra Web App ingresando en www.zurich.com.ar/zurihelp/home/login
 - Enviando un SMS al 70703 con la palabra SOS y el dominio del vehículo. Por ejemplo: SOS AA999ZZ.
 - Si estás en el exterior, por grúa o mecánica ligera, podés comunicarte por cobro revertido al 54-351-485-8321.
- ➔ Siniestros
 - Se puede hacer la denuncia online o llamar al 0800 333 9874 o al 0810 999 2424



Cientes empresariales: Por medio del canal de distribución que incluye a *brokers*, productores, bancos y otros aliados.

482.000 llamadas atendidas

84.500 correos electrónicos gestionados



10. Para mayor información sobre las redes sociales dirigirse a la sección Nuestra comunicación dentro del capítulo Zurich Argentina, en este Reporte.

11. Solo para clientes.

Capacitaciones para mejorar nuestra atención al cliente

Todos los representantes de Atención al Cliente son capacitados al momento de su ingreso al área o a la compañía, en un programa de 30 días de duración, que cubre todas las temáticas requeridas por el rol: Productos, Coberturas, Gestiones por Siniestros, Asistencia, Cobranza, Sistemas de información, Procesos, Modelo de Servicio, etc.



Con la implementación del CRM Salesforce hemos mejorado la duración de la capacitación en Atención al Cliente respecto al año pasado: 30 días en 2024 vs 45 días en 2023.

A través del equipo de Capacitación y Calidad, se trabaja semanalmente en distintas temáticas, de acuerdo con las novedades que surgen o a partir de los resultados obtenidos en los monitoreos periódicos de calidad. Al mismo tiempo, estamos dando nuestros primeros pasos en la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial como soporte en el monitoreo de llamadas y evaluación de calidad.

Gestión de reclamos y siniestros

Acompañamos a nuestros clientes cuando más nos necesitan, cumpliendo nuestros compromisos con un enfoque empático, eficiente y transparente. Para ello, contamos con nuestra área especializada de *Claims*, encargada de gestionar integralmente los siniestros: desde su recepción, investigación y evaluación de cobertura, hasta la estimación de daños, negociación, resolución, pago y gestión de litigios.

Los reclamos y quejas se reciben por cualquiera de los canales antes mencionados. Todos los contactos se desarrollan aplicando el Modelo de Atención Zurich, basado en respuestas completas, personalizadas, con lenguaje adaptado al cliente. Además, todos los contactos se registran en nuestro sistema CRM, desde el cual se da seguimiento a la resolución de los reclamos.

306 video peritaciones realizadas

en Daños Propios para el negocio de Autos: permitiendo una comunicación directa entre el cliente y el perito, así como la coordinación de la cita en un horario específico, evitando inmovilizar el vehículo todo el día y priorizando rapidez y eficiencia para el cliente

6.338 gestionados bajo la modalidad *One & Done*:

Circuito diferencial para siniestros de equipos dentro de la póliza hogar (TV, Audio, Video por golpe o caída y pequeños electrodomésticos) cuyo costo no supere los \$1.000.000, y solo para el primer siniestro en la vigencia de la póliza. Se liquidan dentro de las 72 hs hábiles de haber recibido el Informe Final.

Reclamos 2024



Cantidad de reclamos
15.709



Tiempo de resolución de reclamos
24 a 48 horas



ZTRACK- plataforma innovadora para la autogestión de siniestros

En Zurich Argentina seguimos avanzando en la transformación digital de nuestros procesos para ofrecer una experiencia cada vez más ágil, transparente y centrada en nuestros clientes. En este camino, *Ztrack* se consolida como una herramienta clave para la gestión de reclamaciones.

Desarrollada sobre *Salesforce*, *Ztrack* permite digitalizar y automatizar el proceso de reclamo para el inicio de Daños Parciales y de principio a fin para el área de *Low Complexity Motor*. Integrando funcionalidades como visibilidad completa para todos los actores involucrados, generación automática de ofertas para optimizar costos de reparación, y una plataforma omnicanal con atención disponible 24/7 mediante contacto personal y chat en línea.

Durante 2024 dimos un paso más con la implementación de **Ztrack 2.0**, una versión que incorpora mejoras significativas para la gestión de siniestros en la cobertura de Daños Propios (Seguro Auto), particularmente en Casco Parcial Motor. Esta actualización permite a nuestros clientes autogestionar sus reclamos, cargar la documentación correspondiente y definir el tipo de inspección más adecuado según el daño reportado y la zona geográfica: ajuste virtual, video peritación o inspección presencial.

Resultados:

- ➔ **Casco Parcial motor:** 16.400 siniestros con ajustes virtuales para el proceso de Casco Parcial Motor generaron un ahorro 470.000 tnCO2 de emisiones / 5.305 siniestros gestionados con *Ztrack 2.0*.
- ➔ **Low Complexity motor:** 100% de digitalización en reclamaciones / 30.308 siniestros gestionados.
- ➔ **Total:** 35.613 siniestros gestionados dentro de *Ztrack* (incluye casco parcial motor y *Low Complexity Motor*).
- ➔ Reducción del 43% en el **tiempo de gestión de Low Complexity Motor**.
- ➔ Reducción del 18% en el **tiempo de gestión de daños parciales de motor**.

Medición de la satisfacción

Para medir la satisfacción de nuestros clientes utilizamos dos indicadores:

- **Transactional Net Promoter Score (TNPS):** indicador interno definido por el Grupo Zurich que alcanza a todos los clientes. Esta metodología estructurada nos permite conocer lo que perciben nuestros clientes cuando interactúan con nosotros en diferentes situaciones a lo largo de la vida de su póliza: desde el proceso de cotización, compra, renovación, siniestros hasta el momento en que se produce su baja.
- **Relational Net Promoter Score (RNPS):** mide la satisfacción y el relacionamiento de los clientes con la compañía y la marca en general. Esto lo lleva adelante de manera global Grupo Zurich con bases de clientes y no clientes. En este caso los resultados nos sirven para impulsar mejoras en distintos procesos, productos y optimizaciones de las plataformas.

Indicadores de satisfacción		2024	2023
TNPS	Valor	40,7	42,6
	Target	46,6	33,6
RNPS	Valor	43	41
	Media del mercado	29	32

Seguimiento del servicio para clientes *Multinational*

Para los clientes corporativos *Multinational*, utilizamos una herramienta de medición global que evalúa el proceso y servicio de principio a fin, siempre pensando en la necesidad del cliente y siendo consciente de sus requerimientos. Estos clientes son categorizados en dos grupos: clientes recibidos y clientes producidos, según el país donde se encuentre la sede principal de la entidad. En 2024 hemos superado nuestro objetivo de servicio y trabajamos día a día para seguir mejorando y poder ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes corporativos.



➔ **Cliente Recibido**
Score Dic 2024: 22
Target 2024: 28 (on target)

➔ **Cliente Producido**
IPZ Score Dic 2024: 11
Target 2024: 20 (on target)

5.4 Tecnología y digitalización

En Zurich Argentina continuamos fomentando y adoptando la tecnología y la digitalización como ejes estratégicos para mejorar continuamente la experiencia del cliente, optimizar procesos y generar un impacto positivo en lo social, lo ambiental y la eficiencia operativa. Nuestras iniciativas son:

- ➔ Sitio de Autogestión, que facilita el acceso, la usabilidad y la experiencia del cliente al consultar y tener disponible sus pólizas. Esto reduce las impresiones de pólizas y de documentación necesaria para circular.
- ➔ Herramienta de *MKT Cloud*, que mejora y optimiza el flujo de comunicaciones con los clientes.
- ➔ Cotizadores de productos, gestionables 100% online.
- ➔ Plataforma de Autoinspección para autos. Minimiza el uso de papel, el traslado del vehículo hacia el punto de inspección y agiliza los tiempos.
- ➔ Plataforma *Ztrack* para la gestión online de siniestros.
- ➔ Implementación de *Salesforce* para integración y mejora de los distintos sistemas, que estarán sostenidos sobre dicha plataforma para optimizar los procesos de cara al cliente.
- ➔ Implementación de *DocuSign* como medio de firma electrónica, para los seguros de vida *Unit Linked*.
- ➔ En Agro trabajamos con la empresa *Smartway* para calibrar las cosechadoras y medir el rendimiento de los seguros multirriesgos.

La implementación de *DocuSign* para seguros de vida *Unit Linked*, permitió generar ahorros significativos con impacto medioambiental en 2024:

80.708 kg de emisiones de carbono reducidas	844.921 litros de agua ahorrados
34.384 kg de madera ahorrados	5.587 kg de residuos eliminados

Equivalente a

16 coches retirados de la carretera	161 ciclos de lavado evitados
227 árboles preservados	651.718 hojas de papel ahorradas

84%
de pólizas
digitalizadas
durante
2024¹²

Innovación con responsabilidad: inteligencia artificial al servicio de nuestros clientes

Nos apoyamos en el uso de la inteligencia artificial (IA) de forma responsable, guiándonos por nuestro Compromiso de datos e IA responsable y por los principios de seguridad, responsabilidad, transparencia y fiabilidad. Nos comprometemos a desarrollar soluciones y productos que aprovechen el potencial de la inteligencia artificial y otras tecnologías emergentes de manera segura, justa y transparente, reafirmando así nuestra promesa con nuestros clientes y la protección de los derechos de todas nuestras partes interesadas.

En línea con los lineamientos del Grupo Zurich, integramos el *Artificial Intelligence Assessment Framework* dentro de nuestro proceso de revisión de proyectos. Esta evaluación es gestionada por el área de *Information Governance*, que analiza cada iniciativa de IA mediante la herramienta *OneTrust* provista por el Grupo Zurich. Este enfoque nos permite garantizar una implementación consistente y alineada con los estándares globales.

Además, durante 2024, implementamos *Fraudkeeper*, una herramienta de IA predictiva que identifica la propensión al fraude en los siniestros. Esta solución nos permite actuar con mayor eficiencia, fortaleciendo nuestros procesos internos y contribuyendo a una mejor experiencia para nuestros clientes.

12. El porcentaje fue calculado considerando las pólizas digitalizadas durante el año (740.492) sobre el total de pólizas vigentes al 31 de diciembre de 2024.

5.5 Protección de datos y privacidad

Priorizamos la protección de los datos y la privacidad, generando un entorno de confianza y seguridad para nuestros clientes. Todos nuestros procesos están guiados por estrictos protocolos de *Compliance* y Seguridad de la Información, y la gestión de la información se realiza conforme a la política *Records Retention* del Grupo Zurich. Esta política establece los requisitos mínimos para el resguardo y conservación de registros, en cumplimiento con leyes y normativas locales e internacionales. Su objetivo es garantizar una gestión responsable del riesgo, evitar sanciones regulatorias, proteger la reputación de la compañía y reducir impactos legales o sociales derivados de un uso inadecuado de la información.

Reforzamos nuestro compromiso con la seguridad informática y la privacidad de los datos a través de un enfoque integral que combina tecnología, procesos, controles y concientización:

- **Prevención de fuga de información (DLP- Data Loss Prevention):** Implementamos herramientas DLP para *endpoints*, correos electrónicos y servicios Cloud, con reportes semanales y escalamiento a *Compliance* cuando corresponde.
- **Encriptación de datos:** Todas nuestras bases de datos (SQL y Oracle) y correos salientes cuentan con encriptación. Si el destinatario no cuenta con un correo seguro, recibe un enlace para acceder al mensaje a través de un portal protegido de Zurich.
- **Monitoreo de amenazas:** Contamos con herramientas de recolección y análisis de eventos centralizadas en *Splunk*, monitoreadas por equipos globales de Ciberseguridad, con reportes mensuales de estado. Ante un posible incidente, se informa a la BU para su revisión. Realizamos *Pentests (penetration tests)* a nuestros principales aliados para detectar y remediar vulnerabilidades.
- **Evaluación a terceros:** Evaluamos a los proveedores externos respecto a sus prácticas de seguridad y manejo de datos antes de contratarlos, según estándares globales. Se evaluaron más de 200 proveedores.
- **Evaluación de impacto en privacidad:** Toda nueva tecnología o proceso es revisado por Seguridad Informática para garantizar el cumplimiento con las normativas de privacidad y protección de datos.
- **Gestión de accesos:** Contamos con proceso de recertificación anual de accesos para nuestras plataformas. Tenemos herramientas para el control y rotación de claves de cuentas con privilegio. Y herramientas globales de *Identity and Access Management* para la gestión de accesos y permisos.
- **Capacitación y concientización:** Contamos con trainings mandatorios de seguridad para el 100% de los colaboradores, que incluyen, al finalizar, un set de preguntas para evaluar el entendimiento de cada tópico.
- **Consentimiento informado:** Incorporamos la Política de Privacidad en nuestros sitios institucionales y cotizadores.
- **Evaluación anual de fraude:** Realizamos un *assessment* integral enfocado en riesgos de seguridad informática y privacidad.
- **Seguridad en accesos remotos:**
 - Implementamos **autenticación multifactor (MFA)** en nuestros portales externos, portal interno Salesforce y parcialmente en sitios web de agentes.
 - Habilitación **Always On VPN**, que reduce el riesgo de fuga de datos al impedir la navegación con dispositivos Zurich fuera de la red corporativa.





5.6 Propuesta de valor responsable

El cliente está en el centro de todo lo que hacemos. Creemos que es fundamental concientizar a nuestros clientes acerca de las prácticas sostenibles y responsables, la conciencia ambiental y social como clave para construir un futuro mejor. Utilizamos nuestras redes sociales y otros canales de comunicación para compartir consejos e información en el marco de efemérides, como así también logros o actualizaciones sobre nuestras propias iniciativas de sostenibilidad.

Somos precursores en el lanzamiento de productos con valor sostenible. En 2021, el Grupo Zurich estableció una definición propia para nuestros productos sustentables¹³ y comenzamos a medir sus ingresos asociados (*Sustainable Revenue*). Para ser categorizado como sustentable, el producto debe someterse a una evaluación exhaustiva y cumplir con nuestros estrictos criterios para ser incluida y reportada como prima sostenible. En Zurich Argentina contamos con tres productos sustentables: “nomADN”, “LiveWell” y “Hogar sustentable”.

Lanzamos un nuevo producto: “Hogar Sustentable”, una nueva cobertura en el seguro de hogar para equipos de bajo impacto ambiental tales como: paneles solares, termotanques solares, aerogeneradores eólicos, biodigestores de reutilización de agua, entre otros.

13. Pólizas de seguros, productos de inversión, servicios de asesoría y complementos diseñados o adaptados para respaldar actividades que generan externalidades ambientales o sociales positivas (o reducen las negativas) y/o contribuyen a mitigar los riesgos climáticos para nuestros clientes.



Productos sustentables en millones de pesos

2024

LiveWell

App de Bienestar para los clientes de pólizas de Vida y Ahorro *Unit Linked* que busca contribuir a mejorar la salud integral de las personas

\$290⁽¹⁾

NomADN

Movilidad sustentable

\$100

Hogar sustentable

Cobertura en el seguro de hogar para equipos de bajo impacto ambiental

\$0,1⁽²⁾

(1). Producto vigente para clientes que ya lo tienen, pero ha sido discontinuado para la venta.

(2). Producto lanzado en 2024.

Nuestra dedicación con los clientes vulnerables

Nuestros clientes están al centro de lo que hacemos y es importante identificar aquellos que estén en situaciones potencialmente vulnerables y ofrecerles una respuesta individual y personalizada.

En 2024 publicamos por primera vez el Procedimiento de Clientes Vulnerables para identificarlos y poder acompañarlos de forma adecuada. El área de Atención al Cliente es el encargado de detectar a los posibles clientes vulnerables. Consideramos como clientes vulnerables aquellos que:

- ➔ Hayan enfrentado un cambio repentino en sus circunstancias de vida
- ➔ Tengan discapacidades físicas
- ➔ Tengan dificultad para seguir y entender la conversación
- ➔ No estén familiarizados con la tecnología digital
- ➔ Tengan dificultades financieras

A su vez, la vulnerabilidad puede presentarse en diversas formas: puede ser temporal, esporádica o permanente.

En esta línea se compartió el procedimiento y se dictó un taller de cliente vulnerable para el equipo de *Claims*.

Reutilización segura de autopartes: trazabilidad, accesibilidad e impacto ambiental

Junto a CESVI Argentina colaboramos en el proceso de descontaminación, desarme, clasificación, reciclado y disposición final de vehículos declarados como destrucción total a través de CESVIAUTO. Las piezas recuperables son identificadas con obleas RUDAC (Registro Único de Desarmaderos de Automotores y Actividades Conexas), lo que garantiza su trazabilidad y promueve una oferta de repuestos usados accesibles, ayudando a reducir el robo de autos y el impacto ambiental. Desde 2024 medimos el impacto de nuestra acción: gestionamos la disposición final de **783 vehículos** equivalente a **813.000 kilos de materiales** reciclados o dispuestos de forma adecuada.



