



Reporte de Sustentabilidad 2025



Tabla de Contenidos

1. Carta del CEO	3
2. Camino Sustentable	4-8
3. Cuidando a los colaboradores	9-18
4. Cambio climático: acciones y progresos	19-29
5. Creando impacto social	30-33
6. Integrando la sustentabilidad en nuestro negocio	34-47
7. Fortaleciendo nuestra estructura de gobierno corporativo	48-60
8. Cadena de valor y servicio	60-67
9. Tabla GRI	70-73
10. Nos interesa tu opinión	74

1 Carta del CEO



Estimado Lector:

El último año volvió a confirmar que los desafíos climáticos, sociales y tecnológicos ya no representan tan solo hipótesis, sino una realidad que transforma nuestro entorno y exige respuestas concretas.

En Allianz, nuestro propósito —proteger el futuro de las personas— nos impulsa a actuar con una mirada de largo plazo, decisiones basadas en evidencia y una ejecución consistente en todo el negocio. En este marco, nuestra estrategia de sustentabilidad se estructura en tres ejes que orientan nuestras prioridades: la acción climática, el compromiso social —con foco en poblaciones vulnerables— y la integración transversal de criterios ESG en toda la organización.

Como expresa nuestro CEO global, Oliver Bäte: “Estamos motivados por nuestros objetivos y convicciones, pero definidos por nuestras acciones”. Este informe da cuenta de las iniciativas desarrolladas durante 2025 y del camino que seguimos recorriendo en Allianz Argentina para generar valor sostenible.

Nuestros resultados corporativos y niveles de solvencia vuelven a evidenciar la solidez técnica con la que gestionamos el negocio. Esta estabilidad no es un fin en sí mismo, sino la base que nos permite cumplir nuestro propósito: sostener inversiones y desplegar iniciativas orientadas a proteger a las personas frente a los desafíos climáticos, sociales y económicos. Los avances del año refuerzan que desempeño económico y sustentabilidad no son objetivos divergentes, sino dimensiones que se potencian mutuamente.

Durante 2025 continuamos profundizando la incorporación de criterios ESG en nuestros procesos y decisiones en todas las áreas. En este marco, certificamos nuestro primer producto para Automóviles bajo los requerimientos SUSO (Sustainable Solutions) del Grupo, un hito que refuerza nuestro compromiso con soluciones cada vez más sostenibles para nuestros clientes. En paralelo, fortalecimos las iniciativas de prevención y adaptación climática, acompañando a comunidades y asegurados frente a eventos cada vez más frecuentes y severos.

Asimismo, logramos avances relevantes en la reducción de nuestra huella de carbono, especialmente en consumo de energía y viajes corporativos, prioridades definidas al inicio del ciclo de gestión.

En materia de diversidad, equidad e inclusión, creamos el Comité DEI, un espacio clave para identificar desafíos, promover el diálogo y orientar acciones que fortalezcan una cultura cada vez más inclusiva.

En un contexto de riesgos tecnológicos crecientes, en el que los ciberataques se mantienen entre las principales amenazas del sector, continuamos fortaleciendo nuestras capacidades de monitoreo, detección y respuesta. Proteger los datos de nuestros clientes, productores y aliados resulta fundamental para sostener la confianza y garantizar la continuidad operativa.

La inteligencia artificial avanza como un motor de eficiencia y transformación en nuestros procesos. Reconocemos su potencial, así como los desafíos que plantea; por ello, promovemos una adopción responsable y gobernada, basada en principios éticos, controles y evaluaciones de impacto.

Este año fuimos reconocidos como la compañía que mejor paga los siniestros, según la votación de Productores de Seguros, reafirmando la solidez de nuestra misión esencial. Asimismo, alcanzamos el liderazgo en lealtad del cliente en nuestra encuesta NPS (Net Promoter Score) y recibimos el Premio Prestigio a la Visión Sustentable, distinciones que reflejan una gestión centrada en el cliente y orientada al impacto.

Además, continuamos promoviendo un diálogo cercano y permanente con nuestros socios estratégicos y principal canal de venta: los Productores de Seguros, cuyo acompañamiento es clave para seguir evolucionando como compañía.

Reafirmo nuestro compromiso de actuar con transparencia, medir nuestro desempeño y rendir cuentas sobre nuestros avances y desafíos. Seguiremos impulsando iniciativas que contribuyan a un futuro más resiliente, inclusivo y sostenible para las personas y comunidades en las cuales operamos.

Gerardo Pardo
CEO Allianz Argentina



Capítulo 2

Camino Sustentable

En un entorno marcado por crecientes desafíos climáticos y sociales, Allianz orienta su estrategia de sustentabilidad hacia aquellos **Objetivos de Desarrollo Sostenible** que reflejan su identidad y propósito como compañía aseguradora. En línea con el compromiso de fortalecer la resiliencia de las personas y ayudar a proteger su futuro, ha definido un foco estratégico en tres objetivos prioritarios:

ODS 8 Trabajo Decente y el Crecimiento Económico

Que impulsa el trabajo decente y el crecimiento económico sostenido e inclusivo.

ODS 13 Acción Climática

Que convoca a actuar frente al cambio climático, anticipar riesgos emergentes y acompañar a los clientes y comunidades en su preparación y adaptación.

ODS 17 Alianza por los objetivos

Que destaca la relevancia de crear alianzas sólidas para impulsar soluciones colectivas y acelerar el cambio sistémico.

Como aseguradora global, la razón de ser de la compañía es brindar protección y seguridad frente a escenarios inciertos. Ese rol adquiere hoy una importancia renovada: los eventos climáticos extremos, las transformaciones socioeconómicas y la necesidad de transiciones sostenibles requieren que apoye a las personas, empresas y comunidades no solo en la recuperación, sino también en la **prevención, la adaptación y el fortalecimiento de sus capacidades**.

