

Reporte de Sustentabilidad 2025

ZURICH

Índice

1. Introducción 3
1.1. Carta del CEO 3
1.2. Nuestro impacto positivo de 2025 en números 5

2. Sobre nosotros 6
2.1. Presencia en Argentina 7
2.2. Nuestras promesas 8
2.3. Nuestra comunicación 9
2.4. Premios y reconocimientos que dan valor a nuestros días 9

3. Compromiso con la Sustentabilidad 10
3.1. Estrategia de Sustentabilidad 11
3.2. Análisis de doble materialidad 13
3.3. Diálogo con grupos de interés 14

4. Gobernanza 15
4.1. Estructura de gobierno y comités 16
4.2. Gobernanza de sustentabilidad 18
4.3. Gestión de riesgos y política de suscripción 19
4.4. Ética y anticorrupción 22

5. Clientes 23
5.1. Nuestra propuesta de valor 24
5.2. Productos y servicios 25
5.3. Atención al cliente 26
5.4. Tecnología y digitalización 29
5.5. Protección de datos y privacidad 30
5.6. Propuesta de valor responsable 31

6. Personas 32
6.1. Colaboradores 33
6.1.1. Equipo y cultura 34
6.1.2. Formación y desarrollo 35
6.1.3. Comunicación con colaboradores 37
6.1.4. Diversidad e inclusión 39
6.1.5. Relaciones laborales 39
6.1.6. Bienestar, salud y seguridad 40
6.2. Comunidad 41
6.2.1. Inversión en la comunidad 42
6.2.2. Educación 43
6.2.3. Cambio climático 44
6.2.4. Apoyo a la comunidad 45
6.2.5. Voluntariado corporativo 46
6.2.6. Alianzas estratégicas 47
6.3. Socios estratégicos 48
6.4. Proveedores 52
6.4.1. Relacionamiento con proveedores 53
6.4.2. Ciclo de gestión integral de proveedores 54
6.4.3. Ética y sustentabilidad en la cadena de valor 55

7. Planeta 56
7.1. Compromiso con la acción climática 57
7.2. Gestión eficiente de recursos 60
7.3. Gestión integral de residuos 61
7.4. Acciones de conservación 62
7.5. Conciencia ambiental 63

8. Índice de Contenidos GRI 64

9. Agradecimientos 70



1.1 Carta del CEO

En Zurich Argentina entendemos que la sustentabilidad es una forma de gestionar el negocio. Desde hace años la incorporamos como un eje transversal de nuestra estrategia, en línea con el compromiso que asumimos con nuestros clientes, colaboradores, socios, comunidades y el entorno en el que operamos. Es la manera en que tomamos decisiones, construimos relaciones de confianza y generamos valor de largo plazo.

Durante 2025 continuamos avanzando con una visión clara: crecer de manera responsable, integrando criterios ambientales, sociales y de gobernanza en cada aspecto de nuestra gestión. Los resultados alcanzados este año, tanto en nuestro desempeño de negocio como en los reconocimientos obtenidos en materia de sustentabilidad, reflejan la consistencia de ese compromiso y el esfuerzo de todas las personas que forman parte de Zurich Argentina.



Vivimos en un contexto de transformación permanente, donde los riesgos evolucionan al mismo ritmo que las oportunidades. Como compañía aseguradora, tenemos la responsabilidad de acompañar a las personas y organizaciones a construir resiliencia, anticipar desafíos y prepararse para el futuro. Creemos que ésta es una de las contribuciones más relevantes que podemos hacer a una sociedad que demanda cada vez mayor compromiso, transparencia e impacto positivo.

Este Reporte de Sustentabilidad presenta los avances alcanzados durante 2025 y refleja cómo integramos nuestro propósito en la estrategia y en la operación cotidiana del negocio. Estamos convencidos de que los mejores resultados son aquellos que generan valor no solo para la compañía, sino también para las personas y la sociedad.

Los invito a recorrer estas páginas y conocer los logros, aprendizajes y desafíos que nos inspiran a seguir construyendo valor para las personas y para la sociedad.

Sebastián Dabini
CEO
Zurich Argentina

1.2 Nuestro impacto positivo de 2025 en números

Presencia del negocio



6,5% Share Zurich Argentina[1]

4° puesto en posicionamiento de mercado[1]

1° puesto Seguros de Vida Individual en el mercado desde 1995

1° puesto del sector Seguros en el Ranking Merco Responsabilidad ESG

Clientes



Clientes activos: 647.193 del segmento *retail* y **30.196** del segmento *commercial* al 31/12/25

Pólizas: 805.135 del segmento *retail* y **57.729** del segmento *commercial* vigentes al 31/12/25

53,7 TNPS[2] **43** RNPS[3]

28.521 millones de pesos de *Sustainable Revenue*

Lanzamiento **Zurich Auto Huella Zero**

Gobernanza



15 directores conforman el *Management Team*

Nuevo Comité de *CyberSecurity* & Terceras partes

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

0 multas y sanciones por incumplimiento normativo

Planeta



87% de reducción de emisiones desde 2019 (año base)

23.326,66 millones de pesos invertidos en activos ESG

1.638.975 kWh adquiridos a través de certificados I-REC

100% de nuestra flota de vehículos son híbridos

89% de pólizas digitalizadas

Nivel Oro en el Sello Verde del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Personas



Colaboradores

777 colaboradores

49% de participación de mujeres en el equipo

89% de compromiso según la encuesta *Zurich Experience Survey*

86% de contratación interna

55 colaboradores reconocidos por su trayectoria

Comunidad

22 años de trayectoria

$216.257.000[4] de inversión en la comunidad

250 colaboradores VoluntarioZ

4.386 horas de voluntariado

+ de 15 alianzas de acciones con la comunidad

Socios estratégicos

+ 9.000 productores asesores de seguros de vida y patrimoniales

55 *brokers*

87 alianzas con concesionarias, bancos, tarjetas de crédito y terminales automotrices

Proveedores

670 proveedores activos

95% de compras a proveedores locales

92% de proveedores son PyMEs

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 2025 por Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A., Zurich Aseguradora Argentina S.A., y Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina.

2. Sobre nosotros

Somos referentes del mercado asegurador e impulsamos la evolución de la industria mediante una visión estratégica orientada al futuro. Desarrollamos soluciones de seguros que responden a las necesidades de nuestros clientes en Argentina y fortalecemos relaciones duraderas basadas en la confianza y en valores compartidos.

¿Qué novedades vas a encontrar en este capítulo?

- Fuimos reconocidos con el primer puesto en el ranking de Responsabilidad ESG de Merco para el sector seguros.
- Ascendimos al puesto 39 del ranking general de Responsabilidad ESG de Merco, avanzando dos posiciones en comparación con la edición anterior.



2.1 Presencia en Argentina

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

20 agencias de seguro de vida acreditadas.

72 organizaciones de seguros patrimoniales registradas.

33 oficinas delegadas de representación en todo el país.

87 alianzas con concesionarias, bancos, tarjetas de crédito y terminales automotrices



Localiza **nuestras oficinas**

Desde 1995 somos **#1** en Seguros de Vida Individual.

Desde 2018 estamos en el **top 10** de Seguros Patrimoniales.

Nuestro posicionamiento dentro del mercado incluye a todos nuestros clientes tanto individuos como empresas:

2025

		Share (%)	Posición (N°)
Total (Patrimoniales +Vida)	Zurich Argentina	6,5%	4
Patrimoniales	Zurich Argentina	5,4%	6
Vida	Zurich Argentina	11,5%	1

2.2 Nuestras promesas

Nuestro **propósito** es ayudar a las personas a asegurar las pequeñas y grandes cosas de la vida. Este propósito se refleja en nuestras cuatro **promesas**: al cliente, que sus necesidades están en el centro de todo lo que hacemos; al empleado, crecer juntos; al planeta, impulsar un impacto positivo; y a nuestros aliados, colaborar para crear valor mutuo.

Honramos nuestros compromisos a través de grandes valores:

Para qué #NuestroObjetivo	Cómo #NuestrosValores	Qué #NuestraEstrategia
Para protegerte.	**Somos un único equipo y valoramos la diversidad y el potencial de cada individuo.**	**Foco en el cliente: Mejorar la calidad de servicio para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes.**
Para inspirarte confianza.	**Abrazamos las nuevas ideas para superar las expectativas de nuestros clientes.**	**Simplificar: Una organización más ágil y con mejor capacidad de respuesta.**
Para ayudarte a alcanzar tu máximo potencial.	**Cumplimos nuestras promesas y defendemos lo que es correcto.**	**Innovar: Mejores productos, servicios, atención al cliente.**

Para sostener nuestro liderazgo y generar valor a largo plazo, fortalecemos continuamente los atributos que nos distinguen y respaldan nuestra propuesta de valor:



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 Pacífico.



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.



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.



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.



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.

2.3 Nuestra comunicación

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

Instagram | **LinkedIn** | **Facebook** | **YouTube** | **Página Web**

2.4 Premios y reconocimientos que dan valor a nuestros días

Que nos reconozcan también demuestra nuestro compromiso de proteger.

Fuimos reconocidos con el primer puesto en el ranking de Responsabilidad ESG de Merco del sector seguros y alcanzamos el puesto 39 en el ranking general, dos posiciones por encima de la edición anterior.

#1 Sector Seguros y **#39** Ranking general – Merco Responsabilidad ESG.

#1 Sector Seguros y **#60** Ranking general – Merco Talento.

Formamos parte del ranking “Las 1000 empresas líderes – Sector Seguros” – Prensa Económica .



#1 Sector Seguros y **#45** Ranking general – Merco Empresas.

#3 Seguros Universo Público General, **#1** Seguros de Vida, **#6** Prestigio Productores y Reconocimiento Visión Estratégica - Premios Prestigio – NBS.

3. Compromiso con la Sustentabilidad

En Zurich Argentina creemos que los seguros son una herramienta fundamental para acompañar y proteger a las personas y comunidades. A partir de nuestra experiencia en gestión de riesgos, impulsamos acciones que fortalecen la resiliencia y contribuyen positivamente a la sociedad desde nuestro rol como aseguradora, inversora, empleadora y parte activa de la comunidad.

¿Qué novedades vas a encontrar en este capítulo?

- Monitoreamos el avance de nuestros objetivos e indicadores de sustentabilidad en los pilares Planeta, Personas y Clientes, como parte de un proceso de gestión y mejora continua alineado con nuestros compromisos globales.
- Desarrollamos un nuevo análisis de doble materialidad, que incluyó una encuesta donde participaron 1.246 personas de nuestros grupos de interés.
- Compartimos en EcoSuiza 2025 nuestra alianza con Fundación Cimientos y el programa “Construyendo un futuro mejor a través de la educación”



3.1 Estrategia de Sustentabilidad

Mediante nuestra Estrategia de Sustentabilidad buscamos crear un impacto favorable en los ámbitos económico, social y ambiental. Como compañía aseguradora, nos centramos en resguardar lo más valioso en la vida de las personas y en aportar a la construcción de un futuro mejor. Este compromiso se manifiesta en productos y servicios orientados a apoyar a la comunidad, fomentar la educación y promover el cuidado del medio ambiente.

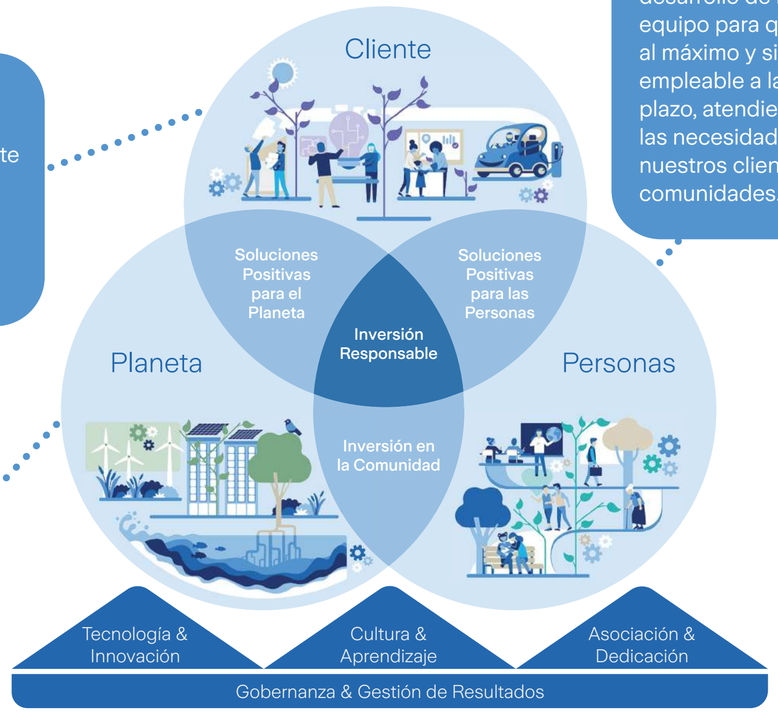
En 2025, seguimos implementando nuestro *Sustainability Framework*, con un enfoque especial en ampliar nuestro impacto y apoyar la transición climática.

Nuestra Estrategia de Sustentabilidad

Apoyamos un futuro más resiliente junto con nuestros clientes mediante soluciones de seguros y asesoramiento que respaldan la resiliencia ambiental y social.

Promovemos el desarrollo de nuestro equipo para que rinda al máximo y siga siendo empleable a largo plazo, atendiendo las necesidades de nuestros clientes y comunidades.

Respondemos a los riesgos acelerados apoyando de manera proactiva la transición climática, a través del compromiso, inversiones en soluciones sostenibles y alineando nuestras operaciones y carteras bajas en carbono.



Pilar	Objetivo	Acción	Indicadores	Resultados 2024	Resultados 2025
Planeta	Lograr reducir nuestra huella de carbono, 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 (en tnCO2eq.)	696	563
			b. Reducción de emisiones respecto al año base (2019)	- 84%	- 87%
			c. Reducción de la emisión de carbono del portafolio (tonCO2) desde 2019[1]	-29.085	-18.315
			d. Variación de la inversión ESG	+14,7%	-14,8%
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)*	79%	86%
			b. Inversión Social	$231.845.187	$216.257.000
			c. Horas de voluntariado	4.300 horas	4.386 horas
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.	*Sustainable Revenue* en productos sustentables (en millones de $)[2]	542,2	28.521

(1) En 2025 actualizamos el año base para la medición, pasando de 2020 a 2019. Los datos correspondientes a ambos años fueron recalculados y ajustados en función del nuevo año base.

(2) *Sustainable revenue* incluye los productos NomADN, LiveWell, Hogar Sustentable y Huella Zero. *LiveWell* es un producto vigente para clientes que ya lo tienen, pero ha sido discontinuado para la venta. Huella Zero ha sido lanzado en 2025. Los datos correspondientes al ejercicio anterior, presentados en el Reporte de Sustentabilidad 2024, fueron re expresados conforme a la variación inflacionaria (al 31/12/2025).

Compromisos y rankings internacionales y locales

2011
Pacto Global de la Organización de las Naciones Unidas

2012
Principios para la Inversión Responsable (PRI)

2017
Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI)

2019
Business Ambition for 1.5°C Pledge: Compromiso Empresarial por 1.5°C, dirigido a limitar el aumento de la temperatura global promedio a 1.5°C por encima de los niveles preindustriales.
United Nations Environment Programme Finance Initiative.

2019-2020
Iniciativas que promueven el uso de energías renovables y la adopción de vehículos eléctricos para reducir la huella de carbono:
-RE100. En 2019 Grupo Zurich se compromete a adquirir el 100% de energía renovable en todas sus operaciones para finales de 2022.
-EV100: En 2020 Grupo Zurich se compromete a tener una flota de vehículos compuesta en su totalidad por autos eléctricos en 2029.

2022
WEF's Good Work Alliance: Grupo Zurich es miembro fundador de la WEF's Good Work Alliance, un grupo global e intersectorial de empresas innovadoras que buscan construir un futuro del trabajo más resiliente, equitativo, inclusivo y centrado en las personas.

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:

MSCI ESG RATINGS AAA (CCC B BB BBB A AA AAA)
Corporate ESG Performance Prime – RATED BY ISS ESG
FTSE4Good

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

- Grupo de Fundaciones y Empresas (GDFE)
- 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

Contribuimos a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas



Desde hace varios años participamos en el programa Conectando Empresas con los ODS, una plataforma online impulsada por el **Consejo Empresario Argentino para el Desarrollo Sostenible (CEADS)** que busca visibilizar iniciativas empresariales alineadas con la Agenda 2030. Formar parte de este espacio no solo reafirma nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, sino que también nos permite consolidar alianzas estratégicas clave para avanzar de manera colaborativa.