5.7 Innovación

En el marco de nuestro 60° aniversario en Argentina, llevamos adelante una nueva edición del *Zurich Innovation Championship* (ZIC) del Grupo Zurich, una de sus iniciativas globales más relevantes. Este concurso, que ya suma cinco ediciones desde su lanzamiento en 2018, busca impulsar la innovación en la industria del seguro junto a startups y emprendedores, con foco en soluciones disruptivas que protejan a las próximas generaciones. El ZIC comienza con una fase local, donde se seleccionan startups destacadas de cada país. Luego, tres finalistas por región avanzan a la competencia global.

En 2024, la convocatoria en Argentina batió récords, con más de 130 *startups* inscriptas, duplicando el número del año anterior. De ellas, 15 fueron seleccionadas para participar del *Super Day* local, donde se evaluaron propuestas innovadoras y alineadas con las necesidades del mercado.

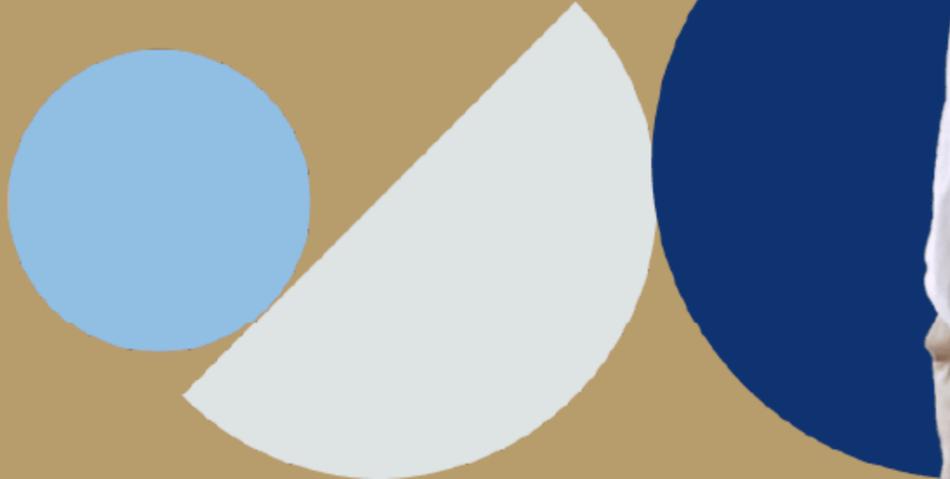
Las ganadoras del ZIC 2024 en Argentina fueron Ellie Care y Ualabee, proyectos que reflejan el talento, la creatividad y el espíritu emprendedor del país. El ZIC no solo fortalece el ecosistema local, sino que también conecta ideas innovadoras con oportunidades globales para transformar el futuro del seguro.



06. Personas:

Colaboradores, comunidad y aliados.

Cultura Desarrollo Inclusión
Bienestar clima educación **donaciones**
Diversidad Comunicación **salud** VoluntarioZ
seguridad **deporte** Innovación Competencias inversión social
alianzas estratégicas Community Hero Awards comunidad
cambio climático **partners brokers aliados** productores de seguros
abastecimiento sostenible PyMEs distribución **engagement**
premios antisoborno cadena de valor Compras desarrollo local
Third Party Governance Framework **riesgo** evaluaciones
gobernanza Política de Compras due diligence
anticorrupción



6.1 Colaboradores

Nuestra promesa a los colaboradores:
Crezcamos juntos.



Equipo y cultura

En Zurich Argentina trabajamos activamente para construir una cultura que valora la diversidad, el talento y la colaboración. Creemos que un entorno inclusivo, ético y orientado a valores es clave para potenciar el trabajo en equipo, impulsar la innovación y mantenernos ágiles y competitivos.



PERFIL DE LOS COLABORADORES ⁽¹⁾

	2024		2023	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Por categoría	401	421	353	378
Directores	7	24	3	13
Gerentes	28	45	16	36
Team Leaders	23	28	19	27
Analistas	277	282	252	266
Staff	66	42	63	36
Por región	401	421	353	378
CABA	383	397	333	348
Provincia de Buenos Aires	4	10	2	8
Interior del país	14	14	18	22

(1). Los datos 2024 difieren en el alcance respecto a los datos 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina

Nuestros valores

- ↻ Optimismo
- ↻ Cuidado
- ↻ Confiabilidad
- ↻ Determinación
- ↻ Unión
- ↻ Visión de futuro

Nuestros comportamientos

- ↻ Colaborar juntos
- ↻ Desarrollarse y crecer
- ↻ Priorizar a los clientes
- ↻ Fomentar la innovación
- ↻ Brindar instrucciones claras
- ↻ Pasar a la acción

Formación y desarrollo

Formación

Nuestro Plan de Capacitación se propone fortalecer las competencias clave para el desarrollo profesional de cada una de las personas, así como también preparar a nuestros equipos para los desafíos futuros del negocio. Este plan se basa en tres grandes pilares: técnico, cultura y liderazgo.

Además, la Plataforma *My Development* del Grupo Zurich pone a disposición más de 16.000 cursos online para todos los colaboradores, incluyendo cursos mandatorios y recomendados, y está vinculada con LinkedIn Learning.



Plan de Capacitación



En 2024 se lanzó la *Sustainability Academy* con el propósito de brindar una comprensión fundamental sobre lo que representa la sustentabilidad tanto para el Grupo Zurich como para la industria aseguradora. Está compuesto por 6 módulos que abordan en profundidad diversos temas, tales como: sustentabilidad en el ámbito asegurador, descarbonización, riesgos naturales y sus soluciones, entre otros. Si bien no es un curso mandatorio, está disponible para todos los colaboradores que acceden a la plataforma.



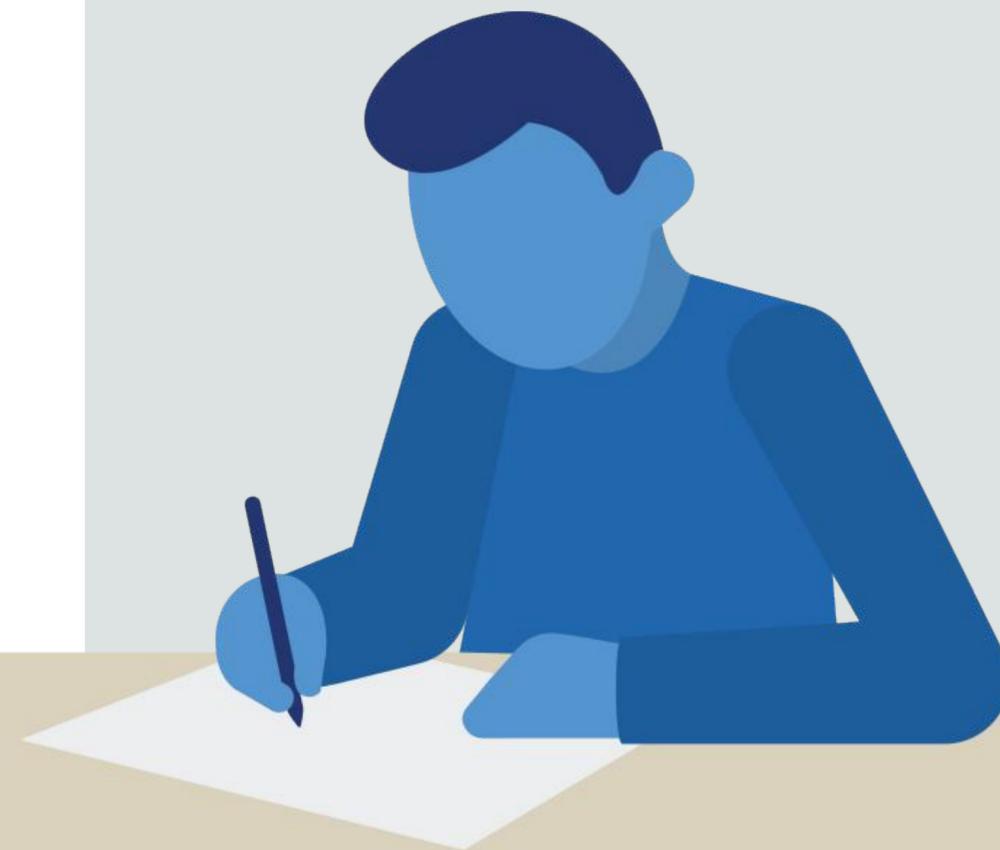
Alianzas



Universidades UADE y Di Tella. Descuentos para colaboradores en cursos de capacitación.



Teclab y EXO Training para capacitaciones técnicas.



Desarrollo de carrera y evaluación de desempeño

Buscamos potenciar el crecimiento de nuestro equipo, mediante un Plan de Desarrollo que busca preparar a los colaboradores para asumir nuevos desafíos. Además, antes de iniciar una búsqueda externa, comunicamos la vacante a todo el equipo con el objetivo de promover la movilidad interna de nuestros colaboradores. En 2024 superamos el target de contratación interna establecida por el Grupo Zurich.



¹⁴. Internal Hiring: sumatoria de movimientos verticales, movimientos laterales, re hirings y transferencias internacionales sobre la sumatoria de ingresos externos, movimientos verticales y movimientos laterales. Los career level A se incluyen en los movimientos, pero se excluyen en los ingresos externos.



Work sustainability: Objetivo de sostenibilidad del trabajo para los líderes. Zurich se compromete a realizar un upskilling y reskilling de las habilidades que quedan obsoletas o de las posiciones automatizables a futuro, para que las personas continúen con su empleabilidad.

A través de la Plataforma *My Guru* se lanzó el programa de *mentoring* regional *Matching up*, en el cual participaron 70 colaboradores.



Programa de Mentoring “Matching up LatAm!”

Es una iniciativa regional diseñada para conectar a colegas experimentados de Zurich (mentores) con aquellos que buscan orientación y desarrollo profesional (*mentees*). Pueden participar todos los colaboradores de Zurich en nuestra región de América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador y México.

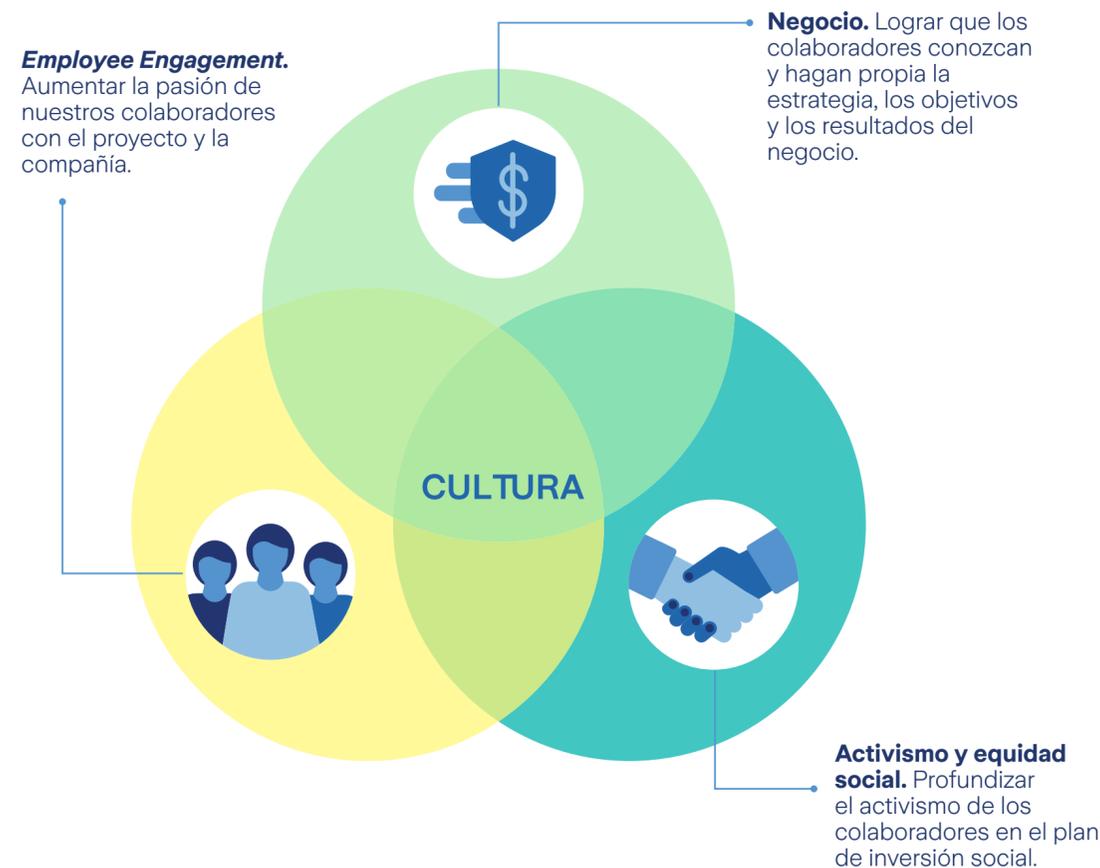
A través de esta experiencia, los participantes pueden compartir conocimientos, ampliar su red de contactos y recibir orientación personalizada para alcanzar sus objetivos profesionales y personales.

Principales beneficios:

- ➔ Desarrollo profesional: adquisición y transmisión de habilidades clave para afrontar los cambios tecnológicos y del mercado.
- ➔ Crecimiento personal: intercambio de consejos y *feedback* constructivo.
- ➔ Red de contactos: fortalecimiento de vínculos dentro de la organización.
- ➔ Para mentores: oportunidad de compartir experiencia, ejercer liderazgo y ampliar su red.
- ➔ Para *mentees*: orientación personalizada y aprendizaje acelerado.

Comunicación con colaboradores

Seguimos poniendo la comunicación al servicio de nuestro proceso de transformación, siendo un facilitador de la cultura deseada. Para eso, nos enfocamos en los siguientes ejes de abordaje:



Canales de comunicación



Compartimos un *Town Hall Meeting* en el Teatro Coliseo con Mario Greco, CEO del Grupo Zurich, y Fabio Rossi, CEO de Zurich Argentina, y Laurence Maurice, CEO de América Latina.

Impulsamos espacios y herramientas de trabajo innovadoras, que permitan a los colaboradores crear propuestas para el negocio utilizando metodología ágiles:

- ➔ *Workstreams:* equipos de trabajo para hacer propuestas de mejora para distintos aspectos del negocio y de la compañía.
- ➔ Eventos internos presenciales que promueven la conexión entre las personas.
- ➔ Ciclo Conversaciones con el CEO
- ➔ Campañas en donde los colaboradores participan en la resolución de temas y propuestas para productos y servicios.

Además, invitamos a los colaboradores a compartir sus experiencias o actividades en redes sociales para lo cual contamos con un manual de redes sociales y una sección "My Company" de LinkedIn con contenido que los colaboradores pueden replicar en sus perfiles.

Gestión del clima laboral

Cada año evaluamos la experiencia de nuestros colaboradores mediante la encuesta "Zurich Experience Survey" (ZES). Los resultados obtenidos nos permiten diseñar un plan de acción anual enfocado en fortalecer el compromiso de nuestro equipo con la compañía.

Resultados de la Zurich Experience Survey

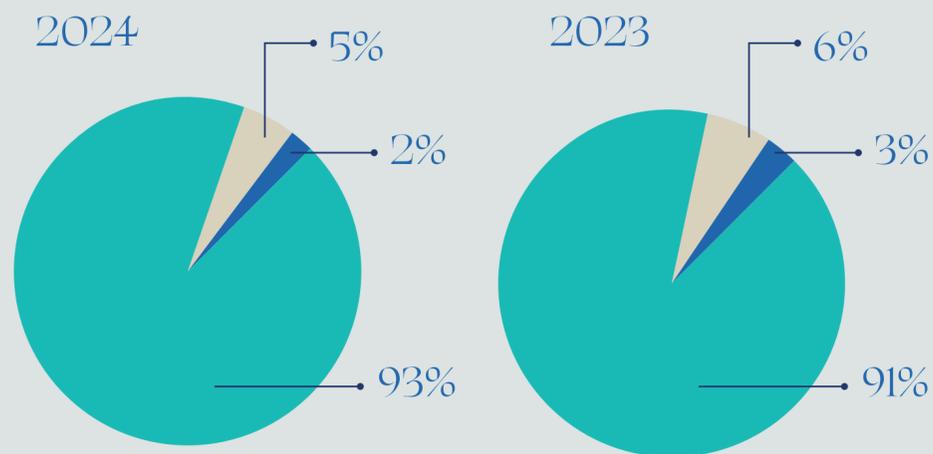
Índice de compromiso



Porcentaje de colaboradores que respondieron



Desglose del Índice de compromiso



Totalmente de acuerdo (4/5)

Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)

Totalmente en desacuerdo (1/2)



En 2024 superamos el target del índice de compromiso establecido por el Grupo Zurich

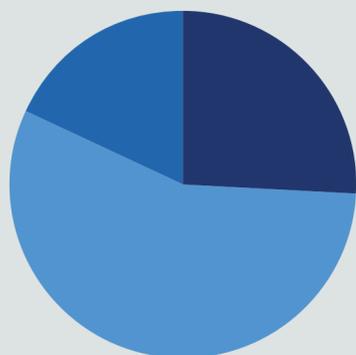
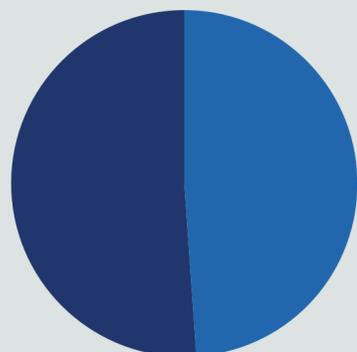


Diversidad e inclusión

En Zurich, promovemos un entorno respetuoso, libre de discriminación y acoso, donde la diversidad y la inclusión son parte esencial de nuestra cultura y motor de innovación. Nos enorgullece contar con distintas perspectivas que enriquecen nuestro equipo y fortalecen nuestro compromiso con la equidad y el desarrollo de todas las personas.