Desde este enfoque integrado, impulsa iniciativas que contribuyen al desarrollo económico, a la acción climática y a la cooperación entendiendo que un futuro sostenible se construye combinando protección, innovación y colaboración.

La aspiración de Allianz es clara: acompañar a sus grupos de interés en cada etapa, y asegurar que juntos puedan avanzar hacia una sociedad **más resiliente, equitativa y preparada para el mañana**.

Otros Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 1, 3, 5, 10 y 15) se ven igualmente impactados por las iniciativas implementadas.

ODS 1 Fin de la pobreza

ODS 3 Salud y bienestar

ODS 5 Igualdad de género

ODS 8 Trabajo Decente y el Crecimiento Económico

ODS 10 Reducción de las desigualdades

ODS 13 Acción por el clima

ODS 15 Vida de ecosistema terrestre

ODS 17 Alianzas para lograr los objetivos

Allianz Argentina presenta su tercer reporte anual, que integra la información y el desempeño económico, social y ambiental del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025, con alcance local, siendo la entidad consolidada en los estados financieros de la organización Allianz Argentina SA.

Los miembros del Comité de Sustentabilidad realizaron un ejercicio de materialidad involucrando también al Comité de Dirección, para determinar los temas más relevantes considerando una valoración según su importancia tanto para la empresa como para la parte interesada.

Asimismo, se verificó la evolución de temas materiales respecto al año previo. Se identificó como tema emergente la inteligencia artificial y la necesidad de analizar los riesgos y oportunidades que conlleva.

En función a esta priorización de temas materiales, se desarrolló el contenido del Reporte, que fue aprobado por todos los miembros del Comité de Dirección y Comité de Sustentabilidad. Estos Comités desempeñan un rol activo en la supervisión de la información presentada en este reporte, así como en el seguimiento de la información estratégica y operativa relacionada con los temas materiales.

Cabe aclarar que Allianz Argentina realiza en forma periódica su Comité de Sustentabilidad, donde el CEO, miembros del Comité de Dirección (máximo órgano de gobierno) y otras áreas vinculadas a procesos con impacto en la sustentabilidad del negocio, dan seguimiento a las iniciativas y temas relacionados a sustentabilidad. Este órgano aprueba las iniciativas relacionadas al plan anual de sustentabilidad y realiza su seguimiento y control. También participan del proceso de presentación de los informes de sostenibilidad. Su rol incluye la supervisión y aprobación previa a la comunicación del reporte.

Asimismo, desde Casa Matriz, se supervisa la gestión de los principales impactos económicos, sociales y ambientales de la empresa.

2.1 Temas materiales relevantes

1. ÉTICA CORPORATIVA Y TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN DEL NEGOCIO

Cap. 7 - Pág. 58-59

Se trata de un pilar fundamental para construir confianza con los grupos de interés. Actuar con integridad asegura una toma de decisión responsable y sostenible. La transparencia permite rendir cuentas de manera clara, fomentando una cultura organizacional basada en el respeto y la equidad.

2. SOLVENCIA

Cap. 7 - Pág. 52

Es clave para garantizar la sostenibilidad del negocio, respaldar los compromisos a largo plazo y brindar confianza a clientes, empleados e inversores.

3. EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (atención y servicio al asegurado)

Cap. 8 - Pág. 66-67

El foco en el cliente permite construir relaciones duraderas, fortalecer la lealtad y asegurar un crecimiento sostenible basado en la confianza y el valor percibido.

4. CRECIMIENTO SOSTENIDO Y RENTABLE DEL NEGOCIO

Cap. 7 - Pág. 52 / Cap. 8 - Pág. 63

Permite generar valor a largo plazo, impulsar la innovación y asegurar el equilibrio entre resultados económicos, impacto social y ambiental.

5. CIBERSEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Cap. 6 - Pág. 41-42 / Cap. 8 - Pág. 68

El resguardo de la información de los clientes y garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad, es esencial para fortalecer la confianza en la operación.

6. COMPROMISO CON NUESTROS CANALES DE VENTA

Cap. 8 - Pág. 64-65

Es esencial para fortalecer alianzas estratégicas, garantizar una atención de calidad y potenciar el alcance y la eficiencia en la distribución de los

GRI: 3-2

productos y servicios. Se destaca el diálogo, comunicación transparente, atención y construcción de vínculos de confianza, y la promoción del trabajo colaborativo para alcanzar objetivos comunes que impulsen el desarrollo sostenible del negocio.

7. INVOLUCRAMIENTO DE LA ALTA GERENCIA EN LA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD

Cap. 2 - Pág. 5 / Cap. 7 - Pág. 53-54

Clave para impulsar una visión integral del negocio, asegurar el compromiso organizacional y consolidar una agenda de largo plazo con impacto positivo.

8. PRODUCTOS Y SERVICIOS ADAPTADOS A NUEVAS TENDENCIAS

Cap. 8 - Pág. 61-62

Desarrollar productos y servicios innovadores que respondan a las nuevas tendencias del mercado y a las necesidades cambiantes del consumidor.

9. DIGITALIZACIÓN EN LOS PROCESOS CLAVE DE NEGOCIOS

Cap. 6 - Pág. 40 / Cap. 8 - Pág. 67

Impulsar la transformación digital para mejorar la eficiencia y la experiencia de los clientes y socios estratégicos.

Durante el último período, la inteligencia artificial (IA) emergió como un tema material relevante debido a su creciente impacto y su adopción acelerada que abre oportunidades significativas para mejorar la eficiencia, la calidad del servicio y la capacidad de innovación, pero también plantea desafíos éticos, sociales y ambientales que requieren una gestión proactiva.

10. INTEGRAR CUESTIONES DE SUSTENTABILIDAD EN LA COMPAÑÍA Y EL NEGOCIO

Cap. 4 - Pág. 19-29 / Cap. 5 - Pág. 30-33 / Cap. 6 - Pág. 34-47

Permite tomar decisiones más responsables, anticipar riesgos, identificar oportunidades y generar un impacto positivo en lo económico, social y ambiental.