Junto con las empresas que integran el Comité de Medio Ambiente de la **Cámara de Comercio Suizo-Argentina,** organizamos cada año el evento EcoSuiza. En 2025, la jornada se realizó en el Centro Cultural Recoleta con el objetivo de promover el intercambio de experiencias y conocimientos en torno a los desafíos globales de la sustentabilidad. Bajo el lema “Puentes de Sustentabilidad: Experiencias Suizas, Desafíos Argentinos. Construyendo juntos una agenda ESG con propósito”, distintos paneles reunieron a representantes de las empresas miembro del Comité. En este marco, Zurich Argentina presentó su alianza con Fundación Cimientos, donde se expuso el programa “Construyendo un futuro mejor a través de la educación”, que impactó en aproximadamente 3.000 estudiantes y 400 instituciones educativas.

Conciencia ambiental dentro de la Compañía

Como parte de nuestra estrategia, promovemos la cultura de la sustentabilidad entre nuestros colaboradores mediante acciones de concientización y la difusión de contenidos en canales internos, incluyendo propuestas interactivas para reforzar conceptos clave como cero emisiones netas y carbono neutral.

Con este mismo propósito, continuamos impulsando la **Academia de Sustentabilidad**, lanzada por Grupo Zurich, un espacio de capacitación interna que ofrece contenidos sobre la relación entre seguros y sostenibilidad.

Cada año realizamos la ***Green Week***, una semana destinada a la concientización ambiental, difusión de nuestra estrategia de sustentabilidad y actividades de voluntariado destinado a todos nuestros colaboradores (incluyendo el *Management Team*) y socios estratégicos.

3.2 Análisis de doble materialidad

En 2025, llevamos a cabo a cabo la actualización de nuestro proceso de análisis de materialidad, de acuerdo con los requerimientos del Estándar GRI 3: Temas Materiales 2021, con el objetivo de actualizar e identificar los temas e impactos más relevantes para la organización y los grupos de interés. El proceso se estructuró en cuatro etapas:

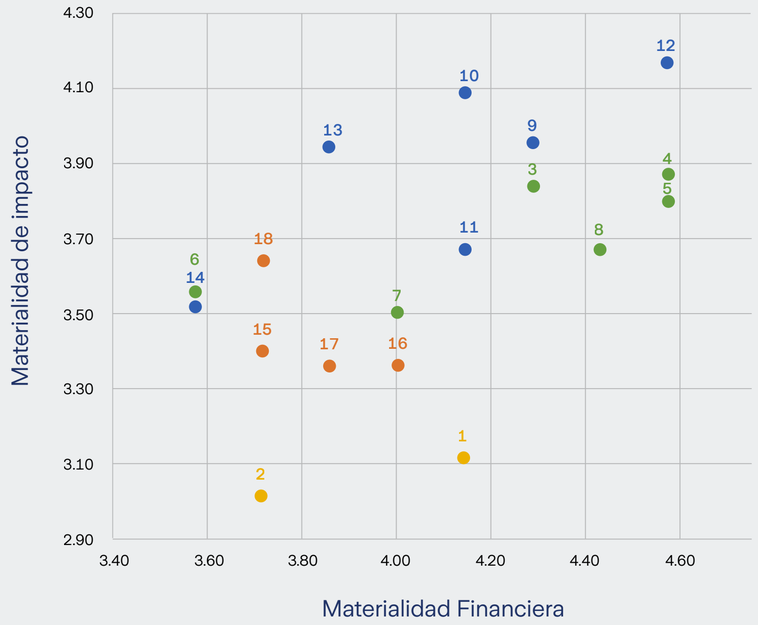
Etapa 1: Comprensión del contexto de la organización. Como punto de partida, se realizó el **desarrollo de benchmarking de temas materiales**, relevando los procesos de materialidad de empresas del sector asegurador a nivel local e internacional, así como ratings ESG de referencia, lo que permitió contextualizar el análisis en las tendencias globales y sectoriales más relevantes.

Etapa 2: Revisión de temas e identificación de impactos. En esta etapa se llevaron a cabo dos acciones centrales. Por un lado, la **revisión de los temas materiales,** incorporando tendencias regulatorias y de sustentabilidad del sector, y adoptando la doble materialidad como marco de análisis, tomando como orientación la CSRD *(Corporate Sustainability Reporting Directive)*, en línea con el enfoque que utiliza Grupo Zurich en su propio análisis de materialidad. Como resultado, se propusieron 18 nuevos temas materiales, organizados en torno a cuatro ejes: **Conducta empresarial, Cambio climático y economía circular, Clientes y usuarios**, y **Colaboradores y comunidad**. Por otro lado, se realizó la **identificación de impactos** para cada uno de los temas materiales, relevando 45 impactos —positivos y negativos, reales y potenciales— sobre la economía, el medio ambiente, las personas y los derechos humanos.

Etapa 3: Evaluación de importancia de temas e impactos. En esta instancia se llevaron a cabo dos encuestas de materialidad. Por un lado, el **desarrollo de una encuesta online de materialidad de impacto a grupos de interés externos**, con el objetivo de evaluar y validar la importancia de los temas e impactos identificados, en la que participaron **1.246 personas** pertenecientes a los siguientes grupos de interés: colaboradores, clientes, gobierno, ONG y fundaciones, proveedores y productores y aliados de negocios. Por otro lado, se realizó una **encuesta de materialidad financiera dirigida a áreas internas de la organización**, con la participación del Management Team y referentes de distintas áreas, con el fin de evaluar la relevancia de los temas desde la perspectiva de riesgos y oportunidades para el negocio. A partir de ambos insumos se procedió al **armado de la matriz de materialidad**, consolidando los resultados y reflejando la priorización de temas según la perspectiva tanto de los grupos de interés como de la propia organización.

Etapa 4: Validación final. En la etapa final se realizó la **revisión de la matriz de materialidad** junto al equipo de Sustentabilidad, la **identificación de los Estándares GRI a reportar y los ODS vinculados** a los temas materiales de Zurich Argentina.

Matriz de materialidad



Cambio climático y economía circular

1. Cambio climático (mitigación, adaptación y riesgos asociados al negocio)
2. Gestión eficiente de los recursos naturales y economía circular

Consulta empresarial

3. Ética, transparencia e integridad en la cultura corporativa
4. Prevención de fraude y lavado de dinero
5. Gestión de riesgos
6. Inversiones con criterios ESG
7. Gestión responsable de la cadena de valor
8. Innovación tecnológica y uso responsable de la inteligencia artificial

Clientes y usuarios

9. Transparencia y acceso a información clara y de calidad para los clientes
10. Calidad de atención y acompañamiento al cliente
11. Fortalecimiento e involucramiento con socios estratégicos
12. Privacidad de los datos y ciberseguridad
13. Prevención de riesgos y conciencia aseguradora para una protección integral
14. Productos y servicios sostenibles e inclusivos

Colaboradores y comunidad

15. Contribución a la comunidad
16. Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades
17. Desarrollo y condiciones laborales de los colaboradores
18. Respeto a derechos laborales

Como resultado del análisis de materialidad se identifican los siguientes temas como de mayor relevancia, tanto para la materialidad financiera como para la materialidad de impacto:

1. **Privacidad de los datos y ciberseguridad**
2. **Prevención de fraude y lavado de dinero**
3. **Gestión de riesgos**

Estos temas se ubican en el cuadrante de mayor relevancia, lo que refleja su centralidad en la agenda de sustentabilidad para Zurich Argentina.

3.3 Diálogo con grupos de interés

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

Para 2025, reforzamos nuestro compromiso garantizando canales de comunicación abiertos y continuos, atendiendo de manera proactiva sus inquietudes y realizando evaluaciones periódicas para mejorar nuestras estrategias. Este enfoque fortalece nuestra dedicación a la sustentabilidad y la responsabilidad corporativa, pilares fundamentales en Zurich Argentina.



¿Cómo creamos valor sostenible junto a los grupos de interés?

Apoyamos que la sostenibilidad económica debe acompañarse de esfuerzos para construir una sociedad más equitativa, que priorice la salud y el bienestar de las personas y genere un impacto ambiental positivo. En este sentido, orientamos nuestras acciones a crear valor sostenible para nuestros grupos de interés, haciendo el mejor uso posible de nuestro capital, experiencia, conocimiento, relaciones y recursos naturales. Nuestro modelo de negocio nos permite traducir estos recursos en valor concreto: nuestros colaboradores acompañan a clientes a comprender y gestionar el riesgo, a través de servicios que abarcan desde la gestión de siniestros y reservas hasta la inversión y protección patrimonial. De esta manera, gestionamos los recursos de manera responsable y fortalecemos vínculos que impulsan un crecimiento basado en el bienestar compartido, convencidos de que la creación de valor sostenible solo es posible en conjunto con quienes nos rodean.



4. Gobernanza

Contar con una gobernanza sólida y actual es muy importante para Zurich por eso implementamos nuevas herramientas, estructuras y capacitaciones que garantizan una gestión ética, transparente y alineada con los más altos estándares internacionales.

¿Qué novedades vas a encontrar en este capítulo?

- Nuevo comité de Ciberseguridad y Terceras Partes.
- 100% de los colaboradores capacitados en tiempo y forma en temas de *Compliance*.
- Realizamos la *Compliance Week*, una semana dedicada a reforzar la cultura de integridad.
- Modificación de lineamiento de suscripción en petróleo y gas.
- Riesgos: Deep Dives para la revisión de procesos seleccionados.

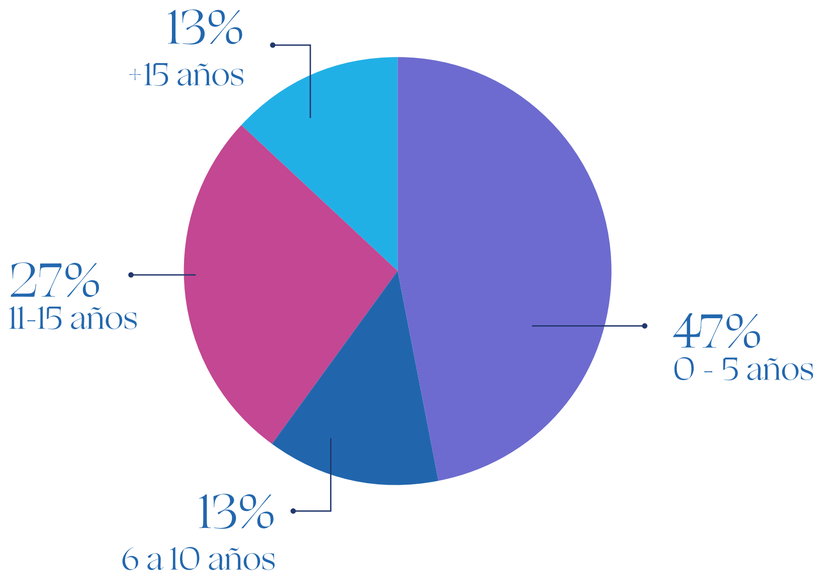


4.1 Estructura de gobierno y comités

Nuestro gobierno corporativo se sustenta en los principios de transparencia, equidad y responsabilidad. En línea con estos valores, contamos con estructuras y procesos claramente definidos que promueven una gestión eficiente, íntegra y alineada con las expectativas de nuestros grupos de interés.

Nuestro *Management Team*, renovado en 2026 con el ingreso de un nuevo CEO, mantiene su composición de 15 directores. Su liderazgo combina experiencia sectorial y visión estratégica para navegar un contexto complejo y aprovechar las oportunidades de crecimiento. Se destaca por su sólida base en conocimientos técnicos y financieros, así como habilidades en comunicación y gestión de riesgos.

Antigüedad en el Management Team (en años)



Composición del *Management Team*

Sebastián Dabini[5] ***Chief Executive Officer (CEO)***	Marcelo Castagna ***Chief Financial Officer (CFO)***	Nora Alicia Vignolo ***Chief Investment Officer***
Santiago Alberto Hays ***Chief Underwriting Office (CUO)***	Anabella Barbieri[6] ***Chief Claims Officer (CCO)***	Silvia Dulce ***Chief Operations Officer (COO)***
Diego Vecchi ***Chief Risk Officer***	Santiago Patricio Deane ***General Counsel***	Adriana Arias ***Head of Communications & Sustainability***
Pablo Gabriel Marcella ***Human Resources Business Partner***	Mauro Zoladz ***Head of Customer Proposition***	Alejandro Vega Cigoj ***Head of Commercial Insurance***
Leonardo Gastón Hani ***Head of Mass Retail Distribution***	Diego Javier Weiger ***Head of Independent Agents Life***	Dario Marcelo Smaldone ***Head of Independent Agents GI***



5. Asumió formalmente el 01/01/2026 en reemplazo de Fabio Máximo Rossi.
6. Asumió formalmente la posición de *Chief Claims Officer* de Zurich Argentina en 2025.

Comités

Nuestros comités[7] especializados contribuyen a una gestión eficiente y profesional de nuestras actividades. Cada uno está integrado por al menos un miembro del órgano de administración[8], 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.

En 2025 creamos un nuevo comité de Ciberseguridad y Terceras Partes con el objetivo de fortalecer la gobernanza y el monitoreo de los temas relacionados con esta materia.

- 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 *CyberSecurity* & Terceras partes. NUEVO



Comité de Crisis

Disponemos de un Comité de Crisis y de un protocolo de contingencia que establecen el modelo de acción frente a la detección y alerta de situaciones de riesgo, así como los procesos internos y medidas de mitigación alineadas con nuestro *Business Resilience Plan*.

Este comité, que se revisa anualmente, está integrado por asesores externos y representantes de áreas estratégicas como Comunicaciones, Gerencia General, *Legal & Compliance*, *Risk Management* y *Business Resilience*, así como otras áreas que puedan intervenir según la situación. En este marco, anualmente se realizan todos los ejercicios establecidos por Grupo Zurich.

Durante 2025, el protocolo fue puesto a prueba durante un incendio ocurrido en el edificio, situación que pudo gestionarse de manera adecuada y conforme a lo establecido en nuestros procesos internos.



7. Para conocer las funciones de cada comité ingresar al Manual de Gobierno Corporativo disponible en https://www.zurich.com.ar/conoce-zurich/gobierno-corporativo
8. 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

La sustentabilidad es un eje central de la estructura de gobierno global y local, con un enfoque orientado a generar valor e impacto positivo a largo plazo. A nivel global, el *Chief Sustainability Officer* reporta directamente al CEO del Grupo Zurich y lidera un Equipo Ejecutivo de Sustentabilidad interdisciplinario, responsable de definir prioridades, asegurar la alineación estratégica y brindar herramientas y soporte a las distintas regiones y países.



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.

Management Team

Semanalmente, se realizan reuniones con el Management Team donde se tratan temas relevantes del negocio, incluyendo asuntos de sustentabilidad local y novedades de la temática a nivel global.

Área de Comunicaciones & Sustentabilidad

Comunica y lidera la implementación de la estrategia local, coordinando el seguimiento de acciones, indicadores y objetivos vinculados a los ejes de planeta, clientes y personas desarrollados por distintas áreas.

CEO y líderes de sustentabilidad

Participan en la planificación, monitoreo y revisión de indicadores de cada pilar estratégico, alineando los objetivos globales con el contexto local del país.

Comité de Sustentabilidad

Integrado por líderes y referentes de distintas áreas, en este espacio se comunican acciones y objetivos de la estrategia local de sustentabilidad mediante reuniones e interacciones según necesidad.

4.3 Gestión de riesgos y política de suscripción

La gestión integral de riesgos de Zurich Argentina se mantiene alineada con la ***Zurich Risk Policy*** (ZRP), actualizada anualmente por el Grupo Zurich. Esta política define el apetito de riesgo de la compañía y se adapta a las particularidades de cada unidad de negocio, y es complementada con manuales operativos que aseguran una gestión consistente.

Además, contamos con un **modelo de las tres líneas de defensa**, que asegura una estructura sólida de responsabilidades, control, transparencia y rendición de cuentas en todas las unidades de negocio.

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.

¿Cómo articulan entre sí las líneas de defensa?

El principal canal de comunicación sobre temas relevantes de riesgos es el Comité Trimestral de Riesgos (RCC), que se lleva a cabo tanto a nivel local como regional y en el que participan representantes de las tres líneas de defensa. Desde el área de *Risk Management* mantenemos una comunicación constante con la primera línea para la gestión de riesgos y con nuestros pares de la segunda línea, con el objetivo de generar eficiencia entre los equipos. La revisión de temas relacionados con riesgos con la primera línea se realiza periódicamente a través de comités formales y reuniones *ad hoc*. Para asegurar la concordancia entre las áreas de *assurance*, mantenemos también vías de contacto fluidas con la tercera línea (auditoría). A nivel regional, llevamos a cabo reuniones trimestrales con los demás países de la región y con los equipos de riesgo del Grupo Zurich.



Por otra parte, contamos con sistemas y procesos que son monitoreados y 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. El TPGF establece los estándares mínimos que deben cumplir los proveedores externos, así como el proceso para la evaluación de criticidad y riesgo derivado de la relación contractual.