En Zurich Argentina no toleramos el acoso, la discriminación ni la intimidación en el entorno laboral, ya sea basado en la raza, etnia, color, edad, sexo, género, identidad o expresión de género, orientación sexual, origen nacional, religión, discapacidad, embarazo, condición de veterano/a, estado civil, información genética ni cualquier otra característica relevante protegida bajo la ley aplicable.

Distribución de colaboradores



Capacitaciones sobre sesgos para líderes en los procesos de selección

4 cursos 120 líderes capacitados

Remuneración equitativa

A nivel global, Zurich Insurance Group posee un proceso anual denominado "Equal Pay Analysis", a través del cual se analiza si las mujeres y hombres son remunerados equitativamente para roles similares. Este análisis posee un umbral de tolerancia de +/- 4,75%. En 2024, para Zurich Argentina el resultado ha sido de -3,22%.



Otras iniciativas destacadas:

- ➔ Sucesión de directores: Todos los planes de sucesión de directores deben tener una mujer.
- ➔ 43 mujeres de Argentina participaron de la iniciativa WIN (Women's Innovation Network) orientada al liderazgo y crecimiento profesional de las mujeres.
- ➔ Todas las posiciones se encuentran en formato neutro, al igual que las publicaciones por búsquedas internas y externas.
- ➔ #38 Ranking de "Mejores Empleadores", para empresas entre 200 y 1000 colaboradores - Revista Apertura. Se evalúa: Carrera Profesional, Remuneración, Ambiente y Entorno laboral, Horario y Condiciones Laborales, y Capacitación.

Relaciones laborales

85% de la nómina cubierta por convenio colectivo

Respetamos el derecho de nuestros colaboradores a asociarse libremente y a participar en procesos de negociación colectiva, así como a formar o integrarse en grupos que promuevan y protejan sus intereses laborales. Mantenemos un canal de diálogo activo a través del correo electrónico y de reuniones con delegados para abordar estos temas.



Bienestar, salud y seguridad

El bienestar integral de nuestras personas es una prioridad. En Zurich Argentina promovemos un entorno de trabajo seguro, saludable y flexible, que favorece el equilibrio entre la vida personal y profesional.

Política remunerativa

Nuestro proceso local de remuneración se encuentra alineado a las directrices globales del Grupo, siendo la comparación de mercado, la equidad interna y la actualización por inflación, las variables más frecuentes.

Bienestar

Promoción del bienestar personal

- ➔ **Recarga Pilas:** 380 participantes del evento anual deportivo.
- ➔ **Zurich Kids:** 725 personas, entre colaboradores y sus familias, participaron del evento anual recreativo. Ambos eventos contaron con muy buena recepción. En las encuestas realizadas a los participantes, destacaron la posibilidad de interactuar con compañeros y familia, tiempo al aire libre, juegos y diversión.
- ➔ **Programa “Con Vos”:** 88 personas utilizaron el servicio de la línea de asistencia para colaboradores y grupo familiar primario, que brinda asesoramiento profesional, gratuito y confidencial de abogados, contadores, asesores financieros, psicólogos, entre otros. Funciona los 365 días del año, las 24 hs.
- ➔ **100% edificios cardio-protegidos.**
- ➔ **Volunteer Pledge:** 2 días al año para realizar acciones comunitarias.

Nuestra política de conciliación de la vida laboral y personal brinda:

- Flexibilidad horaria en ingreso y egreso.
- Modelo híbrido de trabajo (presencial y virtual).
- Día de cumpleaños libre dentro del mes.
- Licencia por mudanza (dos días).
- Licencia parental: 16 semanas de licencia con goce de sueldo para el padre primario (aplica también en casos de adopción y subrogación de vientre). 6 semanas con goce de sueldo para el co-padre.



Salud y seguridad

Disponemos de un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, complementado por un procedimiento específico definido por el Grupo Zurich. Aseguramos el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene, realizando visitas e inspecciones a nuestra sede central y las sucursales, y proponiendo acciones de mejora.



Cada año realizamos capacitaciones virtuales a toda la compañía sobre seguridad e higiene, en temáticas de evacuación e incendios, primeros auxilios, RCP (reanimación cardiopulmonar), protocolo de siniestros, ergonomía, riesgo eléctrico, evacuación, manejo vial.



Realizamos simulacros 2 veces al año.

Al mismo tiempo, contamos con un equipo externo de Seguridad e Higiene que brinda un servicio personalizado. Realiza visitas mensuales al edificio, elabora informes con posibles desvíos y propone mejoras. También se lleva a cabo una reunión mensual con el equipo de interno de Facilities para revisar temas relacionados. Además, se dictan capacitaciones obligatorias en temas como riesgo eléctrico, seguridad vial y ergonomía.

6.2 Comunidad

Buscamos construir un futuro mejor para las personas a través de alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil.



Inversión en la comunidad

Estamos comprometidos con la construcción de un futuro mejor a través de alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil. Creemos que la inversión social es una base fundamental para generar cambios positivos en las comunidades donde operamos.

Nuestro objetivo estratégico es potenciar el ecosistema comunitario, creando sinergias entre nuestros colaboradores voluntarios, las organizaciones sociales y las fundaciones aliadas para generar un impacto positivo en la comunidad y el planeta.

Nuestra estrategia de inversión social se articula sobre tres pilares fundamentales: **educación, medio ambiente y apoyo a la comunidad.**

Nuestras acciones de inversión social son potenciadas y complementadas por **VoluntarioZ**, el motor que canaliza el compromiso solidario de nuestros colaboradores y socios estratégicos —productores y *brokers*—. Este espacio busca generar sinergias entre voluntarios, ONGs y fundaciones para maximizar el impacto positivo en la educación, el ambiente y la comunidad. Alineado a los tres pilares estratégicos, se agrupan las actividades de voluntariado según cinco enfoques: **Ambiente Z, Aula Z, TAZ (Teatro Abierto Zurich), Cuadrilla Z, DAR (Dar, Acompañar y recibir).**

Pilares de nuestra estrategia de inversión social



Educación

Luchamos contra la desigualdad en las condiciones sociales es por eso que uno de nuestros objetivos es poder fortalecer a las personas con habilidades y recursos para que puedan alcanzar su máximo potencial y así poder contribuir a construir una sociedad más justa.



Cambio climático

Nuestro principal objetivo es generar conciencia sobre el impacto del cambio climático y a su vez contribuir para poder mitigar las consecuencias.



Apoyo a la comunidad

Generamos alianzas que nos ayuden a potenciar el bienestar ambiental, social y económico a partir de acciones que promuevan la inclusión e igualdad.

Grupos de trabajo voluntario



Ambiente Z: generar y fomentar la conciencia sobre la importancia de cuidar el medio ambiente entre audiencias internas y externas, y el papel que tenemos en la preservación de nuestros recursos.



Aula Z: transmitir el valor del estudio y el trabajo, a través de diversos espacios de formación y apoyo para jóvenes en situaciones vulnerables.



TAZ (Teatro Abierto Zurich): compartir alegría con niños de hogares e instituciones a través de obras divertidas y que transmitan valores. Asimismo, realizar funciones de teatro solidarias como herramienta de recaudación de fondos.



CuadrillaZ: brindar bienestar renovando instalaciones de distintas instituciones y construyendo viviendas de emergencia para familias carenciadas.



DAR (Dar, Acompañar, Recuperar): ayudar con campañas periódicas de recaudación de fondos y productos en momentos específicos del año y ad-hoc en caso de catástrofes naturales, colaborando con hogares, escuelas, comedores, entre otras instituciones.

21 años de trayectoria implementando nuestro programa de inversión social

\$147.672.093,95¹⁵ de inversión en la comunidad



\$15.000.000 de mecenazgo¹⁶



+15 alianzas de acciones con la comunidad

Alianzas estratégicas



15. Corresponde a las donaciones realizadas durante el año 2024 por Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A., Zurich Aseguradora Argentina S.A., y Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina.

16. En agosto 2024 se realizó un aporte en concepto de mecenazgo al proyecto Pinta BAPhoto.

Educación

Desde 2024, junto a Zurich Z Foundation, se implementa el proyecto “Construyendo un futuro mejor a través de la educación”, con una duración de tres años. Esta iniciativa realizada junto a la Fundación Cimientos combina los recursos, experiencia y capacidades de las organizaciones para escalar su impacto, beneficiando directamente a 120 escuelas secundarias, 360 docentes, y 869 jóvenes; e indirectamente a más de 16.000 personas, incluyendo estudiantes, educadores, familias y equipos escolares argentinos.

Zurich colabora en tres programas que la Fundación Cimientos viene desarrollando exitosamente en Argentina:

➔ **Futuros Egresados:** dirigido a estudiantes de secundaria, el programa acompaña a estudiantes en el fortalecimiento de sus trayectorias educativas y en la finalización de sus estudios, por medio de una beca económica, instancias de intercambio y el diferencial del acompañamiento personalizado para desarrollar sus habilidades socioemocionales.

150 estudiantes, de entre 12 y 18 años de edad que se encuentran en un entorno social y económicamente vulnerable, recibieron acompañamiento y una beca económica para promover su trayectoria en la educación secundaria.

➔ **Red de Egresados:** dirigido a graduados de programas Cimientos y a jóvenes entre los 16 y 25 años, los acompaña en la construcción de su proyecto ocupacional-vocacional, promoviendo su continuidad educativa en el nivel superior y/o su preparación para el desarrollo laboral, por medio de cursos de formación para el empleo, becas universitarias y talleres.

191 jóvenes adquirieron conocimientos útiles para su proyecto de vida y recibieron apoyo para su desarrollo profesional.

➔ **Escuelas que Acompañan:** dirigido a equipos escolares de nivel secundario, forma a directivos y docentes de escuelas secundarias estatales, con el objetivo de fortalecer las capacidades institucionales para apoyar las trayectorias escolares y, a través de la elaboración de un proyecto institucional propio, promover el desarrollo de habilidades socioemocionales aplicadas a la escolarización con el fin de facilitar trayectorias continuas y completas de todos sus estudiantes.

40 escuelas secundarias y 123 docentes han experimentado un fortalecimiento institucional para acompañar las trayectorias de sus estudiantes.

Becas otorgadas a estudiantes en situación de vulnerabilidad social

- ➔ **15 becas a la Fundación Integrar**, destinadas a jóvenes de bajos recursos económicos para que puedan realizar sus estudios secundarios, con el acompañamiento de IntegrarTEC.
- ➔ **5 becas a Cascos Verdes** para que personas con discapacidad intelectual puedan estudiar Educación Ambiental en el ámbito universitario, potenciando su autonomía y el desarrollo de sus habilidades sociales.

Charlas y Workshops de Primer Empleo

Voluntarios de la compañía participaron del programa en donde trabajamos sobre el **desarrollo de habilidades para ayudar a jóvenes a insertarse en el mercado laboral**, junto a distintas fundaciones, entre ellas Integrar, Forge, Cimientos.

Apoyo al sistema educativo

Junto a CIPPEC apoyamos financieramente al proyecto EduLab además de participar de distintas mesas de trabajo. El Laboratorio de Innovación y Justicia Educativa (EduLab) es un espacio para pensar, diseñar y hacer posibles los mapas del sistema educativo del futuro.



Premio Clarín- Zurich

Docentes que inspiran

4° edición del Premio Docentes que Inspiran, una iniciativa conjunta de Clarín y Zurich que visibiliza aquellas historias que representan la excelencia docente y distingue aquellos educadores que dejan una huella en sus estudiantes y en sus comunidades. El concurso reconoce a los docentes que promueven aprendizajes significativos, fomentan el trabajo colaborativo y se convierten en referentes dentro y fuera del aula. El proceso de selección consta de tres etapas y culmina con la distinción del Docente Inspirador del Año, quien recibió un premio de 10 millones de pesos. Asimismo, se otorgaron dos menciones especiales con 3 millones de pesos cada una para fortalecer sus proyectos educativos.

Cambio climático



Acciones a favor de la conservación y conciencia ambiental:

- ➔ Desde 2021 continuamos con nuestra alianza para apoyar el programa de **conservación Reserva Vida Silvestre Urugua-í**, área protegida de 3.243 hectáreas en la Selva Paranaense en la provincia de Misiones¹⁷.
- ➔ Campaña solidaria “El otro Frío” organizada por el Consejo Publicitario Argentino: **1201 sachets de leche y/o yogurts recolectados durante todo el año** en nuestras oficinas, para luego convertirlos en protectores aislantes, mediante el trabajo colaborativo de voluntarios del programa Fundación Espartanos y Espartanas del penal de San Martín. Los protectores aislantes fueron donados a personas en situación de calle para protegerlos del frío.
- ➔ Participamos como aliados de Fundación Vida Silvestre en la campaña **La Hora del Planeta** apagando las luces de todos nuestros edificios y estuvimos presentes en el evento realizado por la fundación en la costa de Vicente López, con la Recicleta invitando a los participantes a llevar **tapitas para reciclar** y triturar, las que se convertirán en llaveros sustentables.
- ➔ Donamos el **papel** de nuestras oficinas al Hospital Garrahan.
- ➔ Iniciativas realizadas en el marco de la **Green Week¹⁷**: a través de este programa, realizamos distintas actividades para nuestros colaboradores y socios estratégicos, junto con distintas ONGs y fundaciones, en las que hablamos de economía circular, consumo responsable, se concientizó sobre energías renovables, realizamos plantaciones de árboles nativos, entre otras.
- ➔ Representantes de Cascos Verdes realizaron en nuestras oficinas una **capacitación sobre economía circular y cómo separar los residuos**.
- ➔ Junto a Plantarse construimos una huerta agroecología en una escuela en Saavedra para que los integrantes del colegio puedan utilizarla y aprender. Nuestros voluntarios construyeron bancales de madera elevados con tierra y plantines.

17. Para mayor información sobre estas iniciativas, dirigirse a la sección Promovemos la conciencia ambiental del capítulo Planeta.

Apoyo a la comunidad



Apoyo frente a catástrofes naturales

La Z Zurich Foundation creó el programa: “Crisis Response and Recovery Fund”. Es un mecanismo para asegurar que el apoyo a las personas vulnerables afectadas por catástrofes se acelere y se entregue de la manera más relevante e impactante. Busca escalar las respuestas humanitarias y brindar asistencia a un mayor número de personas afectadas por catástrofes a nivel mundial.

En 2024, desde Argentina y a través de este fondo, colaboramos con los damnificados por el temporal en Corrientes y Buenos Aires, como así también por los incendios en Córdoba. En línea con el compromiso del Grupo Zurich de ayudar a clientes y a las comunidades a reducir los impactos devastadores de las inundaciones, la Z Zurich Foundation nos apoyó con una importante donación a la Cruz Roja Argentina.

Apoyo a viviendas

- **Construcción de un colector solar** a partir de latas recicladas de nuestras oficinas para proveer con agua caliente a una familia en Del Viso, Buenos Aires. Actividad realizada por un grupo de VoluntarioZ junto a Sumando Energías.
- **Construcción de dos viviendas** en el Barrio Nueva Esperanza, La Plata, en una actividad conjunta con Techo.
- Junto con la ONG Akamasoa, en diciembre, nuestros voluntarios fueron a Lima, Zárate para ayudarlos a seguir **construyendo su primer barrio**. Se realizaron diversas tareas como construcción, plantación de cultivos hidropónicos, pintado de viviendas y otros espacios, organización de materiales, entre otras.

Donaciones

- Armamos y donamos 180 **cajas navideñas** para jóvenes que viven en las residencias universitarias de Fundación Sí, para que puedan compartir con su familia en Nochebuena.
- Donamos **muebles** a Puente Verde.
- A través de campañas realizadas

por el equipo de voluntariado DAR, donamos **mochilas y útiles** al Hogar Esperanza.

Apoyo a la cultura

- **ArteBa:** Desde hace 18 años que Zurich acompaña a arteBA como parte de su estrategia de sustentabilidad. Como cada año, Zurich reafirma su compromiso con el patrimonio cultural argentino, fomentando el intercambio cultural y comercial en la región y contribuyendo con la consolidación de una plataforma cultural federal

Durante 2024, Zurich, en calidad de mecenas, lideró el Programa de adquisiciones para museos locales. Con esta acción, buscamos apoyar a los museos de arte del país, y se enmarca en nuestro compromiso de mantener la presencia de estos en el panorama del arte global a través de la adquisición de obras de arte.