En este apartado se incluye el trabajo para mitigar los impactos del cambio climático y fomentar hábitos responsables que contribuyan al cuidado del medioambiente, como también el compromiso social.

11. DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS

Cap. 3 - Pág. 16

Impulsar el desarrollo de los colaboradores a través de programas de formación continua, promoviendo una cultura de aprendizaje, crecimiento y liderazgo responsable.

12. PREVENCIÓN DE FRAUDE Y LAVADO DE DINERO

Cap. 7 - Pág. 58-59

Comprometidos con la transparencia y la integridad en toda la operación, se implementan políticas y procesos robustos de control y prevención.

13. DISMINUCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD Y JUDICIALIZACIÓN

Cap. 6 - Pág. 37-38 / Cap. 8 - Pág. 69

Promover una gestión preventiva e impulsar acciones para reducir la siniestralidad y judicialización.

14. COMPROMISO Y CULTURA ORGANIZACIONAL

Cap. 3 - Pág. 11, 13, 17

Impulsar una cultura sólida y alineada con los principios y valores de la organización, fomentando entornos inclusivos y diversos que valoran las diferencias y enriquezcan la mirada.

15. BENEFICIOS A EMPLEADOS

Cap. 3 - Pág. 15

Impulsar el bienestar integral de los empleados como motor clave de sostenibilidad.

2.2 Grupos de interés

Los grupos de interés abordados a lo largo de este reporte son los siguientes:



Prensa/ Medios/
Líderes de opinión



Gobierno



ONGs



Cámaras/ SSN*/
Instituciones



Sociedad
Comunidad



Proveedores



Accionistas



Socios
estratégicos



Empleados

Allianz reconoce que el diálogo continuo y transparente con sus grupos de interés es clave para una gestión responsable y para la creación de valor sostenible a largo plazo.

A lo largo del reporte, se podrán identificar diferentes mecanismos de comunicación e interacción con sus públicos de interés, poniendo de manifiesto la participación activa de las partes interesadas.

Para solicitar información o enviar comentarios sobre este reporte:
rsc@allianz.com.ar.

*Superintendencia de Seguros de la Nación.

2.3 Estrategia

El objetivo de Allianz Argentina es integrar la sustentabilidad en su proceso de toma de decisiones, incorporándola en toda su actividad. Los 3 ejes de trabajo son:

1. ACTUAR FRENTE AL CLIMA

El cambio climático representa uno de los mayores riesgos para las personas, las empresas y las sociedades, y por eso trabaja activamente para reducir su propia huella ambiental, impulsar soluciones de mitigación y adaptación, y acompañar a los clientes en la gestión de riesgos cada vez más complejos. A través de sus capacidades técnicas, inversiones responsables y el rol como aseguradora, busca contribuir a un futuro más resiliente, promoviendo acciones que protejan hoy el bienestar de las personas y aseguren las condiciones para un desarrollo sostenible en las generaciones futuras.

2. FORTALECER LA RESILIENCIA SOCIAL

El compromiso social es un pilar fundamental de su estrategia de sustentabilidad, guiando las acciones para acompañar a quienes enfrentan mayores barreras y riesgos. La compañía asume un rol activo impulsando programas de voluntariado e iniciativas que apoyan la integración social, vinculación y desarrollo, buscando generar un impacto positivo duradero, contribuyendo a comunidades más equitativas y preparadas para afrontar los desafíos presentes y futuros.

3. INTEGRAR LA SUSTENTABILIDAD EN EL NEGOCIO

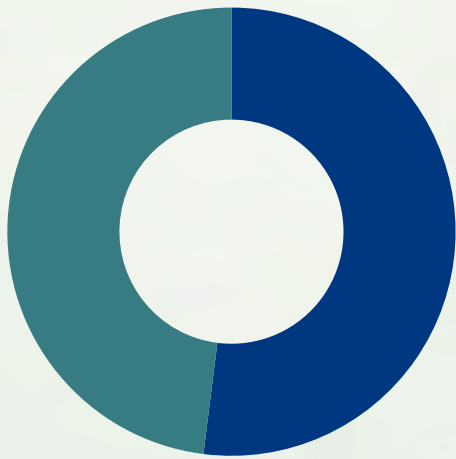
La incorporación de la sustentabilidad en el negocio se ha consolidado como un eje transversal que orienta el trabajo de todas las áreas, impulsando una visión más responsable, integral y de largo plazo. Cada equipo avanza en integrar criterios ambientales, sociales y de gobernanza en sus procesos y decisiones cotidianas. Esta evolución refleja no solo un compromiso estratégico, sino también una transformación cultural que promueve la innovación, la eficiencia y la creación de valor sostenible. Al fortalecer esta mirada transversal, se reafirma su propósito de proteger el futuro de las personas y acompañar a la sociedad en la construcción de un desarrollo más resiliente, justo y sostenible.



