

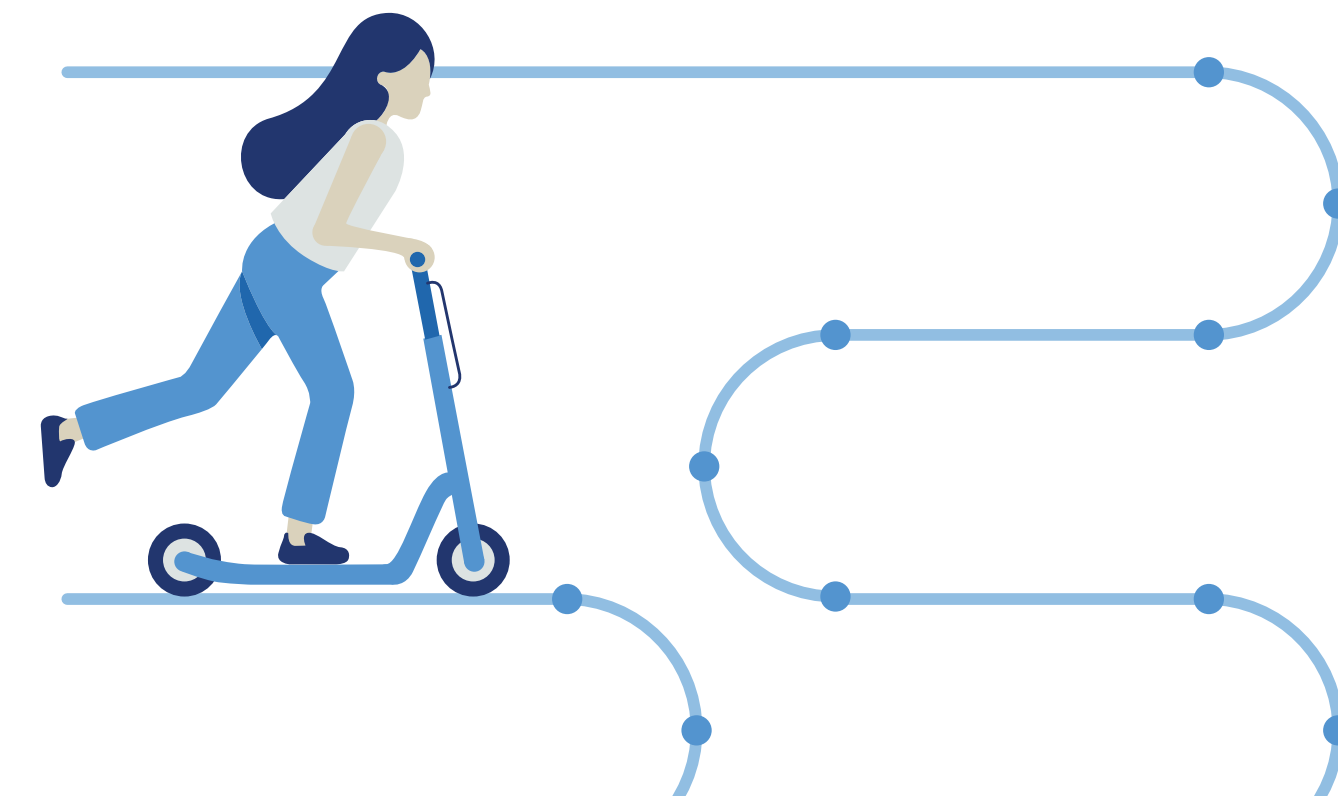
Reporte de Sustentabilidad

2023



ÍNDICE

| | | | | | | | |
|---|----|--|----|---|----|---|----|
| → Introducción | 1 | → Gobernanza Responsable | 22 | → Colaboradores, comunidad y aliados | 43 | → Planeta | 67 |
| Sobre este reporte | 3 | Nuestro impacto en números | 23 | Colaboradores | 44 | Nuestro impacto en números | 68 |
| Carta del CEO | 4 | Estructura de gobierno y comités | 24 | Nuestro impacto en números | 45 | Compromiso con el planeta | 69 |
| Mensaje de la Head of Communications & Sustainability | 5 | Gestión de riesgos y política de suscripción | 26 | Equipo y cultura | 46 | Gestión eficiente | 72 |
| | | Ética y anticorrupción | 28 | Formación y desarrollo | 47 | Gestión integral de residuos | 73 |
| | | Cumplimiento normativo | 29 | Comunicación con colaboradores | 48 | Promovemos la conciencia ambiental | 74 |
| → Zurich en Argentina | 6 | Protección de los Derechos Humanos | 29 | Diversidad e inclusión | 50 | Acciones contra el cambio climático: adaptación y resiliencia | 76 |
| Nuestro impacto en números | 7 | | | Relaciones laborales | 50 | | |
| Sobre Nosotros | 8 | → Clientes | 30 | Bienestar, salud y seguridad | 51 | → Tabla GRI | 77 |
| Nuestra Comunicación | 12 | Nuestro impacto en números | 31 | Comunidad | 52 | → Agradecimientos | 86 |
| Posicionamiento en el mercado | 12 | Productos y servicios | 32 | Nuestro impacto en números | 53 | | |
| Premios y reconocimientos que dan valor a nuestros días | 13 | Atención al cliente | 34 | Inversión social | 54 | | |
| | | Tecnología y digitalización | 38 | Socios estratégicos | 59 | | |
| → Compromiso con la Sustentabilidad | 14 | Protección de datos y privacidad | 39 | Nuestro impacto en números | 60 | | |
| Nuestro impacto en números | 15 | Propuesta de valor responsable | 40 | Proveedores | 63 | | |
| Estrategia de Sustentabilidad | 16 | Innovación | 42 | Nuestro impacto en números | 64 | | |
| Gobernanza de sustentabilidad | 18 | | | | | | |
| Nuestros grupos de interés | 18 | | | | | | |
| Análisis de materialidad | 19 | | | | | | |
| Inversión ESG | 21 | | | | | | |



Sobre este Reporte

Este es el primer Reporte de Sustentabilidad de Zurich Argentina (a lo largo del Reporte mencionado como Zurich Argentina, la empresa o la compañía). Las sociedades que forman parte de este reporte son: Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A.; Zurich Aseguradora Argentina S.A.; Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina; Zurich Argentina Compañía de Seguros de Retiro S.A.; y Zurich Compañía de Reaseguros Argentina S.A.

El Reporte tiene periodicidad anual y abarca el período del 1° de enero al 31 de diciembre de 2023, 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 2023 a junio 2024, coincidente con el cierre fiscal las sociedades Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y Zurich Aseguradora Argentina S.A.

Siguiendo las mejores prácticas internacionales, este Reporte fue elaborado utilizando como referencia los Estándares de *Global Reporting Initiative* (GRI) publicados en 2021 y formaliza nuestro compromiso

con los Principios para la Inversión Responsable (PRI por sus siglas en inglés para *Principles for Responsible Investment*) y de los Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI por sus siglas en inglés para *Principles for Sustainable Insurance*).

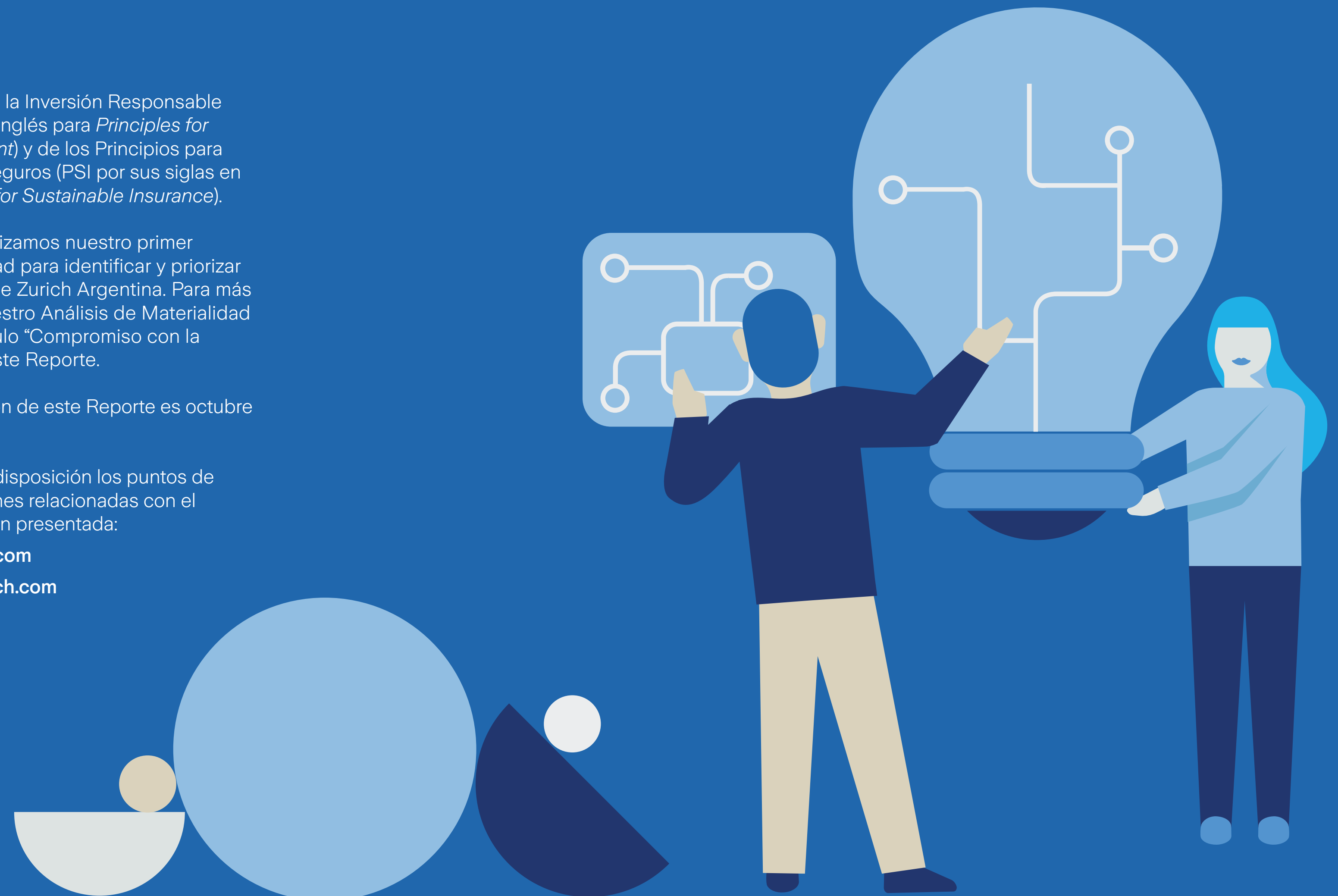
Además, este año realizamos nuestro primer Análisis de Materialidad para identificar y priorizar los temas materiales de Zurich Argentina. Para más información sobre nuestro Análisis de Materialidad 2023, recurrir al capítulo “Compromiso con la Sustentabilidad” en este Reporte.

La fecha de publicación de este Reporte es octubre de 2024.

Por último, dejamos a disposición los puntos de contacto para cuestiones relacionadas con el informe o la información presentada:

adriana.arias@zurich.com

rocio.martinez6@zurich.com



Carta del CEO

Nos enorgullece presentar nuestro primer Reporte de Sustentabilidad, que marca el inicio del camino de Zurich Argentina hacia una mayor transparencia en la comunicación de nuestra gestión Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG). Como líderes referentes del mercado de seguros, estamos comprometidos con la transformación de la industria y con impulsar la agenda que ésta debe enfrentar para su desarrollo sostenible. Somos parte del Zurich Insurance Group, con más de 150 años de experiencia en el mundo y 60 años en el país brindando soluciones de protección a los argentinos, tenemos una visión de largo plazo que nos permite crecer mientras ayudamos a construir un futuro mejor.

Este camino, que comenzamos a transitar hace varios años y es de largo aliento, conlleva un proceso de aprendizaje continuo, al mismo tiempo que requiere una mirada transversal que aporte valor a todo lo que hacemos y a todos los que integran el ecosistema de Zurich Argentina. Los principales pilares que guían esta visión y que se expresan en nuestra Estrategia de Sustentabilidad son la protección del planeta y de las personas, con atención especial a los desafíos del cambio climático, la desigualdad social y los intereses de nuestros clientes. Buscamos generar y promover un impacto positivo y real en la economía, la sociedad y el medio ambiente, y estamos comprometidos a contribuir a que la sociedad sea más resiliente a los riesgos.

Nuestro propósito está integrado en todas las áreas del negocio y se traduce en las soluciones que ofrecemos a nuestros más de 1.000.000 de clientes¹, innovando para estar más cerca y brindar productos y servicios que acompañen sus cambiantes necesidades, en impulsar la adopción de prácticas sostenibles a largo plazo, focalizarnos en el bienestar de nuestros más de 700 colaboradores, la forma de invertir nuestros activos corporativos, y trabajar en alianza con las 21 ONGs e instituciones para dar apoyo a la comunidad y fortalecer su resiliencia junto a 210 colaboradores voluntarios. Sumado a nuestro enfoque respecto del impacto ambiental, social y económico de nuestras acciones diarias. Nos fijamos objetivos ambiciosos de reducción de nuestras emisiones de carbono, como parte de nuestra contribución a una economía baja en carbono, y hemos obtenido progresos concretos: reducción del 81% en las emisiones de nuestras operaciones en comparación con 2019 (año base), y una disminución de 5.944 toneladas de CO2 en nuestra cartera de inversiones en relación con 2020.

Asimismo, contamos con un Gobierno Corporativo que alinea sus prácticas con altos estándares de ética, transparencia y anticorrupción, quienes además guían la gestión de los riesgos asociados y los mecanismos para su reducción. Es así como logramos destacar nuestros negocios, siendo considerados una de las aseguradoras referentes en

¹. Incluye clientes *Mass Retail Distribution*

el país gracias al esfuerzo de todos los integrantes de nuestra empresa y de la amplia red de canales y socios estratégicos con los que contamos.

Seguiremos avanzando en el camino de la sostenibilidad con determinación y una estrategia clara, alineados con los compromisos asumidos por Zurich Insurance Group. Y, dando un paso más en este sentido, por primera vez informamos nuestros objetivos y los progresos realizados en el año 2023.

De este modo, presentamos nuestro primer Reporte de Sustentabilidad de Argentina, que refleja el esfuerzo y la dedicación de todas las personas que integran el ecosistema Zurich en el país. Agradecemos al equipo de trabajo que participó con responsabilidad y compromiso en la elaboración de este Reporte, y los invitamos a explorar su contenido para conocer más sobre nuestras metas, objetivos y avances que demuestran nuestro compromiso y responsabilidad para crear valor y construir un futuro mejor.



Fabio Máximo Rossi
CEO Zurich Argentina



Mensaje de la Head of Communications & Sustainability

Compartir el primer Reporte de Sustentabilidad de Zurich Argentina es una excelente noticia para nosotros, es el resultado del recorrido que hemos transitado para llegar hasta acá, a la vez que el aprendizaje que rescatamos en el proceso.

En el mismo reflejamos nuestro compromiso de desarrollar nuestro negocio cuidando al planeta, a las personas y a nuestros clientes y esto se ve plasmado en las acciones que realizamos para disminuir la huella de carbono que generamos con nuestra operación, en las acciones con la comunidad y nuestros colaboradores, y la oferta de productos y servicios que acercamos a nuestros clientes.

Aprendimos mucho internamente, guiados por el Grupo Zurich y en colaboración con nuestro ecosistema. Siendo líderes referentes del mercado en Argentina, tenemos un rol muy importante para asumir el desafío de impulsar una cultura sustentable, nos apoyamos en la experiencia mundial como aseguradora y en los 60 años que cumplimos en Argentina. Así este primer reporte es un hito y una gran celebración en nuestro aniversario.

Construir un futuro mejor para las nuevas generaciones requiere de todos.



Adriana Arias

Head of Communications & Sustainability





01

Zurich en Argentina

Nuestro impacto en números

VIDA²

PATRIMONIALES³

- Share Zurich Argentina **6,6%** (3° puesto)
- Sede central en Buenos Aires
- **10 oficinas propias** en el interior
- **32 oficinas** de representación

Ventas netas
\$61.690
millones de pesos

Patrimonio neto
\$53.032
millones de pesos

ROE
48%

Valor económico generado
\$61.690
millones de pesos

Valor económico distribuido
\$48.670
millones de pesos

Valor económico retenido
\$13.020
millones de pesos

Ventas netas
\$182.045
millones de pesos

Patrimonio neto
\$100.433
millones de pesos

ROE
16%

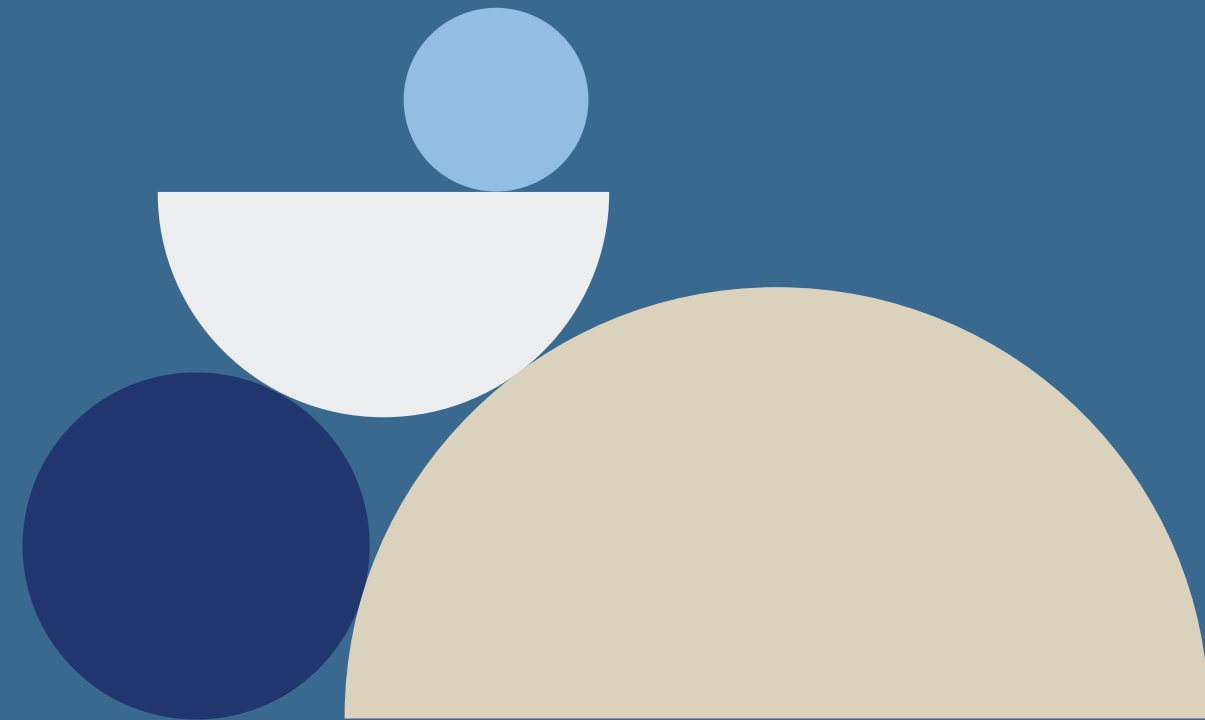
Valor económico generado
\$182.045
millones de pesos

Valor económico distribuido
\$287.203
millones de pesos

Valor económico retenido
-\$105.158
millones de pesos

2. Incluye a Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina. El período fiscal abarca desde enero a diciembre 2023.

3. Incluye Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y Zurich Aseguradora Argentina S.A. El período fiscal abarca desde julio 2023 a junio 2024.



Sobre Nosotros

Somos líderes referentes en el mercado asegurador y conducimos la transformación de la industria.

Brindamos soluciones en seguros y construimos relaciones duraderas sobre la base de valores compartidos. A través de nuestras compañías ofrecemos productos de seguros generales y de vida a personas, pequeñas y medianas empresas, así como a grandes compañías y multinacionales.

Este reporte refiere a la *Business Unit* Zurich Argentina, la cual forma parte de Zurich Insurance Group, y que 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 Ltd. Sucursal Argentina

- Zurich Argentina Compañía de Seguros de Retiro S.A.
- Zurich Compañía de Reaseguros Argentina S.A.

Es nuestro propósito ayudar a los clientes a entender los riesgos y a protegerse de ellos, respondiendo a sus necesidades con solvencia y compromiso. Nuestra cartera de productos se enfoca en la prevención y en el bienestar.

Buscamos lograr un impacto positivo e integrar la sustentabilidad en toda nuestra cadena de valor. Nos apalancamos en la ambición de continuar posicionándonos como líderes referentes de la industria guiados por nuestro propósito.



Para qué

#NuestroObjetivo

Para protegerte



Para inspirarte confianza



Para ayudarte a alcanzar tu máximo potencial.

Cómo

#NuestrosValores

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



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



Cumplimos nuestras **promesas y defendemos lo que es correcto.**

Qué

#NuestraEstrategia

Foco en el cliente

Mejorar la calidad de servicio para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes.



Simplificar

Una organización más ágil y con mejor capacidad de respuesta.



Innovar. Mejores productos, servicios, atención al cliente.

NOS CARACTERIZAMOS POR:

El futuro requiere de un modelo de negocios centrado en el cliente con propuestas transformadoras. En un mercado cada vez más competitivo, queremos diferenciarnos por innovar y repensar los seguros basados en las personas. Esto implica transformar el modelo de negocio basado en oferta a un modelo de demanda centrado en las necesidades de protección de las personas y las empresas.



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.



Solidez en la posición financiera

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



Ser una marca confiable

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



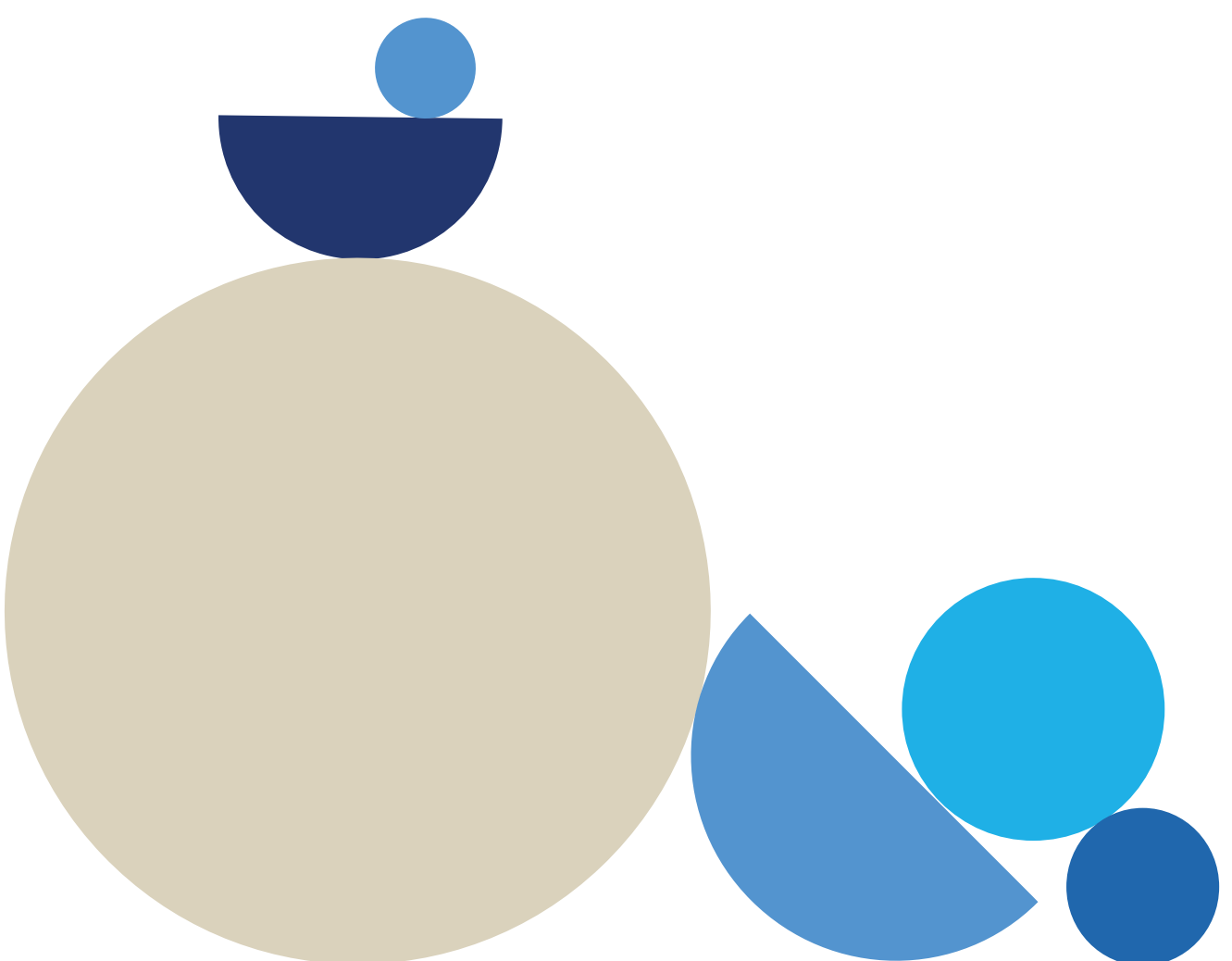
Alimentar una cartera equilibrada

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



Desarrollar a los empleados más talentosos

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.