A través del Programa de Museos, apoyamos la adquisición de obras de arte por parte de museos argentinos, contribuyendo al crecimiento y consolidación de sus colecciones. Este programa es esencial para mantener la

presencia de los museos locales en el panorama global del arte contemporáneo y para apoyar el desarrollo de la carrera de artistas argentinos, asegurando que su obra tenga un lugar destacado en las instituciones más prestigiosas del país.

Museos participantes: Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, el Museo Franklin Rawson de San Juan, el Museo Nacional de Bellas Artes en Buenos Aires, y el Museo de Bellas Artes Palacio Ferreyra de Córdoba.

- **PintaBA Photo:** En el marco de nuestro 60° aniversario en Argentina, reafirmamos nuestro compromiso como Local Lead Partner de Pinta BAPhoto. Por sexto año consecutivo acompañamos la masterclass de Pinta BAPhoto a cargo de la arquitecta y artista Vivian Galban. Una presentación online abierta y libre que empleó una metodología de estudio de casos para explorar cómo la fotografía se convierte en un medio para transmitir, señalar y reflexionar sobre los desafíos de la contemporaneidad. Invitamos a nuestros colaboradores a retratar un gesto que representa a los

argentinos. Las 10 fotografías que mejor representaron la Cobertura Argentina fueron expuestas en Pinta BAPhoto, la feria de fotografía más importante de Latinoamérica.

Apoyo al deporte

Nuestras iniciativas permiten fortalecer vínculos con la comunidad, generar espacios de encuentro con nuestros clientes y contribuir activamente al impacto social positivo. En el ámbito deportivo:

- Apoyamos el **rugby** femenino y masculino a través del sponsor a la Unión Argentina de Rugby, promoviendo su crecimiento en el país y fortaleciendo valores como el trabajo en equipo y la superación personal.
- Impulsamos el **golf** mediante la **iniciativa “Hoyo Solidario”**, que consiste en realizar donaciones a fundaciones por cada birdie o águila logrado en el hoyo 18 durante los torneos en los que participamos. **En 2024**, esta acción nos permitió **donar más de 45 millones de pesos** a organizaciones como Fundación Integrar, ASDEMAR, la Fundación de la UAR y el Hogar San José de Olavarría.



Voluntariado corporativo

VoluntarioZ es nuestra propuesta federal que invita a participar a colaboradores de todo el país en las actividades del programa de voluntariado. Además, son ellos quienes proponen iniciativas que, tras ser evaluadas, se implementan en distintas provincias y localidades del interior, fortaleciendo nuestro impacto territorial.

→ **247 VoluntarioZ (vs 210 en 2023)**

→ **4.300 horas de voluntariado en 2024 (vs 3.546 en 2023)**

→ **5,4 promedio de horas por voluntario**

→ **30% de colaboradores VoluntarioZ**

→ Mantuvimos nuestro compromiso *Volunteer Pledge*, en el que cada colaborador dispone de dos días al año para realizar actividades de voluntariado, sea tanto organizado por la compañía como fuera de ella.

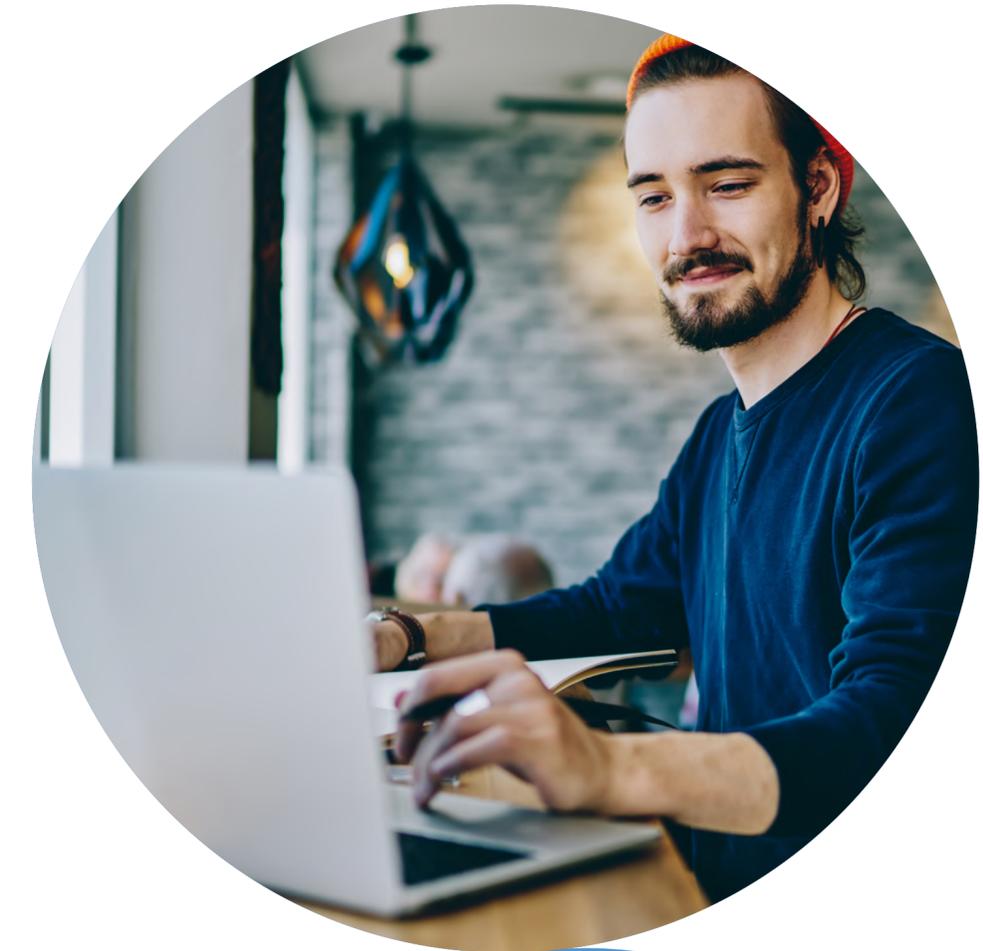
My Impact es la herramienta de gestión de la actividad de los voluntarios donde se cargan las horas de trabajo voluntario y las donaciones que realizan a distintas fundaciones.

En 2024 a través de una campaña interna se logró que los colaboradores activen su perfil y carguen sus horas de voluntariado. Se registró un horario récord de más +21% de horas de voluntariado respecto a 2023.

Reconocemos a nuestros VoluntarioZ

A través del programa *Community Hero Awards*, la Fundación Z Zurich reconoce a los colaboradores del Grupo Zurich por su compromiso y contribución activa a sus comunidades mediante el voluntariado. Cada ganador recibe un aporte económico destinado a la organización sin fines de lucro que elija, fortaleciendo así el alcance de su trabajo solidario.

En 2024, la *Chief Claims Officer* de Zurich Argentina fue distinguida como ganadora del premio.



6.3 Socios Estratégicos

Acompañamos a nuestros socios estratégicos brindándoles el soporte comercial necesario y diversas herramientas que fortalecen su gestión. Trabajamos juntos para ofrecer soluciones integrales a los clientes, que respondan a sus necesidades de protección.



Gestión con Socios Estratégicos

Nuestro compromiso con los socios estratégicos es trabajar para generar valor conjunto y ofrecer a nuestros clientes servicios de excelencia. Adoptamos un enfoque multicanal que pone en manos de nuestros clientes la libertad de elegir cómo contratar sus seguros. Para ello, contamos con una red de socios estratégicos —productores asesores de seguros, *brokers* y aliados— que desempeñan un rol clave de asesoramiento y acercar nuestras soluciones de seguros a personas y empresas. Con su apoyo, construimos relaciones basadas en la confianza y valores compartidos, fortaleciendo el vínculo con cada cliente.

8.738

Productores asesores de seguros: 773 de Vida y 7.965 de Patrimoniales.

35

Brokers

75

Alianzas con concesionarias, bancos, tarjetas de crédito y terminales automotrices.

32

Oficinas delegadas de representación en todo el país.

19

Agencias de seguros de vida acreditadas en todo el territorio nacional.

77

Organizaciones de seguros patrimoniales registradas.

Los socios estratégicos desempeñan un papel clave en la llegada de nuestra propuesta de valor a los clientes. Para garantizar una gestión responsable y alineada con nuestros estándares, establecemos condiciones contractuales claras y lineamientos basados en nuestras políticas internas, así como en la normativa vigente.

Entre los requisitos que deben cumplir se encuentran:

- ➔ Firma de contrato de prestación de servicios
- ➔ Curso obligatorio de actualización de matrícula (para seguros de vida, patrimoniales y *brokers*)
- ➔ Cumplimiento de normativas de entes reguladores y de la Unidad de Información Financiera (UIF)
- ➔ Alineación con los lineamientos del Grupo Zurich (para productores de vida)
- ➔ Proceso de debida diligencia en el alta, que incluye la validación de documentación vigente, la detección de posibles conflictos o impactos negativos, y el compromiso de cumplir con nuestras políticas anticorrupción y demás regulaciones aplicables

Además, promovemos relaciones comerciales con entidades que comparten nuestros valores y principios éticos, y esperamos de nuestros socios la adhesión a altos estándares de conducta, en línea con el espíritu de nuestro Código de Conducta.

Canales de comunicación con aliados



Plataforma Zurich Point



Correo electrónico:

sociosnews@zurich.com para productores de Patrimoniales

champions.life@zurich.com para productores de Vida



Whatsapp

Impulsamos el desarrollo de nuestra red de ventas:

- **Plan Integral de Capacitación y Desarrollo.** En formato híbrido, las capacitaciones de productores se enfocan en productos, modelo de venta y programas anuales segmentados.
- **Plan de Carrera Zurich** para productores asesores de seguros de vida. A través de un programa integral de capacitación y un sistema de incentivos por etapas, promovemos su crecimiento profesional, elevando la calidad del servicio al cliente y generando oportunidades laborales con impacto positivo en la economía local.
- **Programa de Membresías** para productores de seguros patrimoniales.
- **Campañas, concursos e incentivos** comerciales o financieros segmentados.
- **Plataforma Zurich Point** para la autogestión de sus negocios (consultas, operaciones, cotizaciones, administración de siniestros)
- **Herramientas, eventos, espacios de interacción y viajes** de incentivos.
- Participación en el programa de **inversión social y voluntariado** de la compañía.

Nuestra área de *Engagement* tiene como objetivo fortalecer la relación con el canal a través de iniciativas de formación y vinculación. En 2024, se llevaron a cabo acciones que promovieron la cercanía y el compromiso con nuestros socios:

- programas de capacitación
- “Zurich Experience”: es la convención anual del Grupo Zurich que reúne a sus productores y *brokers* con mejor performance durante el año. Se trata de un viaje de incentivos en donde se recorren distintos destinos turísticos, que promueve el encuentro y el fortalecimiento del vínculo con nuestros principales socios estratégicos.
- torneo de pádel
- campaña “Cobertura Argentina” por el 60° aniversario donde se otorgaron premios a los socios que superaran ciertos *targets* establecidos.

Plan integral de capacitación y desarrollo¹⁸ 2024

Total

+ 12.000

horas de capacitación a +1.400 productores de todo el país.

Vida

+ 8.000

horas de capacitación a 600 productores de todo el país.

Seguros Generales

+ 4.000

horas de capacitación a 800 productores en todo el país.



El 50% de las horas de entrenamiento fueron virtuales, alcanzando una mayor cantidad de auditorio, principalmente del interior.



Incorporación del espacio en la calle Reconquista C.A.B.A. para capacitaciones presenciales, favoreciendo el relacionamiento con el canal.

Estrategia comercial centrada en alianzas estratégicas

Nuestra dirección de *Mass Retail Distribution* (MRD) integra los negocios de *Bancassurance*, *Terminales & Concesionarios*, *Partnerships & Sponsors*, y *Digital & Direct Sales*, con el objetivo de fortalecer la presencia de la compañía en segmentos masivos mediante una estrategia multicanal centrada en la experiencia del cliente.

Para lograrlo, se generan **alianzas comerciales** de largo plazo con socios estratégicos que poseen activos complementarios, para buscar maximizar negocios sobre los canales de distribución y bases de clientes en los mercados y segmentos atractivos, con potencialidad de alto volumen en el corto plazo y rentabilidad adecuada en el largo plazo.

Alianzas destacadas:

- ➔ **Volkswagen Argentina:** Somos la primera aseguradora en lanzar un programa integral de seguros junto a este aliado, ofreciendo beneficios exclusivos a sus clientes asegurados.
- ➔ **Ticketek:** Acuerdo estratégico que incluye un seguro para entradas a espectáculos y cotizadores exclusivos de seguros de Hogar y Movilidad, apuntando especialmente al público joven.
- ➔ **Megatlon y Fiter:** Alianza centrada en el pilar *Sports & Wellbeing*, con beneficios y soluciones en seguros de Hogar y Movilidad para clientes y empleados de las redes de gimnasios, además de una membresía exclusiva para nuestros colaboradores.

Por una industria más inclusiva

Impulsamos el crecimiento de nuestra red de socios estratégicos a través de iniciativas colaborativas que reflejan sus propias propuestas, promoviendo una industria más inclusiva, equitativa y con oportunidades para todos. Apoyamos el programa **“Mujeres en Negocios para Seguros de Vida”**, impulsado por *Elbinger e Innovate* con el apoyo de Zurich Argentina. Esta capacitación abierta y gratuita busca promover la inclusión de mujeres con perfil comercial o de liderazgo en el sector asegurador, brindándoles herramientas para crear y gestionar sus propios negocios. En 2024, **20 mujeres** accedieron a contenidos clave sobre gestión comercial, desarrollo de cartera, marca personal, comunicación inclusiva, liderazgo y planificación de negocios, entre otros. Este año renovamos nuestro compromiso a través de la colaboración en dos módulos del programa.

Compartiendo la visión de sustentabilidad

Involucramos a nuestros socios estratégicos en iniciativas de sustentabilidad y voluntariado, fomentando su participación en acciones con impacto positivo.

En 2024, los invitamos a sumarse a la Green Week, nuestra campaña anual de concientización ambiental y promoción de prácticas sustentables.

Destacamos las siguientes acciones:

- ➔ Digitalización de procesos.
- ➔ 50% de capacitaciones virtuales (reducción de traslados, impresiones y recursos de salas).
- ➔ *Merchandising* sustentable (mates, vasos, cuadernos, lápices y lapiceras).
- ➔ En nuestro espacio de reuniones en la calle Reconquista prioriza el empleo de la vajilla 100% reutilizable.

18. Las capacitaciones de productores se desarrollan en formato híbrido, se enfocan en productos, modelo de venta y programas anuales segmentados.



6.4 Proveedores

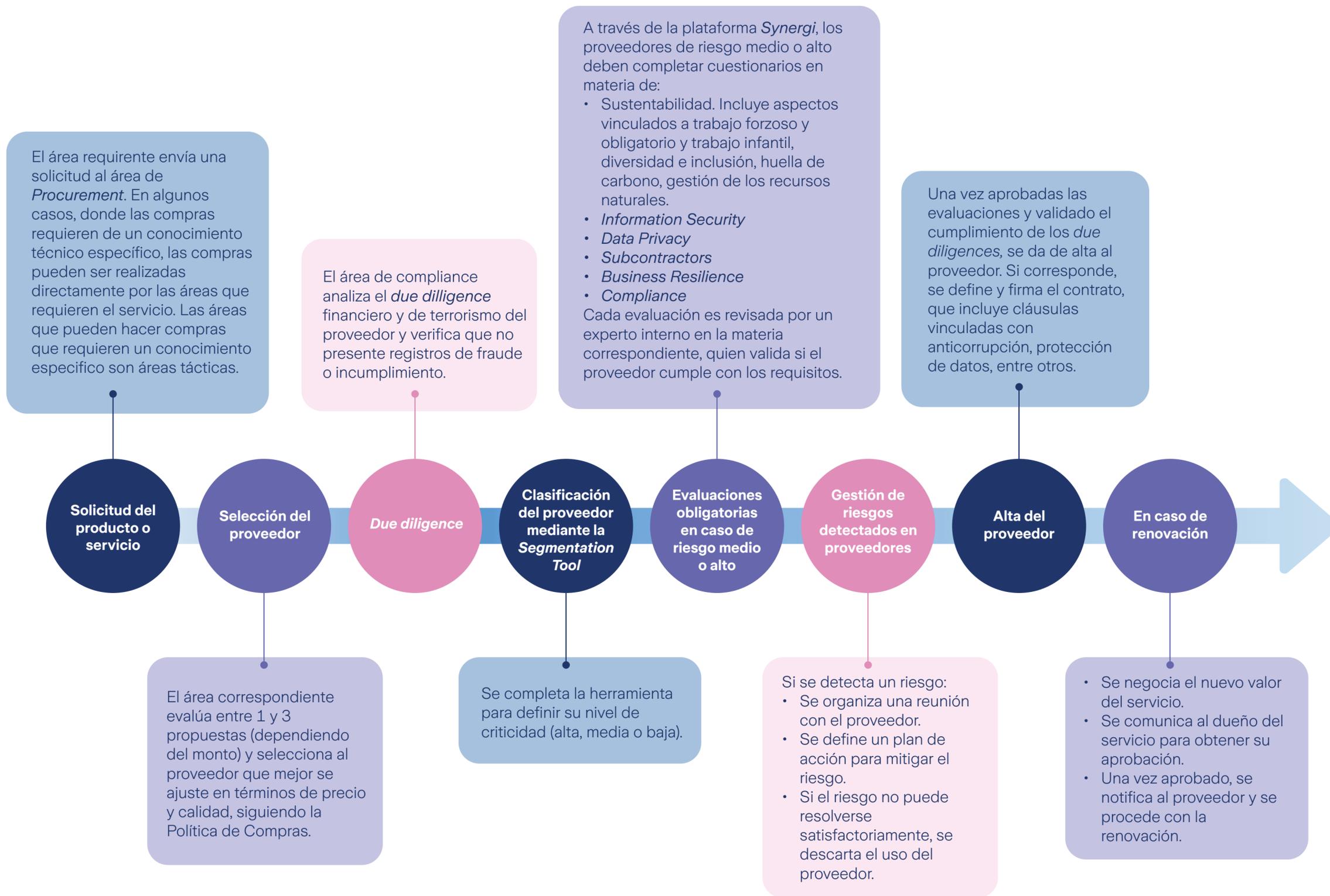
Buscamos establecer relaciones con proveedores que mantengan una conducta ética y responsable, que compartan nuestros principios y cuyas prácticas estén alineadas con nuestro compromiso con la sustentabilidad.