Capítulo 3

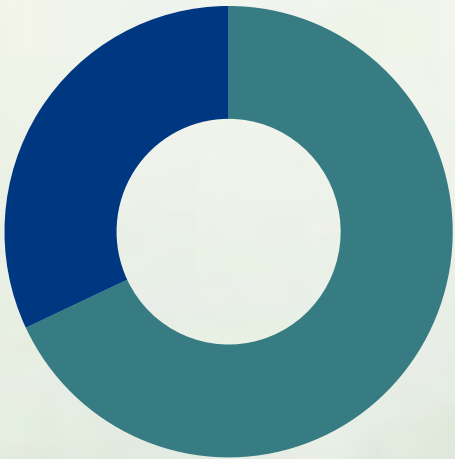
Cuidando a los colaboradores

HECHOS DESTACADOS 2025



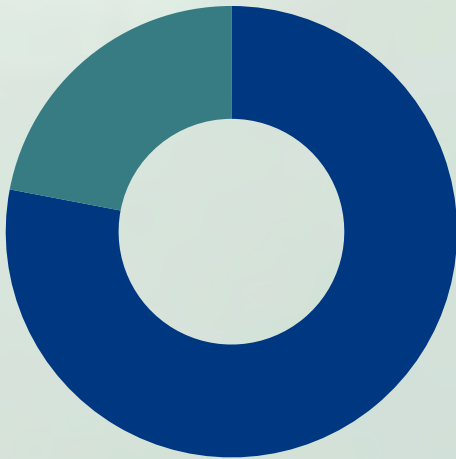
DOTACIÓN GENERAL

Hombres 52%
Mujeres 48%



ESTRUCTURA GERENCIAL

Hombres 67%
Mujeres 33%



ESTRUCTURA DIRECTIVA

Hombres 78%
Mujeres 22%



Comité DEI

Conformación del Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión



EDGE Move

Certificación internacional de equidad de género en el ámbito laboral



10,07 %

ROTACIÓN TOTAL



27.961

HORAS DE FORMACIÓN
(61hs promedio por colaborador)

#17

Mejores compañías para trabajar (GPTW)*

#8

Mejores lugares para trabajar para Mujeres (GPTW)*

#3

Generación Silver (GPTW)*

*Compañías de entre 251 y 1000 empleados (Great Place to Work)



Gestión de personas y cultura organizacional

Allianz Argentina adopta un enfoque centrado en las personas, entendiendo que el desarrollo del talento, el bienestar y una cultura organizacional sólida son pilares fundamentales para la sostenibilidad del negocio. La gestión de **People & Culture** se apoya en valores como la integridad, la confianza, la colaboración y la innovación, promoviendo entornos de trabajo inclusivos que favorecen el desarrollo profesional, el compromiso y la igualdad de oportunidades.

A través de políticas, programas y prácticas alineadas con los lineamientos globales del Grupo Allianz, la compañía impulsa una gestión responsable de personas, orientada a acompañar el crecimiento individual y colectivo, fortalecer capacidades clave y construir una cultura organizacional basada en el respeto, la diversidad y el aprendizaje continuo.

3.1 Estructura de la nómina

Al cierre de diciembre de 2025, Allianz Argentina contaba con una dotación total de:

401 COLABORADORES EN TOTAL

TIPO DE CONTRATO



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS EQUIPOS



COMPOSICIÓN POR EDAD Y GÉNERO

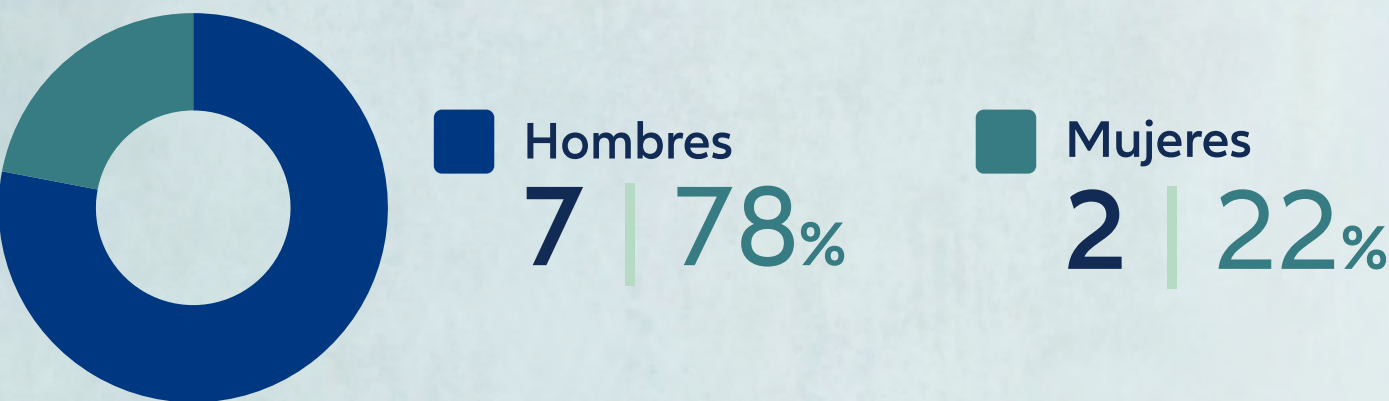
DOTACIÓN GENERAL 401 Colaboradores



ESTRUCTURA GERENCIAL 36 Gerentes



ESTRUCTURA DIRECTIVA 9 Directores (incluido el CEO)



3.2 Diversidad, equidad e inclusión

Durante 2025, Allianz Argentina dio un nuevo paso en su compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión mediante la conformación del Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI). Este comité está integrado por personas de distintas áreas y niveles de la organización y tiene como objetivo impulsar iniciativas que promuevan entornos de trabajo cada vez más inclusivos.

El rol del comité como multiplicador permite ampliar la mirada y enriquecer las acciones más allá del área de People & Culture, que lidera el proceso de manera transversal. Su propósito es contribuir a la construcción de una organización diversa, equitativa e inclusiva, donde todas las personas puedan desarrollarse en un ambiente de respeto, seguridad y valoración de su singularidad.

En este mismo marco, durante 2025 Allianz obtuvo la certificación EDGE Move, uno de los niveles del estándar internacional EDGE, orientada

a evaluar y promover la equidad de género en el ámbito laboral. La certificación se basa en un enfoque integral que combina el análisis de datos cuantitativos —como composición de la dotación, equidad salarial y procesos de gestión— con la revisión de políticas internas y la percepción de los colaboradores, relevada a través de una encuesta anónima.

Este proceso, que se realiza en ciclos bianuales, permite medir avances, identificar oportunidades de mejora y fortalecer prácticas orientadas a garantizar un entorno de trabajo más equitativo e inclusivo.