Sustentabilidad dentro de nuestro mapeo de gestión de riesgos

Como parte del *Risk Assessment Total Risk Profile 2025*, identificamos los siguientes riesgos del negocio asociados con la sustentabilidad:

- Limitaciones de sostenibilidad para la generación de oportunidades de negocio en sectores clave del crecimiento económico a nivel país (energía renovable, energía hidroeléctrica, minería, litio, entre otros).
- El aumento de eventos climáticos y catastróficos puede afectar la rentabilidad, solvencia y liquidez de la unidad de negocio.
- Un cambio en el modelo y un nuevo contexto macroeconómico pueden generar nuevos apetitos, incluso en otras industrias que han modificado su morfología, como bancos y aseguradoras, en la atracción de talento y roles críticos que poseen habilidades técnicas y capacidades principalmente con experiencia en entornos macroeconómicos de estabilidad.
- Dificultad para reemplazar y atraer las capacidades técnicas de los equipos clave requeridos por el nuevo ciclo económico.

Además, la herramienta ***Zurich Emerging Risk Radar*** permite identificar, clasificar y pre evaluar desafíos emergentes. En 2025 se refuerza el enfoque en riesgos vinculados al cambio climático, riesgos sociales, reputacionales y ambientales. El Radar integra explícitamente criterios de sostenibilidad en su análisis, priorizando la anticipación y gestión de aquellos riesgos con impacto material en Zurich, sus clientes y la sociedad.



Gestión activa y cultura de riesgos: un enfoque integral

+ 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.

Introducción de la metodología de *Deep Dive* para *Risk Assessment*, un enfoque de análisis exhaustivo que permite comprender en profundidad temas específicos, identificar causas raíz y evaluar información clave para una toma de decisiones más informada.

Política de suscripción

Contamos con una política de suscripción *(Global Sustainability Underwriting Guideline)* que establece los requisitos mínimos para apoyar y adherirse al compromiso asumido por Grupo Zurich. Indica los lineamientos que deben seguir los equipos de suscripción para asegurar que las decisiones de negocio estén alineadas con criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Su objetivo es promover prácticas responsables, proteger la reputación de la compañía y acompañar la transición hacia una economía sostenible.

Para operacionalizar esta política, aplicamos el proceso de Evaluación de Sostenibilidad *(Sustainability in Business Transactions, SiBT)*, obligatorio para todos los nuevos negocios antes de su formalización. A través de este proceso, cada operación es evaluada con criterios ESG, con mecanismos de aprobación, escalamiento y documentación que garantizan la trazabilidad de las decisiones.

Asimismo, nuestra guía *Global Sustainability How to Document*, explica cómo implementar la política en la práctica y detalla procesos de evaluación, documentación y escalamiento. Ambos documentos se encuentran en nuestra biblioteca virtual *Globuz*. Ante actualizaciones de las políticas, o como instancia de refuerzo, se realizan capacitaciones y comunicaciones dirigidas a toda la comunidad de *Underwriting*; en 2025 participaron 50 personas.



Principales lineamientos de la suscripción

- **Derechos humanos:** Evaluación previa de clientes en países e industrias de mayor riesgo, para prevenir trabajo infantil, trabajo forzoso y otras vulneraciones de DD.HH.
- **Municiones prohibidas:** Exclusión de negocios con empresas vinculadas a minas antipersonal y municiones prohibidas.
- **Carbón y arenas petrolíferas:** Restricciones para compañías con alta exposición a carbón térmico, arenas petrolíferas, *oil shale* e infraestructura asociada.
- **Petróleo y gas, minería y construcción de hidroeléctricas:** Evaluaciones específicas de sostenibilidad y aprobación de casos con riesgos identificados.

En cada caso, el proceso SiBT establece un esquema de escalamiento de roles y responsabilidades para el *local underwriter*, Country CEO, *LaTAm Underwriting Sustainability Desk*, garantizando el mayor rigor en la gestión de riesgos de sustentabilidad en todas las líneas de negocio.

4.4 Ética y anticorrupción

En 2025 realizamos la *Compliance Week* en Zurich Argentina, una semana dedicada a reforzar la cultura de integridad a través de actividades de capacitación, sensibilización y diálogo sobre los valores éticos que guían nuestra conducta. La iniciativa convocó a colaboradores de todas las áreas y reafirmó nuestro compromiso con una organización transparente y responsable.

Este compromiso se sustenta en nuestro Código de Conducta[9] , que 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. En caso de posible incumplimiento del código de Conducta, contamos con canales internos y externos que permiten realizar las denuncias correspondientes.

El *Triage Committee* revisa todas las inquietudes vinculadas a integridad y opera a nivel regional. Está integrado por representantes de las áreas de *Compliance*, Recursos Humanos y Legales. Posteriormente, y de acuerdo con el análisis realizado por el comité regional, los casos son derivados al nivel local para su investigación, mediante la designación de un investigador responsable.

En caso de recibirse una denuncia crítica a través del canal de denuncias, esta es comunicada al *Management Team*, resguardando en todo momento la confidencialidad del denunciante. Únicamente se comparte la información necesaria para prevenir posibles impactos negativos y, cuando corresponde, implementar acciones correctivas sobre el proceso involucrado.



Canales de denuncia sobre el 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 quejas[10] disponible de manera online.

Además, contamos con políticas globales[11] y guías locales que conducen nuestra gestión. Para asegurar el cumplimiento de las políticas, *Compliance* es responsable de gestionar las capacitaciones y de realizar un monitoreo del alcance; a excepción de las políticas de fraude que son aseguradas por Legales.

100% de los colaboradores capacitados en:

- *Financial Crime*, incluye Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (AML), *Anti-bribery and Corruption (ABC)* y sanciones Comerciales y Economicas (TES)
- *Antitrust and Fair Competition* (ATC)
- Código de Conducta
- *Data Privacy and Records Management* (DPRM)
- *Conflicts of Interest and External Engagements*

Cumplimiento normativo

Contamos con un procedimiento específico para la identificación y comunicación de nuevas normativas. Dicho procedimiento establece los lineamientos para detectar, difundir y garantizar el cumplimiento de la legislación vigente[12], así como las responsabilidades asignadas a cada etapa del proceso.

Durante el período 2025 no recibimos multas ni sanciones por incumplimiento normativo ante la Superintendencia de Seguros de la Nación.

9. Para conocer el código de conducta hacer clic acá
10. Libros de quejas online hacer clic acá
11. Políticas y guías de alcance interno que conducen nuestra gestión
12. Para mayor información sobre las leyes vigentes dirigirse a **Normativas que aplican a la gestión del área de *Claims***

5. Clientes

Brindar protección con propósito es el eje de nuestra relación con los clientes. En 2025, continuamos fortaleciendo nuestra propuesta de valor con soluciones personalizadas, innovación digital y un compromiso genuino con la sustentabilidad, para que cada cliente pueda afrontar sus desafíos con respaldo y confianza.

¿Qué novedades vas a encontrar en este capítulo?

- Lanzamos Huella Zero, una solución integral en siniestros de autos que apunta a un menor impacto ambiental: gestión responsable de vehículos de destrucción total, red de talleres homologados con prácticas de eficiencia ambiental, e incorporación de repuestos recuperados y certificados para daños parciales, impulsando la economía circular en cada reparación.
- Autogestión: Sumamos la gestión de siniestros del Seguro Hogar al canal digital y extendimos la póliza electrónica a personas físicas, para que cada vez más trámites se resuelvan sin intermediarios ni papel.
- Incorporamos *Smart Intake*, una herramienta basada en inteligencia artificial que optimiza el proceso de suscripción comercial con nuestros clientes empresariales.
- Expandimos nuestra plataforma de gestión digital de siniestros ZTRACK a nuevas líneas de negocio, aumentando un 157% los casos gestionados respecto al año anterior y acercando cada resolución a una experiencia 100% digital.



5.1 Nuestra propuesta de valor

647.193 clientes activos del *segmento retail* al 31 de diciembre de 2025

30.196 clientes activos del segmento *commercial* al 31 de diciembre de 2025

Ponemos las necesidades de nuestros clientes en el centro de todo lo que hacemos. Nuestra propuesta de valor se basa en brindar protección integral tanto a las personas como a las empresas, con servicio personalizado, asesoría experta y acompañamiento a los clientes para identificar y mitigar los riesgos. Nos comprometemos a proporcionar información clara y asistencia confiable, para que puedan enfrentar con tranquilidad cualquier eventualidad.

Además, nuestras soluciones de protección están diseñadas para ayudar a los clientes a superar los desafíos presentes y futuros, impulsando prácticas sostenibles que contribuyen a un futuro mejor.

Relacionamiento

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.

Propuesta de valor segmentada con clientes empresariales

- 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.

Potenciamos las habilidades comerciales

A su vez, continuamos impulsando el **programa regional *Winning in the Market***, orientado a fortalecer las capacidades comerciales, la comprensión de las necesidades de clientes empresariales y canales de distribución, así como la comunicación y negociación efectiva. En 2025 se dictaron las series *“The Power of Preparation” e “Insights & Innovation”*, con la participación de equipos comerciales y suscriptores, promoviendo, además, la confianza y el desarrollo de relaciones profesionales internas y externas.



5.2 Productos y servicios

Adaptamos nuestra propuesta de seguros de vida y patrimoniales según las necesidades de cada segmento —individuos y empresas—, brindando respuestas adecuadas y poniendo el foco en su protección y bienestar.

Seguros de Vida

Individuos

Ahorro e inversión

- *Zurich Invest Advanced*
- *Zurich Invest Future*
- *Zurich Invest Future Joven*
- *Zurich University*
- *Zurich Impact*

Protección

- *Zurich Options*
- *Zurich Options Easy Life*
- Zurich Vida Individual
- Accidentes Personales

Empresas e Industrias

- Vida Colectivo

Seguros Patrimoniales

Individuos

Movilidad

- Zurich Auto
- Moto Blue Label
- Zurich nomADN
- Huella Zero

Hogar y bienes

- Hogar
- Hogar sustentable
- Mascotas
- Objetos personales
- *Zurich Now*

Agro

- Seguro agrícola contra granizo

Empresas e Industrias

- Caución
- Integral de Comercio
- Integral de Consorcio
- Todo Riesgo Construcción
- Equipos Contratistas
- Flotas de Vehículos
- Responsabilidad Civil Profesional (PI)
- Responsabilidad Civil Directores y Gerentes (D&O)
- Responsabilidad Civil
- Seguro de Transporte: Terrestre, Aéreo y Marítimo
- Todo Riesgo Operativo
- Incendio

805.135
pólizas del segmento *retail* vigentes al 31 de diciembre de 2025

57.729
pólizas del segmento *commercial* vigentes al 31 de diciembre de 2025

	Pólizas		Clientes	
Segmento retail (1)	**2025**	**2024**	**2025**	**2024**
Total	**805.135**	**822.650**	**647.193**	**647.614**
Accidentes personales	24.386	27.894	23.793	27.364
Autos y motos	273.736	246.263	244.006	218.181
Vida(2)	139.421	147.431	119.813	126.981
Patrimoniales(3)	367.592	401.060	313.865	328.606

(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, Robo.

	Pólizas		Clientes	
Segmento *Commercial* (1)	**2025**	**2024**	**2025**	**2024**
Total	**57.729**	**57.547**	**30.196**	**30.928**
Autos	18.137	18.018	11.753	11.909
Engineering lines	5.046	4.882	1.744	1.692
Líneas Financieras	2.864	2.829	59	96
Comercio	16.271	16.603	6.031	6.854
Consorcio	10.701	10.379	8.941	8.607
Incendio	4.127	4.225	1.375	1.471
Transporte	583	611	293	299

(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.

5.3 Atención al cliente

Impulsamos una estrategia omnicanal para brindar una experiencia integrada, ágil y personalizada a clientes, productores y aliados estratégicos. A través de canales digitales, móviles, telefónicos y presenciales, facilitamos la gestión de consultas y reclamos.

Además, *Salesforce*, nuestro sistema CRM, centraliza la información y ofrece una visión integral 360° del cliente, optimizando la derivación, el seguimiento en tiempo real y la calidad del servicio mediante *workflows* automatizados.



445.128
llamadas atendidas



91.009
correos electrónicos gestionados



- Atención al cliente:
  - Comunicate con nosotros al 0800-333-9874 o al 0810-999-2424
  - Si estás en el exterior, podes comunicarte al 54-11-4819-1000
- Línea de asistencia: Zuri*Help*
  - 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

13. Para mayor información sobre las redes sociales dirigirse a la sección Nuestra comunicación dentro del capítulo Zurich Argentina, en este Reporte.
14. Solo para clientes.

Formación continua para la mejora en la atención al cliente

Los representantes de Atención al Cliente participan, al incorporarse al área o a la compañía, de un programa de formación de 30 días que abarca los conocimientos y herramientas necesarios para su función, incluyendo productos, coberturas, siniestros, asistencia, cobranza, sistemas y procesos de atención.

Asimismo, el equipo de Capacitación y Calidad desarrolla acciones de actualización continua y seguimiento semanal, en función de nuevas necesidades y resultados de calidad, incorporando además soluciones de Inteligencia Artificial para fortalecer el monitoreo de llamadas y la evaluación del servicio.



Gestionamos reclamos y siniestros

Nuestra área especializada de *Claims*, es la responsable 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 se reciben a través de cualquiera de nuestros canales de atención. Cada interacción se realiza bajo el Modelo de Atención Zurich, basado en respuestas completas, personalizadas y con un lenguaje claro y adaptado a las necesidades de cada cliente. Además, todos los contactos se registran en nuestro Salesforce, que permite realizar un seguimiento continuo y asegurar la adecuada resolución de cada caso.

Cantidad de reclamos

2025 19.579

2024 15.709

Tiempo de resolución de reclamos

24 a 48 horas

Gestionamos **6.653 siniestros** bajo la modalidad ***One & Done***, un circuito ágil y 100% virtual para reclamos de equipos del seguro Hogar, como TV, audio, video y pequeños electrodomésticos, cuyo monto no supera los $1.000.000 y corresponde al primer siniestro de la póliza. A través de un sistema de ponderación de bienes afectados, se determina si el caso puede resolverse por esta vía simplificada, permitiendo liquidaciones dentro de las 72 horas hábiles desde la recepción del Informe Final, sin necesidad de visitas técnicas presenciales y priorizando rapidez y eficiencia en la atención.



ZTRACK- nuestra plataforma para la autogestión de siniestros

Desde agosto de 2025 la gestión de siniestros del seguro Hogar se realiza a través de ZTRACK



Nuestra plataforma automatiza y optimiza la autogestión de siniestros para:

- **Hogar:** los clientes completan un formulario digital para agilizar la evaluación del caso.
- **Motor:** 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,*** brindando visibilidad integral a todos los actores involucrados. La plataforma incorpora generación automática de ofertas para optimizar los costos de reparación y ofrece una experiencia omnicanal con atención disponible las 24 horas, a través de contacto personalizado y chat en línea. **Ztrack 2.0** incorpora mejoras en la gestión de siniestros en la cobertura de Daños Propios (***Casco Parcial Motor***), permitiendo a los clientes autogestionar sus reclamos, cargar documentación y elegir el tipo de inspección más adecuado según el daño y la ubicación, ya sea virtual, por video peritación o presencial.

Resultados:

- **Hogar:** 10.804 siniestros gestionados
- ***Low Complexity motor:*** 100% de digitalización en reclamaciones / 30.688 siniestros gestionados.
- **Casco Parcial motor:** 16.730 siniestros con ajustes virtuales para el proceso de Casco Parcial Motor generaron un ahorro 432.000 tnCO2 de emisiones / 50.064 siniestros gestionados con *Ztrack* 2.0.
- **Total:** 91.556 siniestros gestionados dentro de *Ztrack*.

Aumentamos un 157% nuestras gestiones a través de ZTRACK respecto de 2024

Medimos la satisfacción de nuestros clientes

La medición sistemática de la satisfacción es parte central de nuestro compromiso con la experiencia del cliente. A través del TNPS (*Transactional Net Promoter Score*) y el RNPS (*Relational Net Promoter Score*), relevamos tanto las interacciones puntuales como la percepción integral de nuestra propuesta de valor:

Indicadores de satisfacción		2025	2024
TNPS(1)	Valor	53,7	40,7
	Target	44,7	46,6
RNPS(2)	Valor	43	43

(1) *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.

(2) *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. En 2025 un total de 661 clientes fueron consultados.

Al mismo tiempo, utilizamos una herramienta global para medir la satisfacción de nuestros **clientes corporativos *Multinational***, evaluando integralmente el servicio brindado tanto a clientes recibidos como producidos, según la ubicación de su casa matriz. Este seguimiento nos permite comprender mejor sus necesidades y mejorar su experiencia.

		2025	2024
Cliente recibido	Score	16	22
	Target	18	28
Cliente producido	IPZ Score	6	11
	Target	14	20

5.4 Tecnología y digitalización

Promovemos la tecnología y la digitalización para mejorar la experiencia del cliente, optimizar procesos y generar un impacto positivo en lo social, lo ambiental y la eficiencia operativa. Para ello, contamos con varias iniciativas:

- 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.