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

Creamos valor sostenible haciendo el mejor uso posible de:

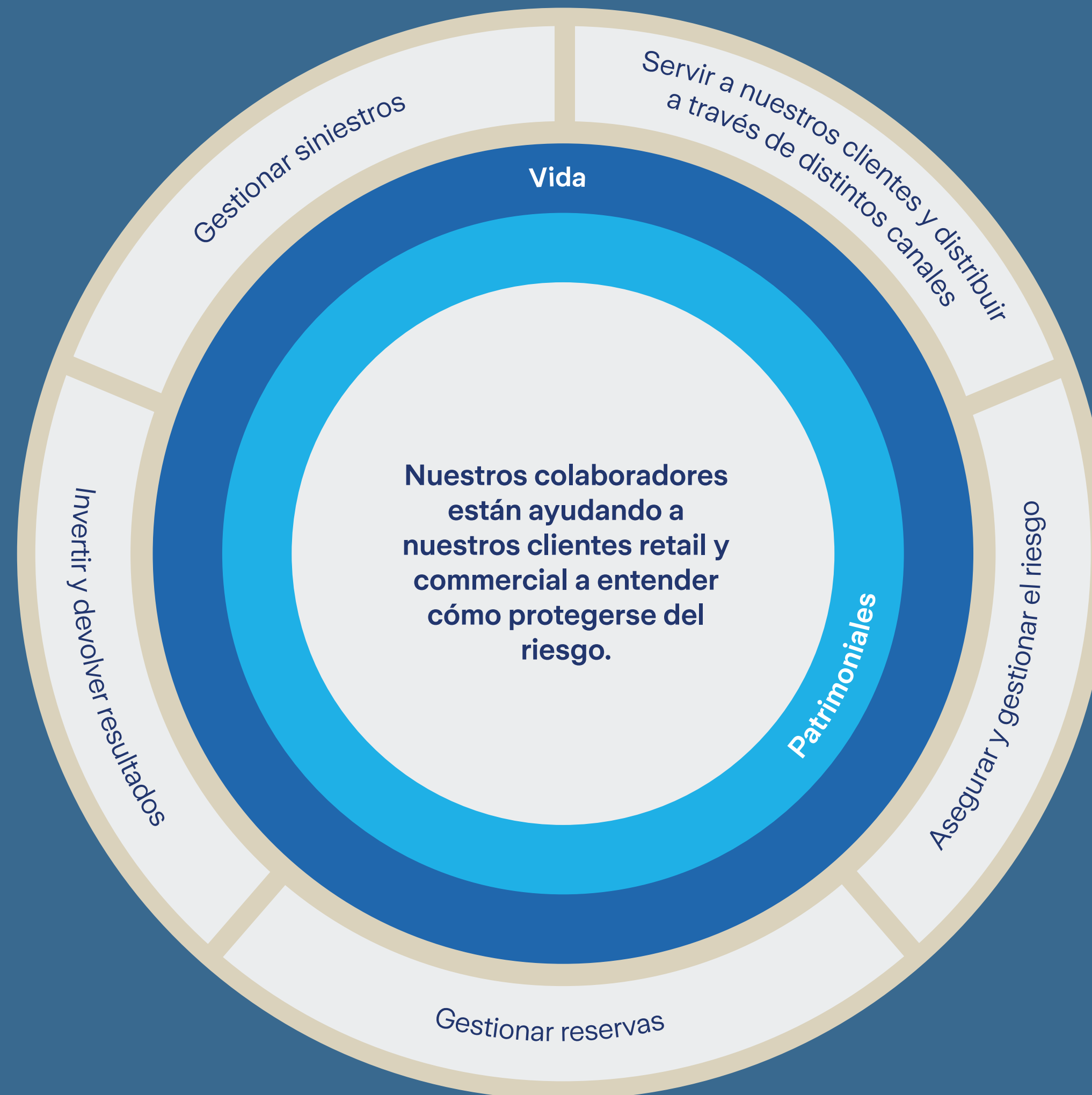
Capital

Experiencia

Conocimiento

Relaciones

Recursos naturales



Nuestro modelo de negocio nos permite crear valor para:

Clientes

Colaboradores

Socios estratégicos

Inversores

Comunidad y la sociedad

Para facilitar la accesibilidad de nuestros clientes tenemos presencia en Buenos Aires a través de nuestra sede central y en el interior del país a través de oficinas propias en Bahía Blanca, Córdoba, La Plata, Mar del Plata, Mendoza, Rosario, Salta, Neuquén, Posadas y San Miguel de Tucumán. Además, disponemos de oficinas de representación en diversas plazas.

Presencia en el país

- Sede central en Buenos Aires.
- 10 oficinas propias.
- 18 agencias de seguros de vida acreditadas.
- 80 organizaciones de seguros patrimoniales registradas.
- Más de 30 oficinas de representación exclusivas.



Nuestra comunicación

A través de nuestras acciones y mensajes de comunicación buscamos dar a conocer más la marca, y el reconocimiento que los potenciales clientes y las personas tienen hacia la empresa.

Lideramos desde la comunicación y las acciones. Ponemos el foco en impulsar la reputación de Zurich, difundir todo lo que hacemos, cómo brindamos servicios, nuestro trabajo con la comunidad, el rol social que tiene la compañía y su vocación de cumplimiento.

Queremos ser innovadores, repensar los seguros basados en las personas. Desde Zurich impulsamos el cambio de la industria pensando en el cliente. La persona está en el centro de todas nuestras decisiones y por eso toma un lugar relevante a la hora de crear nuestros planes de interacción.


 @zurich.ar


 Zurich Insurance


 @zurichenargentina


 @zurich.argentina


 www.zurich.com.ar

Posicionamiento en el mercado

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



| Apertura ¹ | | Share | Posición |
|------------------------------|--|-------|----------|
| Total (Patrimoniales + Vida) | Zurich Argentina | 6,6% | 3 |
| Patrimoniales | <i>Property</i> | 7% | 5 |
| Patrimoniales | <i>Marine</i> | 8,1% | 4 |
| Patrimoniales | RC | 8,4% | 5 |
| Patrimoniales | <i>Motor</i> ² | 5% | 8 |
| Patrimoniales | Combinado Familiar e Integrales ³ | 8,7% | 2 |
| Patrimoniales | Ingeniería | 7,5% | 5 |
| Patrimoniales | Agro | 7,2% | 5 |
| Vida | Total Vida | 12,3% | 1 |
| Vida | Vida Individual | 42,6% | 1 |

1. Incluye tanto individuos como empresa.
 2. Incluye motos y autos líneas personales y comerciales
 3. Incluye hogar (combinado familiar) e Integral de Comercio y Consorcio (Integrales).



Premios y reconocimientos que dan valor a nuestros días



#1 Seguros de Vida – Premios Prestigio Seguro, otorgado por Nuevos Bancos y Seguros (NBS). 11 años continuos de reconocimiento en este puesto.



Fabio Rossi, CEO Zurich Argentina, reconocido entre los 100 mejores CEOs más influyentes del país.



#1 Sector Seguros y **#39** Ranking general de Reputación Corporativa – Merco.

#1 Sector seguros – Los mejores de cada sector – Revista Prensa Económica.

#1 Sector seguros y **74** – en el Ranking general - *Influence 100 Empresas* – Horse.

#3 – Los top 10 que cumple sus promesas de pago - Nuevos Bancos y Seguros (NBS) y el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP).

#5 Seguros Patrimoniales y distinción especial: Visión estratégica - Premios Prestigio – Seguros 2023.

#32 – Empresas entre 200 y 1000 empleados. Mejores Empleadores – Revista Apertura.

#47 – Ranking de Grupos – En las 100° que más venden – Revista Mercado.

#68 – Ranking general y **#11** en el ranking sectorial de servicios financieros – Las 100 mejores en imagen – Revista Apertura.

Premio Persona de la Editorial Dossier y Premio Conciencia del Grupo Sol por nuestra *Green Week*.



02

Compromiso con la Sustentabilidad



Nuestro impacto en números

1er análisis de materialidad realizado:

+700

respuestas recibidas

23

temas materiales priorizados por nuestros stakeholders

En Zurich creemos que podemos tener un impacto positivo desde nuestro rol como aseguradora, inversora, empleadora y en la comunidad. Tenemos el conocimiento, las habilidades, las capacidades y el espíritu para marcar la diferencia.

Estamos comprometidos a contribuir a que la sociedad sea más resiliente a los riesgos, protegiendo a los clientes, a las personas y al planeta. Trabajamos con quienes comparten esta ambición a nivel global, regional y local. Juntos, nuestro impacto es mayor.



Contribución con **10 Objetivos** de Desarrollo Sostenible (ODS)



347%
Variación de la inversión ESG con respecto al año anterior



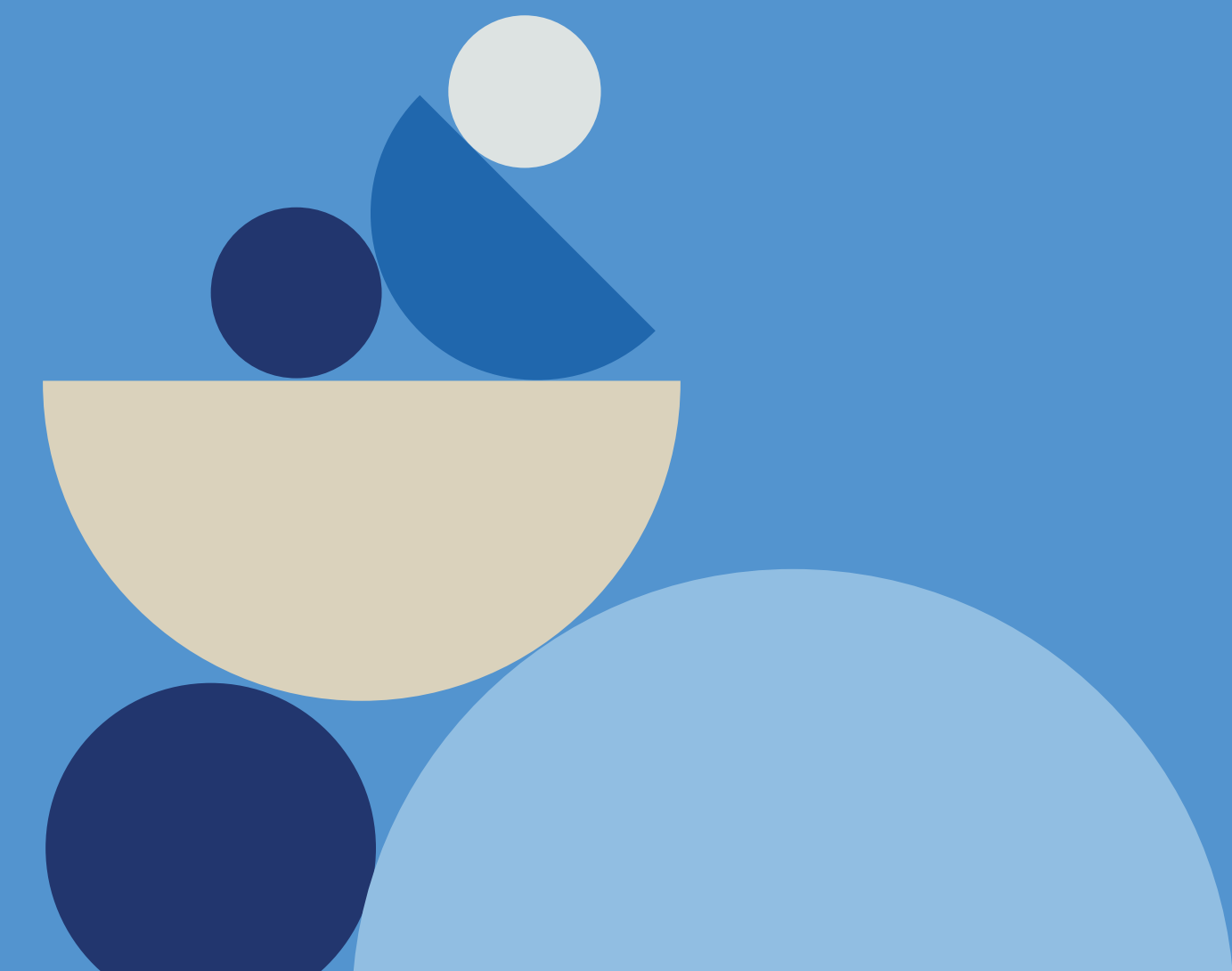
\$23.877,76 (Millones de pesos) invertidos en activos ESG



5.944 TonCO2eq
Reducción de las emisiones de nuestra cartera de inversión



2,18% de activos ESG sobre el total de la cartera de inversiones



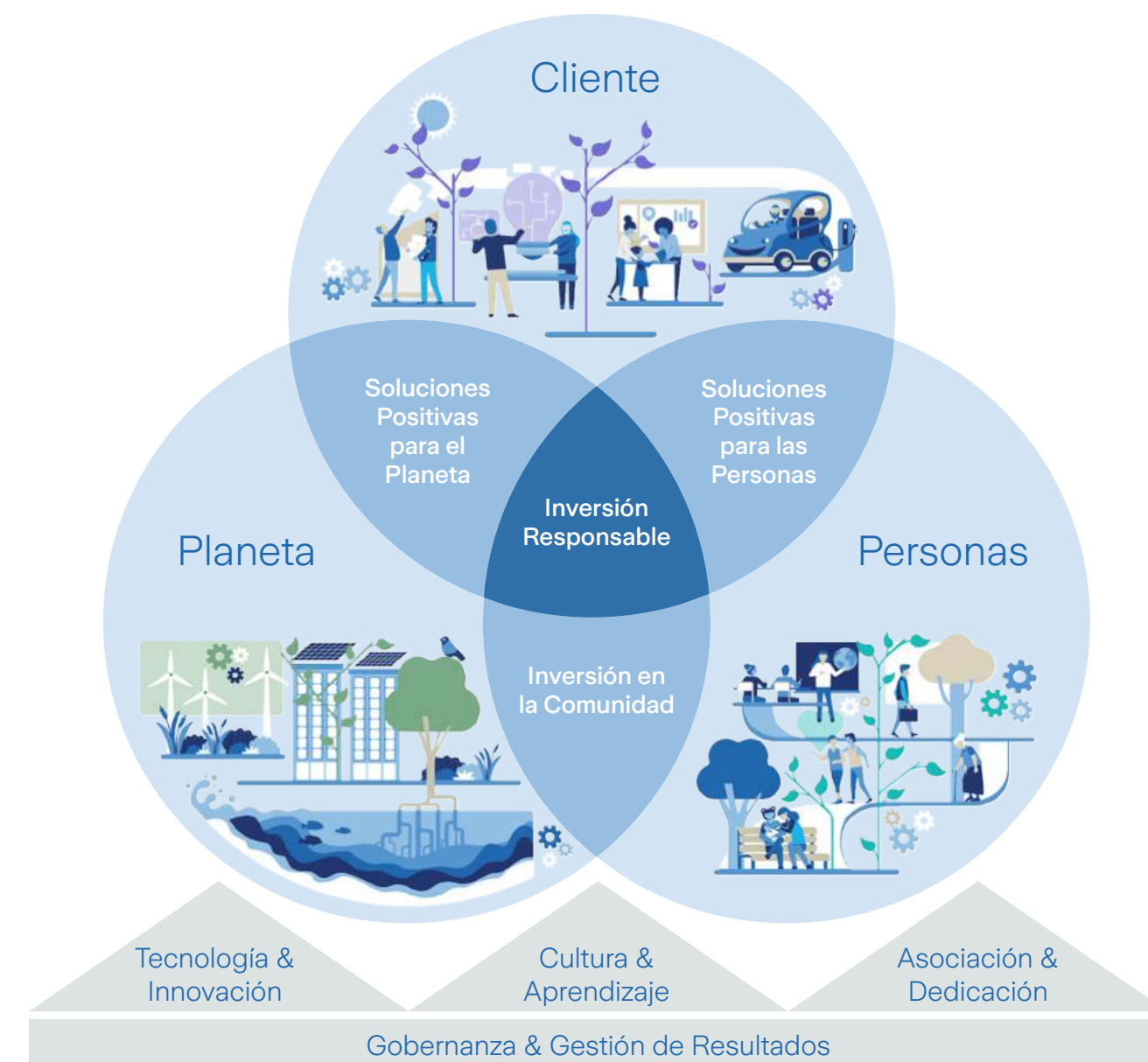
Estrategia de Sustentabilidad

Nuestra estrategia de sustentabilidad se centra en generar y promover un impacto positivo y real en la economía, la sociedad y el medio ambiente. Nuestro propósito como empresa aseguradora consiste en ayudar a las personas a asegurar las pequeñas

y grandes cosas de la vida. Implementamos la estrategia en Argentina para ayudar a proteger su futuro. Así, lo hacemos en el marco del compromiso de Zurich Insurance Group a través de productos, servicios e iniciativas que reflejan tanto nuestro

accionar para la comunidad –el cual promueve su bienestar y el desarrollo de la cultura y la educación– como nuestro accionar para el planeta. Clientes, personas y planeta son los pilares en los que nos focalizamos para crear un futuro mejor.

NUESTRA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD



| Pilar | Objetivo | Acción | Indicadores |
|--------------|---|--|---|
| PLANETA | Lograr resultados de cero emisiones netas, al mismo tiempo que ayudamos a mejorar la resiliencia de nuestro planeta y sociedad. | Reducir y mitigar las emisiones generadas por nuestras actividades a través de distintos instrumentos y acciones locales. | Huella de carbono Objetivos <i>Net-Zero</i> en suscripción, inversiones y operaciones. |
| PERSONAS | Promover escenarios basados en el bienestar, el desarrollo, la diversidad, la inclusión y la accesibilidad. | Garantizar 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. | Contratación Interna (<i>Internal Hiring</i>) Compromiso con la comunidad: Inversión Social y Voluntariado |
| CLIENTES | Apoyar la transformación hacia un futuro sustentable y acercarles un servicio accesible y asequible a nuestros clientes. | Ofrecer soluciones y productos de inversión centrados en la sostenibilidad. | <i>Sustainable Revenue</i> |

CONTRIBUIMOS A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS NACIONES UNIDAS:



Nuestro enfoque para abordar de manera proactiva los factores ambientales, sociales y de gobernanza como parte de nuestra actividad comercial diaria respalda varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Como empresa responsable y sostenible, nos enfocamos en destacar aquellos ODS en los que podemos tener mayor injerencia a través de nuestras actividades comerciales, inversiones y programas comunitarios.

COMPROMISOS Y RANKINGS INTERNACIONALES

Para ayudar a construir un futuro mejor y más próspero, en Zurich estamos comprometidos con un gobierno corporativo efectivo en beneficio de nuestros accionistas, clientes, empleados y otros grupos de interés en base a los principios de imparcialidad, transparencia y responsabilidad.

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

Además, Zurich Insurance Group es signatario de los Principios para la Inversión Responsable (PRI) y de los Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI) y forma parte de los siguientes rankings e índices⁴:

- » MSCI ESG1
- » ISS ESG
- » CDP - CDP Climate
- » Sustainalytics
- » FTSE4Good (ESG Rating)
- » Bloomberg Gender-Equality Index

4. Para mayor información acceder al link <https://www.zurich.com/sustainability/reporting/esg-ratings>



Gobernanza de la sustentabilidad

Consideramos que la sustentabilidad es una parte integral de nuestra estructura de gobierno, tanto a nivel global como local.

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



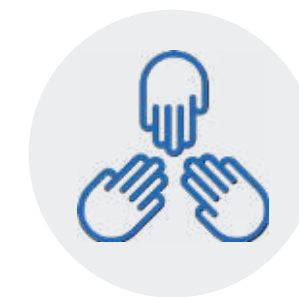
En Argentina:

- El CEO y los líderes de sustentabilidad participan de las instancias de planificación, monitoreo y revisión de resultados de los indicadores definidos para cada pilar de nuestra estrategia, considerando los lineamientos y objetivos globales como así también el contexto de nuestro país.
- El área de Comunicaciones & Sustentabilidad vela por el desarrollo y la implementación de la Estrategia local.
- Todas las semanas se llevan a cabo reuniones de directorio con los integrantes del *Management Team*, con un espacio para abordar los temas de sustentabilidad local.
- De manera trimestral se realizan las BUR (*Business Unit Review*), a nivel local, regional y global en donde se controla el avance de plan de negocio del año que incluye los indicadores de sustentabilidad.
- Contamos con indicadores de desempeño que nos permiten monitorear y evaluar nuestra *performance* contra los targets establecidos y compromisos asumidos.

Nuestros grupos de interés

Los grupos de interés son parte del ecosistema Zurich y son aquellos con los que interactuamos en nuestro día a día. El diálogo junto a ellos es

clave para poder identificar nuestros impactos y comprender la importancia de nuestro vínculo en la contribución al desarrollo sostenible.



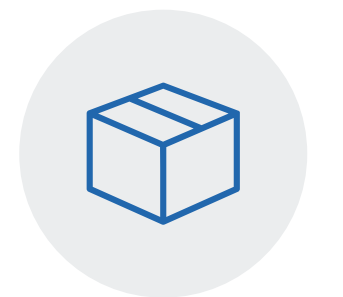
Colaboradores



Clientes



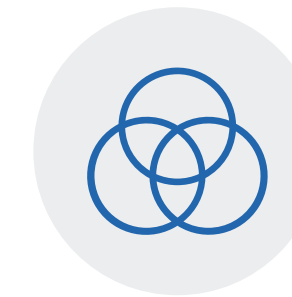
Productores y aliados de negocio



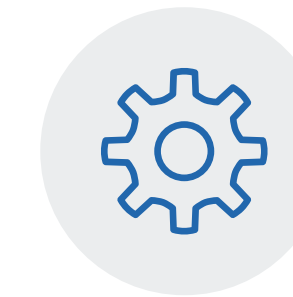
Proveedores



Fundaciones y ONGs



Cámaras y Asociaciones



Gobiernos y reguladores



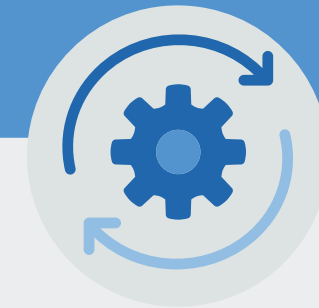
Accionistas

PARTICIPAMOS ACTIVAMENTE EN LA AGENDA LOCAL DE SUSTENTABILIDAD

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

Análisis de materialidad

Durante 2023 realizamos nuestro primer ejercicio de análisis de materialidad con el objetivo de identificar y priorizar los temas materiales que representan los impactos más significativos de Zurich Argentina, utilizando la metodología propuesta por los Estándares GRI.