Políticas y compromisos

Nuestra Política de Compras incluye el compromiso con la cadena de valor responsable, y es aprobada por el *Chief Operation Officer* (COO). La Política se aplica internamente a todos los usuarios involucrados en procesos de compra. La responsabilidad de implementar este compromiso recae en el área de *Procurement*, las áreas tácticas y cualquier usuario que efectúe una compra. Comunicamos nuestras políticas a través de: publicaciones vía correo electrónico, reuniones con usuarios, capacitaciones online sobre procesos de compra. Además, contamos con un proceso de revisión de la Política de Compras, para asegurar que se mantenga alineada con el proceso de selección y evaluación de proveedores.

Selección y evaluación de proveedores

Gestionamos los riesgos que surgen de los vínculos con los proveedores a través del Third Party Governance Framework (TPGF), que permite definir medidas de incorporación, gestión y debida diligencia adecuadas y proporcionales al riesgo de la transacción. Durante el proceso de revisión del proveedor mantenemos alineada nuestra política local junto al TPGF, considerando a todas las áreas involucradas para que la aplicación de la política sea eficiente y correcta. Este proceso contempla las siguientes instancias:



Todos los proveedores clasificados con riesgo medio o alto son evaluados en temas clave como sustentabilidad, seguridad de la información, privacidad de datos, subcontratistas y resiliencia del negocio, con el objetivo de construir una cadena de suministro responsable y alineada con nuestros valores.

De forma complementaria, contamos con las *Sustainable Sourcing Guidelines* del Grupo Zurich, las cuales definen nuestro enfoque en abastecimiento sostenible y están alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Estas directrices tienen como propósito guiar tanto a las áreas responsables de compras como a quienes participan en el suministro de bienes y servicios, facilitando la incorporación práctica de criterios ambientales, sociales y éticos a lo largo de todo el ciclo de abastecimiento.

En Zurich Argentina promovemos la inclusión de PyMEs y proveedores de triple impacto en nuestra cadena de suministro, con el objetivo de contribuir a su desarrollo, mejorar sus ingresos y facilitar su acceso al mercado. Esta inclusión se da siempre que la propuesta de valor del bien o servicio sea sustentable, económicamente viable y cumpla con los lineamientos y necesidades establecidos por la compañía.

Comunicación con proveedores

Nuestros canales de comunicación con proveedores:

- ➔ Reuniones y llamadas
- ➔ Sitios Web
- ➔ Plataforma *Synergi*

Ética y transparencia

Confiamos en que nuestros proveedores conduzcan sus operaciones con integridad y respetando altos estándares éticos. A nivel global, contamos con un Código de Conducta para Proveedores, el cual constituye un elemento clave de nuestra gestión de compras. Este documento, establece los estándares mínimos que esperamos sean cumplidos, así como principios más elevados que alentamos a adoptar.

Código de conducta

Por otra parte, todos nuestros proveedores son informados sobre el Código de Conducta, el cual también está disponible públicamente en el sitio web oficial de Zurich.

Todos los proveedores que trabajan directamente en las oficinas de Zurich Argentina son capacitados en temas de antisoborno, corrupción, Código de Conducta y prevención de lavado de activos.

Cantidad de proveedores activos:

Año 2024:
640

Año 2023:
581

Porcentaje de compras realizadas a proveedores nacionales¹⁹ en 2024:

2024 | 95%

Porcentaje de proveedores PyMEs (pequeñas y medianas empresas) en 2024:

2024 | 90%

142
proveedores²⁰
evaluados en sustentabilidad.

El 100% de nuevos proveedores²⁰ han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales y sociales.

El 100% de nuestros nuevos proveedores²⁰ han sido analizados sobre anticorrupción utilizando las plataformas World-Check (global) y Nosis (Argentina).

19. Porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas (dentro de Argentina).

20. Proveedores clasificados como riesgo medio o alto.

07. Planeta

Nuestra promesa es clara: contribuir activamente a un futuro sostenible, tanto para las comunidades como para el planeta. Aspiramos a alcanzar las cero emisiones netas (*Net Zero*) en nuestras operaciones y en toda nuestra cadena de valor.

Net Zero huella de carbono
cambio climático eficiencia energética
reducción de emisiones **inversión ESG**
planeta **residuos** conciencia ambiental



7.1 Compromiso con el Planeta

Impulsamos un impacto positivo a través de una gestión ambiental responsable y una acción climática decidida. Como parte del Grupo Zurich, nuestro compromiso se materializa a través de los productos, servicios y acciones, gestionando sus impactos sobre el planeta de manera consciente y alineada con nuestros valores.

Nos enfocamos en utilizar eficientemente los recursos y reducir nuestro impacto ambiental, especialmente en lo que respecta al consumo de energía, agua, papel y plástico, así como en una gestión responsable de residuos. Con el mismo propósito, monitoreamos nuestro desempeño ambiental mediante un conjunto de indicadores alineados con los compromisos del eje "Planeta" de nuestra estrategia de sustentabilidad. Estos datos se gestionan a través de SoFi, nuestra plataforma global de reporte ambiental, donde se cargan trimestralmente los consumos para facilitar el seguimiento, la detección de desvíos y la implementación de mejoras correctivas.



7.2 Compromiso Net-Zero



Plan de Transición Climática - Economía Net Zero

Lanzado en 2024 por Grupo Zurich, es nuestra hoja de ruta para avanzar hacia una economía baja en carbono, reforzando la resiliencia frente al cambio climático y alineando nuestras decisiones con los compromisos globales de sustentabilidad; articulando cuatro pilares estratégicos:

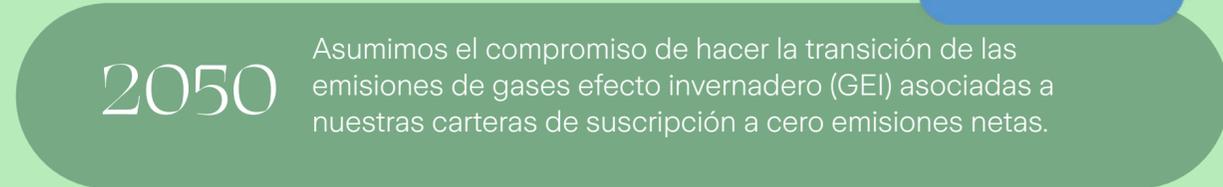
- ➔ Facilitar la transición hacia una economía net-zero
- ➔ Fortalecer la resiliencia de la sociedad ante los riesgos climáticos
- ➔ Impulsar políticas públicas que fomenten la acción climática
- ➔ Transformar nuestras operaciones para alcanzar cero emisiones netas

Targets Net-Zero del Grupo Zurich

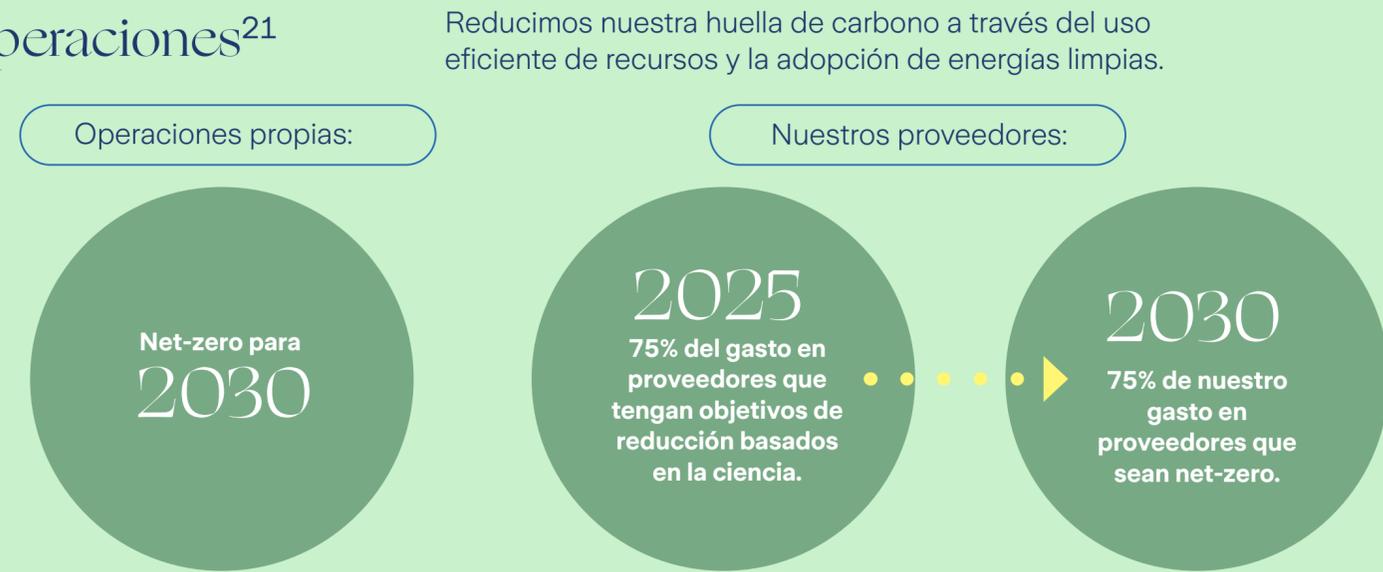
Inversiones²¹



Suscripción²¹



Operaciones²¹



21. Targets definidos a nivel global, se deben considerar las especificaciones y los alcances detallados por el Grupo Zurich (ver detalles y criterios en: Annual Report 2024 | Zurich Insurance).

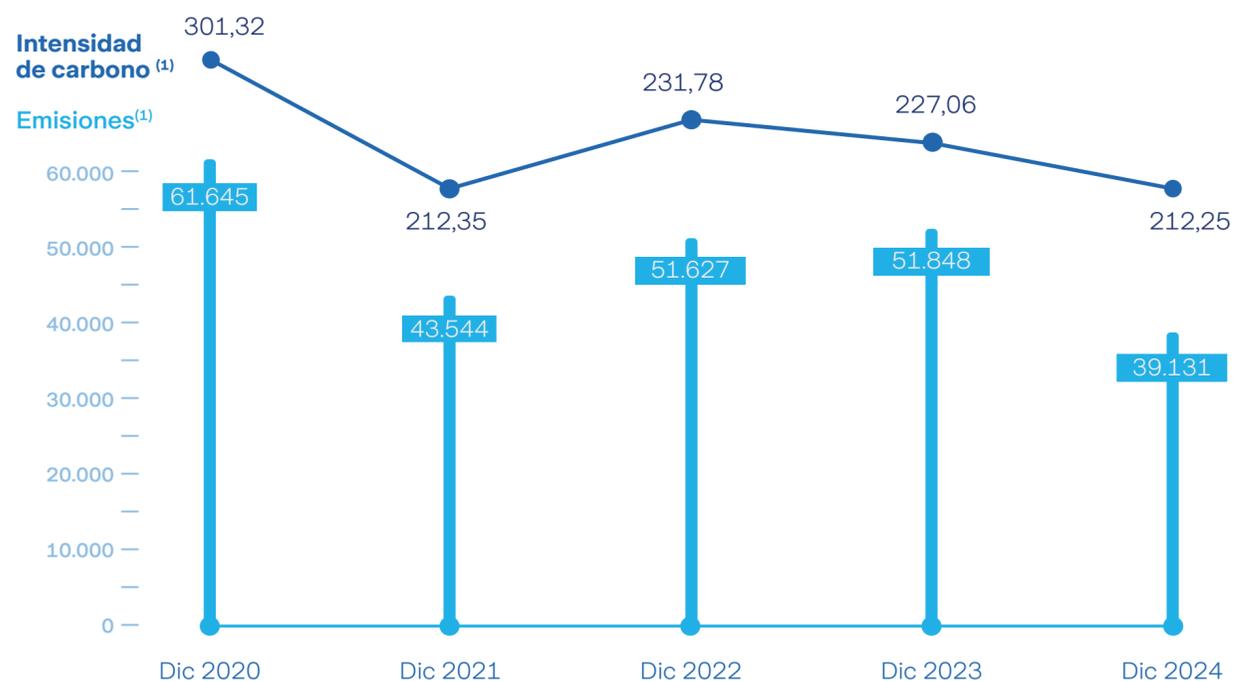
Nuestras acciones Net-Zero en Argentina

Inversiones

Incorporamos criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en nuestras decisiones de inversión, alineándonos con los objetivos de mitigación climática a largo plazo. Además, nos comprometemos a no reinvertir y/o vender activos asociados con riesgos climáticos físicos y de transición.

2024: Redujimos el 36,52% en la emisión de carbono de nuestro portafolio comparado con 2020, por lo que superamos nuestro objetivo estratégico del 25% para comienzos de 2025.

2024: Nos propusimos reducir en un 40% la intensidad de carbono de nuestras carteras para el año 2030, tomando como base datos de 2024.



(1). Todas las emisiones se expresan en TnCO2eq. La intensidad se calcula como la emisión de carbono que informa el Grupo / total Asset Under Management *1.000.000

Invertimos en activos con impacto social y ambiental, enfocándonos en proyectos de energía renovable como parques solares fotovoltaicos y generación de energía eólica. Estos proyectos, estratégicamente ubicados en diversas provincias, reducen emisiones de carbono y promueven un futuro sostenible, alineándose con nuestro objetivo de ser una empresa *Net-Zero*.

Aproximadamente USD 26 millones en bonos de intensidad vencerán antes de finales de 2026, lo que nos ofrece una oportunidad significativa para mejorar materialmente nuestra posición.

Utilizamos dos fuentes para tomar decisiones de inversión y la evaluación de nuestros portafolios en esta temática:

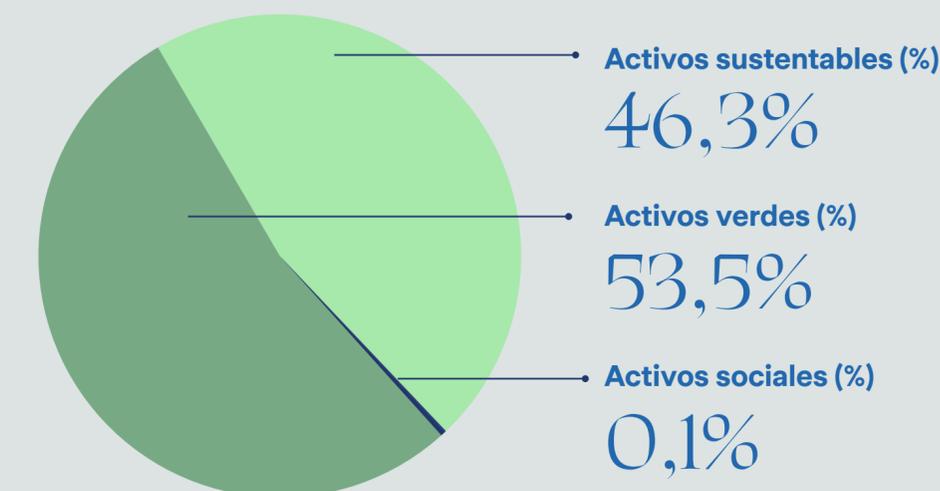
- ➔ Aavales que BYMA (Bolsas y Mercados Argentinos) otorga a las emisiones de dichos activos. Específicamente, consideramos la guía y reglamentación para la Emisión y el listado de bonos sociales, verdes y sustentables (SVS). Estos aavales están aprobados por la Comisión Nacional de Valores (CNV).
- ➔ S&P Global Trucost, una división de la calificadora S&P, para la medición del impacto en el aumento o reducción en nuestra exposición a emisiones de carbono en nuestros portafolios de cara a nuestro objetivo de 2025.