Durante 2025 incorporamos la totalidad de pólizas de personas físicas al modelo de póliza electrónica.

Total de pólizas digitalizadas al 31/12

	Año 2025:	Año 2024:
Cantidad de pólizas digitalizadas	754.716	740.492
Porcentaje de pólizas digitalizadas[1]	89%	84%

(1) El porcentaje se calcula considerando las pólizas digitalizadas durante el año sobre el total de pólizas vigentes al 31 de diciembre.

Novedades 2025

Documentación digital en *Wallet*: una experiencia más simple y sustentable

Incorporamos la posibilidad de que los clientes de seguros de autos incorporen su documentación y tarjeta de circulación en *Wallet* de Android y iOS. La iniciativa tuvo una rápida adopción, con más de 35 mil clientes utilizándola. Esta solución facilitó el acceso a la póliza y documentación desde el celular, mejoró la experiencia digital y contribuyó a reducir el uso de papel mediante una menor necesidad de impresión.

Smart Intake: innovación e inteligencia artificial para agilizar la suscripción de empresas

Implementamos *Smart Intake*, una herramienta global basada en inteligencia artificial que optimiza el proceso de suscripción. La solución interpreta automáticamente el contenido de los correos electrónicos, verifica la documentación requerida y carga en el sistema la solicitud formal de cotización con un solo click, mejorando la eficiencia operativa y la experiencia de los equipos.

Nueva experiencia de autogestión para clientes

Actualizamos el sitio de autogestión con una interfaz más moderna, intuitiva y *responsive*, diseñada para acompañar las necesidades de los usuarios, considerando que el 40% accede desde dispositivos móviles. La mejora facilitó el inicio de sesión mediante correo electrónico, mejoró la navegación y el acceso a pólizas, pagos y documentación, e incorporó la descarga de la tarjeta de circulación en *Wallet*. Como resultado, el TNPS del touchpoint web aumentó más de 30 puntos.

Eficiencia operativa para mejorar la experiencia de clientes empresa

En 2025, conformamos un equipo de trabajo interdisciplinario para revisar y optimizar los procesos operativos vinculados a clientes empresa. La iniciativa reúne a equipos comerciales, suscriptores de todos los segmentos y ramos, y analistas de *UW Services*, con el objetivo de generar mayor eficiencia y reducir los tiempos de respuesta tanto en la venta como en la posventa.

Uso responsable de la inteligencia artificial

Promovemos un uso responsable de la inteligencia artificial, basado en principios de seguridad, transparencia, confiabilidad y responsabilidad. Nos enfocamos en desarrollar soluciones tecnológicas de manera ética y segura, resguardando los derechos e intereses de nuestros clientes y demás grupos de interés.

En línea con los estándares del Grupo Zurich, incorporamos el *Artificial Intelligence Assessment Framework* en la revisión de proyectos vinculados a IA. Este proceso es gestionado por el área de *Information Governance* mediante la herramienta global *OneTrust*, asegurando una implementación consistente y alineada con los lineamientos internacionales del Grupo.

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.



5.5 Protección de datos y privacidad



Proteger los datos y la privacidad de nuestros clientes es una prioridad. 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, con el objetivo de 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.

En 2025 fortalecimos nuestro enfoque integral de seguridad, 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. Durante 2025 se revisaron y actualizaron las reglas de prevención para mantener su efectividad ante nuevas amenazas.
- **Encriptación de datos**: Todas nuestras bases de datos y correos salientes cuentan con encriptación. En 2025 completamos la encriptación de bases Oracle y Microsoft, reforzando la protección de datos sensibles en reposo.
- **Monitoreo de amenazas:** Contamos con herramientas de recolección y análisis de eventos centralizadas en *Splunk*, monitoreadas por equipos globales de Ciberseguridad. Ante un posible incidente, se informa a la BU para su revisión. En 2025 ejecutamos pentests internos y con proveedores especializados: en total, 10 pruebas de penetración desde 2023, con 41 hallazgos críticos y altos remediados.
- **Evaluación a terceros:** Evaluamos a los proveedores externos respecto a sus prácticas de seguridad antes de contratarlos, según estándares globales. En 2025 se realizó una revisión adicional del *posture* de seguridad de proveedores críticos, superando los requerimientos del *framework*, y se gestionaron 143 *due diligences* y 883 evidencias de planes de acción desde 2023.
- **Gestión de accesos:** Contamos con recertificación anual de accesos, herramientas de control y rotación de claves de cuentas con privilegio, y soluciones globales de *Identity and Access Management*. En 2025 se recertificaron 46 aplicaciones y se reforzó la autenticación multifactor (*MFA*) en portales externos, *Salesforce* y sitios de agentes.
- **Cumplimiento y control interno:** Alcanzamos un 94% de cumplimiento de software *End of Life* (EOL) sobre 373 activos de la BU, mejorando desde el 86% del tercer trimestre. Se mantiene el 100% de los sitios externos protegidos contra ciberataques.
- **Evaluación de impacto en privacidad:** Toda nueva tecnología o proceso es revisado por Seguridad Informática para garantizar el cumplimiento con normativas de privacidad y protección de datos, incorporando la Política de Privacidad en nuestros sitios institucionales y cotizadores.
- **Capacitación y concientización**: Los trainings de seguridad son obligatorios para el 100% de los colaboradores e incluyen una evaluación de comprensión al finalizar cada módulo.



+ Rediseñamos nuestro ICIF para fortalecer la seguridad y la protección de datos personales. El objetivo fue modernizar los controles, alinearlos con estándares del Grupo Zurich, mejorar la trazabilidad y transparencia en el manejo de datos y aumentar la resiliencia ante riesgos emergentes. En diciembre de 2025 atestiguamos 288 controles GTO, gestionamos 22 *action plans* y creamos 154 nuevos controles para 2026 basados en nuevos riesgos CITCC.
+ El 100% de nuestros colaboradores participó en el curso anual de seguridad informática.

5.6 Propuesta de valor responsable

Impulsamos el desarrollo de soluciones con impacto positivo, integrando criterios de sustentabilidad en nuestra propuesta de valor. Desde 2021, el Grupo Zurich cuenta con una metodología propia para identificar y medir los ingresos asociados a productos sustentables[15] (*Sustainable Revenue*), basada en un proceso de evaluación riguroso y criterios específicos de elegibilidad.

Productos sustentables de Zurich Argentina (en millones de pesos)(1)	2025	2024
LiveWell (2) 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	**$152**	**403,1**
NomADN Movilidad sustentable	**$215**	**$139**
Hogar sustentable Cobertura en el seguro de hogar para equipos de bajo impacto ambiental (paneles solares, termotanques solares, aerogeneradores eólicos, biodigestores de reutilización de agua, etc.)	**$1,0**	**$0,139**
Huella Zero(3)	**$28.153**	**N/A**

(1) Los datos correspondientes al ejercicio anterior, presentados en el Reporte de Sustentabilidad 2024, fueron re expresados conforme a la variación inflacionaria (al 31/12/2025).
(2) Producto vigente para clientes que ya lo tienen, pero ha sido discontinuado para la venta.
(3) Producto lanzado en 2025.

Lanzamos un nuevo producto: “Huella Zero”:

En Zurich Argentina creemos que una movilidad más consciente también incluye el cuidado del medio ambiente. Por eso desarrollamos **Zurich Auto Huella Zero**, una propuesta innovadora que integra soluciones orientadas a generar un impacto positivo en el plano ambiental, social y económico, acompañando a nuestros clientes con alternativas más responsables para la gestión de sus vehículos.

Esta iniciativa combina la protección de un seguro de auto con prácticas que promueven la economía circular, la optimización de recursos y la reducción del impacto ambiental asociado a la reparación y disposición final de los vehículos.



A través de Zurich Auto Huella Zero, acercamos una alternativa que combina protección, accesibilidad y compromiso ambiental. Los clientes que cuentan con seguros de auto Zurich bajo determinados planes pueden acceder a estas soluciones, beneficiándose con condiciones más convenientes en sus pólizas y franquicias, al tiempo que contribuyen a la preservación de los recursos naturales.

Reutilización segura de autopartes junto a CESVI Argentina

Por otro lado, **garantizamos la reutilización segura de autopartes** que incluye la trazabilidad, accesibilidad y el 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. En 2025 medimos el impacto de nuestra acción: gestionamos la disposición final de **715** vehículos equivalente a **928.000** kilos de materiales entre reciclados y dispuestos de forma adecuada.

Compromiso con clientes en situación de vulnerabilidad

Buscamos identificar y acompañar de manera personalizada a nuestros clientes que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad, ya sea temporal, esporádica o permanente. Para ello, contamos con un Procedimiento de Clientes Vulnerables que permite detectar casos vinculados a cambios repentinos en las circunstancias de vida, discapacidades físicas, dificultades de comprensión, barreras digitales o problemas financieros. El área de Atención al Cliente lidera la identificación de estos casos y, en línea con este enfoque, continuamos difundiendo la guía de gestión y atención de clientes vulnerables y fortaleciendo la capacitación obligatoria para los equipos de *Claims* a través de talleres y la plataforma de Recursos Humanos.

15.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.

6. Personas:
Colaboradores, comunidad y aliados.

Trabajamos junto a nuestros colaboradores, comunidad, socios estratégicos y proveedores para generar valor compartido e impulsar un impacto positivo. A través de relaciones basadas en la confianza, la colaboración y el compromiso, promovemos iniciativas que fortalecen el desarrollo social, ambiental y económico.



6.1 Colaboradores

Nuestros colaboradores son clave para impulsar nuestro propósito y construir una cultura basada en el compromiso, la diversidad, el bienestar y el desarrollo profesional. Promovemos un entorno de trabajo colaborativo que impulsa el crecimiento de las personas y potencia su talento.

¿Qué novedades vas a encontrar en este capítulo?

- **86%** de contratación interna, superando el **75%** de target
- **130** colaboradores participaron del programa regional de *mentoring "Matching up LatAm!"*
- **55** colaboradores reconocidos por su trayectoria



6.1.1 Equipo y cultura

Nuestros valores —optimismo, cuidado, confiabilidad, determinación, unión y visión de futuro— guían la forma en que trabajamos y nos relacionamos. En línea con estos principios, fomentamos comportamientos que fortalecen una cultura enfocada en el crecimiento y la mejora continua, como la colaboración, el desarrollo continuo, la priorización del cliente, la innovación, la comunicación clara y la capacidad de pasar a la acción.



777
colaboradores(1)

92%
contratados a tiempo completo

COLABORADORES(1)	2025		2024	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Por categoría	**380**	**397**	**401**	**421**
Directores	8	24	7	24
Gerentes	28	42	28	45
Team Leaders	27	25	23	28
Analistas	263	274	277	282
Staff	54	32	66	42
Por región	**380**	**397**	**401**	**421**
CABA	361	374	383	397
Provincia de Buenos Aires	4	10	4	10
Interior del país	15	13	14	14

(1) Los datos incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.

6.1.2 Formación y desarrollo

Formación

En 2025 fortalecimos las competencias de nuestro equipo a través de un Plan de Capacitación, con foco especial en habilidades digitales, liderazgo adaptativo y preparación para los desafíos del negocio.

Plan de Capacitación

Pilar Técnico

Capacitaciones técnicas. Academias virtuales: UW, *Claims, HR, Customer Proposition.*

Pilar Cultura

Capacitaciones en habilidades sociales y las requeridas para el futuro del trabajo.

Pilar Liderazgo

Formación para líderes actuales y potenciales futuros líderes

10 horas
promedio de formación al año por empleado en 2025



Oportunidades de aprendizaje

La plataforma *"My Development"* del Grupo Zurich ofrece a todos los colaboradores acceso a más de 16.000 cursos online, incluyendo capacitaciones obligatorias y recomendadas, y se encuentra integrada con LinkedIn Learning.

Asimismo, se mantienen alianzas con instituciones académicas como UADE y Di Tella, que brindan beneficios y descuentos en programas de formación, así como con Teclab y EXO Training para el desarrollo de capacitaciones técnicas.



Desarrollo de carrera y evaluación de desempeño

Impulsamos el crecimiento de nuestros colaboradores a través de un Plan de Desarrollo orientado a prepararlos para asumir nuevos desafíos y oportunidades dentro de la organización.

Plan de Desarrollo

- Comunicaciones en cada instancia de revisión de desempeño.
- Comunicación para armar el plan de desarrollo de cada colaborador.
- Reuniones 1:1 con líderes para dar seguimiento a los planes de desarrollo de sus equipos.

100% de colaboradores evaluados en su desempeño

Asimismo, priorizamos **la movilidad interna** comunicando las vacantes al equipo antes de iniciar búsquedas externas. En 2025, superamos el objetivo de contratación interna establecido por el Grupo Zurich.

Contratación interna[16]: 86% vs Target 75%.

55 contrataciones internas.

Work sustainability: Contamos con un objetivo de sostenibilidad del trabajo para los líderes, por medio del cual nos comprometemos 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.

16. *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.

Programa de mentoreo regional

"Matching up LatAm!" es un programa regional de mentoring cuyo propósito es impulsar el desarrollo profesional y personal de los colaboradores que buscan orientación para crecer dentro de la organización. Para eso, los conecta con colegas de mayor experiencia en Zurich que actúan como mentores, compartiendo su conocimiento, su visión del negocio y su red de contactos. En 2025, participaron 130 colaboradores de Argentina, reafirmando su valor como una iniciativa que fortalece el talento a escala latinoamericana. La gestión del programa se realiza a través de la plataforma *My Guru*.



6.1.3 Comunicación con colaboradores

En Zurich Argentina, la comunicación interna es el vehículo que da vida a nuestra cultura y acompaña a cada colaborador en el proceso de transformación de la compañía. Por eso, diseñamos nuestra estrategia comunicacional en torno a tres ejes:

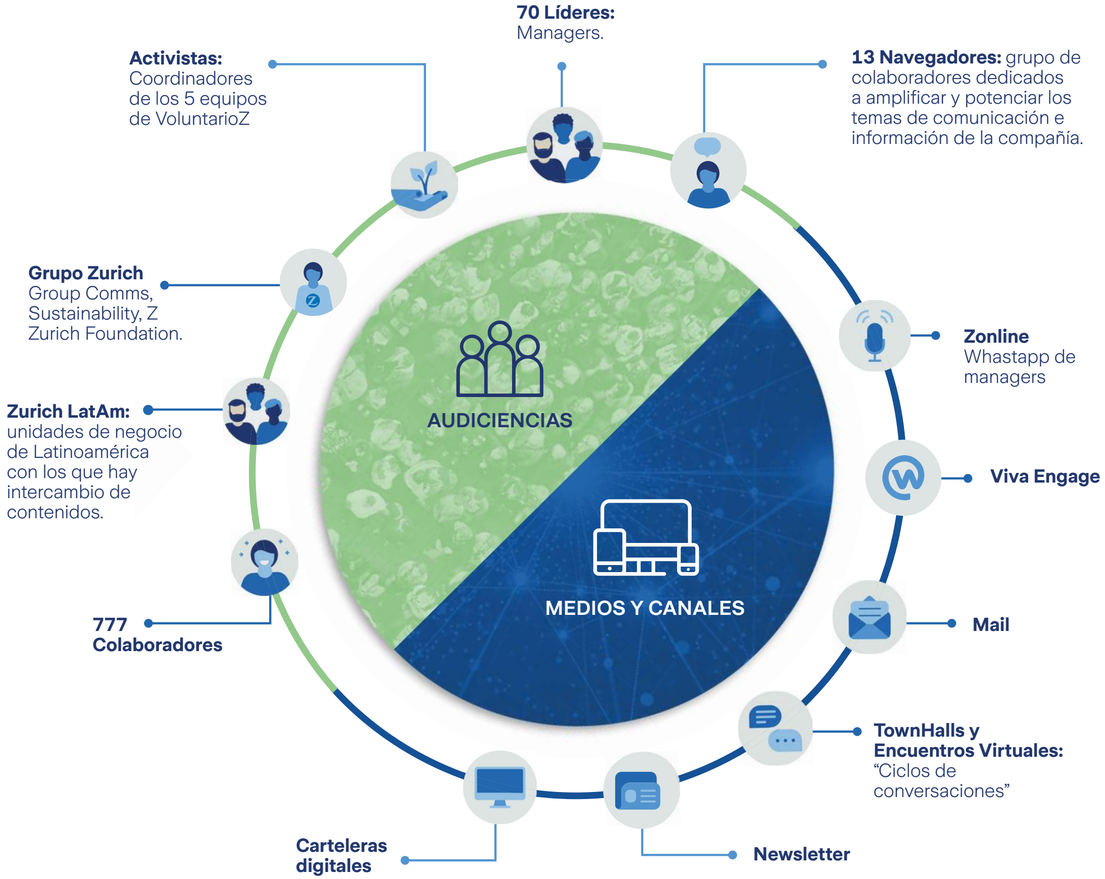


Negocio.
Lograr que los colaboradores conozcan y hagan propia la estrategia, los objetivos y los resultados del negocio.