3.3 Reclutamiento transparente e inclusivo

Allianz implementa una política global de reclutamiento transparente e inclusivo, orientada a incorporar personas altamente calificadas y alineadas con los valores de la compañía, promoviendo activamente la diversidad, la equidad y la igualdad de oportunidades.

Los procesos de selección se encuentran documentados e incluyen evaluaciones objetivas, revisión de antecedentes educativos y experiencia laboral, garantizando transparencia y equidad en cada etapa. Asimismo, se promueve el uso de lenguaje inclusivo y respetuoso en las comunicaciones de empleo y se impulsan procesos accesibles.

En este marco, la compañía ha incorporado personas con discapacidad, adecuando procesos, herramientas y entornos de trabajo para asegurar una experiencia laboral equitativa y libre de barreras. Las postulaciones son consideradas sin distinción de género, edad, origen étnico o cultural, nacionalidad, religión, orientación sexual o capacidades.

Durante 2025:



+29

NUEVOS COLABORADORES



9

PASANTES INCORPORADOS

10,07 %

ROTACIÓN TOTAL

3,4%
VOLUNTARIA

6,56%
INVOLUNTARIA

La diferencia entre la rotación total y la suma de la rotación voluntaria e involuntaria corresponde a movimientos no clasificados en estas categorías.

3.4 Beneficios y bienestar

El bienestar integral de las personas es una prioridad para Allianz Argentina. La compañía promueve un entorno de trabajo que favorece el equilibrio entre la vida laboral y personal, a través de una amplia propuesta de beneficios y programas de acompañamiento.

Todos los colaboradores cuentan con seguro de vida obligatorio y un seguro de vida colectivo otorgado como beneficio adicional, cobertura médica prepaga para el grupo familiar primario y permisos parentales para personas gestantes y no gestantes. Durante 2025, se incorporó una mejora en la licencia por maternidad, que permite a las personas gestantes optar por trabajar bajo modalidad de home office durante los 20 días previos al inicio de la licencia legal.

Adicionalmente, se ofrecen beneficios vinculados a la salud física y mental, como acuerdos con gimnasios, salas de lactancia, clases de yoga, masajes en la oficina, opciones de alimentación saludable, esquemas de trabajo híbrido y flexible, y un programa de asistencia al empleado que brinda orientación profesional y confidencial en temáticas psicológicas, legales, financiero-contables y nutricionales. En 2025 no se registraron enfermedades laborales ni accidentes de trabajo, y el ausentismo por enfermedad fue del 0,25%.



En 2025 no se registraron enfermedades laborales ni accidentes de trabajo



0,25 %

AUSENTISMO POR ENFERMEDAD

3.5 Formación, desarrollo y aprendizaje continuo



Durante 2025, Allianz reafirmó su compromiso con el desarrollo profesional de sus colaboradores, consolidando una cultura de aprendizaje continuo como pilar estratégico de la gestión del talento. Cada Allianzer tuvo como objetivo anual completar un mínimo de 45 horas de formación, de las cuales al menos 11 horas debían estar orientadas a temáticas de Digital & Data.

Como resultado, durante el período se registró un promedio de 61 horas de capacitación por persona, acumulando un total de 27.961 horas de formación en toda la organización.

La oferta formativa incluyó programas técnicos y de habilidades blandas, acceso a plataformas globales de e-learning, clases de idiomas, capacitaciones obligatorias en compliance, experiencia del cliente y seguridad informática, así como programas específicos de liderazgo como #Lead y Allianzer Growth Journey, orientados al desarrollo de talento clave y futuros líderes.



3.6 Comunicación interna y clima organizacional

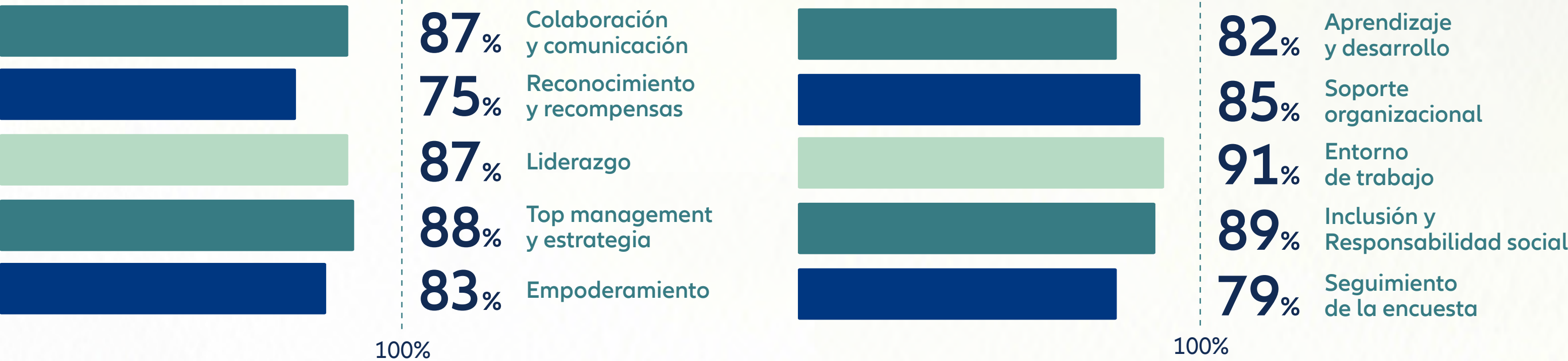
La comunicación interna es una herramienta clave para fortalecer el compromiso, el alineamiento estratégico y la cultura organizacional. A través de distintos canales institucionales, se comunican de manera transversal las iniciativas vinculadas a sostenibilidad, bienestar, formación y desarrollo.

La compañía realiza periódicamente la encuesta de clima interno AES, cuyos resultados 2025 reflejaron un alto nivel de compromiso, bienestar y meritocracia inclusiva.