En cuanto a temáticas ESG, el Grupo utiliza a nivel global las métricas e información disponible por el índice MSCI ESG Ratings.

Adicionalmente, hemos mantenido diálogo con los emisores de títulos de deuda motivándolos a generar líneas de negocio sustentables y bonos que se relacionen con las mismas.

Inversión ESG	2024	2023
Total de inversión en activos ESG (en millones de pesos)	27.377,35	23.877,76
Proporción de activos ESG sobre el total de la cartera de inversiones (%) - Criterio SVS	1,62%	2,18%
Variación de la inversión ESG con respecto al año anterior (%)	14,7%	347%
Reducción de la emisión de carbono del portafolio (tonCO2) desde 2020	22.514	9.797
Variación de la reducción de la emisión de carbono del portafolio desde 2020 (%)	-36,52%	-15,9%

Proporción de nuestra cartera SVS



Los activos se aperturan según los criterios SVS definidos por ByMA.

Nuestras inversiones ESG

48%
en energías renovables

46%
en proyectos sociales



Suscripción

Diseñamos productos y servicios que promueven la resiliencia climática y acompañan a nuestros clientes en su transición hacia modelos más sostenibles

Operaciones

Nuestros *targets* de emisión y nuestras emisiones reales por año para nuestras operaciones:

Año	Target de emisiones (TonCo2e)	Target de reducción (%) ⁽¹⁾	Emisiones reales (TonCO2e)	Reducción (%) ⁽¹⁾
2020	1740	59%	1601	63%
2021	1912	55%	588	86%
2022	1770	59%	966	77%
2023	1601	63%	818	81%
2024	1571	63%	696	84%

(1). Reducción lograda en comparación a 2019 (año base)



En 2024 redujimos en un 84% nuestras emisiones²² respecto a nuestro año base (2019), superando nuestro objetivo de reducción establecido para 2024 del 63%.

22. Calculadas considerando la metodología *Market Based*.

Calculamos nuestra **huella de carbono** siguiendo la metodología definida por *GHG Protocol* donde informamos sobre las emisiones de CO₂eq de nuestras operaciones en sus tres alcances.

Emisiones de GEI ⁽¹⁾	2024	2023
Emisiones GEI Alcance 1 (tonCO₂ eq)	142,08	161,4
Emisiones por fuente:		
Flota de vehículos	142,08	161,4
Emisiones GEI Alcance 2 ⁽²⁾ (tonCO₂ eq)	0	0
Emisiones por fuente:		
Electricidad	0	0
Emisiones GEI Alcance 3 (tonCO₂ eq)	553,68	656,63
Emisiones por fuente:		
Viajes en avión	203	189,55
Emisiones relacionadas con la energía y el combustible de alcance 3 ⁽³⁾	36,15	40,31
Traslado de colaboradores (<i>commuting</i>)	275,69	397,72
Consumo de papel	33,94	21,84
Residuos	4,9	7,21
Total emisiones (Huella de carbono) (tonCO₂ eq)	695,76	818,03
Intensidad de las emisiones GEI (tonCO ₂ eq / m ²)	0,05	0,055
Reducción de las emisiones GEI respecto del año anterior (porcentaje)	15%	15%
Reducción de las emisiones GEI respecto del año base (2019). Calculadas considerando la metodología <i>Market Based</i> . (porcentaje)	84%	81%

(1). Las emisiones son calculadas por el Grupo Zurich según los consumos reportados en la plataforma SoFi y se basa en la metodología definida por GHG Protocol. Se expresan en toneladas equivalentes. Los factores de emisión provienen de GHG Protocol, Defra & IEA. El año base definido para nuestras iniciativas para lograr ser net-zero es el año 2019. El denominador para calcular intensidad es la superficie de las oficinas que reportan los consumos informados (sucursales en Mendoza, Rosario, Misiones, Córdoba, Salta, Neuquén, Tucumán, las sucursales y las oficinas centrales en Bs. As). La sucursal de Salta estuvo activa hasta mayo de 2024, los consumos fueron tomados hasta ese mes.
 (2). Se consideran cero emisiones de Alcance 2 debido a la adquisición de energía renovable a través de certificados I-REC (metodología market based).
 (3). CO₂e procedente de la extracción, transporte y distribución de combustibles y energía. Factor de emisiones de Alcance 3 aplicado a los datos brutos de energía y combustibles.



Compromisos y acciones para minimizar nuestra huella de carbono.

- ➔ Más del 80% de nuestra flota de vehículos consiste en autos híbridos, un 20% más respecto de 2023, y seguimos trabajando para lograr que nuestra flota de vehículos sea en su totalidad híbridos o eléctricos en 2025, alineados a nuestro compromiso EV-100.
- ➔ Compramos energía 100% renovable para todas nuestras operaciones equivalente al consumo anual de electricidad gracias al compromiso RE-100 y certificados I-REC.
- ➔ Realizamos video peritajes en el proceso de siniestros para facilitar la gestión a nuestros clientes y evitar aumentar la huella de carbono.
- ➔ Utilizamos *Cabify* empresas para los traslados corporativos. A través de ellos, en 2024 se emitieron certificados de compensación de huella de carbono de parques eólicos.
- ➔ Medimos y compensamos la huella de carbono generada en nuestros eventos corporativos: En 2024 compensamos 23 TonCO₂eq.

7.3 Gestión eficiente de los recursos

En Zurich Argentina, fomentamos el uso eficiente de los recursos —energía, agua, papel y plástico— a través de acciones concretas y medidas preventivas orientadas a cuidar el consumo y alcanzar los compromisos asumidos en materia de sustentabilidad. Buscamos minimizar nuestra huella ambiental, promoviendo hábitos responsables entre nuestros colaboradores y adoptando prácticas sostenibles en todas nuestras operaciones.

Energía	Agua	Papel	Plástico
<p>Movilidad sustentable: Adquirimos vehículos híbridos.</p> <p>Poseemos un sistema de iluminación con luces LED.</p> <p>Disponemos de sensores para el ahorro de energía, con control automático de encendido y apagado de luces.</p> <p>Contamos con corte de energía automático en equipos de aire acondicionado.</p> <p>Poseemos computadoras <i>laptop</i> de bajo consumo.</p> <p>Adquirimos certificados I-REC.</p>	<p>Contamos con grifos automáticos y tanque “inteligente” para la administración del agua.</p> <p>Descarga de agua dual: fomenta un ahorro y uso responsable del recurso.</p>	<p>Digitalización de pólizas.</p> <p>Uso monitoreado y medido de impresoras.</p> <p>No compramos resmas de papel durante 2024.</p>	<p>Eliminamos todos los plásticos de un solo uso en nuestras oficinas.</p>

En Zurich Argentina acompañamos el compromiso RE100 a través de la adquisición de Certificados I-REC. Compramos el equivalente en energía renovable para nuestro consumo anual de energía eléctrica en todas las oficinas corporativas.

1.595.502 KWh, comprados en 2024.

Consumo de energía		2024	2023
Total consumo de energía ⁽¹⁾	GJ	7.526,01	7.354,26
Energía eléctrica ⁽²⁾	kWh	1.595.502,00	1.420.397,00
	GJ	5.743,81	5.113,43
Gas-oil – Generadores eléctricos	Litros	350,00	350,00
	GJ	12,62	12,62
Nafta – Flota de vehículos propios ⁽³⁾	Litros	56.302,00	49.846,00
	GJ	1.769,58	1.566,67
Gas-oil – Flota de vehículos propios ⁽³⁾	Litros	0,00	18.351,00
	GJ	0,00	661,54
Ratio de intensidad energética ⁽⁴⁾	GJ/m²	0,51	0,50

(1). Consumo total de combustibles de fuentes no renovables. Para la conversión a Gigajoules se tuvieron en cuenta los siguientes factores: 1 MWh = 3,6 GJ; 1 Lt de Nafta = 0,03143021 GJ; 1 Lt gasoil = 0,03604934 GJ.
 (2). Los consumos de energía eléctrica provienen directamente de las mediciones de la factura.
 (3). El consumo corresponde a nuestra flota compuesta por vehículos tradicionales, vehículos híbridos y vehículos híbridos enchufables. el consumo de combustibles de nuestra flota se calcula a partir de los km recorridos y el consumo teórico de combustible del vehículo.
 (4). El denominador para calcular intensidad es la superficie de las oficinas que reportan los consumos informados (sucursales en Mendoza, Rosario, Misiones, Córdoba, Salta, Neuquén, Tucumán, Mar del Plata, Bahía Blanca, La Plata y las oficinas en CABA).

Recursos	2024	2023
Consumo de energía ⁽¹⁾ (Gigajoules)	7.526,01	7.354,26
Consumo de papel ⁽²⁾ (kg)	25.338	23.990
Consumo de agua ⁽³⁾ (m3)	8.644	4.538

(1). Consumo total de energía considerando tres fuentes: energía eléctrica, gasoil de generadores eléctricos y nafta y gasoil de vehículos propios.
 (2). Consumo de papel relacionado a las impresiones realizadas en todas nuestras oficinas del país, impresiones de pólizas y endosos, y papel utilizado para nuestros eventos corporativos
 (3). Corresponde solo al edificio de Cerrito 1010.

7.4 Gestión integral de residuos

Nos aseguramos de realizar una correcta separación de residuos, facilitando su reciclaje y permitiendo que los materiales puedan reutilizarse como materias primas, prolongando su ciclo de vida. En cada piso de nuestras oficinas contamos con cestos diferenciados que permiten la separación en origen, acompañados de cartelería informativa que orienta sobre cómo clasificar los residuos correctamente y promueve prácticas sostenibles bajo el enfoque de Reducir – Reutilizar – Reciclar. Los residuos generados provienen de las actividades cotidianas desarrolladas en nuestras oficinas.

Residuos generados y reciclados en edificios corporativos de C.A.B.A en 2024 (kilogramos)

Residuos comunes	9.839,5 ⁽¹⁾
Reciclables: Plástico, vidrio, metal y cartón	677,75
Donados a Fundación Garrahan:	Papel: 256 Tapitas de plástico: 29,4
Café	1.234
RAEES ⁽²⁾	N/A

(1). Valores de abril a diciembre 2024
(2). Se realiza en casos específicos. En 2023 y 2024 no hubo retiros de RAEES.

Obtuvimos el Sello Verde

Recibimos la certificación “Sello Verde” del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, tras una auditoría técnica que evaluó nuestra gestión de residuos: separación, disposición y tratamiento. El proceso incluyó entrevistas al equipo local y la revisión de los recursos disponibles para separar correctamente los residuos. Asimismo, se evaluó cómo cada uno de nuestros empleados dispone de sus residuos. Obtuvimos una puntuación de 84,57/100 y, a partir de los resultados, estamos trabajando en planes de mejora para optimizar nuestra gestión interna.

Economía circular

Fomentamos la economía circular de nuestros residuos. Expusimos en nuestra oficina, para las fiestas, un árbol de Navidad de 2,60 metros de altura, diseñado y construido exclusivamente con materiales reciclados y técnicas de *upcycling*. El material principal fue el papel de origami reutilizado del Cóctel 60 Aniversario.

CLASIFICACIÓN DE RESIDUOS



(1). El papel se dona a la Fundación Garrahan en el marco de su Programa de Reciclado y Medio Ambiente.



7.5 Promoción de la conciencia ambiental

En Zurich Argentina promovemos la concientización ambiental como herramienta clave para prevenir impactos negativos en el planeta. Nuestra estrategia de comunicación interna, a través de *Workplace* y pantallas en oficinas, nos permite llegar a nuestros colaboradores, incluido el Management Team con contenidos relevantes y acciones específicas de sustentabilidad, especialmente en fechas como el Día Mundial del Medio Ambiente.

En 2024 desarrollamos:

Semana del Reciclaje: promovimos las buenas prácticas de separación de residuos, destacando la importancia del reciclaje y el uso de cestos diferenciados, a través de materiales visuales explicativos como imágenes y videos.

- ➔ Representantes de Cascos Verdes nos visitaron en nuestra sede central. Nos capacitaron sobre el reciclaje, dándonos *tips* claves para implementar las tres R`s: Reducir, Reutilizar y Reciclar.
- ➔ Junto a otros colaboradores de las empresas que componen la Cámara de Comercio Suizo-Argentina, visitamos el Paseo de la Costa, en Vicente López, para una limpieza, separación y recolección de residuos. Participaron más de 200 personas y se recolectaron cerca de 500 kilos de residuos

Green Week: una semana llena de actividades de voluntariado como así también acciones de concientización en donde se compartieron internamente datos relevantes sobre sustentabilidad y el compromiso Net Zero de Zurich. Explicamos conceptos clave como “cero emisiones netas”, “carbono neutral” o “compensación de carbono”, e invitamos a los colaboradores a participar en trivias y juegos interactivos para afianzar los aprendizajes.

Dedicamos dos semanas de **acciones de voluntariado ambiental**, con seis actividades y más de 625 horas de voluntariado, demostrando que pequeñas acciones, cuando se suman, generan un gran impacto positivo.

- ➔ Limpiamos el margen del río en la Reserva Natural El Corredor de San Miguel, junto a Fundación Vida Silvestre.
- ➔ Plantamos especies nativas en la Reserva Natural de Pilar, junto a Fundación Vida Silvestre
- ➔ Participamos de la Maratón de Lectura en el interior junto a Fundación Leer.
- ➔ Nutrimos de especies nativas la Reserva Natural Urbana El Corredor en San Miguel, junto a Fundación Vida Silvestre.
- ➔ Construimos una huerta agroecológica en una escuela de CABA, junto a Plantarse
- ➔ Construimos un colector solar con materiales reciclados para proveer agua caliente a familias vulnerables.



Realizamos publicaciones a través de nuestras redes sociales para nuestros grupos de interés.



Residuos:

- Mes sin plástico
- Día Mundial del Reciclaje

Recursos:

- Día Mundial de la Eficiencia Energética
- Día Mundial del Agua
- Día mundial del ahorro de energía
- Semana de la movilidad sustentable
- Hora del planeta
- Día Internacional de la Tierra
- Día Mundial del Medio Ambiente

Biodiversidad y cambio climático:

- Día Nacional del Árbol
- Día Nacional del Animal
- Día Mundial de la Vida Silvestre
- Día internacional del cambio climático
- Informe sobre la resistencia climática urbana, realizado por Grupo Zurich junto a *Economist Impact*



7.6 Acciones contra el cambio climático: adaptación y resiliencia

Desde 2021, Zurich Argentina mantiene una alianza estratégica con Fundación Vida Silvestre Argentina para apoyar la conservación de la Reserva Natural *Urugua-í*, ubicada en el corazón de la Selva Paranaense, provincia de Misiones.

La reserva, creada en 1998, abarca **3.243 hectáreas protegidas** de serranías, quebradas, valles y cursos de agua, incluyendo un importante tramo del Arroyo *Urugua-í*. Es considerada un **hotspot de biodiversidad** que alberga especies de flora y fauna de alto valor de conservación (672 especies de plantas, 77 especies de mamíferos, 338 especies de aves, 32 especies de anfibios, 29 especies de peces) y provee amplios servicios ecosistémicos.



Apoyamos la conservación de la Reserva Natural *Urugua-í*, en Misiones.

Con este acuerdo, nos comprometemos a respaldar las acciones que allí se realizan para proteger este valioso ecosistema enfocándonos en dos ejes principales:

Conservación de la Reserva Urugua-í

Fortalecimiento del sistema de Áreas Protegidas en Misiones y protección del yagareté (especie en peligro de extinción).

Reforestación: Producción de 15.000 plantines de 32 especies nativas (a través del Vivero Andrés Johnson), con 255 plantines sembrados por voluntarios.

Monitoreo de fauna: Evaluación de especies indicadoras como murciélagos, anfibios, mamíferos y yagaretés (3 individuos detectados con cámaras trampa).

Investigación científica: Apoyo a la Estación Biológica para el desarrollo de cursos, talleres y estudios.

Control y vigilancia ambiental dentro de la reserva y zonas aledañas.

Mantenimiento de infraestructura: Senderos, centro operativo, áreas de uso común y mejoras para visitantes.

Educación y concientización ambiental (público interno y externo)

Programa educativo comunitario para niños cercanos a la Reserva:

- ➔ 177 estudiantes beneficiados
- ➔ 3 escuelas involucradas
- ➔ 11 actividades didácticas con materiales desarrollados especialmente

Extensión ambiental en San Lorenzo, comunidad vecina, para diseñar un plan de acción a largo plazo que aborde problemáticas ambientales y mejore la calidad de vida.

Voluntariado corporativo:

- ➔ 9 jornadas de voluntariado
- ➔ 5 talleres de concientización ambiental
- ➔ 468 colaboradores comprometidos
- ➔ Recolección de +100 kg de residuos
- ➔ 5 talleres de concientización ambiental

Eventos y difusión:

- ➔ Participación en *EcoSuiza 2024*, donde Fundación Vida Silvestre expuso esta alianza como caso de éxito.
- ➔ Jornadas de concientización para colaboradores y clientes.