Activismo y equidad social.
Profundizar el activismo de los colaboradores en el plan de inversión social.

Employee Engagement.
Aumentar la pasión de nuestros colaboradores con el proyecto y la compañía.

Nuestros canales de comunicación.



Promovemos espacios y herramientas de trabajo innovadoras que fomentan la generación de propuestas de valor para el negocio mediante metodologías ágiles. Entre las iniciativas desarrolladas se destacan los **eventos internos presenciales** orientados a fortalecer la conexión entre las personas y el ciclo **"Conversaciones con el CEO"**, que impulsa el diálogo abierto y cercano con los colaboradores.

Asimismo, incentivamos a los colaboradores a compartir sus experiencias y actividades en redes sociales, poniendo a disposición un manual de uso de redes y la sección *"My Company" de LinkedIn*, con contenidos preparados para ser difundidos desde sus perfiles.

Clima laboral: Experiencia Zurich

Evaluamos anualmente la experiencia de nuestros colaboradores a través de la encuesta *"Zurich Experience Survey" (ZES)*, que nos permite medir el índice de compromiso, reflejando el porcentaje de colaboradores que recomendarían Zurich Argentina como un buen lugar para trabajar. Los resultados nos permiten definir planes de acción para fortalecer el compromiso con la organización.

Índice de compromiso[17]: 89%

93% de los colaboradores respondieron la encuesta

Superamos el *target* de 88% para el índice de compromiso



17. El índice de compromiso se desglosa en colaboradores totalmente de acuerdo (89%), colaboradores ni en acuerdo ni en desacuerdo (8%), colaboradores totalmente en desacuerdo (3%).

15 años
23 colaboradores

25 años
10 colaboradores

Reconocimos a 55 de nuestros colaboradores por su trayectoria en Zurich Argentina.

20 años
16 colaboradores

30 años
6 colaboradores

6.1.4 Diversidad e inclusión

En Zurich Argentina promovemos un entorno de trabajo inclusivo y respetuoso, donde la diversidad impulsa la innovación y fortalece el desarrollo equitativo de las personas.

Impulsamos activamente la equidad de género

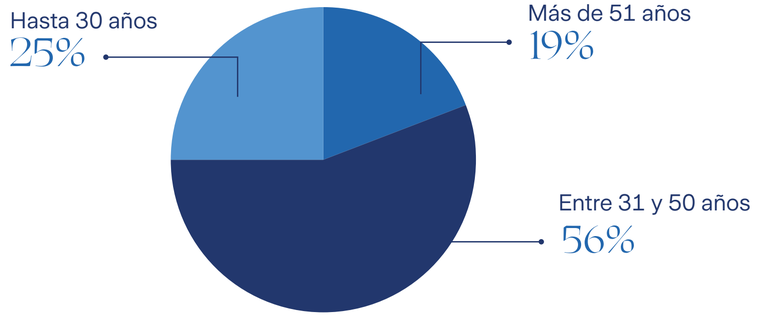


- Todos los planes de sucesión para posiciones de dirección incluyen al menos una mujer, fortaleciendo la representación femenina en roles de liderazgo.
- 35 colaboradoras de Argentina participaron del programa WIN *(Women's Innovation Network)*, orientado al desarrollo de liderazgo y crecimiento profesional.
- Todas las posiciones y publicaciones de búsqueda, tanto internas como externas, se redactan en formato neutro, promoviendo procesos de selección más inclusivos y sin sesgos de género.

Remuneración equitativa

A nivel global, el Grupo Zurich cuenta con un proceso anual denominado *"Equal Pay Analysis"*, a través del cual analiza si las mujeres y hombres son remunerados equitativamente para roles similares. Este análisis posee un umbral de tolerancia de +/- 4,75%. En 2025, para Zurich Argentina el resultado ha sido de -2,9%.

Desarrollamos una cultura inclusiva



Mantenemos una política de **tolerancia cero frente al acoso, la discriminación y cualquier forma de intimidación** en el ámbito laboral. Este compromiso abarca toda situación vinculada con 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 o cualquier otra característica protegida por la legislación aplicable.

Realizamos 4 **capacitaciones sobre sesgos en los procesos de selección** dirigidas a 130 líderes para que las prácticas de contratación sean más objetivas e inclusivas.



6.1.5 Relaciones laborales

86% de la nómina cubierta por convenio colectivo

Respetamos el derecho de nuestros colaboradores a asociarse libremente, participar en procesos de negociación colectiva y formar o integrarse en organizaciones que representen y defiendan sus intereses laborales. Asimismo, mantenemos un canal de comunicación abierto mediante correo electrónico y reuniones con delegados para abordar estos temas.

6.1.6 Bienestar, salud y seguridad

Bienestar

El bienestar integral de nuestros colaboradores es una prioridad. Por ello, impulsamos distintas iniciativas de bienestar y acompañamiento, entre las que se destacan: **“Recarga Pilas”**, nuestro evento anual deportivo; ***“Zurich Kids”***, una jornada anual recreativa destinada a colaboradores y sus familias; el **Programa “Con Vos”**, una línea de asistencia confidencial y gratuita disponible las 24 horas, los 365 días del año, que brinda apoyo profesional en temas legales, financieros y psicológicos, entre otros; y ***“Volunteer Pledge”***, que otorga dos días al año para la realización de acciones comunitarias.

Colaboradores participantes

Recarga Pilas: 353

Zurich Kids: **710**

Fomentamos la conciliación de la vida laboral y personal:

+ Flexibilidad horaria en ingreso y egreso.
+ Modelo híbrido de trabajo (3 días presencial y 2 remoto).
+ 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

Nuestros edificios son 100% cardio - protegidos

Todas nuestras sucursales cuentan con un desfibrilador sobre el cual se capacita a los colaboradores. Esto permite que, ante una emergencia, tengamos capacidad de acción sobre el inconveniente pudiendo salvar la vida de quien se encuentra en riesgo.

Seguridad y capacitaciones

Mejoramos nuestro sistema de control de accesos y seguridad, incorporando un mayor nivel de control en el edificio Reconquista y optimizando la gestión de visitas.

Todos los años dictamos 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. Al mismo tiempo, realizamos simulacros dos veces al año.

Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

Tenemos un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, complementado por un procedimiento específico definido por el Grupo Zurich, que garantiza el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene y promueven espacios de trabajo seguros y adecuados.

Asimismo, contamos con un servicio de Seguridad e Higiene tercerizado, que incluye visitas mensuales a los edificios, emisión de informes y reuniones periódicas, con los objetivos de asegurar el seguimiento y cumplimiento de las normativas, identificar desvíos y proponer mejoras.



6.2 Comunidad

Contribuir con la comunidad es una decisión que se renueva cada año. Cumplimos 22 años de trayectoria en inversión social con una convicción: el impacto real surge cuando articulamos recursos, talento y alianzas en torno a causas que importan. A través de la educación, el cuidado del medio ambiente y el apoyo directo a las comunidades, seguimos generando transformaciones que trascienden nuestra actividad aseguradora.

- Visita de Gary Shaughnessy, *chairman* de la Z Zurich Foundation.
- Alcanzamos los 22 años de inversión en la comunidad, con foco en educación, cambio climático y apoyo social.
- Continuamos con el proyecto “Construyendo un futuro mejor”, la iniciativa trienal junto a Z Zurich Foundation: en dos años, acompañamos a más de 645 jóvenes en su trayectoria educativa, fortalecimos 122 escuelas secundarias y acompañamos a 371 docentes.
- Sumamos nuevas iniciativas junto a Plantarse: construimos una huerta agroecológica en una escuela de CABA, realizamos una jornada de parquización y ofrecimos un taller sobre productos de limpieza ecológica para nuestros colaboradores.
- Respondimos ante catástrofes a través del *Crisis Response and Recovery* Fund de Z Zurich Foundation, colaborando con los damnificados de las inundaciones en Bahía Blanca y los incendios en El Bolsón.



6.2.1 Inversión en la comunidad

Asumimos el compromiso de ayudar a construir un futuro mejor mediante alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil, convencidos de que la inversión social es clave para impulsar transformaciones positivas en las comunidades donde estamos presentes.

Con **22 años de trayectoria** implementando nuestro programa de inversión social **y más de 15 alianzas** orientadas a acciones con la comunidad, trabajamos para fortalecer el ecosistema comunitario, promoviendo la articulación entre colaboradores voluntarios, organizaciones sociales y fundaciones aliadas para generar un impacto positivo y sostenible en las personas y el entorno.

Articulamos nuestra estrategia de inversión social en tres pilares fundamentales:



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



Pesos argentinos	2025	2024
Inversión en la comunidad(1)	$ 216.257.000	$ 231.845.187
Mecenazgo(2)	$ 25.000.000	$23.550.000

(1) Corresponde a las donaciones realizadas por Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina.

(2) Aporte en concepto de mecenazgo al proyecto Pinta BAPhoto.

Fortalecimos el diálogo con nuestros aliados estratégicos para potenciar nuestro impacto social

Recibimos la visita de Gary Shaughnessy, *chairman* de la *Z Zurich Foundation*, quien conoció de primera mano los proyectos y alianzas que impulsamos en Argentina en el marco de nuestra estrategia de sustentabilidad e inversión social.

Durante su visita, promovimos espacios de intercambio junto a organizaciones aliadas para abordar desafíos y oportunidades vinculados con la educación, el ambiente y la resiliencia frente al cambio climático. Además, mantuvimos encuentros con referentes de nuestros programas de voluntariado, aliados estratégicos y líderes de la compañía, fortaleciendo la articulación y el trabajo colaborativo que nos permite ampliar el alcance e impacto de nuestras iniciativas.

6.2.2 Educación

En Zurich Argentina creemos que transformar la educación requiere intervenir en todos sus niveles: desde las políticas que dan forma al sistema hasta la trayectoria concreta de cada estudiante. Por eso nuestra inversión en educación combina programas de acompañamiento, becas, formación docente y apoyo a la innovación educativa.

Una apuesta al futuro a través de la educación

Desde 2024, junto a ***Z Zurich Foundation***, llevamos adelante el proyecto **"Construyendo un futuro mejor a través de la educación"**, una iniciativa de tres años que articula recursos, experiencia y capacidades para ampliar nuestro impacto en la educación secundaria argentina. El programa tiene alcance directo sobre 120 escuelas secundarias, 360 docentes y 869 jóvenes estudiantes o egresados, e impacto indirecto sobre más de 16.000 personas, entre estudiantes, educadores, familias y equipos escolares.

En 2025, a través de tres programas implementados junto a la Fundación Cimientos, alcanzamos los siguientes resultados:

Programa	Foco	Resultados 2025	Resultados acumulados
Futuros Egresados	Apoyo y becas económicas a estudiantes de entre 12 y 18 años en situación de vulnerabilidad social y económica	180 estudiantes	330 estudiantes
Red de Egresados	Herramientas y conocimientos para desarrollar sus proyectos de vida y potenciar su desarrollo profesional.	454 jóvenes	645 jóvenes
Escuelas que Acompañan	Fortalecimiento institucional de escuelas y acompañamiento a docentes para mejorar el seguimiento de las trayectorias educativas de sus estudiantes.	82 escuelas secundarias y 248 docentes	122 escuelas secundarias y 371 docentes

Becas otorgadas a estudiantes en situación de vulnerabilidad social

- **15 becas a la Fundación Integrar**, para promover la inserción laboral de jóvenes de sectores socioeconómicamente vulnerables que necesitan ayuda para hacer estudios superiores.
- **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.

Pensando el sistema educativo del futuro

Apoyamos financieramente al proyecto EduLab de CIPPEC (Laboratorio de Innovación y Justicia Educativa) un espacio para pensar, diseñar y hacer posibles los mapas del sistema educativo del futuro.

Premio Clarín- Zurich

Docentes **que inspiran**



Lanzamos la 5° edición de "Docentes que Inspiran", el premio que impulsamos junto a Clarín para reconocer a los educadores que dejan una huella significativa en sus estudiantes y visibilizar sus historias, con el objetivo de inspirar a otros a seguir su ejemplo. A través de esta iniciativa, buscamos movilizar a toda la comunidad en favor de una educación de mayor calidad.

En esta edición, el Docente Inspirador del Año recibió un premio de $14.000.000. Además, se otorgaron dos menciones especiales de $5.000.000 cada una.



6.2.3 Cambio climático

Promovemos diversas acciones a favor de la conservación y conciencia ambiental:

+ **Campaña solidaria "El otro Frío"** organizada por el Consejo Publicitario Argentino: **1.034 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.
+ Representantes de **Cascos Verdes** realizaron en nuestras oficinas una **capacitación** sobre **economía circular** y cómo separar los **residuos**. También dieron una capacitación virtual sobre **consumo responsable**.
+ 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 Misiones[18].
+ Participamos como aliados de Fundación Vida Silvestre en la campaña **La Hora del Planeta** apagando las luces de nuestro edificio central.
+ **Donamos tapitas plásticas y papel** de nuestras oficinas al **Hospital Garrahan**, en el marco de su programa de reciclado y medio ambiente. En 2025 donamos 135 kilos de papel y 42,5 kilos de tapitas (+17.000 tapitas)
+ Iniciativas realizadas en el marco de la ***Green Week*[19]:** 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.

Impulsamos iniciativas de educación ambiental y sustentabilidad junto a Plantarse

- Construimos una **huerta agroecológica** en una escuela de CABA para que los integrantes del colegio puedan utilizarla y aprender. Nuestros voluntarios construyeron bancales de madera elevados con tierra y plantines.
- Realizamos una **jornada de parquización y creación de jardín de mariposas** en un jardín de infantes, contribuyendo a proyectos de conservación y urbanización sostenible. Los voluntarios también recibieron una charla sobre biodiversidad urbana, polinizadores, flora nativa, vínculos entre la flora y fauna, y la importancia de incluir estas acciones en los jardines urbanos.
- Tuvimos un **taller sobre productos de limpieza ecológica**, enfocado en alternativas de bajo impacto ambiental frente a los productos de limpieza tradicionales. Durante la actividad, elaboramos jabón líquido ecológico para lavar ropa y produjimos 10 bidones, que luego fueron donados a Puente Verde.



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

6.2.4 Apoyo a la comunidad

VIVIENDAS

Construimos colectores solares a partir de latas recicladas de nuestras oficinas para proveer con agua caliente a una familia del Barrio San Jorge de Pilar, Buenos Aires. La actividad fue realizada por un grupo de VoluntarioZ junto a **Sumando Energías.**

Construimos una vivienda en el barrio Agustoni, en una actividad conjunta con **Techo**.

Junto con la **ONG Akamasoa** realizamos una jornada de voluntariado con colaboradores locales y regionales. Nuestros voluntarios fueron a Lima, Zárate para ayudarlos a seguir construyendo su primer barrio. Ayudamos a construir una vivienda, trabajamos en la huerta y los cultivos. Nuestro grupo de TAZ realizó una obra de teatro para los más chicos.

DEPORTE

Apoyamos el **rugby** femenino y masculino al ser sponsor de 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 2025, esta acción nos permitió donar más de 60 millones de pesos a distintas Fundaciones.

DONACIONES

Armamos y donamos más de 170 cajas navideñas a la **Fundación Más Humanidad**, para acompañar a las familias que asisten a sus centros.

Donamos mobiliarios, artículos de construcción, cocina, limpieza para contribuir a mejorar la calidad de la estadía y los espacios formativos de las personas con discapacidad que asisten a los talleres de la **Asociación Puente Verde**.



Realizamos diferentes obras teatrales con el objetivo de poder divertir a niños en situación de vulnerabilidad y a su vez esparcir valores. Donamos las recaudaciones y donaciones materiales que trajeron los espectadores a diferentes campañas. La obra de fin de año permitió recolectar alimentos que se destinaron a las cajas navideñas distribuidas entre 170 familias.

Cultura

- **ArteBa:**
  Desde hace 20 años, acompañamos a arteBA como parte de nuestra estrategia de sustentabilidad, reafirmando nuestro compromiso con el patrimonio cultural y comercial a nivel regional. El programa *Matching Funds* (programa de fortalecimiento del patrimonio de los museos creado por Zurich y Fundación arteBA) posibilitó que 20 museos argentinos hayan podido completar sus colecciones artísticas, gracias a la incorporación de más de 90 obras a sus patrimonios.

  Museos 2025:
  - Museo de Arte Moderno de Buenos Aires
  - Museo Nacional de Bellas Artes
  - Agencia Córdoba Cultura (Museo Ferreyra)
  - Museo Franklin Rawson de San Juan
  - Museo de Arte Contemporáneo de Salta
  - Museo Castagnino Macro de Rosario
  - Museo de Arte Moderno de Mendoza

- **PintaBA Photo:**
  Reafirmamos nuestro compromiso como *Local Lead Partner* de Pinta BAphoto. Por **séptimo año consecutivo** acompañamos la *masterclass* de Pinta BAphoto a cargo de la arquitecta y artista Vivian Galban.