Paso 1

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN:

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



Paso 2

IDENTIFICACIÓN DE TEMAS MATERIALES:

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

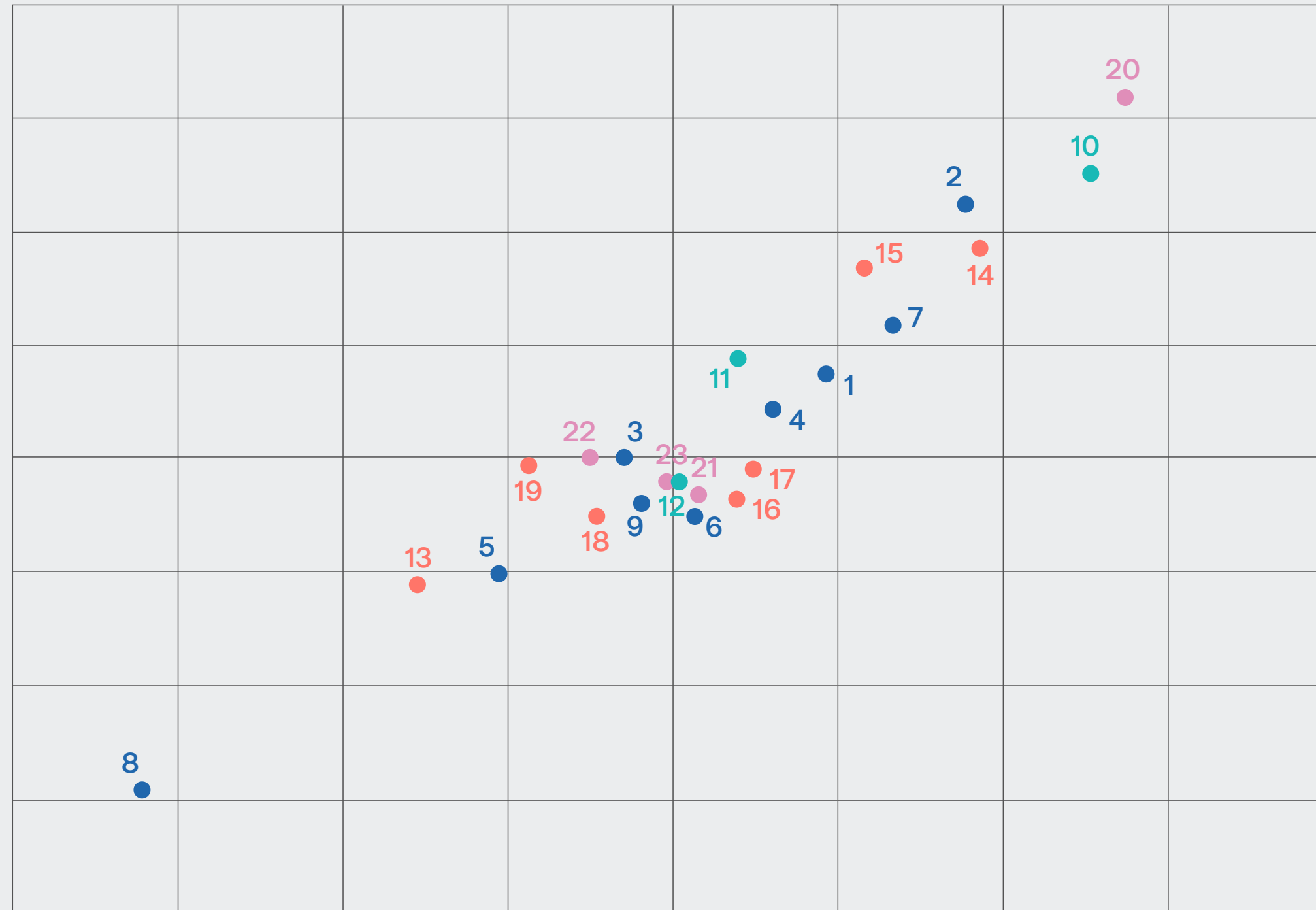


Paso 3

PRIORIZACIÓN EXTERNA Y VALIDACIÓN:

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

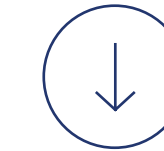
Importancia para los grupos de interés
(Materialidad de impacto social y ambiental)



Potencial de impacto futuro para el negocio y la sostenibilidad a largo plazo
(Materialidad financiera)

- Modelo de negocio
- Ambiente
- Social
- Gobierno

1. Proceso de venta claro y transparente hacia los clientes
2. Experiencia y bienestar del cliente
3. Inversiones responsables
4. Solidez y solvencia financiera
5. Gestión de riesgos
6. Productos y servicios accesibles y sostenibles
7. Privacidad de los datos y ciberseguridad
8. Competencia justa
9. Investigación, innovación y tecnología
10. Consumo responsable y eficiencia en el uso de los recursos naturales
11. Descarbonización, adaptación y riesgos del cambio climático
12. Economía circular
13. Derechos humanos
14. Bienestar, clima, salud y seguridad laboral
15. Contribución a la comunidad local
16. Prevención de la salud
17. Atracción y desarrollo de talento
18. Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades
19. Educación e inclusión financiera y de seguros
20. Ética, transparencia e integridad
21. Gobierno corporativo sólido y comprometido
22. Cadena de valor responsable
23. Cumplimiento normativo



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



Ética, transparencia e integridad



Consumo responsable y eficiencia en el uso de los recursos naturales



Experiencia y bienestar del cliente



Bienestar, clima, salud y seguridad laboral



Privacidad de los datos y ciberseguridad

Inversión ESG

En Argentina acompañamos el compromiso de Zurich Insurance Group de que nuestros portafolios elegibles logren las cero emisiones netas de carbono antes del año 2050 bajo el programa “Net-Zero Target Emission 2050”.

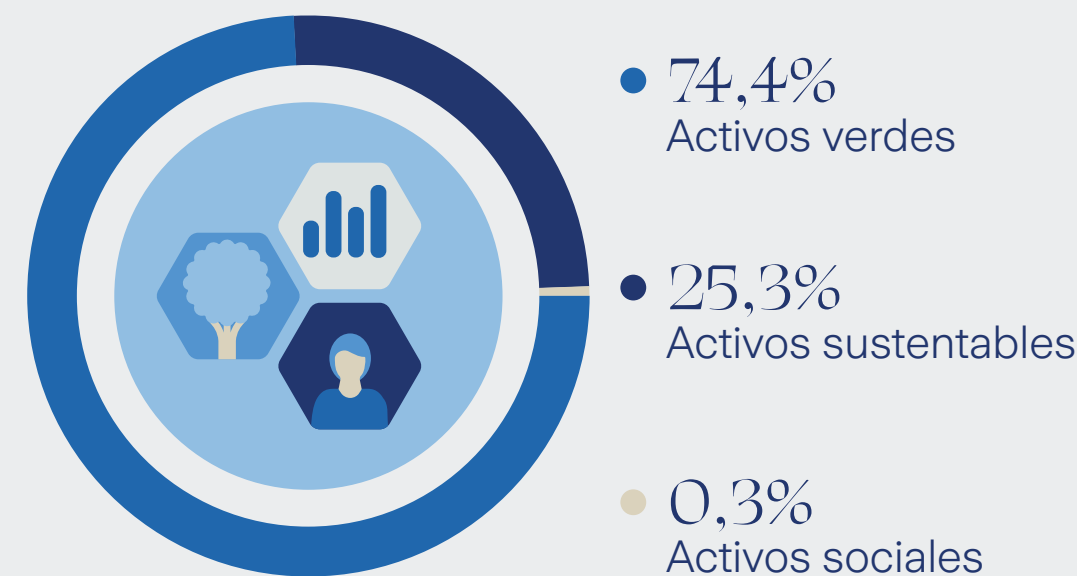
Como primer paso, nos hemos comprometido a reducir nuestra exposición en un 25% a activos asociados con estas emisiones para el 31 de diciembre de 2024. En línea con esta estrategia, nos enfocamos en la adquisición de bonos “verdes”, que se centran en temas ambientales y de energía renovable.

Para ello, hacemos uso de dos fuentes: los avales que BYMA (Bolsas y Mercados Argentinos) otorga a las emisiones de dichos activos y S&P Global Trucost, una división de la calificadora S&P. Es con la información de esta última fuente con la que efectuamos un monitoreo trimestral de esta métrica.

2,18%

de nuestra cartera de inversiones está conformada por activos ESG

PROPORCIÓN DE NUESTRA CARTERA SVS



Con relación a la emisión de carbono del portafolio, desde 2020 hasta diciembre 2023, hemos contribuido con una reducción neta de 5,94 mil toneladas de CO₂, pasando de 66,7 mil a 60,8 mil toneladas. Esto representa una reducción del 8,9% en la emisión de carbono de nuestro portafolio comparado con 2020, lo que nos acerca al objetivo estratégico del 25% para comienzos de 2025.

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

En cuanto a los riesgos relacionados con el clima, realizamos un seguimiento y análisis periódico de nuestras carteras de inversión y nos comprometemos a no reinvertir y/o vender activos asociados con riesgos climáticos físicos y de transición.

| Inversiones ESG | 2023 | 2022 |
|---|-----------|----------|
| Total de inversión en activos ESG (en millones de pesos) | 23.877,76 | 5.341,72 |
| Proporción de activos ESG sobre el total de la cartera de inversiones (%) | 2,18% | 1,85% |
| Variación de la inversión ESG con respecto al año anterior (%) | 347% | 21,6% |
| Reducción de la emisión de carbono del portafolio (tonCO ₂) desde 2020 ¹ | 5.944 | 10.000 |
| Variación de la reducción de la emisión de carbono del portafolio desde 2020 (%) ¹ | -8,9% | -16,1% |

1. La disminución en comparación con el año anterior se explica por la necesidad de adquirir créditos durante 2022 y 2023 como parte de una estrategia defensiva de nuestra cartera, lo que resultó en un incremento en la emisión de CO₂.



Governanza
responsable

Nuestro impacto en números

100%

de los empleados capacitados en *Compliance*

7 años

de antigüedad promedio del *Management Team*

100%

del máximo órgano de gobierno fue comunicado y recibió formación sobre las políticas y procedimientos de anticorrupción

51,8

edad promedio del *Management Team*

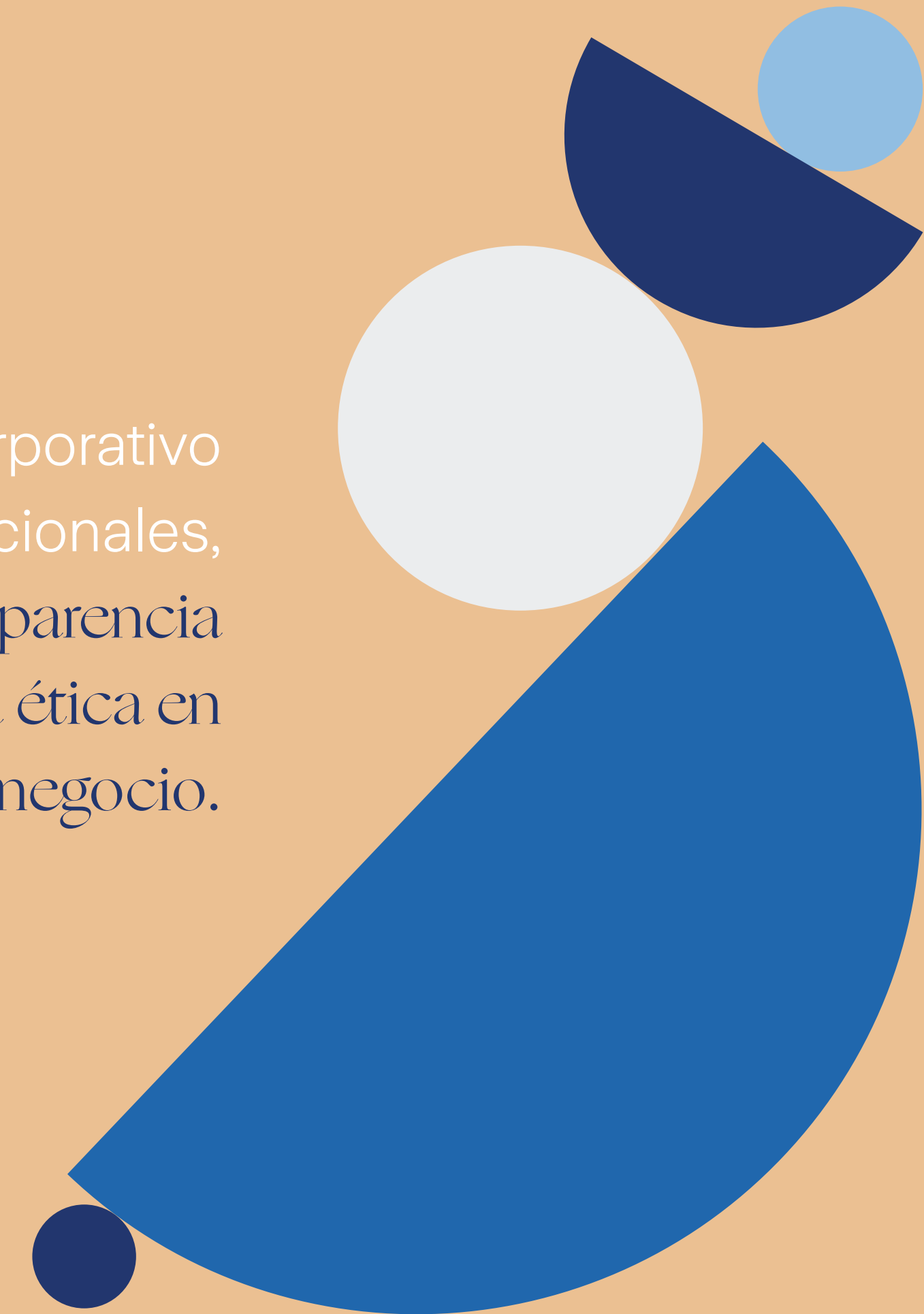
15

integrantes del *Management Team*

0 multas y sanciones

por incumplimiento normativo

Nuestro gobierno corporativo se rige por estándares internacionales, promoviendo la transparencia y la conducta ética en la gestión del negocio.

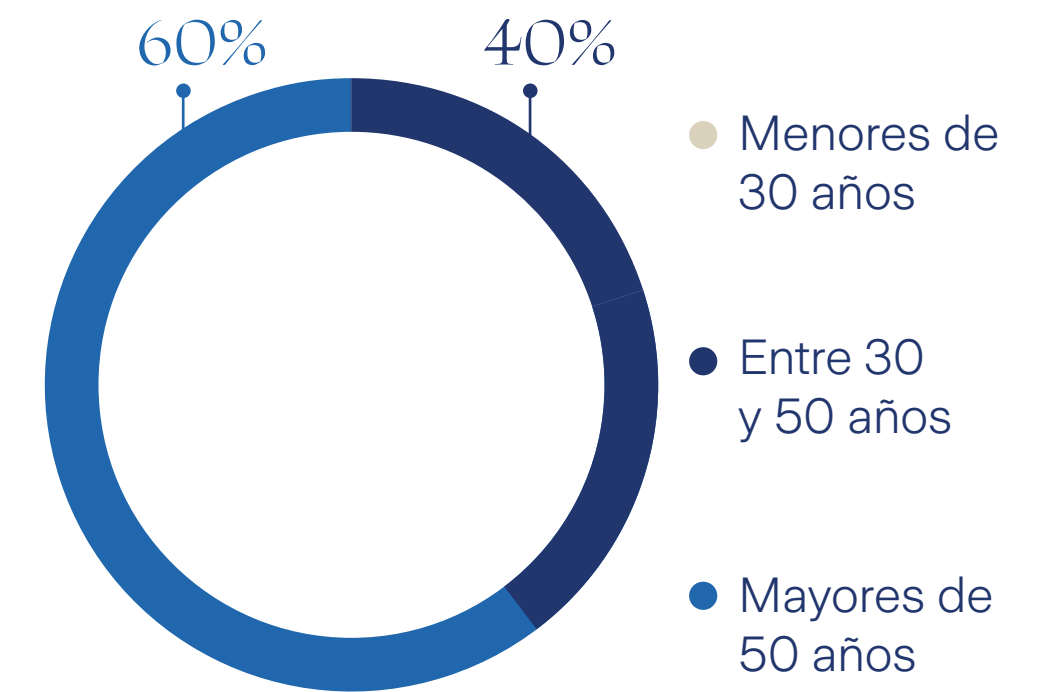


Estructura de gobierno y comités

En Zurich estamos comprometidos con un gobierno corporativo efectivo en beneficio de nuestros accionistas, clientes, empleados y otros grupos de interés en base a los principios de imparcialidad, transparencia y responsabilidad. Las estructuras, las reglas y los procesos están diseñados para una adecuada conducción de los negocios al definir los poderes y responsabilidades de sus cuerpos corporativos y empleados.

El máximo órgano de gobierno está representado por el *Management Team*, integrado por 15 directores de la unidad de negocio, con funciones y responsabilidades claramente definidas.

| Nombre y Apellido | Cargo | Antigüedad |
|-------------------------|---|------------|
| Fabio Máximo Rossi | Chief Executive Officer | 9 |
| Marcelo Castagna | Chief Financial Officer | 13 |
| Nora Alicia Vignolo | Chief Investment Officer | 5 |
| Santiago Alberto Hays | Chief Underwriting Office | 13 |
| Mariano Sidoti | Chief Claims Officer | 2 |
| Silvia Dulce | Chief Operations Officer | 8 |
| Diego Vecchi | Chief Risk Officer | 3 |
| Santiago Patricio Deane | General Counsel | 2 |
| Adriana Arias | Head of Communications & Sustainability | 9 |
| Pablo Gabriel Marcella | Human Resources Business Partner | 11 |
| Mauro Zoladz | Head of Customer Proposition | 10 |
| Alejandro Vega Cigoj | Head of Commercial Insurance | 13 |
| Leonardo Gastón Hani | Head of Mass Retail Distribution | 2 |
| Diego Javier Weiger | Head of Independent Agents Life | 2 |
| Dario Marcelo Smaldone | Head of Independent Agents GI | 2 |



Todos los integrantes del *Management Team* cumplen funciones ejecutivas y no son independientes.

Nuestro *Management Team* se destaca por su visión estratégica, liderazgo decisivo y una sólida base en conocimientos técnicos y financieros. Con habilidades en comunicación y gestión de riesgos, nuestros líderes aseguran decisiones informadas y alineadas con nuestros objetivos y compromisos. La interacción y relacionamiento con nuestro ecosistema de negocios están al servicio de crear una propuesta de valor que se define “*Value for Money*”, lo que requiere tener una gestión del negocio en el corto plazo sin perder la visión del largo plazo.



Selección y designación:

Durante el proceso de selección se realiza una terna, siempre se incluyen las personas que están en los planes de sucesión que se mapean todos los años para el *Management Team*. El proceso se inicia desde HR local y continua en HR regional y Zurich Insurance Group.



Toma de decisiones:

Los miembros tienen la facultad de decidir la delegación de tareas en sus reportes, pero siempre la responsabilidad final de las decisiones tomadas en cada área es del Director.



Delegación:

Cada dirección está liderada por un representante del *Management Team* que debe velar por el cumplimiento de la estrategia.



Capacitación:

Hay un plan de capacitación y desarrollo anual estipulado según sus funciones.



Conflictos de interés:

Existe una política que expresa el compromiso de Zurich Insurance Group con la eliminación de los conflictos de interés de todas sus actividades y transacciones.



Evaluación:

De manera anual, se realiza una evaluación al *Key Risk Taker* de la *Business Unit* (BU). Hay indicadores de cumplimiento específicos para evaluar la performance considerando si fueron apropiadas o no las decisiones tomadas. En el caso de haber desvíos, estos se incluyen dentro de los objetivos a evaluar en el próximo periodo.



Remuneración:

La política de compensaciones y beneficios promueve tanto el desempeño individual como el de la compañía, alineado con lo definido en la política de riesgo.

Comités

Contamos con múltiples comités⁵ para ejecutar las tareas de forma eficaz y profesional. Los mismos son integrados al menos por un miembro del órgano de administración en la medida que lo amerite el tema. El área de *Risk Management* envía de forma trimestral las minutas al Directorio.

- 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



Contamos con un Comité de Crisis y un protocolo de contingencia que busca establecer el modelo de acción ante la detección y alerta de situaciones de riesgo y estandarizar un protocolo de procesos internos y acciones de mitigación en pos de acompañar el plan de *Business Resilience* emergente. El Comité de Crisis está compuesto por asesores externos y por los equipos internos de diferentes áreas.

5. Para conocer las funciones de cada comité ingresar al Manual de Gobierno Corporativo disponible en: [click aquí](#)

Gestión de riesgos y política de suscripción

Contamos con una política de gestión del riesgo y manuales a nivel global, que se aplican a nivel local y se adecuan según el contexto en el cual se encuentre cada *Business Unit*. La *Zurich Risk Policy* – ZRP, establece el marco para la gestión y define el apetito de riesgo de la compañía.

Así, en Zurich utilizamos el modelo de las tres líneas de defensa en nuestro enfoque de gobierno y administración del riesgo corporativo. De esta forma, los riesgos tienen su responsable y se encuentran claramente identificados, evaluados, gestionados y monitoreados.

TRES LÍNEAS DE DEFENSA:

1ª línea:

todas las áreas que ejercen su función de cara al mercado deben cumplir con lo establecido en la política ZRP.

2ª línea:

el equipo correspondiente de *Compliance* y *Risk Management* realiza un *quality assurance* sobre el cumplimiento de la política ZRP.

3ª línea:

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

- **Manuales Zurich Risk Policy (ZRP):** actualizados anualmente por Zurich Insurance Group.
- **Ejercicio de Total Risk Profile – TRP:** definimos los riesgos estratégicos para el año siguiente, para establecer planes de acción y darle seguimiento trimestral.
- **Marco Integrado de Control Interno (ICIF):** se encuentran asociados a los riesgos financieros (ICFR) y riesgos de control interno (ICIF). El objetivo es establecer un marco uniforme que garantice que todas las actividades de todas las áreas de la compañía se realicen de acuerdo con los manuales del Grupo y que la evidencia sea adecuada y correcta.
- **RACE:** plataforma de gestión de riesgos que unifica los procesos establecidos por Zurich Insurance Group.
- **GAAP Assessment:** permite identificar los riesgos del área y definir controles asociados a una taxonomía de riesgo establecida.
- **SIBT (Sustainability in Business Transactions):** evaluamos a nuestros clientes corporativos con respecto a sus estándares ambientales, sociales y de gobernanza.

Para garantizar una adecuada gestión del riesgo se llevan adelante reuniones con diferente frecuencia entre equipos locales, regionales y de Zurich Insurance Group donde se comparten novedades, tests de cumplimiento, informes de auditorías y otros temas relacionados con la gestión.

Zurich Emerging Risk Radar

A nivel global, los riesgos emergentes de sostenibilidad se identifican y evalúan al menos una vez al año mediante la actualización del *Zurich Emerging Risk Radar*, que permite identificar, clasificar y preevaluar los desafíos emergentes. En la evaluación realizada en 2023, las tendencias emergentes fueron:

- Envejecimiento y salud.
- Inestabilidad económica.
- Medio ambiente y clima.
- Cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (ESG).
- Cambio en el panorama geopolítico, desarrollos tecnológicos e impactos en la sociedad.
- Cambio demográfico y social.

Contamos con el *Emerging and Sustainability Risk Committee* que actúa como un órgano asesor interdisciplinario y de negocios para asuntos de riesgo emergentes que podrían afectar materialmente el perfil de riesgo a corto y largo plazo de Zurich. El Comité propone acciones potenciales y difunde conocimientos sobre riesgos a las partes interesadas internas y externas.



Política de suscripción

Sustainability Underwriting Guideline

Aprobada formalmente en 2022 a nivel global, establece lineamientos respecto del compromiso asumido en materia de sustentabilidad desde la perspectiva de la suscripción.



- Derechos humanos:**
 Considera países e industrias de mayores riesgos para evaluar antes de generar nuevos negocios, evitando el trabajo infantil, trabajo forzoso y otros abusos contra los derechos humanos.
- Municiones prohibidas:**
 No se entablarán nuevas relaciones comerciales con empresas que producen, distribuyen o comercializan municiones prohibidas o minas terrestres antipersonal.
- Carbón y arenas petrolíferas:**
 Zurich no suscribirá ni invertirá en empresas que generen más del 30% de sus ingresos a partir de la extracción de carbón térmico, electricidad a partir del carbón, extracción de petróleo de arenas petrolíferas y/o extracción de esquisto bituminoso. Tampoco nuevas infraestructuras de minería de carbón o energía de carbón o de transporte diseñados para dichas industrias.

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

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





Ética y anticorrupción

100%

de los empleados capacitados en tiempo y forma sobre Código de Conducta, Crímenes Financieros, Anticorrupción, Protección de Datos, entre otros temas de *Compliance*.

El Código de Conducta⁶ de Zurich Insurance Group nos ayuda a mantener la reputación de marca de confianza mediante la articulación de las normas clave por las cuales nos regimos, en el marco de nuestro propósito y valores, para garantizar que llevamos a cabo nuestras actividades empresariales conforme a los estándares éticos, legales y profesionales más exigentes.

Mientras que las políticas locales de anticorrupción, protección & privacidad de datos, y prevención de fraude son aprobadas por el CEO de Zurich Argentina, el Código de Conducta es aprobado por el CEO de Zurich Insurance Group. Este Código se encuentra publicado en la web de Zurich, y contiene secciones sobre lucha contra el soborno y la corrupción, la protección de activos y prevención de fraude, y seguridad y privacidad de la información.

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



POLÍTICAS QUE GUÍAN NUESTRA GESTIÓN:

Política de ABC (*Anti-bribery and Corruption*)

Política de Prevención de Fraudes

Assessment anual de *Compliance* (CRA)

Assessment anual de fraude realizado por parte de *Risk Management*.

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

Zurich Ethics Line para colaboradores.