8. Índice de contenidos de Global Reporting Initiative (GRI)

Declaración de uso: Zurich Argentina ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo 2024 utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI 1 usado: GRI 1: Fundamentos 2021

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta
CONTENIDOS GENERALES		
2-1	Detalles de la organización	7
2-2	Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	7; Nota 1
2-3	Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Nota 2
2-4	Actualización de la información	Nota 3
2-5	Verificación externa	Nota 4
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	7; 54-59; Nota 5
2-7	Empleados	41; Nota 6
2-8	Trabajadores que no son empleados	Nota 7
2-9	Estructura y composición de gobernanza	20-21; Nota 8
2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	20-21; Nota 9
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	20-21
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	20-25
2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	20-22
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Nota 10

GRI 2: Contenidos Generales 2021

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta
CONTENIDOS GENERALES		
2-15	Conflictos de interés	20-21; Nota 11
2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	15
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	20-21
2-19	Políticas de remuneración	20-21
2-20	Proceso para determinar la remuneración	20-21; 46-47; Nota 12
2-21	Ratio de compensación total anual	Nota 13
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	3-4; 14-16
2-23	Compromisos y políticas	14-16; 23-27; 31-33; 35; 38; 46; 49; 53-59
2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	14-16; 23-27; 31-33; 35; 38; 46; 49; 53-59
2-25	Procesos para remediar impactos negativos	20-21; 26
2-26	Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	20-21; 26
2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	Nota 14; Nota 15
2-28	Afiliación a asociaciones	49
2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	17-18
2-30	Acuerdos de negociación colectiva	46; Nota 16

GRI 2: Contenidos Generales 2021

Estándar GRI	Contenido		Página / Respuesta
TEMAS MATERIALES			
GRI 2: Contenidos Generales 2021	3-1	Proceso para determinar los temas materiales	Nota 17
	3-2	Listado de temas materiales	Nota 17
Ética, transparencia e integridad			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	26
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	26; 54-59
	205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Nota 18
GRI 415: Política pública 2016	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Nota 19
Consumo responsable y eficiencia en el uso de los recursos naturales			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	61-64
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	64
	302-3	Intensidad energética	64
GRI 303: Agua y Efluentes 2018	303-5	Consumo de agua	64
Experiencia y bienestar del cliente			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	31-33
Bienestar, clima, salud y seguridad laboral			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	44-45; 47
GRI 202-1: Presencia en el mercado	202-1	Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	Nota 20
Privacidad de los datos y ciberseguridad			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	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	Nota 21

Estándar GRI	Contenido		Página / Respuesta
TEMAS MATERIALES			
Contribución a la comunidad local			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	36-37; 48-53
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	36-37; 48-53
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	36-37; 48-53; 61-63
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	49; Nota 22
Descarbonización, adaptación y riesgos del cambio climático			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	23-25; 61-63
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	23-25; 61-63
GRI 305: Emisiones 2016	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	61-63
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	61-63
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	61-63
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	61-63
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	61-63
Proceso de venta claro y transparente hacia los clientes			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	36-37
Solidez y solvencia financiera			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	11
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Nota 23
	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Nota 24
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Nota 25

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta
TEMAS MATERIALES		
Cadena de valor responsable		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	23-25; 54-59
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	57-59
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	57-59
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	57-59
Inversiones responsables		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	61
Atracción y desarrollo de talento		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	41-43
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Nota 26
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	Nota 27
	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	42-43; Nota 28
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	43
Educación e inclusión financiera y de seguros		
GRI 401: Empleo 2016	3-3 Gestión de temas materiales	54-56
Cumplimiento normativo		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	27
Economía circular		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	65
GRI 306: Residuos 2020	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	65

Estándar GRI	Contenido	Página / Respuesta
TEMAS MATERIALES		
Prevención de la salud		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	47
Gobierno corporativo sólido y comprometido		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	20-21
Investigación, innovación y tecnología		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	34; 38
Productos y servicios accesibles y sostenibles		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	36-37
Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	46
GRI 401: Empleo 2016	401-3 Permiso parental	Nota 29
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	20-21; 41; Nota 30
	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	46
Gestión de riesgos		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	23-25; 61
Derechos humanos		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	14-16; 23-25; 57-59
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	57-59
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	57-59
Competencia justa		
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de temas materiales	26
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Nota 31

Nota 1

Todas las compañías incluidas en el reporte de sustentabilidad tienen Estados Financieros auditados y presentados a la Superintendencia de Seguros de la Nación. Dichos estados financieros se presentan por separado para cada entidad.

Nota 2

El Reporte tiene periodicidad anual y abarca el período del 1° de enero al 31 de diciembre de 2024, además de lo cual se incluyen algunos datos del año anterior para su comparación. Como excepción, los datos financieros de los seguros patrimoniales se reportan bajo el período de julio 2024 a junio 2025, coincidente con el cierre fiscal de las sociedades Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y Zurich Aseguradora Argentina S.A. La fecha de publicación de este Reporte es octubre de 2025. Dejamos a disposición los puntos de contacto para cuestiones relacionadas con el informe o la información presentada: adriana.arias@zurich.com o rocio.martinez6@zurich.com.

Nota 3

En caso de realizarse alguna actualización de información publicada previamente, se explicita a lo largo del reporte.

Nota 4

No se realiza verificación externa del Reporte.

Nota 5

En 2024 no hubo cambios significativos en la cadena de suministros de la organización.

Nota 6

Informamos la cantidad de empleados al 31 de diciembre de cada año. En 2024 no hubo una fluctuación significativa en la plantilla de la compañía, aunque se modificó el alcance respecto a 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina. No contamos con trabajadores por horas no garantizadas, ni trabajadores con contrato temporal.

Los métodos empleados para compilar los datos incluyen la utilización de nuestra herramienta SAP, la cual unifica todos los datos que manejamos y necesitamos. Los datos se presentan como unidades equivalentes de tiempo completo (FTE). Esto permitió convertir las horas trabajadas por los empleados a una medida estándar de tiempo completo, facilitando una mejor comparación y análisis de la carga de trabajo.

CANTIDAD DE COLABORADORES ⁽¹⁾	2024		2023	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Cantidad de colaboradores por contrato y región				
Contrato fijo	401	421	353	378
CABA	383	397	333	348
Prov de Buenos Aires	4	10	2	8
Interior del país	14	14	18	22
Contrato a tiempo completo	351	397	309	361
CABA	333	373	289	331
Prov de Buenos Aires	4	10	2	8
Interior del país	14	14	18	22
Contrato a tiempo parcial	50	24	44	14
CABA	50	24	44	17
Prov de Buenos Aires	0	0	0	0
Interior del país	0	0	0	0

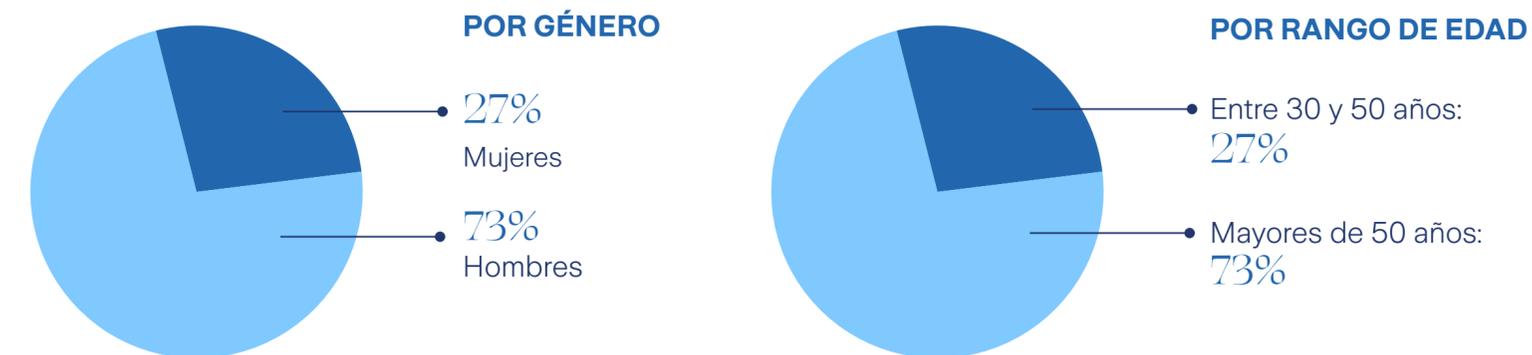
(1). Los datos 2024 difieren en el alcance respecto a los datos 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina

Nota 7

Contamos con 28 trabajadores que no son empleados. Son trabajadores temporales y realizan tareas operativas.

Nota 8

Ninguno de los miembros del máximo órgano de gobierno pertenece a grupos sociales infrarrepresentados, ni cuentan con otros cargos o compromisos significativos.

Composición del Management Team

Nota 9

Todos los integrantes del *Management Team* cumplen funciones ejecutivas y no son independientes. Ningún miembro cumple con otros cargos y compromisos significativos dentro o fuera de Zurich.

Nota 10

Una vez finalizado el proceso, se presentan los resultados para su revisión y aprobación final por el *Management Team*.

Nota 11

Además de la política de Grupo, Zurich cuenta con un Local Standard (LS) de Conflicto de Intereses aprobado por el CEO local. Se realizan capacitaciones de forma anual para todos los empleados de Zurich y se cuenta con un Formulario de Declaración de Conflictos de Interés.

Nota 12

En Zurich Argentina accedemos a encuestas de remuneraciones elaboradas por consultoras especializadas a través de un acuerdo global gestionado por el Grupo Zurich. Estas consultoras son externas e independientes de la operación local. No contamos con un comité de remuneraciones independiente que supervise el proceso de determinación de la remuneración.

Nota 13

Por motivos de confidencialidad, no se reporta el indicador de referencia.

Nota 14

Durante 2024, no registramos ningún incumplimiento significativo a las leyes o regulaciones por parte de Zurich Argentina.

Nota 15

Normativas que aplican a la gestión del área de Claims

Normativa	Detalle
Ley de seguros N° 17.418	Argentina tiene leyes y regulaciones específicas que rigen la industria de seguros.
Global Claims Blueprint (GCB) - Grupo Zurich	Orientación sobre las mejores prácticas para el desarrollo continuo de los modelos operativos de reclamaciones en países y unidades de negocio (BU) en el contexto de los cambios en las necesidades de los clientes, el mercado y el desarrollo tecnológico. GCB establece un punto de referencia para los equipos de Claims, describiendo niveles mínimos y de ambición para cada elemento de diseño. Ayuda a impulsar la evolución del rendimiento en reclamaciones en cuanto a Cliente, Simplificación e Innovación, en línea con la Estrategia del Grupo Zurich.
Global Claims Guideline (GCG) - Grupo Zurich	Define los requisitos operativos mínimos locales a fin de desarrollar los controles más eficientes y efectivos para la gestión y supervisión de reclamos en todo el ciclo de reclamo. Incorpora los requisitos de reclamos especificados en la Zurich Risk Policy (ZRP) y otras políticas del Grupo. Los equipos locales de reclamos deben producir directrices y orientación más detalladas que sean relevantes para las condiciones del mercado local y los requisitos regulatorios.
Código de Conducta transversal a toda la compañía - Grupo Zurich	Garantiza una conducta adecuada hacia el cliente, garantizando cumplir nuestras promesas y defender lo correcto, tramitando adecuadamente los siniestros y pagos.
Normas específicas de línea de negocio	Cada línea de negocio tiene regulaciones específicas. Por ejemplo, en el caso de seguros de autos, pueden aplicarse normativas relacionadas con la responsabilidad civil, la indemnización por accidentes de tráfico y los requisitos de seguro obligatorio.

Nota 16

En cuanto a los colaboradores que no se encuentran cubiertos por convenios de negociación colectiva, sus condiciones y términos laborales se determinan de acuerdo con los procesos internos y gobernanza de la organización.

Nota 17

Durante 2023 realizamos nuestro primer ejercicio de análisis de materialidad con el objetivo de identificar y priorizar los temas materiales que representan los impactos más significativos de Zurich Argentina, utilizando la metodología propuesta por los Estándares GRI. Para el Reporte 2024 consideramos que este proceso sigue vigente, por lo cual no fue necesario realizar una actualización.

Los 5 temas más relevantes según la matriz de materialidad fueron:

- ➔ Ética, transparencia e integridad
- ➔ Consumo responsable y eficiencia en el uso de los recursos naturales
- ➔ Experiencia y bienestar del cliente
- ➔ Bienestar, clima, salud y seguridad laboral
- ➔ Privacidad de los datos y ciberseguridad

PASO 1:

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN:

Realizamos un benchmark de materialidad y analizamos los factores y antecedentes internos de Zurich. Esto nos permitió profundizar nuestra comprensión del contexto y de los temas de sustentabilidad relevantes para la industria en la que operamos.

PASO 2:

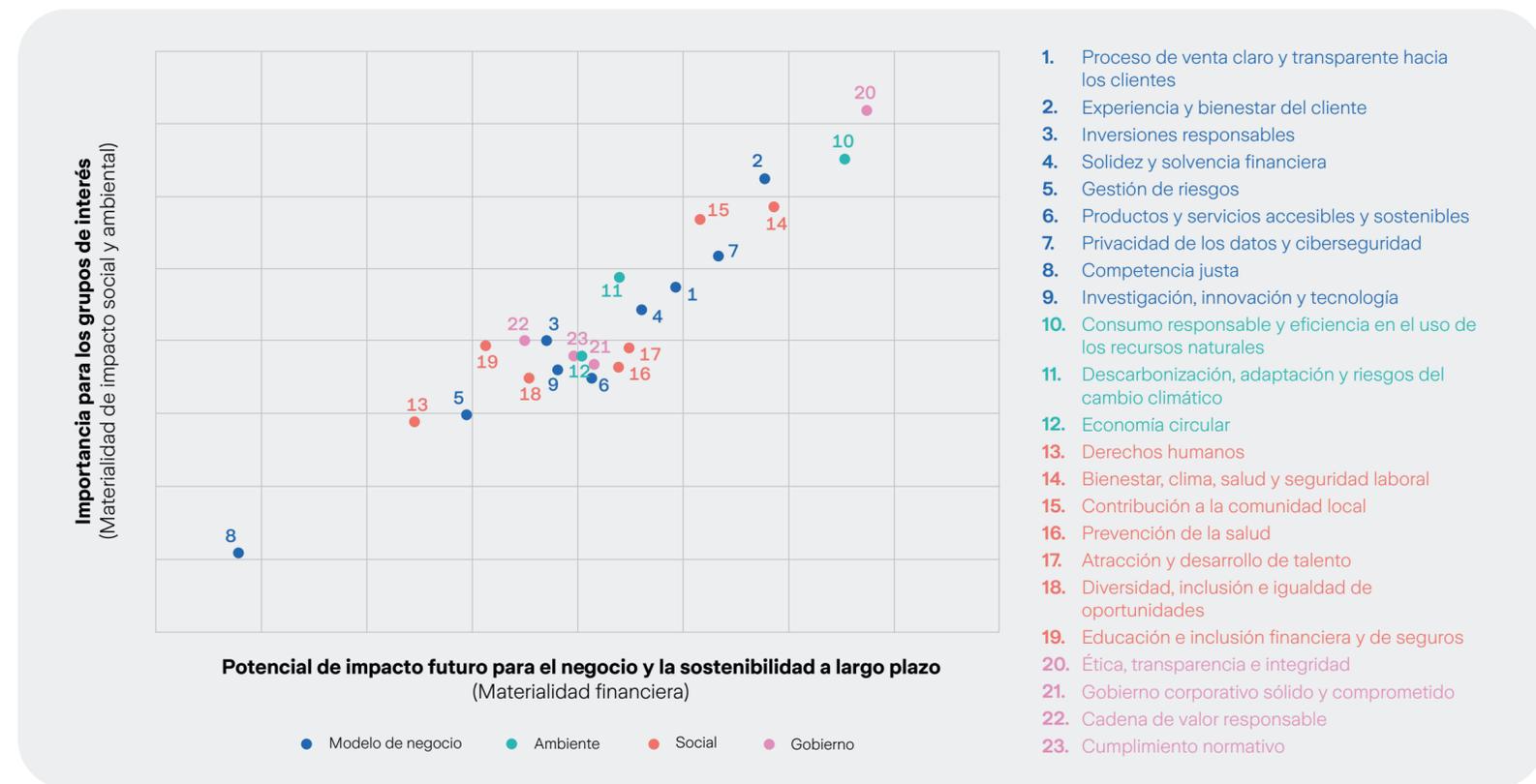
DENTIFICACIÓN DE TEMAS MATERIALES:

De acuerdo con el análisis realizado generamos un listado de 23 temas materiales.