  Además, este año desarrollamos Experiencia Zurich, un concurso fotográfico exclusivo para clientes que invitó a retratar “La belleza de la protección”. Las diez obras seleccionadas por representar de manera más significativa este concepto fueron exhibidas en la feria de fotografía.



Apoyamos a comunidades afectadas por catástrofes naturales

A través del *“Crisis Response and Recovery Fund”* impulsado por la *Z Zurich Foundation*, pudimos colaborar con los damnificados de las inundaciones en Bahía Blanca y de los incendios en el Bolsón, aportando + de 20.000 USD.

6.2.5 Voluntariado corporativo

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:

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.

A través de **VoluntarioZ**, impulsamos una propuesta federal que promueve la participación activa de colaboradores de todo el país en iniciativas de voluntariado con impacto social. El programa también fomenta que los propios equipos acerquen nuevas propuestas que, tras ser evaluadas, pueden implementarse en distintas provincias y localidades, ampliando nuestro alcance territorial y fortaleciendo el vínculo con las comunidades.

Además, las actividades de voluntariado generan valiosos espacios de intercambio y cercanía, permitiéndonos tener contacto directo con las comunidades que acompañamos y fortalecer el impacto de cada iniciativa.

Por otro lado, continuamos impulsando ***Volunteer Pledge***, mediante el cual cada colaborador dispone de dos días al año para participar en actividades de voluntariado, tanto organizadas por la compañía como externas a ella. Para acompañar esta gestión, utilizamos la **plataforma *My Impact***, que permite registrar las horas de voluntariado realizadas y las donaciones efectuadas a distintas fundaciones y organizaciones sociales. A través de esta herramienta, cada persona puede destinar el monto disponible para donar según las horas de voluntariado acumuladas.

Este compromiso también es reconocido por la *Z Zurich Foundation* mediante el programa ***Community Hero Awards***, que distingue a colaboradores del Grupo Zurich por su dedicación y aporte a sus comunidades a través del voluntariado. Cada reconocimiento incluye un aporte económico destinado a una organización sin fines de lucro elegida por la persona ganadora, potenciando así el impacto de su labor solidaria.

En 2025, los coordinadores de CuadrillaZ fueron distinguidos por su liderazgo y dedicación, claves para consolidar esta iniciativa como una fuerza inspiradora de cambio.

Voluntariado corporativo	2025	2024
Total anual de horas	4.386	4.300
Promedio de horas por voluntario	5,4	5,4
Cantidad de VoluntarioZ	250	247



6.2.6 Alianzas estratégicas

AKAMASOA ARGENTINA
cascosverdes
cimientos EDUCACIÓN QUE POTENCIA
CIPPEC
CRUZ ROJA ARGENTINA
FORGE
Fundación Garrahan
FUNDACIÓN INTEGRAR
Fundación Noble Grupo Clarín
Sí
Fundación Trauma
Fundación Leer
plantarse CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO
4ta edición Docentes que inspiran
EL PUENTE
Sumando Energías
TECHO

6.3 Socios Estratégicos

Trabajamos junto con nuestros Socios Estratégicos para impulsar el desarrollo y crecimiento de sus negocios, mediante acompañamiento, asesoramiento, soporte y herramientas que fortalecen su gestión comercial. Promovemos la articulación de alianzas y canales de distribución que nos permiten ofrecer soluciones de protección integrales y sostenibles a nuestros clientes.

¿Qué novedades vas a encontrar en este capítulo?

- Nueva alianza comercial con ICBC por 10 años



Una red de socios estratégicos en crecimiento

9.096 Productores asesores de seguros: 766 de Vida y 8.330 de Patrimoniales.

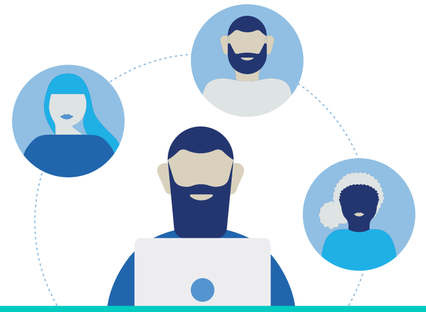
55 *Brokers*

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

33 Oficinas delegadas de representación en todo el país.

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

72 Organizaciones de seguros patrimoniales registradas.

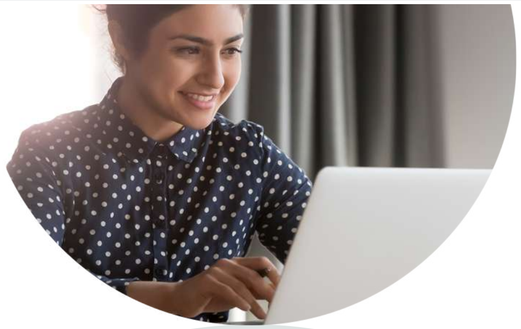


Nuestro enfoque multicanal pone en manos de los clientes la decisión de cómo contratar sus seguros.

Nuestra red de socios estratégicos cumple un rol clave tanto en el asesoramiento como en la difusión de productos y servicios, acercando nuestras soluciones a personas y empresas y contribuyendo al desarrollo de una industria más responsable y sostenible.

Para fortalecer relaciones comerciales alineadas con nuestro propósito de crear un futuro mejor, en Zurich Argentina establecemos condiciones contractuales claras y promovemos altos estándares de conducta en línea con nuestro Código de Conducta, requiriendo a nuestros socios comerciales el cumplimiento de nuestras políticas internas, la normativa vigente y los lineamientos del Grupo Zurich.

Entre los requisitos contemplados se encuentran la firma de contrato de prestación de servicios, la realización de capacitaciones obligatorias de actualización de matrícula —aplicables a seguros de vida, patrimoniales y *brokers*—, el cumplimiento de las disposiciones de los entes reguladores y de la Unidad de Información Financiera (UIF), así como procesos de debida diligencia que incluyen la validación de documentación, la identificación de posibles conflictos de interés y el compromiso con nuestras políticas.



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

engagement@zurich.com para productores de Vida y Patrimoniales con consultas sobre programas de formación o reintegros de eventos.

Whatsapp

Cercanía y desarrollo para nuestra red comercial:

- **Plan Integral de Capacitación y Desarrollo.** En formato híbrido, las capacitaciones de productores se enfocan en productos, modelo de venta y programas anuales segmentados. Los asistentes a las acciones de formación incluyen tanto productores como otros miembros de las agencias/organizaciones (responsables de las áreas de cobranzas, comisiones, entre otros), fomentando así los espacios de *networking*. En 2025 se reforzó el uso de la herramienta Cotizador Autos en los canales de Metro e Interior.
- **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.
- **Plataforma Zurich *Point*** para la autogestión de sus negocios (consultas, operaciones, cotizaciones, administración de siniestros)
- Participación en el programa de **inversión social y voluntariado** de la compañía.
- **Campañas, concursos e incentivos** comerciales o financieros segmentado:
  - Experiencia Perfecta, una campaña comercial exclusiva para los nuevos consultantes de seguros de vida, cuyo premio es un viaje diseñado al estilo Zurich; se realizaron lanzamientos comerciales exclusivos con las organizaciones Blue y Black del canal de Metro en forma presencial; se organizaron lanzamientos comerciales presenciales en las sucursales del interior del país para los productores y organizaciones; se impulsaron encuentros comerciales regionales Volkswagen.
  - Vida Term u$s, relanzamos nuestra propuesta exclusiva para nuestro canal de productores, ampliando la oferta de seguros generales con soluciones de vida.
  - Expedición Zurich, un recorrido que combina experiencias culturales y exploratorias, diseñado para acercar a nuestros socios estratégicos, fomentar el intercambio de ideas y fortalecer las relaciones.
  - *Zurich Pádel Day* es un evento deportivo pensado para incentivar la integración, el trabajo en equipo y la cercanía con los socios estratégicos.
  - *Zurich Sales Meeting*, un programa de incentivos destinado a reconocer y premiar a los Productores Asesores de Seguros que hayan logrado resultados destacados durante el año.
  - *Zurich Experience*, convención anual que reúne a los productores y brokers de mayor desempeño, celebrando sus logros, compartiendo buenas prácticas y consolidando el vínculo en un ambiente inspirador.

+700

horas de capacitación a productores con más de 9.600 asistentes de todo el país.

50%

de las horas de entrenamiento fueron virtuales alcanzando una mayor cantidad de auditorio del interior.

Durante 2025 incorporamos una nueva agencia (CROMA), consolidando el desarrollo del plan de carrera del producto, para el negocio de Seguros de Vida.



Proyecto Farmer: *fortaleciendo* relaciones comerciales sostenibles

Lanzamos el Proyecto Farmer, una iniciativa impulsada por la Dirección Comercial de Vida que refuerza nuestro compromiso con relaciones comerciales sostenibles. A través de una comunidad de referentes dedicados en cada *broker* o agencia —que reciben capacitación y seguimiento continuo por parte de la compañía— promovemos una gestión activa de cartera orientada a fidelizar, desarrollar y retener clientes, fortaleciendo vínculos de largo plazo y potenciando una propuesta de valor personalizada.



Estrategia comercial centrada en alianzas estratégicas

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

Con este propósito establecemos **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 en 2025:

- **ICBC:** Firmamos una alianza comercial estratégica con ICBC por 10 años donde el banco ofrece de forma exclusiva nuestros productos de seguros generales y de vida, reforzando la propuesta de valor para sus clientes.
- **Acuerdo Stellantis:** logramos un acuerdo estratégico con Stellantis que permite ampliar la presencia de la compañía en la oferta de seguros vinculada a sus principales marcas automotrices. Este vínculo fortalece la propuesta de valor conjunta en el mercado de vehículos nuevos, potenciando el alcance comercial
- Consolidamos la presencia en la **Terminal Toyota** lanzando a Zurich en el Panel de Open Market, de esta manera participamos de todos los negocios de la marca.

Además, mantenemos vigentes las alianzas con **Volkswagen Argentina, Ticketek y ON Axion, y Megatlon y Fiter,** junto con el desarrollo continuo de nuevas acciones e iniciativas que fortalecen estos vínculos estratégicos y potencian la propuesta de valor para nuestros clientes.

Programa “Mujeres en Negocios para Seguros de Vida”

Durante 2025 llevamos a cabo dos ediciones del programa, con la participación de 23 mujeres. De ellas, 6 firmaron contrato con la compañía, lo que representó el 90% de las incorporaciones de la agencia en ese año. Esta iniciativa, abierta y gratuita, promueve la inclusión de mujeres con perfil comercial o de liderazgo en el sector asegurador, brindándoles herramientas para emprender y gestionar sus propios negocios. El programa es impulsado por *Elbinger e Innovate* con el apoyo de Zurich Argentina.



6.4 Proveedores

Procuramos construir vínculos con proveedores que actúen de manera ética y responsable y compartan nuestros valores. Para ello, contamos con un proceso robusto de evaluación y gestión de terceros, que nos permite monitorear el cumplimiento de estándares y, al mismo tiempo, promovemos la comunicación y capacitación de nuestros proveedores en temas vinculados con ética y sustentabilidad.

¿Qué novedades vas a encontrar en este capítulo?

- 100% de nuestros nuevos proveedores con riesgo alto o medio han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales y sociales y han sido analizados sobre anticorrupción.
- Implementamos el *Whatsapp* como nuevo canal de comunicación con proveedores.



6.4.1 Relacionamiento con proveedores

Nuestros canales de comunicación con proveedores:

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

Cantidad de proveedores activos[20]:

Año 2024:
640

Año 2025:
670

Porcentaje de compras realizadas a proveedores nacionales[21] en 2025:

2025 | 95%

Porcentaje de proveedores PyMEs (pequeñas y medianas empresas) en 2025:

2025 | 92%

Nuevo canal

En 2025 implementamos WhatsApp como nuevo canal de comunicación con proveedores, con el objetivo de mantener un contacto más directo y ágil. Esta herramienta facilita la coordinación operativa, la resolución temprana de consultas y el intercambio de información clave, contribuyendo a fortalecer la colaboración, reducir tiempos de respuesta y promover una gestión de la cadena de suministro más eficiente y transparente.

Apoyo a PyMEs

Fomentamos la incorporación de PyMEs y proveedores de triple impacto en nuestra cadena de suministro, buscando impulsar su crecimiento, fortalecer sus ingresos y facilitar su inserción en el mercado, siempre que sus productos o servicios sean sustentables, económicamente viables y cumplan con nuestros requisitos y lineamientos.



20. No se incluyen proveedores de claims.
21. Porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas (dentro de Argentina).

6.4.2 Ciclo de gestión integral de proveedores

Gestionamos los riesgos asociados a la relación con proveedores mediante el *Third Party Governance Framework* (TPGF), que establece los estándares mínimos que deben cumplir los terceros y permite definir procesos de incorporación, segmentación, gestión y debida diligencia acordes al nivel de criticidad y riesgo de cada servicio o transacción. A partir de los monitoreos realizados, verificamos un adecuado cumplimiento del marco tanto para el alta de nuevos proveedores como para la actualización de proveedores existentes.



Solicitud del producto o servicio

El área requirente envía una solicitud al área de *Procurement*. Cuando las compras requieren de un conocimiento técnico específico, pueden ser realizadas directamente por las áreas tácticas que requieren el servicio.

Selección del proveedor

El área correspondiente evalúa entre 1 y 3 propuestas (dependiendo del monto) y selecciona al proveedor que mejor se ajuste en términos de precio y calidad, siguiendo la Política de Compras.

Due diligence

El área de compliance analiza el *due dilligence* financiero y de terrorismo del proveedor y verifica que no presente registros de fraude o incumplimiento.

Clasificación del proveedor mediante la *Segmentation Tool*

Se completa la herramienta para definir su nivel de criticidad (alta, media o baja).

Evaluaciones obligatorias en caso de riesgo medio o alto

A través de la plataforma *Synergi*, los proveedores de riesgo medio o alto deben completar cuestionarios en materia de:

- Sustentabilidad (vinculado a trabajo forzoso y obligatorio y trabajo infantil, diversidad e inclusión, huella de carbono, recursos naturales).
- *Information Security*
- *Data Privacy*
- *Subcontractors*
- *Business Resilience*
- *Compliance*

Cada evaluación es revisada por un experto interno en la materia correspondiente, quien valida si el proveedor cumple con los requisitos.

Gestión de riesgos detectados en proveedores

Si se detecta un riesgo:

- Se organiza una reunión con el proveedor.
- Se define un plan de acción para mitigar el riesgo.
- Si el riesgo no puede resolverse satisfactoriamente, se descarta el uso del proveedor.

Alta del proveedor

Una vez aprobadas las evaluaciones y validado el cumplimiento de los *due diligences*, se da de alta al proveedor. Si corresponde, se define y firma el contrato, que incluye cláusulas vinculadas con anticorrupción, protección de datos, entre otros.

En caso de renovación

- Se negocia el nuevo valor del servicio.
- Se comunica al dueño del servicio para obtener su aprobación.
- Una vez aprobado, se notifica al proveedor y se procede con la renovación.

6.4.3 Ética y sustentabilidad en la cadena de valor

Confiamos en que nuestros proveedores gestionen sus actividades con integridad y bajo altos estándares éticos. Por eso, promovemos una cadena de valor responsable, alineada con criterios de sustentabilidad, transparencia y cumplimiento normativo.

Nuestra Política de Compras incorpora el compromiso con una cadena de valor responsable y cuenta con la aprobación del *Chief Operation Officer* (COO). Se aplica a nivel interno a todos los usuarios que intervienen en los procesos de compra. De manera complementaria, contamos con las *Sustainable Sourcing Guidelines* del Grupo Zurich, que establecen nuestro enfoque en materia de abastecimiento sostenible y se encuentran alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Asimismo, contamos con un Código de conducta para proveedores, que define tanto los requisitos mínimos que deben cumplirse como los principios más exigentes que promovemos adoptar.

Código de conducta

Para asegurar una gestión responsable en toda nuestra cadena de valor, promovemos activamente la difusión de nuestros principios, políticas y estándares éticos entre los proveedores y usuarios involucrados en los procesos de compra mediante:

- Publicaciones y comunicaciones vía correo electrónico sobre políticas y procesos de compra.
- Reuniones periódicas con usuarios involucrados en los procesos de contratación.
- Capacitaciones online sobre procesos de compra y lineamientos internos.
- Difusión del “Código de conducta” para proveedores, disponible públicamente en el sitio web de Zurich.
- Capacitaciones a proveedores en temas de antisoborno, corrupción, Código de Conducta y prevención del lavado de activos.

Todos los proveedores con riesgo medio o alto son evaluados en aspectos clave (sustentabilidad, seguridad de la información, privacidad, subcontratación y resiliencia) para asegurar una cadena de suministro responsable y alineada con nuestros valores.



161 proveedores[22] evaluados en sustentabilidad.

El 100% de nuevos proveedores[3] han pasado filtros de selección de acuerdo con criterios ambientales y sociales.

El 100% de nuestros nuevos proveedores[3] han sido analizados sobre anticorrupción utilizando las plataformas *World-Check* (global) y Nosis (Argentina).