Vía web.

- Buzones en todos los pisos.
- Contacto directo a áreas de Legales, *Compliance* o Recursos Humanos, así como al *Line Manager*.
- Posibilidad de permanecer anónimo.

El *Triage Committee* compuesto por representantes de *Compliance*, Recursos Humanos y Legales revisa todas las Inquietudes sobre integridad.

Nuestros grupos de interés pueden canalizar alguna denuncia a través del libro de quejas⁷ que se encuentra disponible de manera online.

6. Para conocer el código de conducta ingresar al siguiente link: [Click aquí](#)

7. Libros de quejas online: [Click aquí](#)



Cumplimiento normativo

Utilizamos sistemas de gestión documental y herramientas de gestión colaborativas en línea a partir de la digitalización de archivos y procesos para facilitar el trabajo remoto, mejorar la colaboración entre equipos y reducir el consumo de papel.

A fin de asegurar el cumplimiento normativo contamos con un procedimiento para la identificación y comunicación de nuevas leyes y normativa. El mismo establece los lineamientos sobre el proceso para identificación, comunicación y cumplimiento de la nueva normativa dictada, y las áreas responsables.

Durante el período 2023 no recibimos multas ni sanciones por incumplimiento normativo.



Protección de los Derechos Humanos

Nos comprometemos a proteger los derechos humanos en nuestra área de influencia y a trabajar activamente para evitar la violación de estos derechos. Promovemos estándares internacionales de mejores prácticas para gestionar los posibles efectos adversos en los derechos humanos.

- 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.

Prestamos especial atención a las transacciones que puedan violar los derechos humanos y la prohibición del trabajo forzado.





Nuestro impacto en números

+750.000
clientes activos
al 31/12⁸

+970.000
pólizas activas
al 31/12

54,8
puntos de
TNPS⁹

41
puntos
de RNPS

4.851
usuarios registrados
en la plataforma
LiveWell

2 productos sustentables:
nomADN
y *LiveWell*

- *nomADN*: **\$31M** de *revenue*
- *LiveWell*: **\$30.000M** de *revenue*

Reclamos

- 16.049 de clientes individuales
- 106 de clientes empresas

Digitalización de pólizas:

- 68% de clientes individuales
- 96% de clientes empresas

4ta edición
del *Zurich Innovation Championship*

25.464
siniestros gestionados
(*ZTrack*)

11.532
siniestros gestionados
(*One & Done*)

Nuestra promesa:
el cliente está en el centro
de todo lo que hacemos
para brindarle soluciones
de protección a sus necesidades
reales y cambiantes.

8. No incluye clientes MRD (Mass Retail Distribution).
9. Correspondiente a la gestión de siniestros.

Productos y servicios

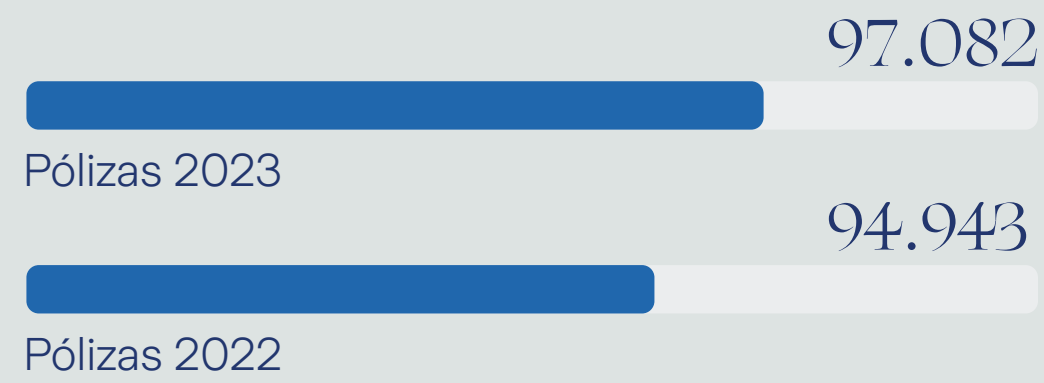


| | Producto |
|-----------------------|--|
| Seguros de Vida | Accidentes Personales |
| | Seguros de Vida Colectivo ¹ |
| | Zurich <i>Options</i> |
| | Zurich <i>Options Easy Life</i> |
| | Zurich <i>Invest Future</i> |
| | Zurich <i>Invest Future Joven</i> |
| | Zurich <i>Invest Advanced</i> |
| | Zurich <i>University</i> |
| Vida a término | |
| Seguros Patrimoniales | Agro |
| | Auto |
| | nomADN |
| | Caución |
| | Comercio |
| | Consorcio |
| | Servicio a Empresas de <i>Risk Engineering</i> |
| | Hogar (Mascotas) |
| | Líneas Financieras (D&O, PI) |
| | Operación y Construcción |
| | Protección en Vía Pública |
| | Responsabilidad Civil |
| | Todo Riesgo Operativo |
| | Transporte |

1. El producto Zurich Options Mujer fue discontinuado durante el 2023.

| Pólizas en stock de Clientes Individuos | | Pólizas 2023 | Pólizas 2022 |
|---|------------------|----------------|----------------|
| Seguros de Vida | Total | 878.891 | 837.921 |
| | Total | 33.365 | 39.293 |
| | AP | 33.365 | 39.293 |
| | Total | 157.759 | 157.970 |
| | Vida Colectivo | 56.905 | 59.799 |
| | Vida Ind. No UL | 4.190 | 5.083 |
| | Vida Ind. UL | 96.537 | 92.958 |
| | Vida Obligatorio | 127 | 130 |
| Seguros Patrimoniales | Total | 444.125 | 428.022 |
| | Agro | 4.452 | 2.473 |
| | Comercio | 19.712 | 19.680 |
| | Consorcio | 10.514 | 10.571 |
| | Cristales | 2 | 3 |
| | Hogar | 169.016 | 167.050 |
| | Incendio | 316 | 365 |
| | Robo | 240.113 | 227.880 |
| | Total | 243.642 | 212.636 |
| | Autos | 241.816 | 211.699 |
| | Motos | 1.826 | 937 |

Pólizas en stock de Clientes Empresa



Pólizas emitidas de Clientes Empresa



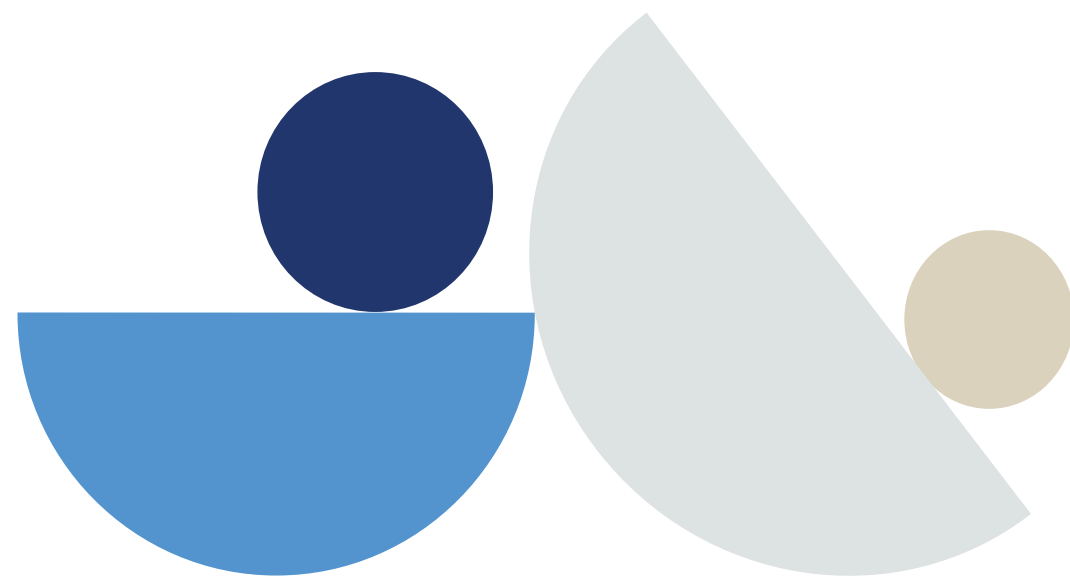
Clientes Individuos

| | Clientes 2023 ¹ | Clientes 2022 ¹ | |
|------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------|
| Seguros de Vida | Total | 691.585 | 667.204 |
| | Total | 32.669 | 37.965 |
| | AP | 32.669 | 37.965 |
| | Total | 136.114 | 137.015 |
| | Vida Colectivo | 52.512 | 55.079 |
| | Vida Ind. No UL | 4.088 | 4.947 |
| Seguros Patrimoniales | Vida Ind. UL | 80.949 | 78.460 |
| | Vida Obligatorio | 127 | 130 |
| | Total | 364.112 | 357.654 |
| | Agro | 2.085 | 1.405 |
| | Comercio | 18.076 | 18.145 |
| | Consorcio | 10.322 | 10.388 |
| | Cristales | 2 | 3 |
| | Hogar | 157.314 | 155.658 |
| | Incendio | 276 | 318 |
| | Robo | 214.128 | 205.827 |
| Total | 215.641 | 188.746 | |
| Autos | 214.308 | 188.090 | |
| Motos | 1.751 | 900 | |

Clientes Empresa



1. Se reporta la cantidad de clientes por producto. Un individuo puede ser cliente de más de un producto de seguro.



Atención al cliente

Nuestros clientes

Estar conectados con los clientes es una prioridad, por ello facilitamos distintos canales y promovemos la autogestión.

Canales de contacto

Correo electrónico:
servicioalcliente@zurich.com

Atención personal:
Localiza nuestras oficinas - [Click aquí](#)

Redes Sociales¹⁰

Bot Institucional¹¹

Canal de Autogestión:
[Click aquí](#)

10. Para mayor información sobre las redes sociales dirigirse a la sección [Nuestra Comunicación](#) del capítulo Zurich en Argentina.
11. Solo para clientes individuales.



Atención telefónica:

Atención al cliente:

- Comunicate con nosotros al 0800-333-9874 o al 0810-999-2424
- Si estás en el exterior, podés comunicarte al 54-11-4819-1000

Línea de asistencia:

- ZuriHelp
- Llamando al 0800-222-1600 las 24 horas, los 365 días del año.
- Accediendo a nuestra Web App ingresando en www.zurich.com.ar/zurihelp/home/login
- Enviando un SMS al 70703 con la palabra SOS y el dominio del vehículo. Por ejemplo: SOS AA999ZZ.
- Si estás en el exterior, por grúa o mecánica ligera, podés comunicarte por cobro revertido al 54-351-485-8321.

Siniestros:

- Se puede hacer la denuncia online o llamar al 0800 333 9874 o al 0810 999 2424

Estrategia de relacionamiento

Hacemos foco en mantener un flujo periódico de comunicaciones que nos permitan contar con clientes más conectados. Priorizamos acercarlos la información actualizada sobre los productos que tienen contratados.

A partir de 2023 segmentamos nuestra propuesta de valor para clientes de empresa:

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 totalmente paquetizados, a través de alianzas con instituciones que nos permiten llegar a los clientes.

Los canales disponibles para estas propuestas son *brokers*, productores, bancos u otros aliados.

Política SiBT (*Sustainability in Business Transactions*)

Nuestras políticas de suscripción contemplan la dimensión de sustentabilidad. Además de considerar la rentabilidad, verificamos que nuestros clientes corporativos cuenten con prácticas ambientales aceptables y de respeto por los derechos humanos. En caso contrario no se avanza con la suscripción.



Gestión de reclamos y siniestros

Estamos cuando más nos necesitan: honramos nuestros compromisos y lo hacemos buscando acompañar las expectativas de nuestros clientes. Nuestro objetivo es brindar un servicio eficiente, transparente y empático.

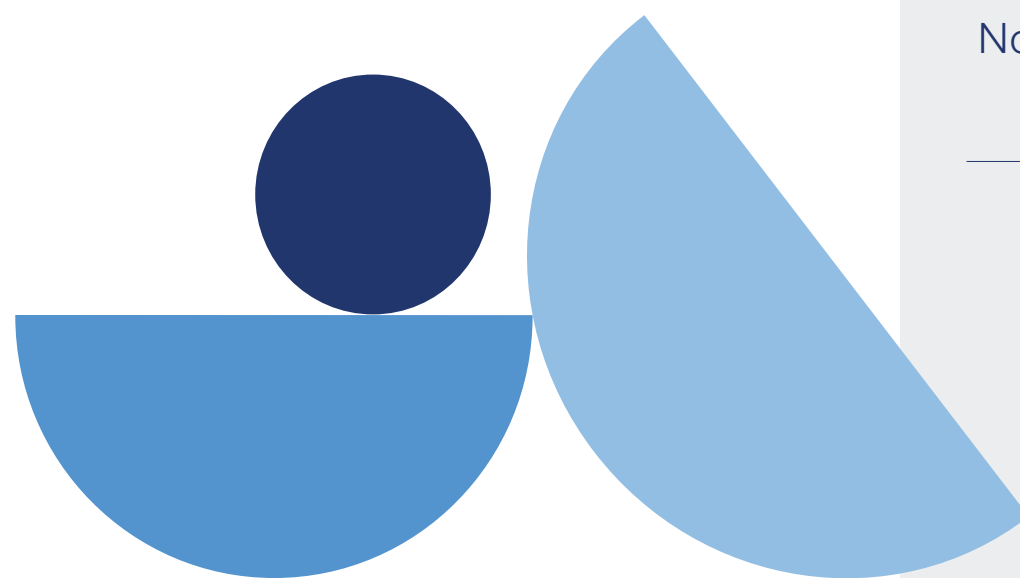
Contamos con un área especializada denominada *Claims*, con las siguientes responsabilidades:

- » Recepción de siniestros
- » Investigación de siniestros
- » Evaluación de cobertura
- » Estimación de daños
- » Negociación y resolución de siniestros
- » Pago de siniestros
- » Gestión de litigios

Esta área se encuentra adaptando localmente las metas de sustentabilidad establecidas a nivel global, considerando los objetivos mínimos y de aspiración establecidos en ellas.

Normativas que aplican a la gestión del área de *Claims*:

| Normativa | Detalle |
|---|---|
| Ley de seguros | Argentina tiene leyes y regulaciones específicas que rigen la industria de seguros. |
| <i>Global Claims Blueprint (GCB)</i> | 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 de Zurich Insurance Group. |
| <i>Global Claims Guideline (GCG)</i> | 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 | 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. |



En 2023 implementamos las siguientes mejoras en nuestros procesos para brindar una mejor atención:

| | | | |
|---|-------------------------------|--|---|
| → | Video peritaciones | Para la cobertura de Daños Propios en el negocio de Autos, hemos implementado la modalidad de video peritaciones. Esta innovación facilita una comunicación directa entre el cliente y el perito encargado de auditar el vehículo. Además, permite coordinar la cita en una fecha y horario específico, evitando así que el cliente tenga que inmovilizar su vehículo durante toda una jornada para realizar el peritaje presencial. | 426 video peritaciones realizadas. |
| → | Supply Partner Management | <p><i>Third-Party Governance Framework</i> (TPGF) es una herramienta de autoservicio para que las áreas con acuerdos con terceros puedan gestionar los riesgos sobre estos.</p> <p>Objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Diferenciar las actividades necesarias para los acuerdos con terceros según los resultados del proceso de Evaluación de Segmentación y Criticidad. 2) Adoptar un enfoque de gestión de riesgos, gobierno y compromiso más efectivo y eficiente para todos los acuerdos con terceros. 3) Asegurar el uso eficiente de los recursos de Zurich, centrado en las actividades más riesgosas de los acuerdos con terceros. 4) Proporcionar orientación sobre las actividades de Gestión de Riesgos recomendadas para los acuerdos con terceros. | 95 proveedores registrados en Synergi y evaluados según el TPGF. |
| → | Ztrack – Low Complexity Motor | Se trata de nuestra herramienta digital que facilita la autogestión y seguimiento de Siniestros. El Asegurado que ingresa su denuncia recibe un mail de Zurich con la posibilidad de avanzar y ser contactado por nuestro proveedor de la manera que más se ajuste a sus necesidades. 6 horas después de recibida la documentación necesaria, de acuerdo con el tipo de siniestro, se finaliza la búsqueda (licitación) y se envía comunicación para que el Asegurado pueda seleccionar un proveedor. | 25.464 siniestros gestionados. |
| → | One & Done | Circuito diferencial para los siniestros de equipos contemplados dentro de la póliza de hogar, cuyo costo no supere los \$800.000, y solo para el primer siniestro en la vigencia de la póliza. Se liquidan dentro de las 72 hs hábiles de recibido el Informe Final del estudio liquidador a cargo. | 11.532 gestionados |



Asimismo, con las mejoras realizadas en nuestro sistema CRM (*Customer Relationship Management*), alcanzamos una mejora sustancial en los siguientes aspectos:

- Integración de todas las herramientas de gestión de negocios / cartera.
- Fácil acceso a indicadores de gestión.
- Visión integral de clientes, sus pólizas, siniestros y gestiones.
- Mejor información para la resolución de los contactos de nuestros asegurados.
- Simplificación de procesos, potenciando su digitalización.
- Mas trazabilidad de gestiones, facilitando el seguimiento hasta su resolución.

Esta implementación potencia nuestra estrategia de omnicanalidad al consolidar la gestión de nuestros puntos de contacto, y refuerza nuestro objetivo de simplificación.

Los mecanismos por los que recibimos las quejas y reclamos de los clientes, y los procesos para su tratamiento son:

- Para clientes “individuos” los reclamos y quejas se reciben por cualquiera de los canales antes mencionados. Todos los contactos se desarrollan aplicando el Modelo de Atención Zurich, basado en respuestas completas, personalizadas y con lenguaje adaptado al cliente. Además, todos los contactos se registran en nuestro sistema CRM, para dar seguimiento a su resolución.

- Para clientes “empresas” la gestión se realiza a través de los socios comerciales. Cuando corresponde, estos se comunican a través de los ejecutivos comerciales o del área exclusiva de atención al canal. Para ello utilizamos nuestra plataforma de reclamos *Right Now*.

Reclamos

Cantidad de reclamos

2023

16.049
Individuos

106
Empresas

2022

16.120
Individuos

88
Empresas

Tiempo de resolución de reclamos

2023

24 a 48hs
Individuos

11 días
Empresas

2022

24 a 48hs
Individuos

13 días
Empresas

Medición de la satisfacción

Para medir la satisfacción de nuestros clientes usamos principalmente dos herramientas:

TNPS

después de una interacción específica del cliente con la compañía, puede ser luego de un siniestro, una renovación de su póliza, etc.

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 Zurich Insurance Group 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. Por ejemplo, uno de los puntos más importantes en 2023 fue la relevancia de los canales digitales en la evaluación y las mejoras a realizar.

TOTAL ZURICH ARGENTINA:

TNPS¹² Diciembre 2023 vs. TNPS Target
54,8 vs. **43**

RNPS Zurich 2023 vs. RNPS Media del Mercado 2023
41 vs. **32**

12. Correspondiente a la gestión de siniestros.

Tecnología y digitalización

Una sociedad cada vez más digitalizada requiere de productos y servicios acordes a los nuevos estilos de vida. Por ello, nuestra estrategia está basada en la adopción de las tecnologías y la digitalización, para lograr una mejora continua en la experiencia de nuestros clientes.

Nuestras iniciativas para mejorar los procesos, la eficiencia, la experiencia del cliente y el impacto socio ambiental son:

- Rediseño del 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.
- Desarrollo de la herramienta de *MKT Cloud*, que mejora y optimiza el flujo de comunicaciones con los clientes.
- Desarrollo de cotizadores de productos, gestionables 100% online.
- Plataforma de Autoinspección para autos. Minimiza el uso de papel, el traslado del vehículo hacia el punto de inspección y agiliza los tiempos.
- Plataforma *Ztrack* para la gestión online de siniestros.
- Implementación de Salesforce para integración y mejora de los distintos sistemas, que estarán sostenidos sobre dicha plataforma para optimizar los procesos de cara al cliente.
- Implementación de *DocuSign* como medio de firma electrónica, para los seguros de vida *Unit Linked*.
- En Agro trabajamos con la empresa *Smartway* para calibrar las cosechadoras y medir el rendimiento de los seguros multirriesgos.

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

Reducción de **61.429 kg** de emisiones de carbono

Ahorro de **643.089 litros** de agua

Ahorro de **26.171 kg** de madera

Eliminación de **4.252 kg** de residuos

Todo ello es comparable a:

Retirar **12** coches de la carretera

Evitar **122 ciclos** de lavado

Preservar **173** árboles

Ahorrar **561.973** hojas de papel

Para fomentar el uso de los canales digitales, realizamos comunicaciones que recuerdan e incentivan el uso de Autogestión y el *chatbot*. Reforzamos con posteos en redes sociales, y en la web institucional damos visibilidad a los atajos para contactarse fácilmente: *chatbot*, formulario de contacto, aplicación para solicitar asistencia.

Pólizas digitalizadas

2023

68%
Individuos

96%
Empresas

2022

65%
Individuos

92%
Empresas

Protección de datos y privacidad

Damos prioridad a la protección de los datos y de la privacidad, generando el ámbito de confianza y seguridad que necesitan nuestros clientes.

Para el resguardo de su información, nuestros procesos se encuentran guiados por los protocolos de *Compliance* y de Seguridad de la Información. Además, conservamos toda la información de las cotizaciones, de acuerdo a la política de *Records Retention*, la cual incorpora los requisitos clave comunes a muchas leyes y regulaciones nacionales e internacionales, y define los requisitos mínimos aplicables a todo Zurich Insurance Group. El objetivo de esta Política es:

- **Establecer** una base sólida para la gestión del riesgo de Retención de Registros (RR) dentro de nuestras operaciones.
- **Especificar** los requisitos y obligaciones esenciales relacionados con la RR, conforme a las leyes y regulaciones aplicables, que deben ser cumplidos en todas las actividades de Zurich.
- **Prevenir** posibles acciones regulatorias adversas, daños u otras consecuencias legales derivadas de incumplimientos en la RR.
- **Salvaguardar** nuestra reputación y minimizar las repercusiones sociales asociadas con tales incumplimientos.

Política de Protección de Datos y Privacidad

Gestionamos la seguridad y privacidad de los datos según las disposiciones de nuestra política, a través de:

- Capacitaciones internas y entrenamientos para todos los colaboradores.
 - Consentimiento de la Política incluido en nuestras páginas institucionales y cotizadores.
 - Herramientas de *Data Loss Prevention*, para la prevención de fuga de información para *Endpoints*, mail y servicios *Cloud*.
 - Encriptación de bases de datos y de correos salientes.
 - Monitoreo de eventos para la detección temprana de amenazas de seguridad.
 - Evaluación a proveedores externos en cuanto a sus prácticas de manejo de datos personales, previo a la contratación del servicio. Evaluamos a 198 proveedores.
 - Evaluaciones de impacto en la privacidad ante nuevos procesos o tecnologías, que incluye soluciones locales y en la nube.
 - Implementación de sistemas digitales con control de accesos y permisos de nuestras plataformas.
- *Assessment* anual de Fraude en temas de seguridad informática y privacidad.
 - Desarrollo del acceso con *multifactor* (MFA) a nuestros portales externos para agregar una capa adicional de seguridad.
 - Habilitación *Always On VPN*, reduce la posibilidad de fuga de datos al no permitir navegar con un dispositivo Zurich fuera de la red de Zurich.



Propuesta de valor responsable

Claridad y transparencia en la información

Nos aseguramos de brindar a nuestros clientes toda la información necesaria. Para ello contamos con:

- Una política de suscripción que establece los lineamientos generales para verificar que los productos sean relevantes para los clientes, tanto durante la contratación como en todo el ciclo de vida de la póliza.
- Accesibilidad de los clientes a información clara y disponible, a través de nuestros agentes de venta y posventa, así como también por medio de los canales digitales de autogestión y página web corporativa.
- Capacitación constante a nuestros canales de ventas y posventas, para brindar una comunicación clara.
- Control de calidad sobre las ventas realizadas.
- Productores asesores de seguros matriculados en la Superintendencia de Seguros de la Nación, que se ocupan del asesoramiento y venta de nuestros productos.

Capacitaciones para mejorar nuestra atención al cliente

45 días de capacitación a nuevos ingresantes al área de atención al cliente.

Todos los representantes de Atención al Cliente son capacitados al momento de su ingreso al área o a la compañía, en un programa de 45 días de duración, que cubre todas las temáticas requeridas por el rol: Productos, Coberturas, Gestiones por Siniestros, Asistencia, Cobranza, Sistemas de información, Procesos, etc.