PASO 3:

PRIORIZACIÓN EXTERNA Y VALIDACIÓN:

Enviamos una encuesta online a nuestros grupos de interés para consultarles su opinión y valoración sobre los temas materiales relacionados a los siguientes ejes: modelo de negocio, ambiente, social y gobernanza. Recibimos más de 700 respuestas correspondientes a: clientes, colaboradores (incluyendo al Management Team), gobiernos y reguladores, ONGs y fundaciones, productores y aliados de negocio y proveedores, entre otros. Como resultado, armamos la matriz de materialidad detallada a continuación:



EJE MODELO DE NEGOCIO

- Temas materiales:**
- 1. Proceso de venta claro y transparente hacia los clientes
 - 2. Experiencia y bienestar del cliente
 - 3. Inversiones responsables
 - 4. Solidez y solvencia financiera
 - 5. Gestión de riesgos
 - 6. Productos y servicios accesibles y sostenibles
 - 7. Privacidad de los datos y ciberseguridad
 - 8. Competencia justa
 - 9. Investigación, innovación y tecnología

IMPACTO POSITIVO

IMPACTO NEGATIVO

Materialidad financiera

- Aumento de la rentabilidad como consecuencia de una mayor fidelización del cliente y mayor permanencia de estos con la empresa.
- Aumento del share de la compañía al expandir la oferta de productos a otros públicos.
- Posibilidad de insertarse en nuevos mercados.
- Problemas reputacionales por una baja calidad de atención o información al cliente, gestión de riesgos, problemas de ciberseguridad.
- Pérdida de clientes como consecuencia de una mala gestión.
- Multas y sanciones por incumplimientos a las normativas.

Materialidad social y ambiental

- Mejora en la reputación de la compañía por brindar accesibilidad a productos y servicios.
- Generación de alianzas con la industria para potenciar el beneficio social y ambiental a través del negocio.
- Mejora en la calidad de atención y posibilidad de comprender mejor y atender las necesidades de los clientes.
- Seguridad del cliente de contar con una buena protección
- Pérdidas o daños a patrimonio ambiental o consecuencias sociales por una incorrecta gestión de los riesgos.
- Descontento social por no poder acceder o no comprender la cobertura de ciertos productos o servicios.
- Deficiencias en las prestaciones de servicios.

EJE SOCIAL

- Temas materiales:**
- 1. Derechos humanos
 - 2. Bienestar, clima, salud y seguridad laboral
 - 3. Contribución a la comunidad local
 - 4. Prevención de la salud
 - 5. Atracción y desarrollo de talento
 - 6. Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades
 - 7. Educación e inclusión financiera y de seguros

IMPACTO POSITIVO

IMPACTO NEGATIVO

Materialidad financiera

- Mayor solidez de la empresa, mejora en la percepción hacia la misma y fidelidad del empleado.
- Reducción de las bajas laborales, días o licencias solicitados con motivo de accidentes o enfermedades.
- Captación de mayor cantidad de clientes y socios estratégicos al brindar conocimientos financieros y de seguros.
- Multas y sanciones por violaciones a los derechos humanos o por temas de salud y seguridad.
- Alta rotación laboral por descontentos.
- Juicios o litigios a enfrentar debido a aspectos laborales.

Materialidad social y ambiental

- Mejora en la calidad de vida de las personas al velar por sus derechos y necesidades, y al brindar oportunidades de trabajo a minorías sociales.
- Buen clima laboral, comodidad y satisfacción de los empleados.
- Generación de alianzas con otras instituciones, ONGs o empresas para mejorar la vida de la comunidad.
- Exclusión de una parte de la sociedad al no acceder a los productos o no brindar oportunidades laborales.
- Situaciones de violencia o discriminación entre los empleados.
- Estancamiento del desarrollo profesional de los empleados.

EJE AMBIENTE

- Temas materiales:**
- 1. Consumo responsable y eficiencia en el uso de los recursos naturales
 - 2. Descarbonización, adaptación y riesgos del cambio climático
 - 3. Economía circular

IMPACTO POSITIVO

IMPACTO NEGATIVO

Materialidad financiera

- Apertura a nuevos productos con beneficio ambiental.
- Mejora en la reputación al reconocerse a la empresa como consciente y responsable con el planeta.
- Disminución en los costos por menor compra de materiales, materias primas, menor uso de recursos y reducción de lo enviado a disposición final.
- Desvinculación de industrias con mala reputación y con posibles impactos negativos para el negocio a futuro.
- Pérdida de la oportunidad de entrar en nuevos mercados.
- Posibilidad de catalogar a las acciones realizadas como greenwashing.
- Riesgos asociados a eventos climáticos adversos que afecten la solvencia de la empresa.
- Multas y sanciones en materia ambiental.
- Mayores costos asumidos para permitir una mayor eficiencia ambiental en procesos propios.

Materialidad social y ambiental

- Contribución al desarrollo del empleo relacionado a gestión de residuos y economía circular.
- Colaboración con la innovación tecnológica, de empleos verdes y productos innovadores.
- Reducción en las emisiones de GEI, uso de recursos o generación de residuos.
- Mejora en la calidad de vida de las personas y en la conservación del ambiente.
- Aumento en la contaminación y emisiones de GEI asociados a un crecimiento del negocio.
- Crítica y reprobación social por no tomar acción en la lucha contra el cambio climático.

EJE GOBERNANZA

- Temas materiales:**
- 1. Ética, transparencia e integridad
 - 2. Gobierno corporativo sólido y comprometido
 - 3. Cadena de valor responsable
 - 4. Cumplimiento normativo

IMPACTO POSITIVO

IMPACTO NEGATIVO

Materialidad financiera

- Aumento de la confianza en la compañía por parte de la sociedad, inversores, socios estratégicos y empleados.
- Posibilidad de mejora en los costos de contratación de proveedores.
- Prevención en el recibo de multas o sanciones por incumplimientos normativos.
- Adopción temprana de nuevas normativas y adaptación a cambios legislativos.
- Multas o sanciones por motivos éticos, de corrupción, lavado de dinero, etc.
- Riesgo por incumplimiento de lineamientos y regulaciones vinculados a la ética, transparencia y gobernanza.
- Pérdida de reputación o aumento de costos por un mal manejo con proveedores.
- Aumento de costos a corto plazo para lograr trabajar con proveedores más sostenibles.

Materialidad social y ambiental

- Participación en espacios de intercambio con fines de beneficio ambiental y social.
- Beneficio económico y de desarrollo a nuevos proveedores sostenibles.
- Prevención del lavado de dinero y operaciones fuera de la ley.
- Descontento de proveedores por una mala relación profesional o gestión.
- Rechazo a proveedores por no cumplir con requisitos de sostenibilidad.

Nota 18

Durante 2024 no hubo casos de corrupción confirmados ni denuncias recibidas relacionadas con el soborno, la corrupción y el blanqueo de capitales.

Nota 19

Durante 2024 no realizamos contribuciones a partidos y/o representantes políticos.

Nota 20

No hay diferencia entre el salario mínimo abonado por la empresa y el salario mínimo de convenio colectivo de trabajo (CCT), sin distinción de género. El salario mínimo a abonar por cada posición obedece al mínimo del convenio colectivo de trabajo que aplica a nuestra actividad. Los datos 2024 difieren en el alcance respecto a los datos 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.

Nota 21

Durante 2024 no registramos reclamos relacionados con violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.

Nota 22

Buscamos desarrollar programas con la comunidad en el 100% de las provincias en donde nos encontramos presentes.

Nota 23

Los datos correspondientes al ejercicio anterior, presentados en el Reporte de Sustentabilidad 2023, fueron re expresados conforme a la variación inflacionaria (patrimoniales al 30/6/2025 y vida al 31/12/2024).

PATRIMONIALES ⁽¹⁾		
Valor económico generado y distribuido (VEGD) Unidad de medida: Pesos (en millones)	2024/25 ⁽²⁾	2023/24 ⁽³⁾
Valor económico generado	477.606	459.243
Ingresos	477.606	459.243
Valor económico distribuido	524.178	724.523
Costos de operaciones	427.300	643.982
siniestros	307.576	456.672
gastos	119.724	187.311
Salarios y beneficios de los empleados	44.752	54.758
Pagos a proveedores de capital	33.000	-
Pagos al gobierno ⁽⁴⁾	19.013	25.537
Inversión en la comunidad ⁽⁵⁾	112	246
Valor económico retenido (valor económico generado menos valor económico distribuido)	-46.572	-265.280

(1). Incluye Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y Zurich Aseguradora Argentina S.A.

(2).El periodo fiscal abarca julio 2024 a junio 2025.

(3).El periodo fiscal abarca julio 2023 a junio 2024.

(4). En concepto de pago de impuestos.

(5). En concepto de donaciones.

VIDA ⁽¹⁾		
Valor económico generado y distribuido (VEGD) Unidad de medida: Pesos (en millones)	2024	2023
Valor económico generado	235.159	274.396
Ingresos	235.159	274.396
Valor económico distribuido	222.117	187.618
Costos de operaciones	177.700	150.434
siniestros/rescates	157.150	122.651
gastos	20.550	27.783
Salarios y beneficios de los empleados	13.344	17.677
Pagos a proveedores de capital	20.000	-
Pagos al gobierno ⁽²⁾	11.036	19.498
Inversión en la comunidad ⁽³⁾	37	9
Valor económico retenido (valor económico generado menos valor económico distribuido)	13.043	86.777

(1). Incluye a Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina. El período fiscal abarca el año calendario

(2). En concepto de pago de impuestos.

(3). En concepto de donaciones.

Nota 24

El porcentaje establecido por la ley para la contribución por parte del empleado en Argentina es del 11% de su salario bruto para la jubilación, 3% para el Programa de Atención Médica Integral (PAMI) y 3% para la Obra Social. En cuanto a la contribución por parte del empleador, los porcentajes varían según el sector y la cantidad de empleados, pero en general, el empleador debe aportar alrededor del 17% al 23% del salario bruto del empleado para la seguridad social, incluyendo jubilación, salud y otros conceptos. No se implementan planes de pensión o jubilación por sobre los exigidos por la ley. Los recursos generales de la organización hacen frente a las obligaciones del plan de pensiones.

Nota 25

Durante 2024 no recibimos asistencia financiera por parte del gobierno.

Nota 26

Nuevos empleados contratados ⁽¹⁾	2024 (n°)	2024 (%)	2023 (n°)	2023 (%)
TOTAL	102	14,41%	72	9,8%
Por género				
Femenino	53	6,45%	33	4,5%
Masculino	49	5,96%	39	5,3%
Por edad				
Menores de 30 años	76	9,24%	59	8,1%
Entre 31 y 50 años	24	2,92%	12	1,6%
Mayores de 51 años	2	0,24%	1	0,1%
Por región				
CABA	98	11,92%	69	9,4%
Prov de Buenos Aires	1	0,12%	-	-
Interior del país	3	0,36%	3	0,4%

(1). Los datos 2024 difieren en el alcance respecto a los datos 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.

Bajas del personal ⁽¹⁾	2024 (n°)	2024 (%)	2023 (n°)	2023 (%)
TOTAL	78	10,54%	79	10,8%
Por género				
Mujeres	37	4,50%	40	5,5%
Hombres	41	4,99%	39	5,3%
Por edad				
Menores de 30 años	27	3,28%	-	-
Entre 31 y 50 años	33	4,01%	69	9,4%
Mayores de 51 años	18	2,19%	10	1,4%
Por región				
CABA	65	7,91%	66	9,0%
Prov de Buenos Aires	6	0,73%	1	0,1%
Interior del país	7	0,85%	12	1,6%

(1). Los datos 2024 difieren en el alcance respecto a los datos 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.

Nota 27

Promedio de horas de formación por empleado ⁽¹⁾	2024	2023
Por género		
Mujeres	10	10
Hombres	10	10
Por categoría laboral		
Directores ⁽²⁾	24	24
Gerentes	32	32
Team Leaders	32	32
Analistas	4	4
Staff	4	4
Total	10	10

(1). Los datos 2024 difieren en el alcance respecto a los datos 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina. Calculado como cantidad de empleados formados dividido el total de empleados correspondientes a cada categoría. Por ejemplo: Cantidad de empleadas mujeres formadas/ cantidad de empleadas mujeres total.

(2). Directores que forman parte de la nómina de empleados de Zurich.

Nota 28

La empresa cuenta con programas diseñados para apoyar la transición de los empleados, ya sea para facilitar la empleabilidad continuada o para gestionar el final de sus carreras profesionales debido a jubilación o despido. En particular, ofrecemos asesoría especializada para facilitar el trámite de jubilación. Además, dependiendo del nivel del empleado, contamos con el servicio de *outplacement*, que proporciona apoyo y recursos para la reintegración laboral, orientación profesional y desarrollo de habilidades para la búsqueda de empleo. Estos programas tienen como objetivo asegurar que los empleados reciban el apoyo necesario durante estas transiciones y puedan continuar su desarrollo profesional.

Nota 29
Licencia por maternidad y paternidad⁽⁵⁾

	2024		2023	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Cantidad de empleados				
Cantidad total de empleados que tuvieron derecho al permiso parental	401	421	353	378
Tasa de regreso al trabajo ⁽¹⁾	100%	100%	82%	100%
a. N° de empleados que hicieron uso efectivo de la licencia por nacimiento.	14	21	11	8
b. N° de empleados que retornaron al trabajo en el periodo objeto del informe después de finalizar la licencia por nacimiento.	14	21	9 ⁽³⁾	8 ⁽³⁾
Tasa de retención ⁽²⁾	100%	100%	100%	100%
c. N° de empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado.	14	21	15 ⁽⁴⁾	8 ⁽⁴⁾
d. N° de empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado y permanecieron 12 meses en el empleo.	14	21	15	8

(1). Se calcula considerando los empleados que retornaron al trabajo después de finalizar la licencia por nacimiento dividido el total de empleados que hicieron uso efectivo de la licencia por nacimiento (b. / a.).

(2). Se calcula considerando los empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado y permanecieron 12 meses en el empleo dividido el total de empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado (d. / c.).

(3). Para el caso de licencia por maternidad, hay dos empleadas que continuaban con su licencia durante el periodo del reporte.

(4). Consideramos a empleados que regresaron de su licencia en 2022.

(5). Los datos 2024 difieren en el alcance respecto a los datos 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.

Nota 30
Colaboradores por categoría laboral y edad ⁽¹⁾

	2024			2023		
	Menores de 30 años	De 31 a 50 años	Más de 51 años	Menores de 30 años	De 31 a 50 años	Más de 51 años
Directores	0	11	20	0	6	10
Gerentes	0	51	22	0	36	16
Team Leaders	2	36	13	0	32	14
Analistas	141	329	89	118	311	89
Staff	71	36	1	46	45	8

(1). Los datos 2024 difieren en el alcance respecto a los datos 2023 ya que a partir de 2024 se incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.

Nota 31

En 2024 no tuvimos incumplimientos de legislaciones que regulan la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia

Agradecimientos

Expresamos nuestro agradecimiento a todas las personas que participaron en la elaboración de nuestro segundo Reporte de Sustentabilidad. Su compromiso y disposición fueron fundamentales para plasmar en este documento los avances y logros alcanzados en nuestro camino hacia una gestión más sostenible.

Management Team: Fabio Máximo Rossi, Marcelo Castagna, Nora Alicia Vignolo, Santiago Alberto Hays, Anabella Barbieri, Silvia Dulce, Diego Vecchi, Santiago Patricio Deane, Adriana Arias, Pablo Gabriel Marcella, Mauro Zoladz, Alejandro Vega Cigoj, Leonardo Gastón Hani, Diego Javier Weiger y Dario Marcelo Smaldone.

Referentes internos.

Comunicaciones & Sustentabilidad: María Gabriela Ahuad, Cintia Muñoz, Rocío Martínez

Finanzas: Marina Soledad Castañon, María Carolina Kondratiuk

Inversiones: María Pilar Alcalde

Legales & Compliance: Candela Novoa, Jimena Amenabar,

Procurement & Business Resilience: Pablo Ambricca, Uriel Senderovsky

Clientes & Producto: Alejandro Kancepolsky, Silvana Roccabruna, María Laura Monvale, Pablo Martin Salomon, Juan Diego Sivo, María Guadalupe Segura, Pablo Enrique Laporta, Federico Mariano Garcia, Laura Graciela Ontiveros

Risk Management: Laura Beatriz Scheuschner, Eliana Gauto Espala

Recursos Humanos: Matías Frenkiel, Giselle Lublin, Pamela Soledad Ventosa, Romina Cauda, María Lujan Ferreras

Claims: Juan Ignacio Ronsisvalli, Jesica Lobos, Juan Ignacio Manarini

IT & Data Privacy: Cristian Mussini, Enrique Martino

Planning & Engagement: Florencia Smith, Julia Carolina Suarez

Underwriting: Walter Adrian Gasparoni, Federico Hernán Barcelo

Operaciones: Pablo Di Pasquo, María del Carmen Besuña

Servicio a Clientes y Canal: Gabriela Sarmentero, María Fernanda Yanello

Asesoría técnica:

LB Consultora ESG

<https://consultoraesg.com.ar/>