22.Proveedores clasificados como riesgo medio, alto o crítico.

7. Planeta

Impulsamos una gestión ambiental responsable para contribuir a un futuro sostenible y una economía baja en carbono, para lo cual promovemos el uso eficiente de recursos y el monitoreo de nuestro desempeño ambiental mediante nuestra plataforma SoFi.

¿Qué novedades vas a encontrar en este capítulo?

- Nos propusimos un nuevo *target:* reducir un 45% la intensidad de carbono vinculada a las inversiones para 2030
- Redujimos el 87% de nuestra huella de carbono, superando nuestro *target* del 80%.
- Obtuvimos el Nivel Oro en el Sello Verde del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires





7.1 Compromiso con la acción climatica

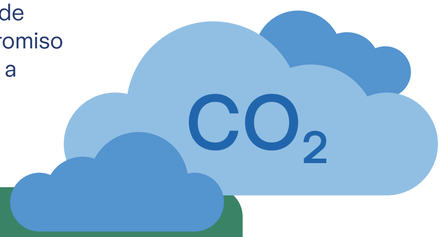
En 2025 profundizamos nuestra gestión ambiental, integrando los compromisos del Plan de Transición Climática en nuestras operaciones, inversiones y decisiones de suscripción, y midiendo su avance a través de indicadores.

Desde 2024, el **Plan de Transición Climática**, lanzado por el Grupo Zurich, constituye nuestra hoja de ruta para avanzar hacia una economía baja en carbono. Se articula mediante cuatro pilares estratégicos:

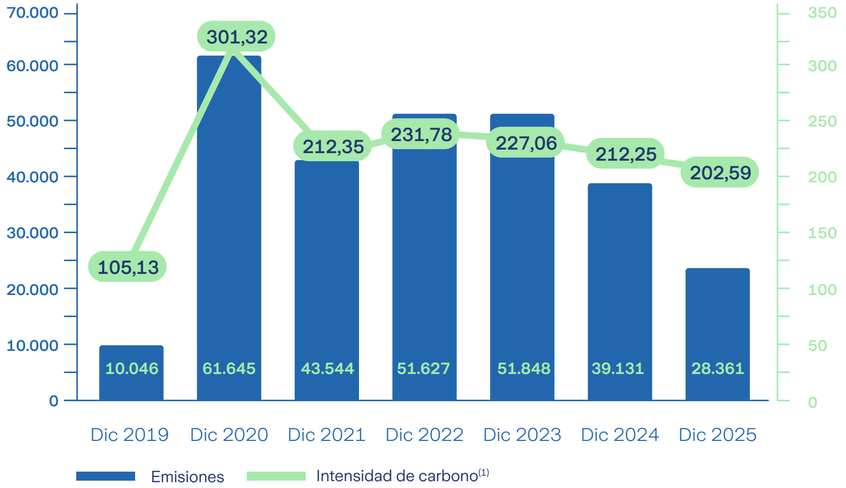
- Facilitar la transición hacia una economía baja en carbono
- Fortalecer la resiliencia de la sociedad ante los riesgos climáticos
- Impulsar políticas públicas que fomenten la acción climática
- Transformar nuestras operaciones para reducir nuestra huella de carbono

Inversiones

Integramos criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en nuestras decisiones de inversión[23], en línea con los objetivos de mitigación del cambio climático a largo plazo. Realizamos un monitoreo y análisis periódico de nuestras carteras de inversión y, asumimos el compromiso de no reinvertir y/o desinvertir en activos vinculados a riesgos climáticos, tanto físicos como de transición.



Nos fijamos un objetivo más ambicioso de reducción de la intensidad de carbono para 2030, tomando como año base 2019 (en lugar de 2020). Esto implica alcanzar una disminución del 45% en la intensidad de carbono hacia ese año, estableciendo como meta una intensidad de carbono de 58.



(1) se calcula como la emisión de carbono que informa el Grupo / total Asset Under Management *1.000.000

Al mismo tiempo, impulsamos inversiones con impacto social y ambiental, priorizando proyectos de energías renovables, como parques solares fotovoltaicos y generación eólica. Estas iniciativas, ubicadas estratégicamente en distintas provincias, contribuyen a la reducción de emisiones de carbono y promueven un desarrollo sostenible.

En noviembre de 2025 adquirimos bonos verdes emitidos por la compañía Genneia.

En cuanto a temáticas ESG, el Grupo utiliza a nivel global las métricas e información disponible por el índice MSCI ESG *Ratings*. A nivel local, utilizamos el listado de emisiones de bonos SVS de BYMA.

Inversión ESG	2025	2024
Total de inversión en activos ESG (en millones de pesos)	23.326,66	27.377,35
Proporción de activos ESG sobre el total de la cartera de inversiones (%) - Criterio SVS	1,06%	1,62%
Variación de la inversión ESG con respecto al año anterior (%)	-14,8%	14,7%
Reducción de la emisión de carbono del portafolio (tonCO2) desde 2019(1)	-18.315	-29.085
Variación de la reducción de la emisión de carbono del portafolio desde 2019 (%)(1)	-182,3%	-289,5%

(1) Los valores negativos implican un aumento de la emisión. A partir de 2025, se establece 2019 como el nuevo año base, en reemplazo de 2020.

100% de activos verdes dentro de nuestra proporción de cartera SVS

Nuestras inversiones ESG

91% en energías renovables

9% en Biotecnología y Eficiencia Sanitaria



Sostuvimos un diálogo constante con los emisores de títulos de deuda incentivándolos a desarrollar líneas de negocio sustentables y bonos vinculados a estas iniciativas.

23.Utilizamos dos fuentes para tomar decisiones de inversión y la evaluación de nuestros portafolios:
Avales 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 avales 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.

Suscripción

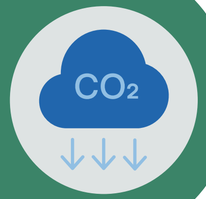
Diseñamos productos y servicios que promueven la resiliencia climática y acompañan a nuestros clientes en su transición hacia modelos más sostenibles.

Operaciones

Targets de emisión y emisiones reales por año para nuestras operaciones locales:



En 2025 reducimos en un 87% nuestras emisiones respecto a nuestro año base (2019), superando nuestro objetivo de reducción establecido para 2025 del 80%.



Emisiones de GEI[1]	2025	2024
Emisiones GEI Alcance 1 (tonCO2 eq)	**104,37**	**142,08**
Emisiones por fuente:		
Flota de vehículos	104,37	142,08
Emisiones GEI Alcance 2 [2] (tonCO2 eq)	**0**	**0**
Emisiones por fuente:		
Electricidad	0	0
Emisiones GEI Alcance 3 (tonCO2 eq)	**458,95**	**553,68**
Emisiones por fuente:		
Viajes en avión	63,51	203
Emisiones relacionadas con la energía y el combustible de alcance 3[3]	26,59	36,15
Traslado de colaboradores *(commuting)*	330,57	275,69
Consumo de papel	33,38	33,94
Residuos	4,9	4,9
Total emisiones (Huella de carbono) (tonCO2 eq)	**563,32**	**695,76**
Intensidad de las emisiones GEI (tonCO2 eq / m2)	0,04	0,05
Reducción de las emisiones GEI respecto del año anterior (%)	19%	15%
Reducción de las emisiones GEI respecto del año base (2019) (%)	87%	84%

(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 es el año 2019. El denominador para calcular intensidad es la superficie de las oficinas que reportan los consumos informados (sucursales en Mendoza, Rosario, Córdoba, Neuquén, Tucumán, Mar del Plata, Bahía Blanca, La Plata y las oficinas en CABA). En 2024 se agregaron al cálculo las sucursales de Misiones y Salta (consumo tomado hasta mayo), y en 2025 se agregó la de Posadas. La superficie total
fue para 2024: 14.823 m2 y para 2025 15.285 m2.
(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) CO_2e 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.

Acciones para avanzar hacia una operación baja en carbono

- Movilidad sustentable: el 100% de nuestros autos corporativos son híbridos.
- 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 2025 se emitieron certificados de compensación de huella de carbono.
- Medimos y compensamos la huella de carbono generada:
  *en nuestros eventos corporativos: en 2025 compensamos 27 TonCO2eq.
  *por los traslados aéreos de los viajes de incentivo con nuestros productores: en 2025 compensamos 969 TonCO2eq.



7.2 Gestión eficiente de los recursos

Impulsamos el uso responsable de los recursos —energía, agua, papel y plástico— mediante acciones concretas y medidas preventivas orientadas a optimizar el consumo y cumplir con nuestros compromisos en sustentabilidad. Para ello, promovemos conductas responsables entre los colaboradores e incorporamos prácticas sostenibles en todas nuestras operaciones.

Energía

- **Movilidad sustentable:** Nuestra **flota** de vehículos se compone en su **totalidad** por **autos híbridos** e **híbridos enchufables**.
- Poseemos un sistema de **iluminación** con luces **LED**.
- Disponemos de sensores para el ahorro de energía, con **control automático de encendido y apagado de luces.**
- Contamos con **corte de energía automático en equipos de aire acondicionado**.
- Nuestros espacios colaborativos e individuales privilegian el **aprovechamiento de la luz natural**.
- Poseemos computadoras **laptop de bajo consumo**.
- Adquirimos **certificados I-REC**.

Agua

- Contamos con **grifos automáticos** y **tanque "inteligente"** para la administración del agua.
- **Descarga de agua dual**: fomenta un ahorro y uso responsable del recurso.

Papel

- **Digitalización** de pólizas.
- Uso **monitoreado** y medido de impresoras.

Plástico

- Eliminamos todos los **plásticos de un solo** uso en nuestras oficinas.



Energía renovable como parte de nuestra estrategia climática

En Zurich Argentina adherimos al compromiso RE100 mediante la compra de Certificados I-REC, cubriendo con energía renovable el 100 % del consumo eléctrico de nuestras oficinas.

En 2025, adquirimos 1.638.975 kWh.



Consumo de energía		2025	2024
Total consumo de energía[1]	**GJ**	**7.349,60**	**7.526,01**
Energía eléctrica[2]	kWh	1.638.975,00	1.595.502,00
	GJ	5.900,31	5.743,81
Gas-oil – Generadores eléctricos	Litros	350,00	350,00
	GJ	12,62	12,62
Nafta – Flota de vehículos propios[3]	Litros	45.710	56.302,00
	GJ	1.436,67	1.769,58
Ratio de intensidad energética [4]	**GJ/ m2**	**0,48**	**0,51**

(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, Córdoba, Neuquén, Tucumán, Mar del Plata, Bahía Blanca, La Plata y las oficinas en CABA). En 2024 se agregaron al cálculo las sucursales de Misiones y Salta, en 2025 se agregó la de Posadas. La superficie total fue para 2024: 14.823 m2 y para 2025 15.285 m2.

Recursos	2025	2024
Consumo de papel[1] (kg)	24.815	25.338
Consumo de agua[2] (m3)	4.148	4.322

(1) 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
(2) Corresponde solo al edificio de Cerrito 1010.

7.3 Gestión integral de residuos

Garantizamos una gestión adecuada de los residuos, promoviendo su correcta separación para facilitar el reciclaje y la reincorporación de materiales como nuevas materias primas, extendiendo así su ciclo de vida. En todos los pisos de nuestras oficinas contamos con estaciones de separación en origen, acompañadas de cartelería que guía a los colaboradores en la correcta disposición de los residuos y refuerza prácticas sustentables basadas en el enfoque de reducir, reutilizar y reciclar.



Obtuvimos el Sello Verde: Nivel Oro

Por segundo año consecutivo obtuvimos el Sello Verde del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. En esta oportunidad logramos alcanzar una clasificación global del 85% y acceder al reconocimiento en su máxima categoría. Esta certificación reconoce a los establecimientos por su gestión ambiental integral. A través de una auditoría, se evaluaron y calificaron nuestras prácticas en los ejes de: agua, energía, residuos, insumos, gestión integral, y normativa ambiental.

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

	2025	2024	Disposición / Tratamiento
Residuos comunes: orgánicos y no reciclables [1]	12.740	9.839,5	Disposición final en relleno sanitario
Reciclables: Plástico, vidrio, metal y cartón [1]	1.558	677,75	Reciclado. Retirados por una cooperativa asignada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
Donados a Fundación Garrahan: - Papel - Tapitas de plástico	 135 42,5	 256 29,4	Reciclado. Programa de Reciclado y Medio Ambiente de la Fundación Garrahan.
Café	1.073	1.234	El proveedor de Nespresso retira las cápsulas y recicla el metal y el contenido de café residual.
RAEES [2]	N/D	0	Disposición final en relleno de seguridad con proveedor certificado.

(1) Mientras que el dato de 2024 abarca los meses de abril a diciembre, el de 2025 contempla el año completo, lo que explica el aumento entre 2024 y 2025.
(2) Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónico: Se realiza en casos específicos y corresponde con equipos electrónicos, pilas, luminaria. En 2024 no hubo retiro. En 2025 hubo un retiro por parte del proveedor pero no contamos con el pesaje.

7.4 Acciones de conservación

Renovamos nuestra alianza con Fundación Vida Silvestre Argentina y continuamos apoyando la conservación de la Reserva vida silvestre Urugua-í, ubicada en la provincia de Misiones.

Desde 2021, Zurich Argentina sostiene este acuerdo estratégico para contribuir a la protección de este ecosistema clave de la Selva Paranaense. La reserva, creada en 1998, abarca 3.243 hectáreas y es reconocida por su alto valor de biodiversidad y los servicios ecosistémicos que brinda.

A través de esta alianza, acompañamos las acciones de conservación desarrolladas en el área, con foco en dos ejes principales:

Conservación de la Reserva Urugua-í

Reforestación: Producción de 8.000 plantines de 30 especies nativas (a través del Vivero Andrés Johnson), de los cuales 5.000 fueron entregados al proyecto de restauración.

Monitoreo de biodiversidad: tiene como objetivo consolidar y ampliar la base de datos sobre la diversidad vegetal y animal (vertebrados e invertebrados) presente en la reserva de Vida Silvestre Urugua-í, fortaleciendo la información científica necesaria para la toma de decisiones de conservación.

Monitoreo de mamíferos: se registraron 18 especies de mamíferos medianos y grandes a través de cámaras trampa.

Monitoreo de aves: se identificaron más de 150 especies

Monitoreo de murciélagos y anfibios.

Educación y concientización ambiental (público interno y externo)

Programa de extensión a la comunidad para niños cercanos a la Reserva:

- 54 estudiantes beneficiados
- 2 escuelas involucradas
- 6 encuentros
- 27 actividades didácticas con materiales desarrollados especialmente

Prácticas profesionales. Recibieron a 9 voluntarios, principalmente estudiantes de guardaparque y biología, quienes se incorporaron a las actividades de la reserva. De ellos, 6 realizaron prácticas profesionalizantes en el marco del convenio con la Tecnicatura Universitaria de Guardaparques (San Pedro, Misiones), fortaleciendo su formación en conservación.

Junto a Fundación Vida Silvestre: cinco años de impacto ambiental positivo

Desde 2021 impulsamos iniciativas de voluntariado corporativo y educación ambiental que movilizaron a **494 colaboradores**.

Durante este período realizamos **10 jornadas de voluntariado** y **5 talleres de concientización ambiental**, que permitieron recolectar **más de 100 kg de residuos** en márgenes de ríos y playas. Además, construimos **dos canteros con madera reciclada** en la Reserva Natural de San Miguel, plantamos especies aromáticas nativas con cartelería identificatoria y sembramos **323 plantines** nativos, contribuyendo a la protección y restauración de espacios naturales.

7.5 Conciencia ambiental

En Zurich Argentina fomentamos la conciencia ambiental como un eje clave para prevenir impactos negativos en el planeta. A través de nuestra estrategia de comunicación interna —mediante *Workplace* y pantallas en las oficinas— acercamos contenidos relevantes y acciones concretas de sustentabilidad a todos los colaboradores, incluido el Management Team.

En 2025 volvimos a desarrollar ***Green Week,*** una semana llena de actividades de voluntariado como así también acciones de concientización. Asimismo, nos sumamos a la **Hora del Planeta**, apagando las luces de todo nuestro edificio central, apoyando a la Fundación Vida Silvestre como Aliados de esta edición. Para más información dirigirse a la sección Comunidad- eje cambio climático.