En el área de comercial contamos con la capacitación *Winning in the Market*, un programa regional con foco en entender a clientes y canales de distribución, ser más asertivos en la comunicación y en el poder de negociación. A su vez, ayuda a los colaboradores a ganar confianza para rendir al máximo en el mercado y desarrollar relaciones profesionales tanto internas como externas.

Oferta de valor sostenible

Somos precursores en el lanzamiento de productos con valor sostenible como ser: Terceros Completo Premium con Granizo, Zurich *Options* Mujer (primer Seguro de Vida y Ahorro pensado para el segmento), Zurich *Weather* (Seguro de Autos con cobertura para todo tipo de eventos climáticos), Zurich nomADN (Movilidad sustentable) y Zurich *LiveWell* (App de Bienestar para los clientes de pólizas de Vida y Ahorro *Unit Linked* que busca contribuir a mejorar la salud integral de las personas).

El desarrollo de propuestas de valor, que incluye un abordaje de sustentabilidad, se ha ido convirtiendo en Zurich en un músculo diferencial y competitivo. Esto implica inversión en estudios específicos, como, por ejemplo, movilidad sustentable, género e igualdad, uso de energías renovables en los hogares, entre otros. Además, enriquecemos esta gestión invirtiendo en data, gestión de herramientas de comunicación con clientes y procesos sustentables.

En 2021, Zurich Insurance Group estableció una definición propia para nuestros productos sustentables¹³ y comenzamos a medir sus ingresos asociados (*Sustainable Revenue*). Para ser categorizado como sustentable, el producto debe someterse a una evaluación exhaustiva y cumplir con nuestros estrictos criterios para ser incluida y reportada como ingreso sostenible. A 2023, desde Zurich Argentina contamos con dos productos sustentables: “nomADN” y “*LiveWell*”.

4.851

usuarios registrados en la App *LiveWell*

LiveWell \$30.000M

nomADN: 31\$M

Revenue de los productos sustentables

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

Otras iniciativas de valor para nuestros clientes que podemos destacar:

- Redujimos prácticamente a cero el consumo de papel, impresión y traslado de las comunicaciones a clientes.
- Seguimos impulsando una de estrategia de inversión sostenible para nuestros clientes.
- Modificamos la oferta de productos actuales de *Unit Linked*, incluyendo la perspectiva de género.
- Damos asesoramiento a determinados clientes “Empresas” en la prevención y mitigación de incendios o distintas contingencias que puedan generar pérdidas materiales o interrupción de operaciones.



Iniciativas que reducen la huella de carbono de las actividades asociadas a siniestros

Desde nuestra plataforma de gestión *ZTrack* invitamos a los clientes a realizar video peritaciones, que no solo les permite ahorrar tiempo porque no deben trasladar el vehículo a los talleres para presupuestar las reparaciones, sino que contribuimos con reducir la emisión de carbono, y mantenemos una comunicación cercana con nuestros Asegurados.

Cliente vulnerable digital

ZTrack está pensada como una herramienta donde el concepto de omnicanalidad está muy presente, y esto permite que nuestros Asegurados, en cualquier momento de la gestión de su reclamo, puedan comunicarse a través de WhatsApp o solicitar que el asesor de siniestros a cargo de su caso se comunique telefónicamente. No todos nuestros clientes buscan tener una experiencia 100% digital y nosotros debemos estar ahí para acompañarlos.

Comunicaciones customizadas frente a los eventos climáticos de diciembre 2023

Atendimos a más de 4.500 asegurados por siniestros en sus viviendas o vehículos derivados del evento climático de diciembre. Diseñamos una comunicación especial donde, en forma inmediata a la carga del siniestro, recibieron el detalle de la información a proporcionar para el pago de su reclamo.

Identificación de casos con necesidades diferenciadas

Dentro del Equipo de Asesores de Siniestros, cuando se identifica un cliente con necesidades diferenciadas, el caso se reenvía a nuestro Equipo de Analistas especializados en Clientes Vulnerables, los que nos permite tener un tono de comunicación que empatice con nuestros Asegurados.

La inclusividad, un ejemplo para compartir

Nos tomamos la investigación en serio, para conocer a nuestros clientes y que nuestras propuestas sean relevantes y sustentables en el tiempo. Hace unos años decidimos renovar nuestro producto **Zurich Options Mujer**. Luego de una fase profunda de *research*, con entrevistas al canal, al staff y a especialistas en temas de género, decidimos suspender la comercialización del producto y lanzar el Seguro de Vida (*Options*) más inclusivo del mercado. Éste incluye:

- Aceptación de cánceres femeninos y masculinos sin distinción de género.
- Asistencias:
 - Prestacionales (acompañante de salud, urgencia odontológica y descuento en farmacia).
 - Telefónicas (psicológica, médica, nutrición y deporte, veterinaria, vocacional).
- Suspensión de pago de primas ante nacimiento, adopción u operación.
- Opción de aumentar hasta 25% la suma asegurada ante nacimiento o adopción sin nuevos requisitos de suscripción.

En simultáneo, se continúa trabajando para adaptar los sistemas de manera que los nuevos clientes y los existentes puedan seleccionar el género con el que se identifican y que se les pueda llamar con el nombre o apodo que deseen en las diferentes comunicaciones que tengan con la compañía.

Adicionalmente, en Seguros de Autos, hemos uniformado las tasas eliminando la diferenciación por género.

A través de la alianza con CESVI Argentina contribuimos a la descontaminación, desarme, clasificación, venta, reciclado y disposición final de las unidades de destrucción total de autos que realiza CESVIAUTO.

Las piezas pasibles de recuperación, con sus respectivas obleas de identificación RUDAC (Registro Único de Desarmaderos de Automotores y Actividades Conexas) son comercializadas, dando trazabilidad al repuesto usado, contribuyendo a la oferta de repuestos accesibles (reduciendo el robo automotor o delitos asociados) y al cuidado del medio ambiente.

Innovación

Damos prioridad a la innovación, atendiendo a la protección de los diversos aspectos de la vida.

El Zurich *Innovation Championship* del Zurich Insurance Group es un concurso global que tiene como objetivo impulsar, fomentar e innovar en la industria del seguro, junto con startups y emprendedores, enfocando en la protección de las próximas generaciones. Esta iniciativa busca incentivar nuevas ideas, promover proyectos disruptivos y expandir la red de emprendedores

locales (de cada país participante), nutriendo así a la industria con experiencias y propuestas innovadoras.

En 2023 las startups que participaron en Argentina fueron Almaya Life, CryptoMate, Flip!, Quales Group, Wiagro, Climate Sense, Smartway, Innova Space y Greener Bio. Los ganadores de la etapa local fueron Almaya Life, Wiagro y Greener Bio, que luego pasaron a competir a nivel global.

| 4 ediciones

| 13 ganadores globales finales

| +3.500 aplicaciones





05

Colaboradores,
comunidad y
aliados



Colaboradores



Nuestro impacto en números

87%

Internal Hiring

100%

de colaboradores evaluados en su desempeño

86%

de la nómina cubierta por convenio colectivo

731

Colaboradores
Mujeres: **48%**
Hombres: **52%**

91%

de compromiso según la encuesta de clima

120 líderes

capacitados sobre sesgos

10 horas

promedio de formación al año por empleado

100%

de colaboradores capacitados en Código de Conducta

-3,36%¹⁴

Equal Pay Analysis

Nuestra promesa al empleado:
Crezcamos juntos.

14. Se encuentra dentro del umbral definido por Zurich Insurance Group.

Equipo y Cultura

Nuestro propósito nos inspira a implementar un modelo de negocio que genere impacto positivo, colaborando con otros para impulsar un cambio transformador y construir un futuro mejor. Queremos que todos podamos prosperar hoy y en el futuro, como aseguradora, inversor, empleador, en la sociedad y cuidando nuestro planeta.

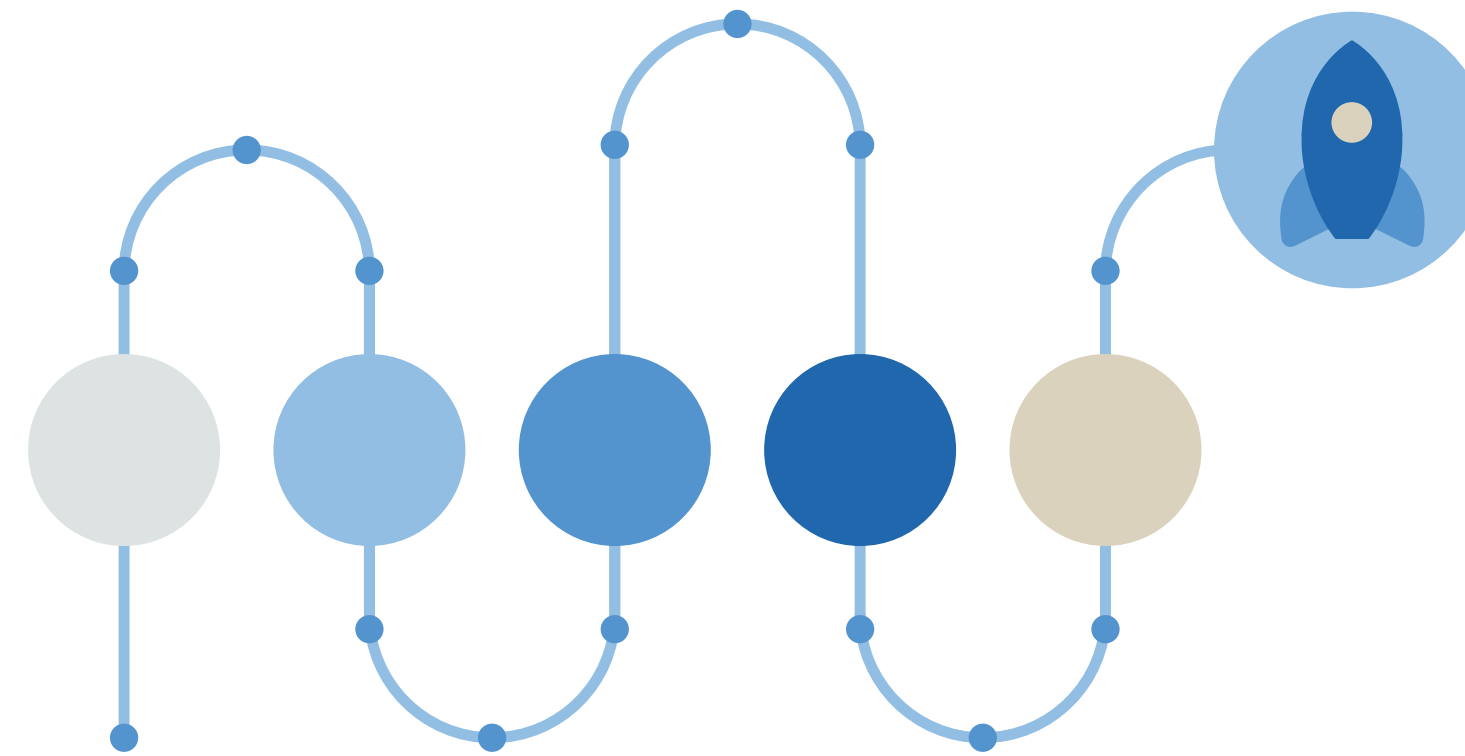
Nuestra gente está en el corazón de lo que representamos. Nos comprometemos con la sostenibilidad de las personas: atraemos el talento adecuado e invertimos en su desarrollo profesional y personal, buscando garantizar su empleabilidad a largo plazo.

731

Colaboradores

48%
Mujeres

52%
Hombres



| Perfil de los colaboradores | 2023 | | 2022 | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres |
| Colaboradores por categoría | 353 | 378 | 361 | 372 |
| Directores | 3 | 13 | 4 | 14 |
| Gerentes | 16 | 36 | 17 | 31 |
| Team Leaders | 19 | 27 | 20 | 26 |
| Analistas | 252 | 266 | 256 | 256 |
| Staff | 63 | 36 | 64 | 45 |
| Colaboradores por región | 353 | 378 | 361 | 372 |
| CABA | 333 | 348 | 339 | 334 |
| Prov de Buenos Aires | 2 | 8 | 2 | 9 |
| Interior del país | 18 | 22 | 20 | 29 |

Nuestros valores

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

Nuestros comportamientos

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

Formación y desarrollo

Formación

10 horas

promedio de formación al año por empleado

Desarrollo de carrera | y evaluación de desempeño

87%

Contratación interna¹⁵

100%

Colaboradores evaluados en su desempeño

PLAN DE CAPACITACIÓN



Pilar Técnico

Capacitaciones técnicas, presenciales y virtuales. 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 y futuros líderes.

Alianzas

→ Universidades UADE y Di Tella.

→ Teclab

Plataforma My Development de Zurich Insurance Group

→ Más de 16.000 cursos online para todos los colaboradores.

→ Cursos mandatorios y recomendados.

→ Vinculación con LinkedIn Learning.

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.

Antes de realizar una búsqueda externa compartimos la necesidad a todo el staff para fomentar la movilidad interna de nuestros empleados. Los colaboradores que cumplen los requisitos se postulan, para luego iniciar el proceso de entrevistas.

Work sustainability:

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

¹⁵. 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.

Comunicación con colaboradores

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

- **1. Estrategia del Negocio:**
Lograr que los colaboradores hagan propia la estrategia, los objetivos y los resultados del negocio.
- **2. Experiencia del cliente:**
El cliente en el centro. Incentivar a nuestros colaboradores a seguir desarrollando una mirada integral de nuestros clientes.
- **3. Employee Engagement:**
Aumentar la pasión de nuestros colaboradores con el proyecto y la compañía.
- **4. Transformación Sustentable:**
Lograr que los colaboradores asuman el protagonismo que tienen en el proceso de transformación sustentable, generar entusiasmo haciéndolos participar en las iniciativas y propuestas. Potenciar el entendimiento de la sustentabilidad como atributo principal de nuestra cultura y nuestra manera de hacer las cosas.

30% de los colaboradores forman parte de nuestro equipo de VoluntarioZ¹⁶.

Canales de comunicación

- Mail
- Workplace
- Whatsapp: *Zoline* (chat exclusivo con mandos medios)
- TownHalls* y Encuentros Virtuales
- Ciclos de conversaciones con el CEO y directores.
- Carteleras digitales

Como complemento, contamos con la herramienta ZuriChat, una herramienta interna para los colaboradores que les permite aprovechar los usos de la inteligencia artificial para su desarrollo en el día a día.

Impulsamos espacios de trabajo protagonizados por los colaboradores para crear propuestas innovadoras para el negocio, utilizando metodología ágiles:

- *Workstreams*: equipos de trabajo para hacer propuestas de mejora para distintos aspectos del negocio y de la compañía.
- Eventos internos presenciales que promueven la conexión entre las personas.
- Campañas en donde los colaboradores participan en la resolución de temas y propuestas para productos y servicios.
- Navegadores de Comunicación: es un grupo específico de colaboradores dedicados a amplificar y potenciar los temas de comunicación e información de la compañía.

En cuanto a publicaciones externas, contamos con un Manual de Redes Sociales para nuestros colaboradores con los lineamientos para quienes quieran publicar sus propias experiencias en eventos o actividades. Por otro lado, en la sección “*My Company*” de LinkedIn se publica contenido que los colaboradores pueden publicar en su perfil.

¹⁶. Para mayor información dirigirse a la sección [Voluntariado Corporativo](#) del capítulo Comunidad



Gestión del Clima Laboral

Anualmente evaluamos la experiencia de nuestros colaboradores a través de la encuesta “Zurich Experience Survey”, que nos brinda la información para desarrollar el plan de trabajo anual para potenciar el engagement de los colaboradores con la compañía.

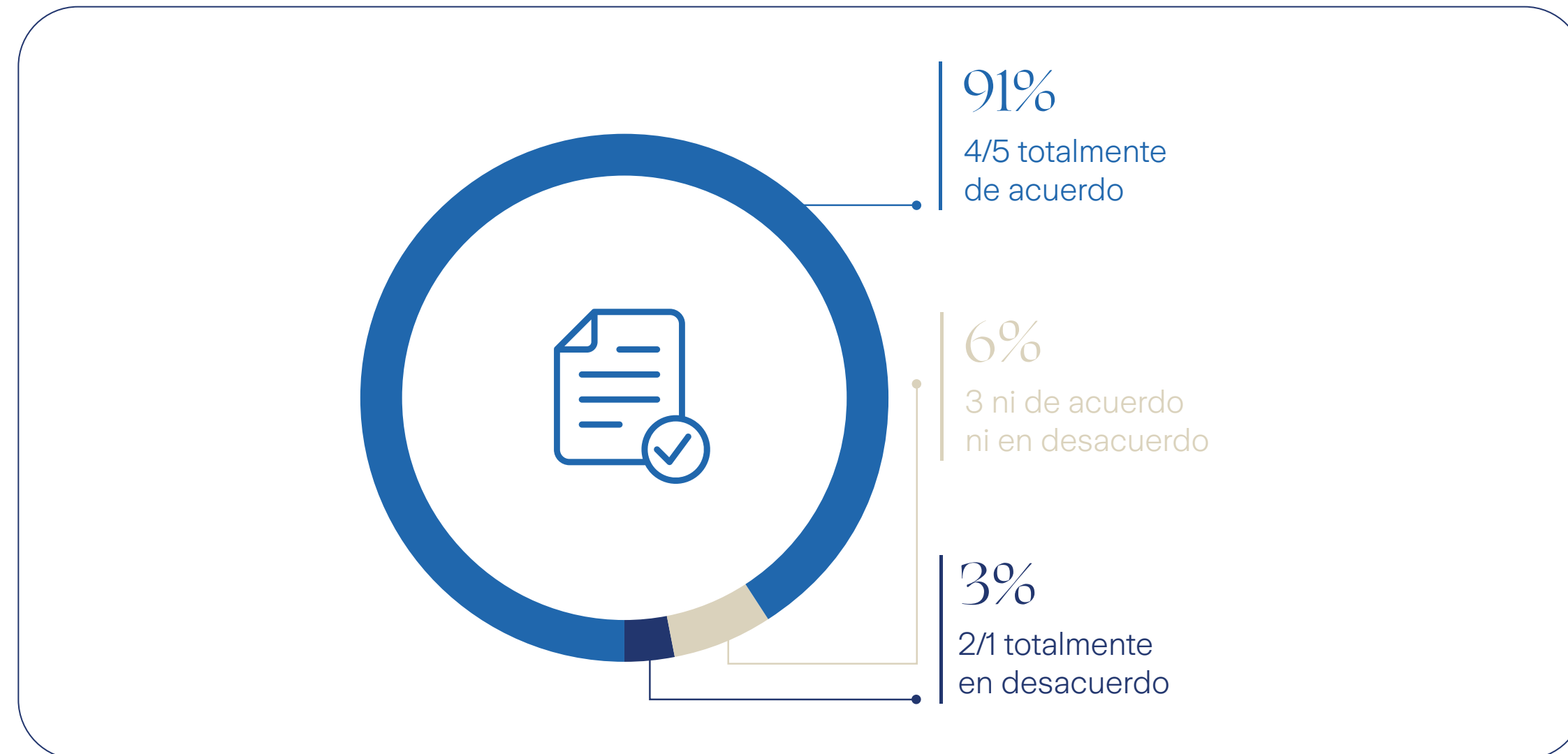
605

colaboradores respondieron (92% del staff)

Índice de compromiso

91%

supera el *target* establecido por Zurich Insurance Group



Reconocimiento a colaboradores

La trayectoria es un valor que la compañía distingue anualmente.

En 2023, 45 colaboradores locales y regionales fueron reconocidos por su trayectoria en Zurich.

- 15 años: **30 colaboradores**
- 20 años: **7 colaboradores**
- 25 años: **3 colaboradores**
- 30 años: **1 colaborador**
- 35 años: **2 colaboradores**
- 40 años: **2 colaboradores**



Diversidad e inclusión

48%

mujeres

52%

hombres

Sostener un entorno respetuoso y libre de todas las formas de discriminación y de acoso es nuestra prioridad. Por eso, la diversidad e inclusión son un componente transversal de nuestro Código de Conducta.



Capacitaciones sobre el código de conducta:

100% de colaboradores.



Capacitaciones sobre sesgos para líderes en los procesos de selección:

Cantidad de líderes capacitados: 120

Cantidad de cursos: 4

A nivel global, Zurich Insurance Group posee un proceso anual denominado “*Equal Pay Analysis*”, a través del cual se analiza si las mujeres y hombres son remunerados equitativamente para roles similares. Este análisis posee un umbral de tolerancia de +/- 4,75%.

En 2023, el resultado ha sido de -3,36%.

Todas las posiciones se encuentran en formato neutro, al igual que las publicaciones por búsquedas internas y externas.



Otras iniciativas destacadas:

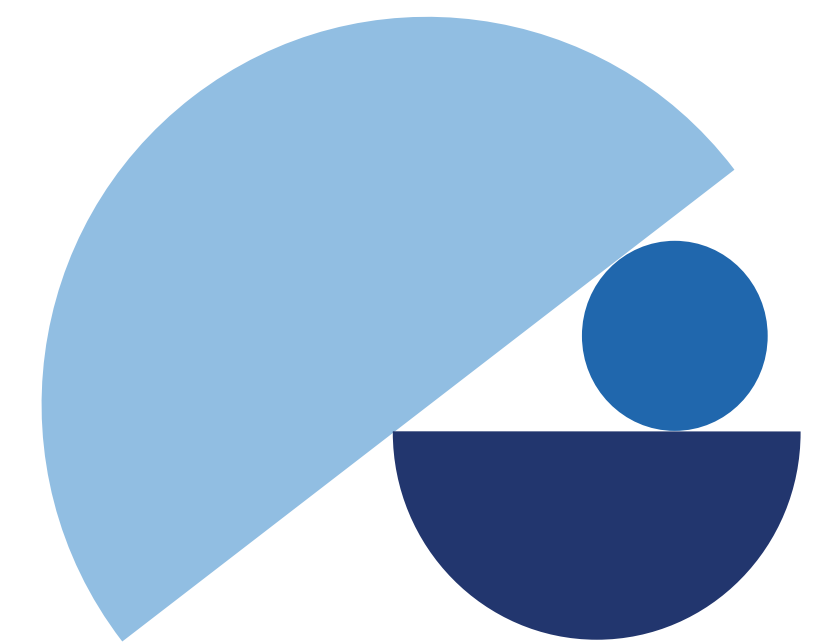
- Sucesión de directores: Todos los planes de sucesión de directores deben tener una mujer.
- Desde 2020 contamos con la Certificación *EDGE* - de equidad de género laboral - categoría *MOVE*.
- 20 mujeres de Argentina participantes de la iniciativa *WIN (Women's Innovation Network)* orientada al liderazgo y crecimiento profesional de las mujeres.

Relaciones laborales

86% de la nómina cubierta por convenio colectivo

Reconocemos el derecho de los empleados a la libertad de asociación y negociación colectiva, así como a formar o unirse a grupos para la promoción y protección de sus intereses laborales. Realizamos reuniones con delegados para mantener la comunicación sobre estos temas.

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



Bienestar, salud y seguridad

Creemos junto a nuestros colaboradores promoviendo su bienestar, el equilibrio entre la vida laboral y personal, y brindando condiciones de trabajo seguras y saludables.

Política remunerativa

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

Bienestar

Promoción del bienestar personal:

Recarga Pilas: 300 participantes del evento anual deportivo.

Zurich Kids: 800 personas, entre colaboradores y sus familias, participaron del evento anual recreativo.

100% edificios cardio-protégidos.

Volunteer Pledge: 2 días al año para realizar acciones comunitarias.

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

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

Programa “Con Vos”

Línea de asistencia para colaboradores y grupo familiar primario, que brinda asesoramiento profesional, gratuito y confidencial de abogados, contadores, asesores financieros, psicólogos, entre otros. Funciona los 365 días del año, las 24 hs.

Salud y seguridad

Realizamos capacitaciones, virtuales y presenciales, sobre seguridad e higiene, en temáticas de evacuación e incendios, primeros Auxilios y RCP, protocolo de siniestros, ergonomía, entre otros temas.

Contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud Laboral, así como con un procedimiento de salud y seguridad establecido por el grupo. Nuestra unidad de negocio presenta un plan de inspecciones alineado con la política global. Por otro lado, para garantizar que todo cumpla con las reglas de seguridad e higiene, visitamos las sucursales y mensualmente hacemos simulacros y recorremos el edificio para asegurar que no existan riesgos, donde se emite un reporte y su plan de acción si corresponde.



Comunidad



Nuestro impacto en números

\$49.592.343,93

de inversión en la comunidad¹⁷

3.546 horas

de voluntariado en 2023

210

VoluntarioZ

4,5

promedio de horas por voluntario

30%

de colaboradores VoluntarioZ

21

alianzas de acciones con la comunidad

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

¹⁷ Corresponde a las donaciones realizadas durante el año 2023 por Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A., Zurich Aseguradora Argentina S.A., y Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina.