RESULTADOS ENCUESTA DE CLIMA INTERNO



INDICADORES POR DIMENSIÓN



* EEI: Employee Engagement Index. *IMIX: Inclusive Meritocracy Index. *WWI+: Work Well Index

3.7 Reconocimientos

Durante 2025, Allianz Argentina fue reconocida por Great Place to Work®, alcanzando el puesto 17 en el ranking de Mejores Lugares para Trabajar a nivel nacional, el puesto 8 en el ranking de Mejores Lugares para Trabajar para Mujeres y el puesto 3 en

la categoría Generación Silver, dentro de compañías de 251 a 1000 empleados. Estos reconocimientos reflejan el compromiso sostenido de la compañía con una gestión responsable de personas y el desarrollo de una cultura inclusiva.



#17 Mejores compañías para trabajar (GPTW)*
A nivel nacional

#8 Mejores lugares para trabajar para Mujeres (GPTW)*
A nivel nacional

#3 Generación Silver (GPTW)*
A nivel nacional

*Compañías de entre 251 y 1000 empleados (Great Place to Work)



Capítulo 4

Cambio climático: acciones y progresos

HECHOS DESTACADOS 2025

CONSUMO
ENERGÉTICO

> **100 %**
De fuentes renovables
mediante EAC*

REDUCCIÓN
EMISIONES GEI

> **-5 %**
Por empleado en
operaciones propias

REDUCCIÓN CONSUMO
DE ENERGÍA

> **-7 %**
Consumo energético
por empleado

REDUCCIÓN
VIAJES AÉREOS

> **-10 %**
Emisiones vuelos
mayoría internacionales

REDUCCIÓN FLOTA
CORPORATIVA

> **-4 %**
Viáticos y movilidad
interna.

WORLD
CLEANUP DAY

> **160 kg**
Residuos recolectados
+45% vs año anterior

ECONOMÍA CIRCULAR IT

272 
Equipos informáticos donados
para restauración y reutilización

BOSQUE ALLIANZ

100 
Árboles nativos donados
Lago Puelo, Chubut

*Certificados de atributos energéticos.

Gestionamos el impacto climático de nuestras operaciones con una visión integral, alineada a estos tres pilares:

 **MITIGACIÓN**
Reducción de emisiones operativas
propias

 **ADAPTACIÓN Y RESILIENCIA**
Apoyo a clientes y
comunidades ante eventos

 **ECONOMÍA CIRCULAR**
Uso eficiente de recursos y
valorización de residuos

Reportamos nuestra huella de carbono al Grupo Allianz en dos instancias semestrales, fortaleciendo la trazabilidad y la mejora continua.



4.1 Huella de carbono: métricas y resultados

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ALCANCE (CO₂e)