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

Conciencia sobre los Residuos:

- Día Mundial del Reciclaje
- Día Internacional libre de bolsas plásticas

Conciencia sobre los Recursos:

- Día Mundial de la Eficiencia Energética
- Día Mundial del Agua
- Día Internacional de la Madre Tierra
- Día Mundial del Medio Ambiente

Conciencia sobre Biodiversidad y cambio climático:

- Día Mundial de la Vida Silvestre
- Día Internacional de la Diversidad Biológica
- Día Mundial de los Océanos





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 2025 utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 usado: GRI 1: Fundamentos 2021

Estándar GRI	Contenido		Página / Respuesta
CONTENIDOS GENERALES			
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1	Detalles de la organización	7; Nota 1
	2-2	Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	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; 53; Nota 5
	2-7	Empleados	34; Nota 6
	2-8	Trabajadores que no son empleados	Nota 7
	2-9	Estructura y composición de gobernanza	16-17; Nota 8
	2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	16-17; Nota 9
	2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	16-17
	2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	16-21
	2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	18; Nota 10
	2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Nota 11
	2-15	Conflictos de interés	Nota 12
	2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	12; Nota 13
	2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Nota 14
	2-19	Políticas de remuneración	Nota 15
	2-20	Proceso para determinar la remuneración	39; Nota 16
	2-21	Ratio de compensación total anual	Nota 17
	2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	3; 4; 11-12
	2-23	Compromisos y políticas	11-12; 19-22; 26-31; 39; 42; 46; 48-55; Nota 18
	2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	11-12; 19-22; 26-31; 39; 42; 46; 48-55
	2-25	Procesos para remediar impactos negativos	22
	2-26	Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	22
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	Nota 19
	2-28	Afiliación a asociaciones	47
	2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	13-14
	2-30	Acuerdos de negociación colectiva	39; Nota 20

Estándar GRI	Contenido		Página / Respuesta
TEMAS MATERIALES			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1	Proceso para determinar los temas materiales	13
	3-2	Listado de temas materiales	13
CONDUCTA EMPRESARIAL			
Ética, transparencia e integridad en la cultura corporativa			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	22; Nota 18
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	22
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	22; 48-55
	205-3	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Nota 21
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Nota 22
GRI 415: Política pública 2016	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Nota 23
Prevención de fraude y lavado de dinero			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	22, Nota 18
Gestión de riesgos			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	19-21
Inversiones con criterios ESG			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	57-59
Gestión responsable de la cadena de valor			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	19-21; 48-55
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	52-55
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	52-55
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	52-55
Innovación tecnológica y uso responsable de la inteligencia artificial			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	29

Estándar GRI	Contenido		Página / Respuesta
CAMBIO CLIMÁTICO Y ECONOMÍA CIRCULAR			
Cambio climático: mitigación, adaptación y riesgos asociados al negocio			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	11-12; 19-21; 57-60
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	19-21; 57-60
GRI 102: Cambio climático 2025	102-1	Plan de transición para la mitigación del cambio climático	11-12; 57-60
	102-2	Plan de adaptación al cambio climático	11-12; 57-60
	102-4	Objetivos de reducción de emisiones de GEI y progreso	57-59
	102-5	Emisiones de GEI de alcance 1	59
	102-6	Emisiones de GEI de alcance 2	59
	102-7	Emisiones de GEI de alcance 3	59
	102-8	Intensidad de las emisiones de GEI	59
Gestión eficiente de los recursos naturales y economía circular			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	11-12; 57-62
GRI 103: Energía 2025	103-1	Políticas y compromisos en materia de energía	11-12; 60
	103-2	Consumo de energía y autogeneración dentro de la organización	60
	103-4	Intensidad energética	60
GRI 306: Residuos 2020	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	61
	306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	61
	306-3	Residuos generados	61
CLIENTES Y USUARIOS			
Transparencia y acceso a información clara y de calidad para los clientes			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	24; 31
Calidad de atención y acompañamiento al cliente			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	26-28
Fortalecimiento e involucramiento con socios estratégicos			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	48-51
Privacidad de los datos y ciberseguridad			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	29
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 24
Prevención de riesgos y conciencia aseguradora para una protección integral			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	31
Productos y servicios sostenibles e inclusivos			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	31

Estándar GRI	Contenido		Página / Respuesta
COLABORADORES Y COMUNIDADES			
Contribución a la comunidad			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	31; 41-47
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	Nota 25
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Nota 26
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	31; 41-47
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	31; 41-47
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	42; Nota 27
Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	16-17; 34; 39
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	Nota 8
GRI 401: Empleo 2016	401-3	Permiso parental	Nota 28
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	16-17; 34; Nota 29
	405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	39
Desarrollo y condiciones laborales de los colaboradores			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	34-38; 40
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Nota 30
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1	Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	Nota 31
GRI 401: Empleo 2016	401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Nota 32
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	40
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	Nota 33
	404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	35; Nota 34
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	36
Respeto a derechos laborales			
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3	Gestión de temas materiales	19-22; 39-40; 54
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1	Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	39
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	54
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	40; 54

Nota 1
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 sociales:

- 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.

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.

El 11/09/2025, la Superintendencia de Seguros de la Nación aprobó, mediante la Resolución SSN N.° 485, la fusión entre las entidades Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y Zurich Aseguradora Argentina S.A. La misma tiene efectos operativos a partir del 01/10/2025, resultando como sociedad absorbente Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y como sociedad absorbida Zurich Aseguradora Argentina S.A

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 2025, 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 2025 a junio 2026, 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 el mes de noviembre 2026. Dejamos a disposición el punto de contacto para cuestiones relacionadas con el informe o la información presentada: arz.sustentabilidad@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 2025 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 2025 no hubo una fluctuación significativa en la plantilla de la Compañía.

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.

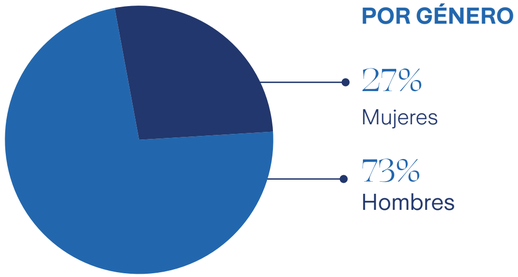
CANTIDAD DE COLABORADORES (1)	2025		2024	
Cantidad de colaboradores por contrato y región	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Total	**777**		**822**	
Contrato fijo	**380**	**397**	**401**	**421**
CABA	361	374	383	397
Prov de Buenos Aires	4	10	4	10
Interior del país	15	13	14	14
Contrato a tiempo completo	**337**	**377**	**351**	**397**
CABA	318	354	333	373
Prov de Buenos Aires	4	10	4	10
Interior del país	15	13	14	14
Contrato a tiempo parcial	**43**	**20**	**50**	**24**
CABA	43	20	50	24
Prov de Buenos Aires	0	0	0	0
Interior del país	0	0	0	0

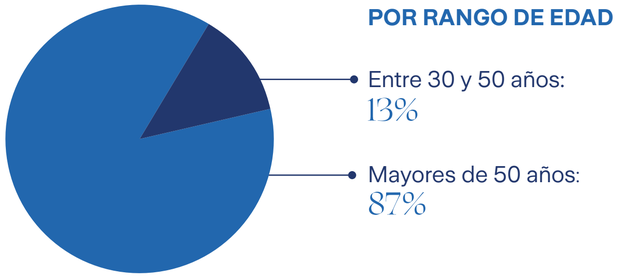
(1) Los datos incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina. No contamos con trabajadores por horas no garantizadas, ni trabajadores con contrato temporal.

Nota 7
Contamos con 18 trabajadores que no son empleados. Son trabajadores eventuales y realizan tareas operativas.

Nota 8
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. 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*





Todos los miembros del *Management Team* son argentinos.

Nota 9
En el proceso de selección y designación del *Management Team* 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.

Nota 10
Respecto de la toma de decisiones y delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos, los miembros del *Management Team* tienen la facultad de delegar tareas en sus reportes. Sin embargo, la responsabilidad final por las decisiones de cada área y por la gestión de los impactos asociados recae en el Director correspondiente. Cada dirección está liderada por un representante del *Management Team*, quien es responsable de velar por el cumplimiento de la estrategia.

Nota 11
Durante el proceso de recolección de la información se incluye al *Management Team* para que puedan velar por la información brindada. Una vez finalizado el proceso, se presentan los resultados para su revisión y aprobación final.

Nota 12
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. Además de la política de Grupo, Zurich cuenta con un *Local Standard* (LS) de Conflicto de Intereses aprobado por el CEO local.

El Formulario de Declaración de Conflictos de Interés se firma al momento del ingreso del colaborador. En dicho documento se define qué se considera un conflicto de interés y se solicita al colaborador que declare si posee o no un conflicto o compromiso externo en relación con la política de Zurich. Adicionalmente, de manera anual se lleva adelante una campaña de actualización de Conflicto de Interés, en la cual todos los colaboradores deben confirmar si poseen un conflicto vigente o no. En los casos en que se declare un conflicto o compromiso externo, el colaborador se compromete a presentar el formulario correspondiente debidamente completado y firmado por su *Line Manager* dentro del plazo establecido. El 100% de los nuevos colaboradores firmaron el Formulario de “Declaración de conflictos de interés”. Alcanza a todos los empleados y a proveedores, contratistas de Zurich.

Nota 13
Existe un plan de capacitación y desarrollo para el *Management Tea*m, definido de acuerdo con las funciones de cada integrante

Nota 14
Respecto de la evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno, anualmente se realiza una evaluación del desempeño del *Key Risk Taker* de la Business Unit (BU), basada en indicadores específicos que permiten valorar la pertinencia de las decisiones adoptadas. En caso de identificarse desvíos, estos se incorporan como objetivos de mejora para el siguiente período de evaluación.

Nota 15
En cuanto a la remuneración del *Management Team*, 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.

Nota 16
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. 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 17
Por motivos de confidencialidad, no se reporta el indicador de referencia.

Nota 18
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
- Guia 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 dentro del *Compliance Risk Universe*, gestionar las capacitaciones y realizar un monitoreo del alcance; a excepción de las políticas de fraude que son aseguradas por Legales.

Nota 19
Durante el período 2025 no recibimos multas ni sanciones por incumplimiento normativo ante la Superintendencia de Seguros de la Nación.

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 20
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 21
Durante 2025 no hubo casos de corrupción confirmados ni denuncias recibidas relacionadas con el soborno, la corrupción y el blanqueo de capitales.

Nota 22
En 2025 no tuvimos incumplimientos de legislaciones que regulan la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

Nota 23
Durante 2025 no realizamos contribuciones a partidos y/o representantes políticos.

Nota 24
Durante 2025 se recibió una solicitud de supresión la cual fue resuelta en tiempo y forma, brindando respuesta al solicitante.

Por otra parte, durante 2025 no registramos casos de filtraciones, robos o pérdidas de datos de clientes. Contamos con dos vías principales para la identificación de incidentes relacionados con filtraciones, robos o pérdidas de datos de clientes:

1. *Data Loss Prevention (DLP)*: Disponemos de políticas y reglas de prevención de fuga de información implementadas en tres capas:

- Servicios Cloud de Microsoft 365 (SharePoint y OneDrive), monitoreando el manejo de información sensible en repositorios colaborativos.
- Endpoint, controlando la transferencia de datos en los dispositivos de los colaboradores.
- Correo electrónico, detectando y bloqueando el envío de información confidencial o de clientes a destinatarios no autorizados.

2. Monitoreo centralizado del Grupo Zurich: A través del centro de operaciones de seguridad del Grupo, realizamos la identificación y gestión de alertas utilizando principalmente herramientas de EDR (Endpoint Detection & Response), que permiten detectar comportamientos anómalos, amenazas avanzadas y posibles compromisos de datos en tiempo real.

Ante la detección de un incidente por cualquiera de estas vías, activamos el proceso de gestión de incidentes que contempla la clasificación, contención, investigación, remediación y, de corresponder, la notificación a las áreas y autoridades pertinentes conforme a la normativa vigente.

Nota 25
Los datos correspondientes al ejercicio anterior, presentados en el Reporte de Sustentabilidad 2024, fueron re expresados conforme a la variación inflacionaria (Patrimoniales al 30/6/2026 y Vida al 31/12/2025).

PATRIMONIALES[1]		
Valor económico generado y distribuido (VEGD) Unidad de medida: Pesos (en millones)	**2025/26[2]**	**2024/25[3]**
Valor económico generado	**686.279**	**636.072**
Ingresos	**686.279**	**636.072**
Valor económico distribuido	**752.530**	**698.096**
Costos de operaciones	**645.209**	**580.025**
siniestros	389.927	409.627
gastos	255.282	170.398
Salarios y beneficios de los empleados	**74.475**	**59.600**
Pagos a proveedores de capital	-	**33.000**
Pagos al gobierno[4]	**32.731**	**25.321**
Inversión en la comunidad[5]	**115**	**150**
Valor económico retenido (valor económico generado menos valor económico distribuido)	**-66.251**	**-62.024**

(1) El 11/09/2025, la Superintendencia de Seguros de la Nación aprobó, mediante la Resolución SSN N.º 485, la fusión entre las entidades Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y Zurich Aseguradora Argentina S.A. La misma tiene efectos operativos a partir del 01/10/2025, resultando como sociedad absorbente Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y como sociedad absorbida Zurich Aseguradora Argentina S.A
(2) El período fiscal abarca julio 2025 a junio 2026.
(3) El período fiscal abarca julio 2024 a junio 2025.
(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)	**2025**	**2024**
Valor económico generado	317.529	307.121
Ingresos	317.529	307.121
Valor económico distribuido	341.913	302.158
Costos de operaciones	295.293	250.269
siniestros/rescates	244.996	205.240
gastos	50.297	45.029
Salarios y beneficios de los empleados	15.832	17.427
Pagos a proveedores de capital	15.000	20.000
Pagos al gobierno[2]	15.733	14.414
Inversión en la comunidad[3]	55	48
Valor económico retenido (valor económico generado menos valor económico distribuido)	-24.384	4.963

(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 26
Durante 2025 no recibimos asistencia financiera por parte del gobierno.

Nota 27
Buscamos desarrollar programas con la comunidad en el 100% de las provincias en donde nos encontramos presentes.

Nota 28

Licencia por maternidad y paternidad[1]				
	2025		2024	
Cantidad de empleados	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Cantidad total de empleados que tuvieron derecho al permiso parental	380	397	401	421
Tasa de regreso al trabajo[2]	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
a. Cantidad de empleados que hicieron uso efectivo de la licencia por nacimiento.	13	20	14	21
b. Cantidad de empleados que retornaron al trabajo en el período objeto del informe después de finalizar la licencia por nacimiento.	13	20	14	21
Tasa de retención[3]	92,31%	75,00%	100,00%	100,00%
c. Cantidad de empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado.	13	20	14	21
d. Cantidad 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.	12	15	14	21

(1) Los datos incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.
(2) 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.).
(3) 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.).

Nota 29

Colaboradores por categoría laboral y edad [1]	2025			2024		
	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	10	22	0	11	20
Gerentes	0	50	20	0	51	22
Team Leaders	3	33	16	2	36	13
Analistas	133	313	91	141	329	89
Staff [2]	60	25	1	67	36	5

(1) Los datos incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.
(2) Los datos de 2024 fueron ajustados respecto al reporte anterior.

Nota 30
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 31
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.

Nota 32

Nuevos empleados contratados [1]	2025 (cant)	2025 (%)	2024 (cant)	2024 (%)[2]
TOTAL	65	8,37%	102	12,41%
Por género				
Femenino	34	8,95%	53	13,22%
Masculino	31	7,81%	49	11,64%
Por edad				
Menores de 30 años	50	25,51%	76	36,19%
Entre 31 y 50 años	15	3,48%	24	5,18%
Mayores de 51 años	0	0,00%	2	1,34%
Por Región				
CABA	62	8,44%	98	12,56%
Prov de Buenos Aires	1	7,14%	1	7,14%
Interior del país	2	7,14%	3	10,71%

(1) Los datos incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.
(2) Los datos de 2024 fueron recalculados respecto al reporte anterior.

Bajas del personal[1]	2025 (cant)	2025 (%)	2024 (cant)	2024 (%)[2]
Total	**86**	**11,07%**	**78**	**9,49%**
Por Género				
Mujeres	43	11,32%	37	9,23%
Hombres	43	10,83%	41	9,74%
Por Edad				
Menores de 30 años	22	11,22%	27	12,86%
Entre 31 y 50 años	42	9,74%	33	7,13%
Mayores de 51 años	22	14,67%	18	12,08%
Por región				
CABA	81	11,02%	65	8,33%
Prov de Buenos Aires	1	7,14%	6	42,86%
Interior del país	4	14,29%	7	25,00%

(1) Los datos incluyen a los colaboradores regionales que tienen sede en Argentina o trabajan desde Argentina.
(2) Los datos de 2024 fueron recalculados respecto al reporte anterior.

Nota 33

Promedio de horas de formación por empleado [1]	2025	2024
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) Calculado como el promedio de horas por colaborador por layer
(2) Directores que forman parte de la nómina de empleados de Zurich.

Nota 34

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.

9. Agradecimientos

Agradecemos especialmente a quienes contribuyeron a la realización de este Reporte de Sustentabilidad. Su participación, compromiso y aporte de conocimiento hicieron posible reflejar los principales avances, iniciativas y resultados que acompañan nuestra evolución hacia una gestión sostenible.

Asesoría técnica:
LB Consultora ESG
https://consultoraesg.com.ar/