Inversión social

Nuestra estrategia local

La inversión social es una base fundamental para nuestra Compañía. Nuestro programa de inversión social se implementa a nivel institucional a través de patrocinios, donaciones y voluntariado.

Basamos nuestra estrategia de inversión social en tres pilares:



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:

En donde 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.

Acciones en la comunidad

Nuestra presencia en la comunidad se expresa a través de los 3 pilares mencionados. Durante 2023 desarrollamos diferentes iniciativas y programas para así generar un impacto positivo y cumplir con nuestros objetivos dentro de las comunidades en las que operamos. Este compromiso se refleja en nuestro continuo apoyo al deporte, la cultura, la educación y concientización a lo largo de los años.

\$49.592.343,93

de inversión en la comunidad¹⁸

Tenemos una propuesta federal e invitamos a participar a todos los colaboradores de las provincias en donde nos encontramos presentes.



18. Corresponde a las donaciones realizadas durante el año 2023 por Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A., Zurich Aseguradora Argentina S.A., y Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina.



Programa de becas a estudiantes en situación de vulnerabilidad social:

- 21 becas a la Fundación Cimientos, que favorecen la permanencia y el egreso de la escuela secundaria.
- 15 becas a la Fundación Integrar, destinadas a jóvenes de bajos recursos económicos para que puedan realizar sus estudios secundarios.
- 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 y Empujar.

“Docentes que inspiran”:

Se trata de un premio impulsado por Clarín y Zurich Argentina, con el objetivo de movilizar a toda la comunidad hacia una mejor educación, difundiendo las historias inspiradoras de aquellos docentes que dejan una huella decisiva en sus estudiantes. El premio reconoce el rol docente en la transformación de la educación a nivel federal, a través de diferentes metodologías y prácticas. En la tercera edición, correspondiente al año 2023, el jurado conformado por miembros de la Asociación Conciencia, la

Fundación Cimientos, Enseña por Argentina, Proyecto Educar 2050, Argentinos por la Educación y la Fundación Noble, tuvo la difícil tarea de elegir a los 6 Docentes Inspiradores de esta tercera edición, entre 24 semifinalistas preseleccionados, de un total de casi 2.000 candidatos postulados de todo el país. Luego, entre los 6 finalistas, El Gran Jurado, integrado por 13 personas reconocidas del ámbito académico, científico y de ONGs de educación, eligió al Docente Inspirador del Año y a las dos menciones especiales.

“Cada una de estas historias es una huella positiva en la vida de los alumnos y en sus comunidades. Nos enorgullece haber recibido tantas postulaciones que muestran cómo los docentes están transformando las realidades incluso por fuera del ámbito escolar. Este reconocimiento es nuestro agradecimiento a su dedicación, porque son verdaderos ejemplos de compromiso y pilares fundamentales para una educación que construya una sociedad más justa e inclusiva”, afirmó Adriana Arias, Head de Comunicaciones y Sustentabilidad de Zurich Argentina.



Iniciativas realizadas en el marco de la Green Week¹⁹:

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.

Programa de conservación de la Reserva Vida Silvestre Urugua-í²⁰ :

Continuamos con nuestra alianza con la Fundación Vida Silvestre Argentina para apoyar, desde 2021, el programa de conservación de la Reserva Vida Silvestre Urugua-í, área protegida de 3.243 hectáreas en la Selva Paranaense en la provincia de Misiones.

Reforestación²¹:

En Argentina contribuimos con diversas iniciativas de reforestación junto a Instituto Terra y el proyecto Bosque Zurich

- Más de 6.000 árboles donados a través de las actividades realizadas en Experiencia Living en 2022 y 2023. El último año participamos como sponsors de esta muestra de diseño, decoración y arquitectura, en la cual contamos con un Stand Solar, cuyo consumo energético se suministró parcialmente a través de paneles solares que se encontraban allí. Las personas que

se acercaban al stand podían participar de una trivía sustentable, y a partir de la participación se realizaba una donación de árboles en el marco del Bosque Zurich.

- 5.000 árboles donados a partir de nuestra campaña de *LiveWell*, en la que, durante un mes, cada paso que se sumó a la aplicación lo transformamos en la donación de un árbol a este bosque.

Campaña “El otro Frío”:

1.349 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.

Activación en oficinas: Cascos Verdes:

Representantes de Cascos Verdes realizaron en nuestras oficinas una capacitación sobre economía circular y cómo separar los residuos.

Participación en la campaña de La Hora del Planeta junto a Fundación Vida Silvestre:

En Zurich, una vez más nos adherimos a la campaña realizada en marzo apagando las luces de nuestras oficinas y apoyando el evento como Aliados.

¹⁹. Para mayor información sobre estas iniciativas, dirigirse a la sección [Promovemos la conciencia ambiental](#) del capítulo Planeta. ²⁰ y ²¹. Para mayor información sobre esta iniciativa, dirigirse a la sección [Acciones contra el cambio climático: adaptación y resiliencia](#) del capítulo Planeta.



Construcción de viviendas de emergencia mediante acciones de voluntariado y contribuciones:

- Construcción de 2 colectores solares junto a 15 voluntarios, en conjunto con Sumando Energías, a partir de 700 latas recicladas que recolectamos de nuestras oficinas. Estos permitirán proveer de agua caliente a dos familias, utilizando la energía limpia y renovable del sol.
- Construcción de dos viviendas junto a Techo en La Plata, continuando nuestro trabajo de ayudar a las personas que viven en condiciones de vulnerabilidad.

Armado y donación de cajas navideñas:

- 180 cajas armadas, las cuales fueron donadas a la Fundación Sí que se encarga de repartirlas entre residencias universitarias.

Donación de muebles y equipos en desuso:

Donamos equipos de limpieza e higiene personal a la Fundación CasaSan. También realizamos donaciones de muebles en desuso para diferentes fundaciones, ONGs y escuelas como por ejemplo la Asociación Cooperadora Monte Castro, Fundación Sí, Integrar, Puente Verde, Escuelas Técnicas, entre otras.

Inversión en infraestructura:

- Realizamos donaciones destinadas a renovaciones de infraestructura. Colaboramos en la compra de equipos de rayos láser para cirugía para Clínica San Camilo y realizamos donaciones para la ampliación de aulas de escuelas técnicas.

Obras de teatro a beneficio:

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 fundaciones.

32° edición de ArteBa:

A partir de la participación en la 32° edición de ArteBA, realizamos acciones con el propósito de vincularnos con la comunidad y promover los mensajes de cuidado a la educación y la cultura, como pilares en la protección del futuro de las personas.

Impulsamos nuestro compromiso con la comunidad en nuestras acciones de sponsorship

- Donación de material de entrenamiento a 2 clubes de rugby femenino.
- Donaciones realizadas a través de la Iniciativa Hoyo Solidario:
 - \$10.246.000 a Fundación Integrar, para su programa becas de estudio para jóvenes profesionales.
 - \$1.000.000 a Asdemar, Asociación Síndrome de Down Mar del Plata.
 - \$700.000 a la Fundación de la Unión Argentina de Rugby (FUAR).

Elegimos apoyar al deporte como parte de nuestra estrategia integral de sustentabilidad. Somos impulsores de su crecimiento en Argentina, fortaleciendo valores fundamentales como el trabajo en equipo y la superación personal. Esta elección es parte de nuestro compromiso con el bienestar de la sociedad y el desarrollo de las nuevas generaciones, reconociendo el impacto positivo que el deporte tiene en la sociedad.

Nos enorgullece estar presentes en espacios familiares para nuestros clientes, fortalecer los lazos con la comunidad y crear un espacio importante para que dialoguen con nuestra marca.

Apoyamos la labor de diferentes fundaciones y ONGs que trabajan con un fuerte compromiso para mejorar la calidad de vida de las personas a través de la iniciativa “Hoyo Solidario”. Por medio de esta acción, en cada torneo de golf en los que tiene presencia Zurich Argentina, por cada birdie o águila realizado en el hoyo 18, se realiza una donación a una fundación con impacto en la sociedad. En 2023 apoyamos a la Fundación Integrar, Asociación Síndrome De Down Mar del Plata y la Fundación de la Unión Argentina de Rugby.

En 2023, a través de nuestra campaña Yaguaretape, realizamos una acción conjunta con los seleccionados de rugby femenino y masculino para promover el apoyo y la igualdad. Diseñamos una venda deportiva para proteger las muñecas y articulaciones, que llevaba las firmas de todas las jugadoras del equipo de Las Yaguaretés. La venda fue utilizada por todos los jugadores de Los Pumas

en cada partido del mundial de Rugby de Francia. Con el objetivo de apoyar al rugby femenino, estuvimos presentes en la Final de la Urba Top 12, donde incluimos en nuestro *Fan Zone* la innovadora *Push-Machine*. Esta máquina que busca sumar metros para impulsar el desarrollo del rugby femenino recrea una situación típica de un scrum, calcula la fuerza y el tiempo, traduciendo esto en metros para contribuir con la entrega de kits de entrenamiento para las mujeres de los clubes Los Cedros y San Miguel RHC.



Voluntariado corporativo

210

VoluntarioZ

3.546 horas

de voluntariado en 2023

4,5

promedio de horas por voluntario

30%

de colaboradores VoluntarioZ

Se firmó el *Volunteer Pledge*, un compromiso que establece que cada empleado en Zurich dispone de dos días al año para realizar actividades de voluntariado, sea tanto organizado por la compañía como fuera de ella.

20 años de trayectoria implementando nuestro programa de inversión social

Ganamos 2 *Community Hero Award* otorgados por la Z Zurich Foundation, en reconocimiento a la labor de nuestros voluntarios. Obtuvimos el premio de *Outstanding Leader* y *Outstanding Volunteer*.

Para reconocer las acciones positivas que realizan en todo el mundo, la Fundación Z Zurich premia a aquellos individuos que están yendo más allá para apoyar a sus comunidades a través de su programa de "Community Hero Awards". Cada ganador recibió una suma de dinero para donar a una fundación de su elección.

VoluntarioZ como motor y vehiculizador. Es un espacio que promovemos para que los colaboradores pongan en acción su espíritu solidario guiados por nuestra estrategia. Participan también nuestros socios estratégicos (productores y brokers). Buscamos generar sinergias entre VoluntarioZ, ONG's y Fundaciones para lograr mayor impacto positivo en el ambiente, la educación y la comunidad.

Se impulsa de forma transversal a las iniciativas de inversión social mencionadas por cada pilar, y se encuentra organizado en 5 grupos de trabajo con foco en:



AmbienteZ: 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.



AulaZ: 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.



Alianzas estratégicas según cada pilar y grupo de trabajo:

EDUCACIÓN

- Fundación Noble Grupo Clarín
- CIPPEC
- Fundación Leer
- FORGE
- CONCIENCIA
- cimientos
- futuros profesionales Integrar
- Premio Clarín - Zurich
- Docentes que inspiran

CAMBIO CLIMÁTICO

- FUNDACIÓN VIDA SILVESTRE ARGENTINA
- cascosverdes
- fgo Fundación Hospital de Pediatría Prof. Dr. Juan P. Garrahan

APOYO A LA COMUNIDAD

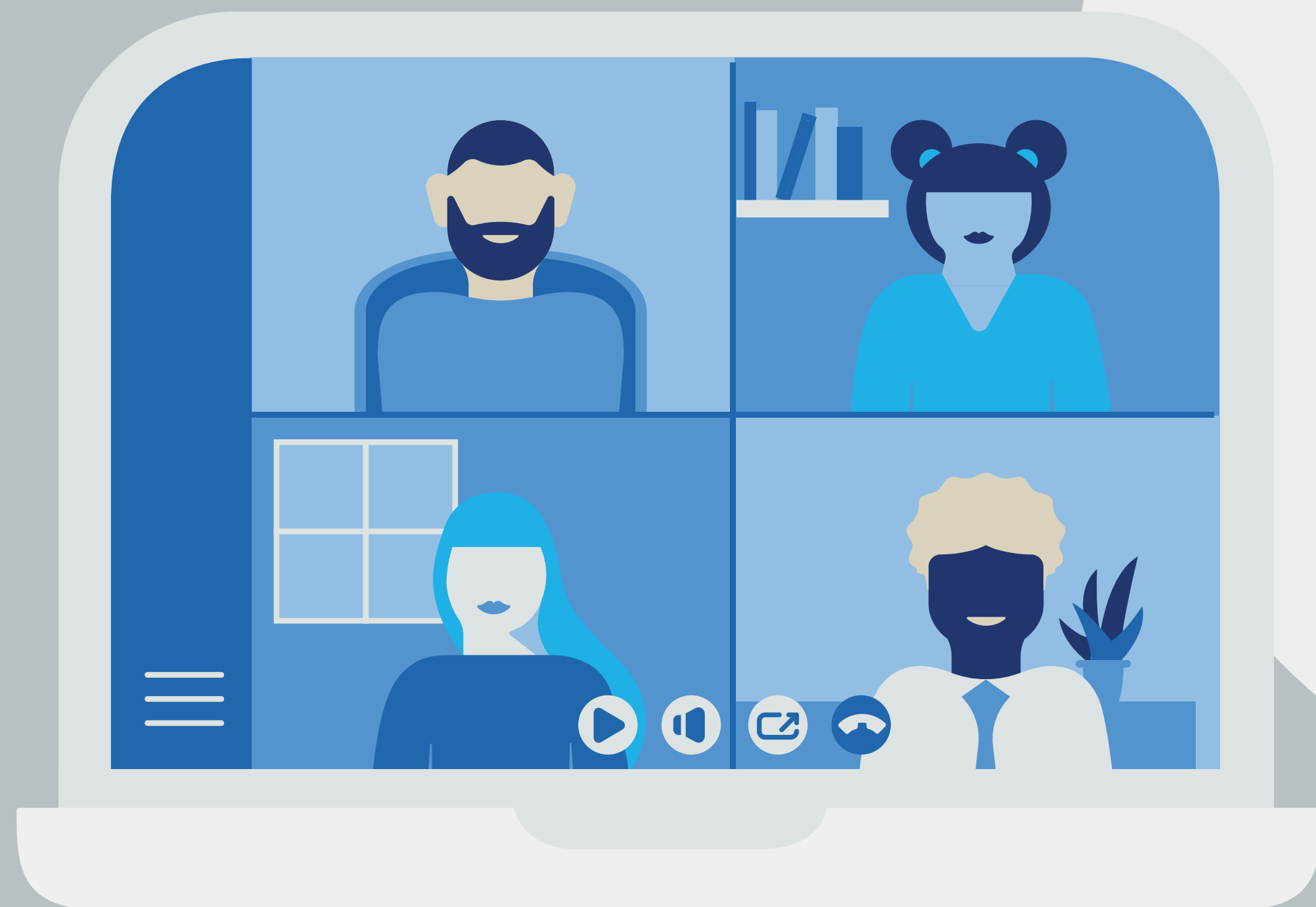
- TECHO
- CRUZ ROJA ARGENTINA
- Siloé Gente de Gestión Solidaria
- FUNDACIÓN TRAUMA
- #SeamosUno
- potencialidades
- CASA SAN
- MISIONES RURALES ARGENTINAS
- Si fundación sí

Para las actividades del programa de voluntariado, dentro de los 5 grupos, se convoca a participar al personal de todo el país. A su vez, son ellos los que proponen iniciativas que se analizan y se llevan adelante en las provincias y localidades del interior.

MyImpact es la herramienta de gestión de la actividad de los voluntarios. En la misma se cargan las horas de trabajo voluntario, como así también se realizan las donaciones a las distintas fundaciones.



Socios Estratégicos



Nuestro impacto en números

+ 4.000

Productores asesores de seguros de vida y patrimoniales

18

Agencias de seguros de vida acreditadas en todo el territorio nacional

35

Brokers

80

Organizaciones de seguros patrimoniales registradas

32


Oficinas delegadas de representación en todo el país

+ 15.000

horas de capacitación para más de 1.400 productores

+ 300

Aliados y *partners* (terminales automotrices, concesionarios, bancos, tarjetas de crédito, grupos de afinidad, entre otros)



Nuestra promesa a los socios estratégicos: Colaborar para crear valor mutuo y brindar a nuestros clientes servicios de excelencia.

Gestión con socios estratégicos



Zurich es una compañía multicanal que fomenta la elección de los clientes para definir el medio a través del cual comprar sus seguros. Así, productores asesores de seguros, *brokers* y aliados conforman nuestra red de socios estratégicos que asesoran y acercan a las personas y empresas las soluciones de seguros que necesitan. Junto a ellos construimos vínculos de confianza con nuestros clientes.

Los socios estratégicos cumplen un rol fundamental al acercar la propuesta Zurich a los clientes, es por ello que la compañía establece condiciones contractuales y lineamientos en nuestras políticas, procedimientos y compromisos, para garantizar el estándar de calidad de Zurich:

- Contrato de prestación
- Curso de actualización de matrícula (vida, patrimoniales y *brokers*)
- Cumplimiento de normas y políticas: entes reguladores / UIF
- Lineamientos definidos desde Zurich Insurance Group (productores de vida)
- Proceso de debida diligencia durante el alta y posterior firma de contrato de prestación, que incluye el compromiso de cumplir con las normativas y regulaciones aplicables, como nuestras políticas y procedimientos en anticorrupción.

Asimismo, nos empeñamos en trabajar con entidades externas que comparten nuestros valores, y esperamos que nuestros socios comerciales respeten el espíritu de nuestro Código y adopten altos estándares de conducta en los negocios.

Impulsamos el desarrollo de nuestra red de ventas:

- Plan Integral de Capacitación y Desarrollo. En formato híbrido, las capacitaciones de productores se enfocan en productos, modelo de venta y programas anuales segmentados.
- Plan de Carrera Zurich para productores asesores de seguros de vida.
- Programa de Membresías para productores de seguros patrimoniales.
- Campañas, concursos e incentivos comerciales o financieros segmentados.
- Plataforma Zurich *Point* para la autogestión de sus negocios (consultas, operaciones, cotizaciones, administración de siniestros)
- Herramientas, eventos, espacios de interacción y viajes de incentivos.
- Participación en el programa de Inversión Social y Voluntariado de la compañía.



Plan integral de capacitación y desarrollo:

+15.000

horas de capacitación bajo modalidad híbrida y con participación de +1.400 productores de todo el país

Vida:

+10.000

horas de capacitación bajo modalidad híbrida y con participación de 600 productores de todo el país.

Seguros Generales:

+ 5.000

horas de capacitación bajo modalidad híbrida y con participación de 800 productores de todo el país.

El Plan de Carrera Zurich busca formar profesionalmente a los productores asesores de seguros de vida para que desarrollen su propio negocio como socios de Zurich. Con un programa de capacitación integral y un sistema de incentivos para cada etapa de la carrera, en Zurich promovemos el progreso continuo de nuestros productores acreditados, quienes están capacitados para brindar un asesoramiento de valor acorde al estándar de la compañía, porque entendemos que, al formarlos y desarrollarlos, mejora la calidad del servicio a nuestros clientes y se crean oportunidades laborales que benefician la economía local. Este compromiso está alineado con nuestro pilar de “Clientes”, ya que consideramos que el éxito de nuestros clientes y nuestra comunidad están conectados.

También apoyamos a nuestros productores mediante programas especiales basados en las propuestas de negocio que ellos mismos sugieren. En 2023 se realizó la segunda edición del programa “Mujeres en negocio para seguros de vida”, un programa de formación abierto y gratuito para que más mujeres puedan construir empresas propias en la industria del seguro. La iniciativa fue desarrollada por *Elbinger e Innovate* con el apoyo de Zurich Argentina. El objetivo fue motivar, impulsar y brindar herramientas para aquellas mujeres con perfil comercial y/o de liderazgo que quieran crear un negocio en el ámbito de los seguros.

En esta segunda edición, se abordaron temas esenciales para el desarrollo y liderazgo de un negocio a cargo de capacitadores especializados en cada área, como: introducción y gestión del negocio; mercado potencial; ciclo de ventas; productos; creación y crecimiento de cartera; empresa unipersonal; marca personal; comunicación inclusiva; plan de negocio y autoliderazgo; entre otros.

“Por segundo año consecutivo, formamos parte del programa Mujeres en Negocios ya que alianzas de este tipo están alineadas a nuestra mirada integral del negocio, donde no solo buscamos impulsar el progreso de la industria sino hacerlo de una manera diversa e inclusiva. A través de esta iniciativa, acompañamos el desarrollo y el potencial de las mujeres en todos los ámbitos para promover la igualdad de oportunidades”, sostuvo Adriana Arias, Head of Communications & Sustainability en Zurich Argentina.

Compartiendo la visión ESG

Convocamos a participar a nuestros socios estratégicos en las iniciativas de sustentabilidad y voluntariado que llevamos adelante.

En 2023 los invitamos a participar de la *Green Week*, iniciativa anual para promover la sustentabilidad, la conciencia ambiental y el cambio positivo.

Destacamos las siguientes acciones:

- Digitalización de procesos.
- 80% de capacitaciones virtuales (reducción de traslados, impresiones y recursos de salas).
- *Merchandising* sustentable (mates, vasos, cuadernos, lápices y lapiceras).

Canales de comunicación:

- Plataforma Zurich Point
- Correo electrónico:
 - sociosnews@zurich.com** para productores de patrimoniales
 - champions.life@zurich.com** para productores de Vida
 - zurich.argentina@zurich.com**
- *Whatsapp*



Proveedores

Nuestro impacto en números

581

proveedores
(vs. 350 en 2022)

140

proveedores evaluados
en sustentabilidad²³

95%

de proveedores
locales²² (Vs.
76% en 2022)

100%

de proveedores
analizados en
anticorrupción

90%

de proveedores
PyMEs (vs 75% en
2022)

100%

de proveedores nuevos
pasaron filtros de selección
de acuerdo a criterios
ambientales y sociales²³

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

22. Porcentaje del presupuesto de abastecimiento para las ubicaciones de operación significativas: Argentina.

23. Para los clasificados como riesgo medio o alto.

Gestión con proveedores

Políticas y compromisos

La política de compras es aprobada solamente por el *Chief Operation Officer (COO)*. La Política tiene un alcance interno para todos los usuarios que realicen compras. Las figuras responsables de aplicar este compromiso en la gestión es el área de *Procurement*, áreas tácticas y todo usuario que realiza una compra.

Comunicación de las políticas:



Publicaciones vía mail



Reuniones con usuarios

Selección y evaluación de terceros

Durante 2023 logramos que la gestión de riesgos de proveedores sea a través del *Third Party Governance Framework (TPGF)*. Este *Framework* adopta un enfoque basado en el riesgo para establecer medidas de incorporación y gestión, como los procesos de debida diligencia de terceros, que sean relevantes y proporcionales a la naturaleza y el riesgo de cualquier transacción en particular. Proporciona un conjunto de estándares mínimos con los que trabajamos.

Cuando requerimos un nuevo proveedor llevamos a cabo una serie de pasos hasta seleccionar al adecuado, en base a lo establecido en nuestra política de compras vigente. Según las características del proceso de compra hay determinados niveles de autorización internos y presupuestos a solicitar buscando la mejor relación entre el precio y la calidad.

Una vez seleccionado el proveedor, y en línea con lo establecido en nuestro *Third Party Governance Framework*, éste debe completar nuestro *Segmentation Tool*, herramienta a través de la cual se define si el proveedor es de criticidad alta, media o baja. En caso de que sean proveedores de riesgo alto o medio, obligatoriamente deben realizar una serie de evaluaciones en materia de Sustentabilidad,

Information Security, Data Privacy, Subcontractors y *Business Resilience* en nuestra plataforma global Synergi. Para cada tipo de evaluación contamos con un referente interno especializado en el tema, que evalúa las respuestas del proveedor y concluye si cumple o no con los requisitos necesarios. Una vez, que se aprueba el cuestionario y se aprueban los *due diligences* correspondientes, se procede con el alta del proveedor y, si aplica, la definición del contrato.



Asimismo, contamos con la *Sustainable Sourcing Guidelines* de Zurich Insurance Group, directrices que tienen como finalidad alinearse con los Objetivos de Desarrollo sostenible y los Principios del Pacto Mundial, ambos de las Naciones Unidas, y establecen nuestro enfoque en materia de abastecimiento sostenible. Con estas se busca orientar a las áreas de gestión de compras y proveedores, así como a los responsables del suministro de bienes y servicios que se adquieren, acerca de cómo incorporar de manera práctica la consideración de factores ambientales, sociales y éticos a lo largo del ciclo de vida del abastecimiento.