EMISIONES ABSOLUTAS CO₂e*



*Equivalente de dióxido de carbono

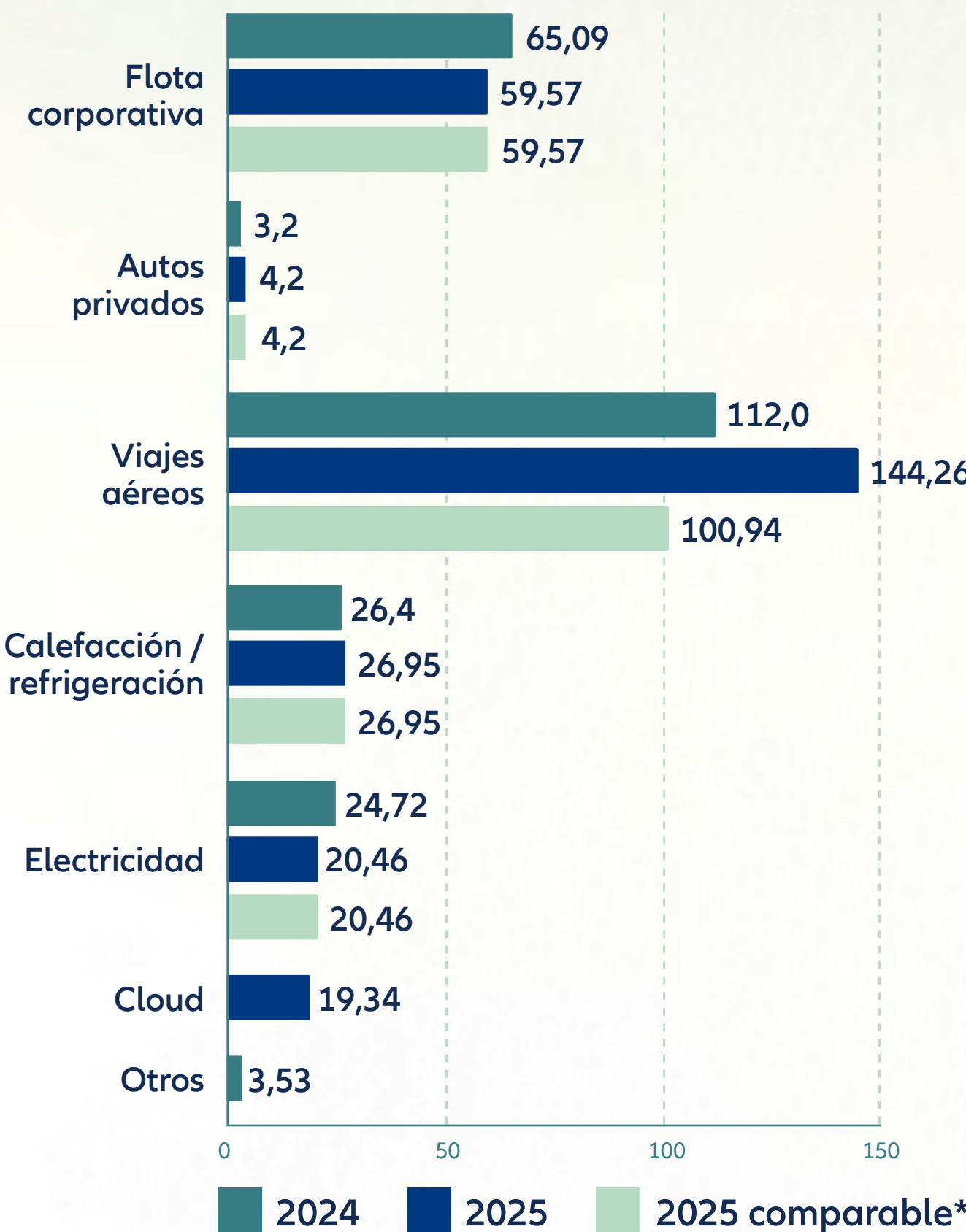
CAMBIOS METODOLÓGICOS 2025

Para fortalecer la precisión del inventario y su comparabilidad futura, en 2025 acordamos con el Grupo Allianz:

- Incluir los viajes aéreos de empleados en convenciones de incentivo con productores.
- Actualizar la metodología de impacto Cloud.

En consecuencia, 2025 se considera año base para series comparativas.

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE FUENTE (tCO₂e)



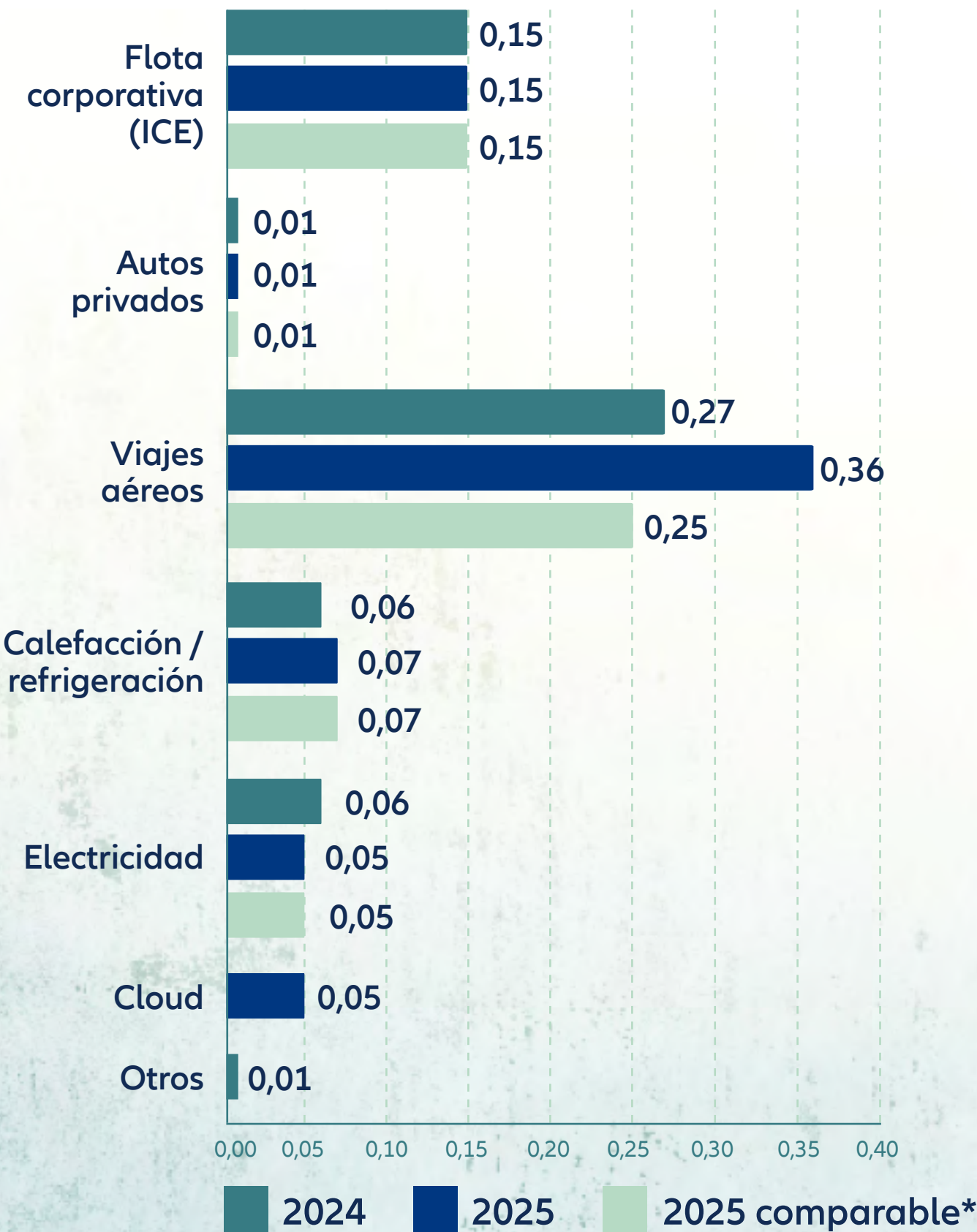
* 2025 excluye los ajustes metodológicos nuevos para reflejar el efecto de las iniciativas.

TOTALES ANUALES (tCO₂e)



Los viajes aéreos explican más del 50 % de la huella por empleado; la flota representa aproximadamente 1/5. Esto refuerza el foco en política de viajes y movilidad baja en carbono.

COMPARATIVO 2025 vs. 2024 (tCO₂e por empleado)



TOTALES tCO₂e POR EMPLEADO



Se observa una mejora interanual del indicador tCO₂e/empleado (2025 comparable vs. 2024), impulsada, principalmente, por la reducción en viajes aéreos y la electricidad (uso de EAC y gestión energética).



* 2025 excluye los ajustes metodológicos nuevos para reflejar el efecto de las iniciativas.