Durante 2023 realizamos capacitaciones online sobre cómo se deben realizar los procesos de compra y cómo trabajar con proveedores. Participaron todos nuestros empleados que tienen contacto con proveedores y realizan compras, ya que el objetivo es lograr el correcto cumplimiento del *Framework* de terceras partes realizado por Zurich Insurance Group

Comunicación con proveedores

Canales de comunicación con proveedores:

- Reuniones y llamadas
- Sitios Web
- Plataforma Synergi

Capacitación y colaboración con proveedores

Capacitamos a los proveedores relacionados con el negocio cuando tenemos cambios en regulaciones o nuevas estrategias internas. Durante el año brindamos una capacitación anual sobre temas de Seguridad e Higiene a 3 proveedores que trabajan en nuestras oficinas.

A su vez, en línea con nuestro interés de impulsar la sustentabilidad en nuestra cadena de suministro, fomentamos la inclusión de PyMEs y proveedores

de triple impacto, ayudándolos a mejorar sus ingresos y el acceso al mercado, siempre y cuando la propuesta de valor del bien o servicio a comprar sea sustentable y económicamente viable.

Ética y transparencia

Esperamos que nuestros proveedores lleven a cabo sus negocios con integridad y altos estándares de conducta. Globalmente, disponemos de un Código de Conducta para proveedores creado como un componente esencial de nuestra gestión de compras.

Todos nuestros proveedores son informados sobre nuestro Código de Conducta. El mismo está como Anexo en los contratos y debe ser firmado por ellos. Asimismo, el Código se encuentra publicado en la página web oficial de Zurich. En este definimos estándares mínimos que esperamos que los proveedores cumplan, así como un estándar superior al que alentamos a nuestros proveedores a aspirar.

Contamos con clausulados para contratos con proveedores que incluyen anticorrupción, protección de datos, código de conducta, entre otros, que deben ser firmados y aceptados por los proveedores al ingreso de la relación contractual y ante posibles renovaciones.

Para evitar trabajar con proveedores que conlleven trabajo infantil, trabajo forzoso y obligatorio utilizamos el *framework* de terceras partes y realizamos un proceso de *due diligence* financiero y de terrorismo a los proveedores.

Alianzas globales con impacto local

Mantenemos alianzas con diferentes organizaciones que nos ayudan a trabajar las buenas prácticas en la cadena de valor, priorizando trabajar con proveedores que compartan nuestros valores.

Cotizador global

- Willis Towers Watson

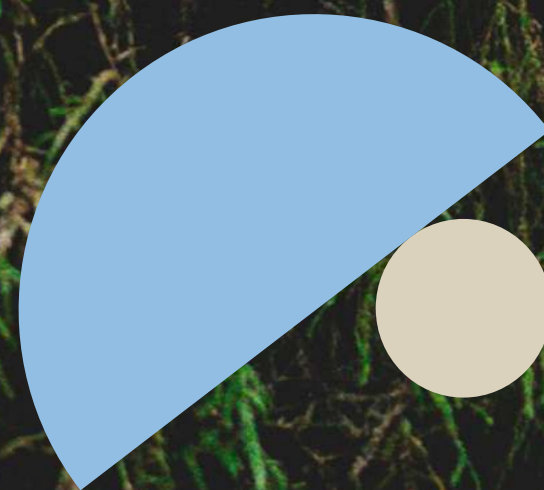
Alianzas de soluciones IT a nivel global:

- DXC
- Microsoft
- IBM
- Dell

Alianzas comerciales a nivel local:

- Volkswagen
- HSBCS





Nuestro impacto en números

7.354,26 GJ
consumo total de energía

1.420,397 MWh
adquiridos a través de certificados I-REC

818,03 TonCO₂eq
Huella de carbono 2023

0,055 TonCO₂eq/m²
Intensidad de las emisiones GEI

Reducción de emisiones de GEI:

15% de reducción con respecto al 2022

81% de reducción desde 2019 (año base)

23.990 kg
de papel consumido

8,78%
de reducción de consumo de papel respecto a 2022

+350 hs
de voluntariado en la *Green Week* con 144 participantes

4.370 kg
de papel reciclado

1.134 kg
de capsulas de café recicladas

4.538 m³
de consumo de agua²⁴

Nuestra promesa al planeta:
Impulsar un impacto positivo

24. Correspondiente a nuestro edificio de Cerrito en CABA.

Compromiso con el planeta

Transitamos el camino hacia una economía *net-zero*

Monitoreamos y evaluamos nuestra performance ambiental en línea con los compromisos y objetivos definidos dentro del eje planeta de nuestra estrategia de sustentabilidad. Dichos indicadores son:

- Huella de carbono en sus tres alcances.
- Consumo de electricidad, papel y agua de nuestras oficinas y sucursales.
- Consumo de combustible de nuestra flota de vehículos y generadores eléctricos.
- Cantidad de residuos reciclados.

A nivel global, contamos con una plataforma denominada SoFi en donde se cargan de manera trimestral los datos de consumo eléctrico, papel y residuos. Esto nos permite realizar un seguimiento, identificar desvíos y evaluar las causas para implementar acciones correctivas.

Como parte de Zurich Insurance Group, nuestro compromiso de contribuir con un futuro mejor se refleja a través de los productos, servicios y las acciones que impactan positivamente tanto en la comunidad como en el planeta.

Nuestro compromiso *net-zero* está alineado a las metas establecidas a nivel global por Zurich Insurance Group.



Acciones destacadas en 2023

- Movilidad sustentable: contamos con una flota de autos híbridos y eléctricos para contribuir a reducir los gases de efecto invernadero.
- Eficiencia energética: adaptamos la infraestructura y equipamiento de las oficinas para minimizar el consumo eléctrico.
- Eliminación de plásticos de un solo uso.
- Separación de residuos: realizamos la separación en origen de nuestros residuos en reciclables y no reciclables para darles el tratamiento adecuado.
- Reducción en el uso de papel: a través de la digitalización de los procesos asociados a la venta de productos y servicios brindados.
- Medición y compensación de la huella de carbono generada en nuestros eventos corporativos.
- Adquisición de certificados de energía renovable (I-RECs) equivalente a nuestro consumo de energía eléctrica.
- Concientización ambiental dirigida a nuestros *stakeholders*.
- Realizamos video peritajes en el proceso de siniestros.
- Utilizamos Cabify para realizar traslados corporativos. La empresa, al ser carbono neutral, compensa las emisiones de nuestros viajes. En 2023 los certificados obtenidos correspondían a un proyecto de reforestación en la Selva Paranaense.
- Priorización de opciones más sustentables para compras.

Net-Zero – Inversiones

- 2024 reducción de nuestra exposición en un 25% a activos asociados con estas emisiones de carbono.
- 2050 totalidad de portfolios elegibles sean *net-zero*.

Net-Zero – Suscripciones

- 2050 Asumimos el compromiso de hacer la transición de las emisiones de gases efecto invernadero (GEI)²⁵ asociadas a nuestras carteras de suscripción a cero emisiones netas.

25. Las emisiones de GEI se refieren a las emisiones de Alcance 1, 2 y 3 de aseguradoras y reaseguradoras. Las emisiones de Alcance 3 de las aseguradoras y reaseguradoras deben incluir las emisiones de Alcance 1 y 2 y de Alcance 3 de sus clientes, cuando sean significativas y cuando los datos lo permitan.

Net-Zero – Operaciones

Tenemos el compromiso de que nuestras operaciones sean *net-zero* para 2030.

Proveedores²⁶:

- 2025 75% del gasto en proveedores que tengan objetivos de reducción basados en la ciencia.
- 2030 75% de nuestro gasto en proveedores que sean *net-zero*.

26. Targets definidos a nivel global, se deben considerar las especificaciones y los alcances detallados por Zurich Insurance Group. Gasto de aproximadamente USD 2 billones anuales gestionado por la función de Procurement and Vendor Management de Zurich en bienes y servicios que se requieren para permitir que Zurich mantenga y desarrolle sus operaciones. Se considera que un proveedor tiene objetivos de cero emisiones netas cuando su objetivo de cero emisiones netas es aprobado por la SBTi, un organismo científico similarmente acreditado o, de otro modo, tiene un objetivo público de neutralizar cualquier emisión residual de Alcance 1 y 2.

A su vez, a nivel local contamos con targets anuales de huella de carbono para nuestras operaciones.

Targets emissions por año:

Operaciones:

- 2020 1.740 TonCO2e (-59% vs 2019)
- 2021 1.912 TonCO2e (-55% vs 2019)
- 2022 1.770 TonCO2e (-59% vs 2019)
- 2023 1.601 TonCO2e (-63% vs 2019)
- 2024 1.571 TonCO2e
- 2025 1.556 TonCO2e

Huella de carbono de nuestras operaciones

Somos conscientes del escenario presente respecto a limitar el aumento máximo de temperatura global a 1,5°C. Esta es la razón por la que trabajamos de manera continua para mejorar la gestión del riesgo climático y su resiliencia. Nos enfocamos en impulsar

iniciativas en el camino de la descarbonización, actuamos en la prevención incrementando la conciencia en nuestros grupos de interés y monitoreamos nuestras operaciones.

En esta línea, es que informamos sobre las emisiones de CO₂eq en sus tres alcances, siguiendo la metodología definida por *GHG Protocol*, para hacer un seguimiento del progreso hacia nuestros objetivos científicos para reducir las emisiones.

En 2023 reducimos en un 81% nuestras emisiones²⁷ respecto a nuestro año base (2019), superando nuestro objetivo de reducción establecido para 2023 del 63%.

27. Calculadas considerando la metodología *Market Based*.

Huella de carbono calculada a partir de las emisiones de CO₂ equivalente emitidas por nuestras operaciones.



| Emisiones de GEI ¹ (tonCO ₂ eq) | Unidad de medida | 2023 | 2022 |
|---|--|--------|--------|
| Emisiones GEI Alcance 1 | tonCO ₂ eq | 161,4 | 199,7 |
| Emisiones GEI Alcance 2 ² | tonCO ₂ eq | 0 | 0 |
| Emisiones GEI Alcance 3 | tonCO ₂ eq | 656,63 | 766,5 |
| Total emisiones | tonCO ₂ eq | 818,03 | 966,20 |
| Intensidad de las emisiones GEI | tonCO ₂ eq / m ² | 0,055 | 0,065 |

1. Las emisiones son calculadas por Zurich Insurance Group según los consumos reportados en la plataforma SoFi y se basa en la metodología definida por GHG Protocol. Se expresan en toneladas equivalentes. Los factores de emisión provienen de GHG Protocol, Defra & IEA. El año base definido para nuestras iniciativas para lograr ser *net-zero* es el año 2019. El denominador para calcular intensidad es la superficie de las oficinas que reportan los consumos informados (sucursales en Mendoza, Rosario, Misiones, Córdoba, Salta, Neuquén, Tucumán, las sucursales y las oficinas centrales en Bs. As).

2. Se consideran cero emisiones de Alcance 2 debido a la adquisición de energía renovable a través de certificados I-REC (metodología *market based*).



| Icono | Alcance | Descripción | Valor |
|-------|---------|---------------------------------|--------|
| | SCOPE 1 | Car and Jet fleet | 161,44 |
| | SCOPE 2 | Grid electricity | 0 |
| | SCOPE 3 | Air travel (excl. corp. jet) | 189,55 |
| | SCOPE 3 | Scope 3 energy and fuel related | 40,31 |
| | SCOPE 3 | Employee commuting | 397,72 |
| | SCOPE 3 | Printed paper | 21,84 |
| | SCOPE 3 | Waste emissions total | 7,21 |

Gestión eficiente de los recursos

Energía

7.354,26 GJ

consumo total de energía considerando las siguientes fuentes:

- Energía eléctrica
- Gasoil de generadores eléctricos
- Nafta y gasoil de vehículos propios

En Zurich, fomentamos el uso eficiente de la energía a través de un conjunto de acciones y medidas preventivas con el propósito de cuidar el consumo y alcanzar los compromisos propuestos.

Adquirimos vehículos híbridos y/o eléctricos

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.

Reemplazamos computadoras por laptops con menor consumo de energía.

Como objetivo, nos proponemos que nuestra flota de vehículos sea en su totalidad híbridos o eléctricos en 2025.

En 2023, adquirimos certificados de energía renovable (I-REC) equivalente a 1.420,397 MWh, que corresponde al consumo de energía eléctrica para todas nuestras oficinas corporativas ubicadas en Argentina.

Además, realizamos acciones para eficientizar y reducir el consumo de:

Papel

- Digitalización de pólizas.
- Uso monitoreado y medido de impresoras.
- No compramos resmas de papel durante 2023.

Agua

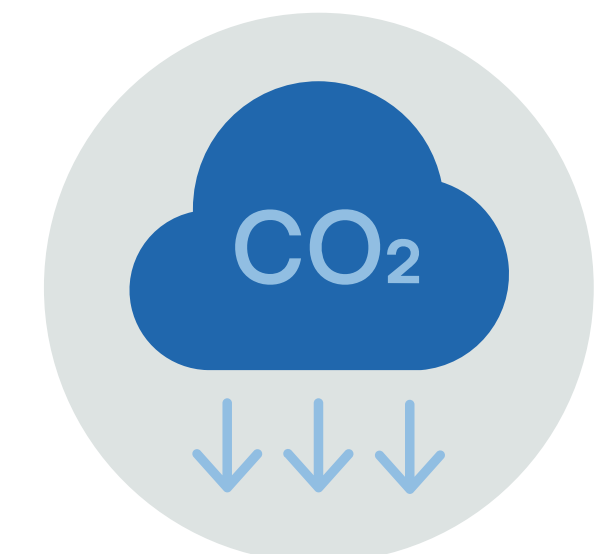
- Contamos con grifos automáticos y tanque “inteligente” para la administración del agua.
- Descarga de agua dual: fomenta un ahorro y uso responsable del recurso.

Plástico

- Eliminamos todos los plásticos de un solo uso en nuestras oficinas.
- Concientizamos a nuestros colaboradores sobre el uso de plástico y los incentivamos a que realicen cambios para disminuir su uso.

| Recursos | 2023 | 2022 |
|--|--------|--------|
| Consumo de papel (en kilos) ¹ | 23.990 | 26.299 |
| Porcentaje de reducción de consumo de papel | 8,78% | 7,74% |
| Consumo de agua (m ³) ² | 4.538 | 4.016 |

1. Consumo de papel relacionado a las impresiones realizadas en nuestras oficinas, impresiones de pólizas y endosos, y papel utilizado para nuestros eventos corporativos.
2. Corresponde solo al edificio de Cerrito 1010.



Gestión integral de residuos

Nos ocupamos de realizar una adecuada separación de residuos para facilitar el reciclaje de materiales, permitiendo su re inserción como materias primas y extendiendo su vida útil. Los residuos generados provienen de las actividades realizadas en nuestras oficinas.

4.370 kg ²⁸

de papel donado a la Fundación Garrahan en el marco de su Programa de Reciclado y Medio Ambiente

1.134 kg ²⁸

de cápsulas de café recicladas a través de nuestra alianza Nespresso

28. Corresponde a edificios corporativos de CABA



- En cada piso de las oficinas contamos con cestos diferenciados para realizar la correcta separación en origen de nuestros residuos: negro (residuos comunes), verde (plástico, vidrio y metal) y azul (papel y cartón).
- Los plásticos, vidrios y metales son retirados y dispuestos en las campanas de reciclables según corresponda en cada localidad.

- El papel y cartón recolectado fue donado a la Fundación Garrahan en el marco de su Programa de Reciclado y Medio Ambiente.
- Reciclamos las cápsulas de Nespresso consumidas en nuestras oficinas, el proveedor realiza el retiro y recicla el metal y el contenido de café residual.

- Disponemos de cartelería explicativa de cómo separar los residuos con mensajes para incentivar a Reducir – Reutilizar – Reciclar.
- Realizamos la disposición final responsable de los dispositivos electrónicos a través de proveedores específicos.

| Recursos | 2023 | 2022 |
|--|-------|--------|
| Reciclado de papel (en kilos) ¹ | 4.370 | 11.822 |

1. Corresponde a edificios corporativos de CABA e incluye lo reciclado en el marco del programa de Reciclado y Medio Ambiente de la Fundación Garrahan.

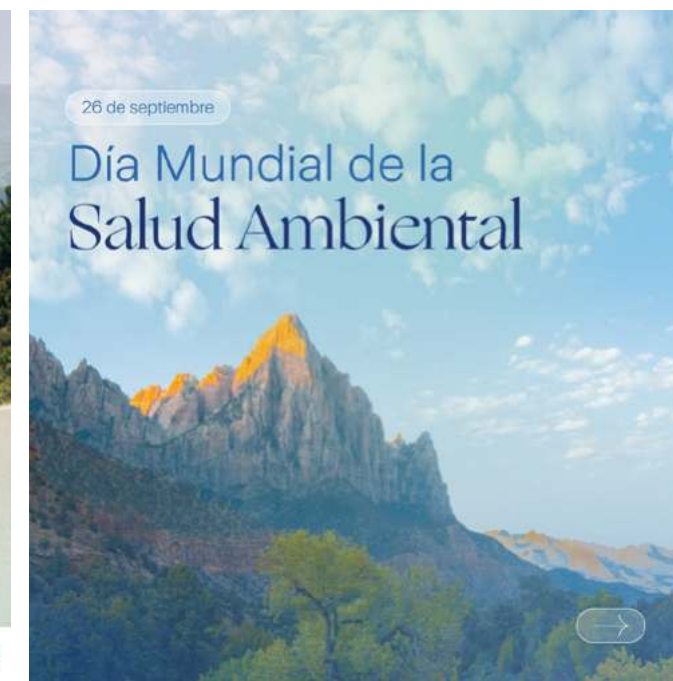
Promovemos la conciencia ambiental

Estamos convencidos de que para preservar nuestro planeta debemos promover la concientización ambiental como acción preventiva para evitar potenciales impactos negativos en el medio ambiente.

Contamos con una estrategia de comunicación destinada a nuestros colaboradores a través de la plataforma de *Workplace* y para nuestros grupos de interés a través de redes sociales.

Entre las publicaciones que realizamos en redes se destacan las efemérides relacionadas con el medio ambiente y acciones sociales. Algunas de ellas fueron:

- Semana de la movilidad sustentable
- Día mundial de la salud ambiental
- Día internacional del reciclaje
- Día de la tierra
- Hora del planeta
- Día de la eficiencia energética
- Día mundial de la vida silvestre
- Día mundial de los océanos
- Día mundial del medio ambiente



Por otra parte, promovemos campañas de concientización y comunicación sobre buenas prácticas de gestión de residuos y circularidad. También, en el marco del pilar Cambo Climático de nuestra Estrategia de Inversión Social, realizamos acciones de colaboración y concientización junto a distintas organizaciones y/o en conjunto con nuestros empleados voluntarios²⁹.

Green Week: para inspirar y concientizar sobre el cambio climático.

A través de esta iniciativa buscamos promover y fomentar hábitos sustentables en nuestros colaboradores invitándolos a participar de diferentes actividades durante una semana. Su objetivo es inspirarlos a contribuir positivamente al cuidado del planeta, sus ecosistemas y la comunidad en general. Además, incentivamos la participación a través de distintas actividades a partir de las cuales se podían sumar puntos (“green points”) y al final de la semana se entregaron premios sustentables a los que acumularon la mayor cantidad. Nuestros socios estratégicos también fueron parte de Green Week.

Las iniciativas realizadas fueron:

Plantación en reservas naturales urbanas:

43 personas participaron junto a la Fundación Vida Silvestre en la plantación de especies nativas en la Reserva Natural de Pilar.

Día Mundial del árbol:

En el Día Mundial del Árbol invitamos a todos nuestros colaboradores a formar parte del cambio publicando una foto plantando o con un árbol en nuestra plataforma interna de *Workplace*. “Plantá un árbol nativo” y “Ayudá a reforestar nuestro planeta” fueron algunas de las premisas que nos acompañaron en esta activación.

Economía circular y consumo responsable:

Realizamos un taller de reciclaje junto a MAROTE, en el que participaron 32 personas, y donde conversamos sobre los ciclos del reciclaje para darle una nueva vida útil a esos elementos que tenemos en nuestras casas. Al final del taller, se invitó a las personas a pedalear en la Recicleta, la cual transforma tapitas plásticas llevadas por ellos en llaveros reciclados.

Concientización:

Llevamos a cabo diferentes charlas de concientización de Sustentabilidad y Energías Renovables junto a EcoHouse, para aprender cómo optimizar los recursos energéticos. Junto a Tais Gadea Lara debatimos sobre el documental *Before the Flood* que aborda las problemáticas del cambio climático.

Maratón de lectura con Fundación Leer:

Salimos a leer cuentos de temática ambiental a niños de 1er, 2do y 3er grado. Además, realizamos una donación de libros para su biblioteca. Se realizó en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Rosario, Mendoza, Córdoba, Tucumán y Mar del Plata.

Taller de Alimentación consciente con Pablo Martin Chef:

Realizado de forma presencial y virtual, Pablo nos habló sobre alimentación sustentable, cómo cocinar de manera diferente, fácil, sana y rápida. Al finalizar, recorrió los pisos de las oficinas para compartir tips y despejar dudas. El taller pretendía generar hábitos sanos en la alimentación que pueden tener un impacto positivo en la salud y en el medio ambiente.

EcoSuiza, economía circular y gestión sostenible de recursos:

En la Embajada de Suiza, empresas socias de la Cámara de Comercio Suizo Argentina (CCSA) y

distintas ONGs compartieron sus experiencias relacionadas a estos temas, con el objetivo de fomentar criterios prácticos vinculados a la sostenibilidad en los negocios.

Charla con La Loca del Taper:

En este taller hablamos de consumo responsable y reciclado junto a Dafna Nudelman, quien nos compartió su mirada sobre el contexto actual y consejos para volvernos más responsables en nuestro día a día.

Cálculo de huella de carbono:

Invitamos a los colaboradores a conocer el impacto de sus acciones acercándoles una calculadora de huella, proponiéndoles que implementen y compartan acciones para su mitigación.

RESULTADOS GREEN WEEK

9,41

satisfacción

+350 hs

de voluntariado

9

actividades con

2

desafíos con

144

participantes

69

participantes

5

días



²⁹. Para mayor información sobre estas iniciativas dirigirse a la sección de [Inversión Social](#).

Acciones contra el cambio climático: adaptación y resiliencia

Alianza con Fundación Vida Silvestre Argentina

Formamos una alianza con Fundación Vida Silvestre Argentina para combatir el cambio climático activamente a través del apoyo a proyectos ambientales en áreas de alto valor de conservación.

Con este acuerdo, nos comprometemos a apoyar a la Reserva de Vida Silvestre Urugua-í y las actividades que allí se realizan. Esta área protegida se creó en 1998, en pleno corazón de la Selva Paranaense. Sus 3.243 hectáreas protegen y conservan parte de las serranías centrales de Misiones, sus quebradas, valles, cursos de agua y la biodiversidad que allí habita. Nos parece importante preservar este espacio, el cual incluye un importante recorrido del Arroyo Urugua-í en su cuenca media, ya que es un hot spot de biodiversidad que alberga especies de flora y fauna de alto valor de conservación (672 especies de plantas, 77 especies de mamíferos, 338 especies de aves, 32 especies de anfibios, 29 especies de peces) y provee amplios servicios ecosistémicos.

A través de nuestro apoyo, Fundación Vida Silvestre Argentina continuará trabajando en:

- Consolidar el sistema de Áreas Protegidas de la provincia de Misiones y proteger al yaguararé, especie en peligro de extinción.
- Brindar un espacio de investigación, a través de la Estación Biológica, desarrollando cursos y talleres.
- Realizar actividades de control y vigilancia dentro de la Reserva Urugua-í y zonas aledañas.

A su vez, en el marco de la alianza, se trabaja para:

- Mejorar los senderos que permiten realizar un recorrido por alguno de sus atractivos naturales de sus visitantes.
- Desarrollar programas de extensión ambiental con la comunidad de San Lorenzo, paraje aledaño a la Reserva, conformado por familias de pequeños productores y una escuela rural. Trabajando sobre el diseño de un plan de acción a largo plazo para mejorar las condiciones de vida y problemas ambientales de la comunidad.

- Monitorear factores que atentan con la calidad del ambiente y planificar acciones para contrarrestarlos.
- Realizar jornadas de concientización ambiental para colaboradores y clientes de la firma.

Bosque Zurich

El proyecto Bosque Zurich fue impulsado a fines de 2020 por Zurich Insurance Group e Instituto Terra. La iniciativa tiene como objetivo contribuir en la reforestación del Bosque Atlántico ubicado en Minas Gerais, Brasil, cuyo estado de conservación se encuentra en peligro, y restaurar su biodiversidad. A través del proyecto Bosque, Zurich otorga una subvención que permite plantar un millón de plántulas durante ocho años, en tres áreas distintas de la región.

Desde Argentina contribuimos al proyecto con la donación de árboles nativos para plantar a través de diferentes iniciativas como Experiencia *Living* y la campaña *LiveWell*. A 2023, contribuimos con la donación de 11.000 árboles.



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 2023 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 | 7-11 |
| | 2-2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización | 8; Nota 1 |
| | 2-3 Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto | 3; Nota 2 |
| | 2-4 Actualización de la información | 3; Nota 2 |
| | 2-5 Verificación externa | Nota 3 |
| | 2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales | 7-11, 45-51, 60-62, 64-66; Nota 4 |
| | 2-7 Empleados | 46; Nota 5 |
| | 2-9 Estructura y composición de gobernanza | 24-25; Nota 6 |
| | 2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno | 24-25 |
| | 2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno | 24-25 |
| | 2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos | 18, 24, 26 |
| | 2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos | 18, 25 |
| | 2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad | Nota 7 |
| | 2-15 Conflictos de interés | 25; Nota 8 |

| Estándar GRI | Contenido | Página/ Respuesta |
|---|--|---|
| CONTENIDOS GENERALES | | |
| GRI 2: Contenidos Generales 2021 | 2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno | Nota 9 |
| | 2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno | 25 |
| | 2-19 Políticas de remuneración | 25 |
| | 2-21 Ratio de compensación total anual | Nota 10 |
| | 2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible | Mensaje del CEO; Mensaje de la Head of Communications & Sustainability; 16-17 |
| | 2-23 Compromisos y políticas | 16-17, 21, 26-29, 35, 39-41, 50-51, 54, 57-58, 61, 65-66, 69-76 |
| | 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas | 16-21, 26-29, 34-37, 39-41, 50-51, 54, 61-66, 69-76 |
| | 2-25 Procesos para remediar impactos negativos | 24-25, 28 |
| | 2-26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes | 25, 28 |
| | 2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas | Nota 11 |
| | 2-28 Afiliación a asociaciones | 18, 58 |
| | 2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés | 18-20 |
| | 2-30 Acuerdos de negociación colectiva | 50 |

| Estándar GRI | Contenido | Página/ Respuesta |
|---|---|-------------------|
| TEMAS MATERIALES | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-1 Proceso para determinar los temas materiales | 18-20, Nota 12 |
| | 3-2 Listado de temas materiales | 20 |
| Ética, transparencia e integridad | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 28 |
| GRI 205: Anticorrupción 2016 | 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | 23, 28, 61-62, 66 |
| | 205-3 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas | Nota 13 |
| GRI 415: Política pública 2016 | 415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos | Nota 14 |
| Consumo responsable y eficiencia en el uso de los recursos naturales | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 69-72 |
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1 Consumo energético dentro de la organización | Nota 15 |
| | 302-3 Intensidad energética | Nota 15 |
| GRI 303: Agua y Efluentes 2018 | 303-5 Consumo de agua | 72 |
| Experiencia y bienestar del cliente | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 34-37 |
| Bienestar, clima, salud y seguridad laboral | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 49, 51 |
| GRI 202-1: Presencia en el mercado | 202-1 Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local | Nota 16 |
| Privacidad de los datos y ciberseguridad | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 39 |
| 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 17 |

| Estándar GRI | Contenido | Página/ Respuesta |
|--|---|----------------------|
| Contribución a la comunidad local | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 40-42, 54-58 |
| GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 | 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados | 40-42, 54-58 |
| | 203-2 Impactos económicos indirectos significativos | 21, 40-42, 46, 54-58 |
| GRI 413: Comunidades locales 2016 | 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | 58; Nota 18 |
| Descarbonización, adaptación y riesgos del cambio climático | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 21, 27, 69-71 |
| GRI 201: Desempeño económico 2016 | 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático | 21, 27 |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) | 69-71 |
| | 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) | 69-71 |
| | 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) | 69-71 |
| | 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI | 69-71 |
| | 305-5 Reducción de las emisiones de GEI | 69-71 |
| Proceso de venta claro y transparente hacia los clientes | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 40 |
| Solidez y solvencia financiera | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 7, 12 |
| GRI 201: Desempeño económico 2016 | 201-1 Valor económico directo generado y distribuido | Nota 19 |
| | 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno | Nota 20 |
| Cadena de valor responsable | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 26, 61-62, 65-66 |
| GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 | 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales | 64 |

| Estándar GRI | Contenido | Página/ Respuesta |
|---|--|-------------------|
| Cadena de valor responsable | | |
| 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 | 65 |
| GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016 | 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales | 65 |
| Inversiones responsables | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 21 |
| Atracción y desarrollo de talento | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 46-47 |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal | Nota 21 |
| GRI 404: Formación y enseñanza 2016 | 401-1 Media de horas de formación al año por empleado | Nota 22 |
| | 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | 47 |
| Educación e inclusión financiera y de seguros | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 61-62 |
| Cumplimiento normativo | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 29 |
| Economía circular | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 73 |
| GRI 306: Residuos 2020 | 306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos | 73 |
| Prevención de la salud | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 51 |

| Estándar GRI | Contenido | Página/ Respuesta |
|---|---|----------------------|
| Gobierno corporativo sólido y comprometido | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 24-25 |
| Investigación, innovación y tecnología | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 38, 42 |
| Productos y servicios accesibles y sostenibles | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 40-41 |
| Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 50 |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-3 Permiso parental | Nota 23 |
| GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016 | 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados | 24-25, 46; Nota 24 |
| | 405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres | 50 |
| Gestión de riesgos | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 21, 26-27 |
| Derechos humanos | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 17, 26-27, 29, 65-66 |
| GRI 408: Trabajo infantil 2016 | 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil | 66 |
| GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016 | 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio | 66 |
| Competencia justa | | |
| GRI 3: Temas Materiales 2021 | 3-3 Gestión de temas materiales | 28 |
| GRI 206: Competencia desleal 2016 | 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | Nota 25 |

Nota 1

Las entidades incluidas en los informes financieros son las mismas que las incluidas en el Reporte de Sustentabilidad.

Nota 2

Los períodos del Reporte de Sustentabilidad coinciden con los períodos de los informes financieros de cada entidad. Todas las compañías incluidas en el reporte de sustentabilidad tienen Estados Financieros auditados y presentados a la Superintendencia de Seguros de la Nación.

Al ser este el primer Reporte publicado, no existe información publicada previamente sobre la cual corresponda mencionar de su actualización y sus motivos.

Nota 3

No se realiza verificación externa del Reporte.

Nota 4

En 2023 no hubo cambios significativos en los sectores en los que tenemos actividad ni en la cadena de valor de la organización.

Nota 5

Informamos la cantidad de empleados al 31 de diciembre de cada año.

En 2023 no hubo una fluctuación significativa en la plantilla de la Compañía.

No contamos con trabajadores por horas no garantizadas, ni trabajadores con contrato temporal.

| CANTIDAD DE COLABORADORES | 2023 | | 2022 | |
|--|---------|---------|---------|---------|
| | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres |
| Cantidad de empleados por contrato y región | | | | |
| Contrato fijo | | | | |
| CABA | 333 | 348 | 339 | 334 |
| Prov de Buenos Aires | 2 | 8 | 2 | 9 |
| Interior del país | 18 | 22 | 20 | 29 |
| Contrato a tiempo completo | | | | |
| CABA | 289 | 331 | 298 | 315 |
| Prov de Buenos Aires | 2 | 8 | 2 | 9 |
| Interior del país | 18 | 22 | 20 | 29 |

| CANTIDAD DE COLABORADORES | 2023 | | 2022 | |
|--|---------|---------|---------|---------|
| | Mujeres | Hombres | Mujeres | Hombres |
| Cantidad de empleados por contrato y región | | | | |
| Contrato a tiempo parcial | | | | |
| CABA | 44 | 17 | 41 | 19 |
| Prov de Buenos Aires | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Interior del país | 0 | 0 | 0 | 0 |

Nota 6

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

Nota 7

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

Nota 8

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

Nota 9

Todo el personal y *Management Team* recibe comunicaciones sobre concientización en temas de sustentabilidad. Se les invita a participar de las actividades a realizar en este marco.

Nota 10

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

Nota 11

Durante 2023, no registramos ningún incumplimiento significativo a las leyes o regulaciones por parte de Zurich Argentina.

Nota 12

| EJE MODELO DE NEGOCIO | | |
|---|---|--|
| <p>Temas materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Proceso de venta claro y transparente hacia los clientes 2. Experiencia y bienestar del cliente 3. Inversiones responsables 4. Solidez y solvencia financiera | <ul style="list-style-type: none"> 5. Gestión de riesgos 6. Productos y servicios accesibles y sostenibles 7. Privacidad de los datos y ciberseguridad 8. Competencia justa 9. Investigación, innovación y tecnología | |
| | IMPACTO POSITIVO | IMPACTO NEGATIVO |
| Materialidad financiera | <ul style="list-style-type: none"> •Aumento de la rentabilidad como consecuencia de una mayor fidelización del cliente y mayor permanencia de estos con la empresa. •Aumento del share de la compañía al expandir la oferta de productos a otros públicos. •Posibilidad de insertarse en nuevos mercados. | <ul style="list-style-type: none"> •Problemas reputacionales por una baja calidad de atención o información al cliente, gestión de riesgos, problemas de ciberseguridad. •Pérdida de clientes como consecuencia de una mala gestión. •Multas y sanciones por incumplimientos a las normativas. |
| Materialidad social y ambiental | <ul style="list-style-type: none"> •Mejora en la reputación de la compañía por brindar accesibilidad a productos y servicios. •Generación de alianzas con la industria para potenciar el beneficio social y ambiental a través del negocio. •Mejora en la calidad de atención y posibilidad de comprender mejor y atender las necesidades de los clientes. •Seguridad del cliente de contar con una buena protección. | <ul style="list-style-type: none"> •Pérdidas o daños a patrimonio ambiental o consecuencias sociales por una incorrecta gestión de los riesgos. •Descontento social por no poder acceder o no comprender la cobertura de ciertos productos o servicios. •Deficiencias en las prestaciones de servicios. |

| EJE AMBIENTE | | |
|---|--|--|
| <p>Temas materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Consumo responsable y eficiencia en el uso de los recursos naturales 2. Descarbonización, adaptación y riesgos del cambio climático 3. Economía circular | | |
| | IMPACTO POSITIVO | IMPACTO NEGATIVO |
| Materialidad financiera | <ul style="list-style-type: none"> •Apertura a nuevos productos con beneficio ambiental. •Mejora en la reputación al reconocerse a la empresa como consciente y responsable con el planeta. •Disminución en los costos por menor compra de materiales, materias primas, menor uso de recursos y reducción de lo enviado a disposición final. •Desvinculación de industrias con mala reputación y con posibles impactos negativos para el negocio a futuro. | <ul style="list-style-type: none"> •Pérdida de la oportunidad de entrar en nuevos mercados. •Posibilidad de catalogar a las acciones realizadas como <i>greenwashing</i>. •Riesgos asociados a eventos climáticos adversos que afecten la solvencia de la empresa. •Multas y sanciones en materia ambiental. •Mayores costos asumidos para permitir una mayor eficiencia ambiental en procesos propios. |
| Materialidad social y ambiental | <ul style="list-style-type: none"> •Contribución al desarrollo del empleo relacionado a gestión de residuos y economía circular. •Colaboración con la innovación tecnológica, de empleos verdes y productos innovadores. •Reducción en las emisiones de GEI, uso de recursos o generación de residuos. •Mejora en la calidad de vida de las personas y en la conservación del ambiente. | <ul style="list-style-type: none"> •Aumento en la contaminación y emisiones de GEI asociados a un crecimiento del negocio. •Crítica y reprobación social por no tomar acción en la lucha contra el cambio climático. |

EJE SOCIAL

Temas materiales:

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

IMPACTO POSITIVO
IMPACTO NEGATIVO

| | | |
|---------------------------------|--|---|
| Materialidad financiera | <ul style="list-style-type: none"> • Mayor solidez de la empresa, mejora en la percepción hacia la misma y fidelidad del empleado. • Reducción de las bajas laborales, días o licencias solicitados con motivo de accidentes o enfermedades. • Captación de mayor cantidad de clientes y socios estratégicos al brindar conocimientos financieros y de seguros. | <ul style="list-style-type: none"> • Multas y sanciones por violaciones a los derechos humanos o por temas de salud y seguridad. • Alta rotación laboral por descontentos. • Juicios o litigios a enfrentar debido a aspectos laborales. |
| Materialidad social y ambiental | <ul style="list-style-type: none"> • Mejora en la calidad de vida de las personas al velar por sus derechos y necesidades, y al brindar oportunidades de trabajo a minorías sociales. • Buen clima laboral, comodidad y satisfacción de los empleados. • Generación de alianzas con otras instituciones, ONGs o empresas para mejorar la vida de la comunidad. | <ul style="list-style-type: none"> • Exclusión de una parte de la sociedad al no acceder a los productos o no brindar oportunidades laborales. • Situaciones de violencia o discriminación entre los empleados. • Estancamiento del desarrollo profesional de los empleados. |

EJE GOBERNANZA

Temas materiales:

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

IMPACTO POSITIVO
IMPACTO POSITIVO

| | | |
|---------------------------------|--|--|
| Materialidad financiera | <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la confianza en la compañía por parte de la sociedad, inversores, socios estratégicos y empleados. • Posibilidad de mejora en los costos de contratación de proveedores. • Prevención en el recibo de multas o sanciones por incumplimientos normativos. • Adopción temprana de nuevas normativas y adaptación a cambios legislativos. | <ul style="list-style-type: none"> • Multas o sanciones por motivos éticos, de corrupción, lavado de dinero, etc. • Riesgo por incumplimiento de lineamientos y regulaciones vinculados a la ética, transparencia y gobernanza. • Pérdida de reputación o aumento de costos por un mal manejo con proveedores. • Aumento de costos a corto plazo para lograr trabajar con proveedores más sostenibles. |
| Materialidad social y ambiental | <ul style="list-style-type: none"> • Participación en espacios de intercambio con fines de beneficio ambiental y social. • Beneficio económico y de desarrollo a nuevos proveedores sostenibles. • Prevención del lavado de dinero y operaciones fuera de la ley. | <ul style="list-style-type: none"> • Descontento de proveedores por una mala relación profesional o gestión. • Rechazo a proveedores por no cumplir con requisitos de sostenibilidad. |

Nota 13

Durante 2023 no hubo casos públicos de corrupción confirmados ni denuncias relacionadas con el soborno, la corrupción y el blanqueo de capitales recibidas.

Nota 14

Durante 2023 no realizamos contribuciones a partidos y/o representantes políticos.

Nota 15

| CONSUMO DE ENERGÍA | Unidad de medida | 2023 | 2022 |
|---|-----------------------|-----------|-----------|
| Consumo dentro de la organización | | | |
| Energía eléctrica | kWh | 1.420.397 | 1.315.683 |
| Gas-oil – Generadores eléctricos | Litros | 350 | 350 |
| Nafta – Flota de vehículos propios ¹ | Litros | 49.846 | 72.653 |
| Gas-oil – Flota de vehículos propios ¹ | Litros | 18.351 | 13.425 |
| Consumo total de energía ² | Joules | 7.354,26 | 7.516,54 |
| Intensidad energética | | | |
| Ratio de intensidad energética ³ | Joules/m ² | 0,50 | 0,51 |

1. El consumo corresponde a nuestra flota compuesta por vehículos tradicionales, vehículos híbridos y vehículos híbridos enchufables.
2. Para la conversión a Joules 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
3. El denominador para calcular intensidad es la superficie de las oficinas que reportan los consumos informados (sucursales en Mendoza, Rosario, Misiones, Córdoba, Salta, Neuquén, Tucumán, las sucursales y las oficinas centrales en Bs. As).

Nota 16

| Ratio entre salario de categoría inicial y salario mínimo local | 2023 |
|---|------|
| Mujeres | 1 |
| Hombres | 1 |

1. El análisis se realiza sobre el salario mínimo de CCT. El salario mínimo a abonar por cada posición obedece al mínimo del convenio colectivo de trabajo que aplica a nuestra actividad. A su vez, adquirimos encuestas de mercado como parte de la estrategia de compensaciones para remunerar las posiciones de nuestra estructura.

Nota 17

Durante 2023 no registramos reclamos relacionados con violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.

Nota 18

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

Nota 19

| PATRIMONIALES ¹ | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Valor económico generado y distribuido - Pesos (en millones) | 2024 ² | 2023 ³ |
| Valor económico generado | \$ 182.045,01 | \$ 163.155,23 |
| Ingresos | \$ 182.045,01 | \$ 163.155,23 |
| Valor económico distribuido | \$ 287.202,73 | \$ 221.994,05 |
| Costos de operaciones | \$ 255.276,10 | \$ 183.350,56 |
| siniestros | \$ 181.025,72 | \$ 119.374,39 |
| gastos | \$ 74.250,38 | \$ 63.976,16 |
| Salarios y beneficios de los empleados | \$ 21.706,17 | \$ 27.417,74 |
| Pagos a proveedores de capital | - | - |
| Pagos al gobierno⁴ | \$ 10.123,06 | \$ 11.088,55 |
| Inversión en la comunidad ⁵ | \$ 97,40 | \$ 137,21 |
| Valor económico retenido (valor económico generado menos valor económico distribuido) | -\$ 105.157,72 | -\$ 58.838,83 |

1. Incluye Zurich Argentina Compañía de Seguros S.A. y Zurich Aseguradora Argentina S.A.
2. El período fiscal abarca julio 2023 a junio 2024.
3. El período fiscal abarca julio 2022 a junio 2023.
4. En concepto de pago de impuestos.
5. En concepto de donaciones.

| VIDA ¹ | | |
|--|--------------|--------------|
| Valor económico generado y distribuido - Pesos (en millones) | 2023 | 2022 |
| Valor económico generado | \$ 61.690,02 | \$ 54.828,33 |
| Ingresos | \$ 61.690,02 | \$ 54.828,33 |
| Valor económico distribuido | \$ 48.670,41 | \$ 20.313,04 |
| Costos de operaciones | \$ 40.310,65 | \$ 16.748,50 |
| siniestros/rescatos | \$ 27.574,66 | \$ 12.537,36 |
| gastos | \$ 12.735,99 | \$ 4.211,14 |
| Salarios y beneficios de los empleados | \$ 3.974,08 | \$ 1.631,28 |
| Pagos a proveedores de capital | - | - |
| Pagos al gobierno² | \$ 4.383,59 | \$ 1.922,26 |
| Inversión en la comunidad ³ | \$ 2,10 | \$ 11,00 |
| Valor económico retenido (valor económico generado menos valor económico distribuido) | \$ 13.019,61 | \$ 34.515,29 |

1. Incluye a Zurich International Life Ltd. Sucursal Argentina.

2. En concepto de pago de impuestos.

3. En concepto de donaciones.

Nota 20

Durante 2023 no recibimos asistencia financiera por parte del gobierno.

Nota 21

| Nuevos empleados contratados | 2023 (cant) | 2023 (%) | 2022 (cant) | 2022 (%) |
|------------------------------|-------------|----------|-------------|----------|
| TOTAL | 72 | 9,8% | 53 | 7,2% |
| Por género | | | | |
| Femenino | 33 | 4,5% | 24 | 3,3% |
| Masculino | 39 | 5,3% | 29 | 4,0% |
| Por edad | | | | |
| Menores de 30 años | 59 | 8,1% | 41 | 5,6% |
| Entre 31 y 50 años | 12 | 1,6% | 12 | 1,6% |
| Mayores de 51 años | 1 | 0,1% | 0 | 0 |
| Por región | | | | |
| CABA | 69 | 9,4% | 48 | 6,5% |
| Prov de Buenos Aires | - | - | 3 | 0,4% |
| Interior del país | 3 | 0,4% | 2 | 0,3% |

| Bajas del Personal | 2023 (cant) | 2023 (%) | 2022 (cant) | 2022 (%) |
|----------------------|-------------|----------|-------------|----------|
| TOTAL | 79 | 10,8% | 102 | 13,9% |
| Por género | | | | |
| Femenino | 40 | 5,5% | 47 | 6,4% |
| Masculino | 39 | 5,3% | 55 | 7,5% |
| Por edad | | | | |
| Menores de 30 años | - | - | 38 | 5,2% |
| Entre 31 y 50 años | 69 | 9,4% | 54 | 7,4% |
| Mayores de 51 años | 10 | 1,4% | 10 | 1,4% |
| Por región | | | | |
| CABA | 66 | 9,0% | 93 | 12,7% |
| Prov de Buenos Aires | 1 | 0,1% | 1 | 0,1% |
| Interior del país | 12 | 1,6% | 8 | 1,1% |

Nota 22

| Promedio de horas de formación por empleado ¹ | 2023 | 2022 |
|--|-----------|----------|
| Por género | | |
| Femenino | 10 | 8 |
| Masculino | 10 | 8 |
| Por categoría laboral | | |
| Directores | 24 | 24 |
| Gerentes | 32 | 30 |
| Team Leaders | 32 | 30 |
| Analistas | 4 | 4 |
| Staff | 4 | 4 |
| Total | 10 | 8 |

1. Calculado como cantidad de empleados formados dividido el total de empleados correspondientes a cada categoría.

Nota 23

| Licencia por maternidad y paternidad 2023 | | | |
|---|---------|---------|---|
| Cantidad de empleados | Mujeres | Hombres | Observaciones |
| Cantidad total de empleados que tuvieron derecho al permiso parental | 353 | 378 | |
| Tasa de regreso al trabajo ¹ | 82% | 100% | |
| a. N° de empleados que hicieron uso efectivo de la licencia por nacimiento | 11 | 8 | |
| b. N° de empleados que retornaron al trabajo en el período objeto del informe después de finalizar la licencia por nacimiento | 9 | 8 | Para el caso de licencia por maternidad, hay dos empleadas que continuaban con su licencia durante el periodo del reporte |

| Licencia por maternidad y paternidad 2023 | | | |
|---|---------|---------|---|
| Cantidad de empleados | Mujeres | Hombres | Observaciones |
| Tasa de retención ² | 100% | 100% | |
| c. N° de empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado | 15 | 8 | Consideramos a empleados que regresaron de su licencia en 2022. |
| d. N° de empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado y permanecieron 12 meses en el empleo | 15 | 8 | |

1. Se calcula considerando los empleados que retornaron al trabajo después de finalizar la licencia por nacimiento dividido el total de empleados que hicieron uso efectivo de la licencia por nacimiento (b. / a.).
 2. Se calcula considerando los empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado y permanecieron 12 meses en el empleo dividido el total de empleados que regresaron al trabajo al finalizar su licencia por nacimiento durante el año anterior al reportado (d. / c.).

Nota 24

| Colaboradores por categoría laboral y edad | 2023 | | | 2022 | | |
|--|--------------------|-----------------|----------------|--------------------|-----------------|----------------|
| | 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 | 6 | 10 | 0 | 10 | 8 |
| Gerentes | 0 | 36 | 16 | 0 | 32 | 16 |
| Team Leaders | 0 | 32 | 14 | 0 | 32 | 14 |
| Analistas | 118 | 311 | 89 | 104 | 323 | 85 |
| Staff | 46 | 45 | 8 | 44 | 55 | 10 |

Nota 25

En 2023 no tuvimos incumplimientos de legislaciones que regulan la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

Agradecimientos

Agradecemos a todos aquellos que contribuyeron en la elaboración de nuestro primer Reporte de Sustentabilidad por su compromiso y predisposición. Gracias a su dedicación y colaboración logramos reflejar en este informe nuestros esfuerzos y logros en materia de sustentabilidad.

Management Team:

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

Referentes internos

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

Finanzas: Marina Soledad Castañon, María Carolina Kondratiuk

Inversiones: María Pilar Alcalde

Legales & Compliance: Candela Novoa, Jimena Amenabar, Lucas Masollo, María Guadalupe González

Procurement & Business Resilience: Pablo Ambricca, Uriel Senderovsky

Clientes & Producto: Alejandro Kancepolsky, Pablo Martin Salomon, Diego Shenquerman, Silvana Roccabruna, Sofía Murno, María Paula Patrone, María Guadalupe Segura, Pablo Enrique Laporta, Federico Mariano Garcia, Maria Raquel Martinez, Santiago Sarubbi, Mariana Zorzoli

Risk Management: Laura Beatriz Scheuschner, Eliana Gauto Espala

Recursos Humanos: Matías Frenkiel, Giselle Lublin, Sara Carolina Weinert, Pamela Soledad Ventosa

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

IT & Data Privacy: Cristian Mussini, Enrique Martino, Juan Manuel Molinari

Planning & Engagement: Maria Laura Monvale, Julia Carolina Suarez

Underwriting: Walter Adrian Gasparoni, Federico Hernán Barcelo