4.2 Eficiencia energética y consumo eléctrico

CONSUMO DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN (mWh)



CONSUMO FUERA DE LA ORGANIZACIÓN (mWh)



Desde 2024 las oficinas de Allianz Argentina operan con electricidad 100 % renovable mediante la compra de EAC (Certificados de atributos energéticos) gestionados por el Grupo Allianz, reduciendo las emisiones de alcance 2 asociadas a la electricidad.

En 2025 se realizó una auditoría de eficiencia energética (a cargo de la empresa 820 Energía) en el edificio corporativo de Av. Corrientes 299 (CABA). El diagnóstico destacó un elevado nivel de gestión energética y cumplimiento de buenas prácticas, a la vez que recomendó implementar un sistema centralizado de monitoreo (BMS/SGE) para identificar consumos en tiempo real y optimizar oportunidades de ahorro.

4.3 Movilidad corporativa y viajes

La movilidad sigue siendo un foco prioritario para Allianz Argentina:



Flota corporativa híbrida.



Control de viáticos con kilometraje para uso profesional.



Centralización de viajes de corta y larga distancia para una gestión más eficiente.



Fomento de reuniones virtuales y revisión de necesidad en cada viaje.

4.4 Gestión de residuos, plásticos y papel

Entre las iniciativas asociadas a este apartado se destacan:



Separación en origen y retiro por reciclador urbano en coordinación con GCBA, promoviendo la economía circular y la reducción a rellenos sanitarios.



Política de papel cero: pólizas 100 % digitales, sin folletería, y uso de papel certificado cuando es imprescindible



Campañas internas de concientización.

4.5 Economía circular e IT

Durante 2025, la compañía donó 272 equipos y componentes de computación en desuso a Fundación Equidad y a La Guarida ONG, quienes se encargaron de su reacondicionamiento, extendiendo su vida útil y contribuyendo a la reducción de residuos electrónicos.

Los equipos restaurados por Fundación Equidad fueron destinados a instituciones educativas con proyectos en curso y hospitales, promoviendo la inclusión digital. Por su parte, junto a La Guarida, parte del equipamiento tecnológico en desuso fue reutilizado para la construcción de seis consolas de videojuegos, adaptadas a protocolos de salud, que se entregaron a hospitales infantiles.

EQUIPOS DONADOS

>

272

Equipos donados y componentes de computación en desuso



Instituciones educativas y hospitales
Reacondicionamiento e inclusión digital con proyectos en curso.



6 consolas de videojuegos para hospitales infantiles
Adaptadas a protocolos de salud. Reacondicionamiento y reutilización.



4.6 Plan integral de comunicación, educación y concientización

Durante 2025 Allianz Argentina implementó un plan integral para fortalecer la prevención y la resiliencia frente a riesgos climáticos, viales, del hogar y de ciberseguridad, con contenidos claros y prácticos difundidos por múltiples canales (redes, newsletters, web y materiales para productores).

- >

CLIMA

Preparación ante tormentas, inundaciones, olas de calor; recomendaciones antes/durante/después de eventos; acciones para reducir daños en viviendas y vehículos.
- >

HOGAR

Hábitos de seguridad para prevenir incendios, filtraciones y fallas eléctricas; checklists y tutoriales breves.
- >

AUTOS

Conducción segura, mantenimiento preventivo, uso responsable de tecnologías a bordo y consejos estacionales.
- >

CIBERSEGURIDAD

Contraseñas, protección de dispositivos, phishing y resguardo de datos para clientes, productores y aliados

Allianz

Prevención



5

consejos para proteger tu auto ante fuertes lluvias

Ante la llegada de lluvias intensas en distintas regiones del país, es fundamental tomar precauciones para evitar daños y manejar con tranquilidad. Seguí estos consejos para cuidar tu auto y tu seguridad.



1. Evitá circular si las condiciones no son seguras. Si ya estás circulando, es preferible detenerse y esperar en un lugar seguro.
2. Disminuí la velocidad y aumentá la distancia. El pavimento mojado reduce la adherencia y el control del vehículo.
3. Elegí lugares seguros para estacionar. Evitá dejar el auto bajo árboles, corteles o estructuras inestables.
4. Evitá zonas anegadas. Nunca intentes atravesar calles inundadas. Si el agua llega al motor del vehículo, no lo pongas en marcha.
5. Protegé tu vehículo si no lo estás usando. Guardá tu vehículo bajo techo o cubrilo con una lona gruesa siempre que sea posible.

WWW.ALLIANZ.COM.AR

Allianz

Prevención



Mantené tu moto siempre lista

¿Sabías que un buen mantenimiento de tu moto no solo mejora el rendimiento, sino que también aumenta tu seguridad y prolonga la vida útil del vehículo?

Mirá estos consejos

-  Aceite del motor: Cambialo cada 3.000 km o 3 meses en motos de 150cc. Revisá el nivel semanalmente y controlá el color para detectar desgaste.
-  Neumáticos: Verificá la presión al menos una vez por semana con neumáticos fríos. La profundidad del dibujo debe ser mayor a 2 mm para asegurar buena adherencia.
-  Frenos: Revisá pastillas y discos cada 10.000 km. Cambiá el líquido de frenos cada 2 años para mantener el sistema hidráulico en óptimas condiciones.
-  Cadena: Lubricala cada 500 km y asegurate de que la tensión sea la correcta según el manual. Limpiá con desengrasante antes de aplicar el lubricante.
-  Sistema eléctrico: Controlá batería y luces mensualmente. Limpiá bornes y revisá fusibles para evitar fallas inesperadas.

[Encontrá más información en nuestro blog acá.](#)

WWW.ALLIANZ.COM.AR

Allianz

Prevención



5

consejos para moverte con seguridad

¿Sabés cómo protegerte en la vía pública y evitar situaciones de riesgo? Cada trayecto, ya sea caminando o en bicicleta, es una oportunidad para moverte con libertad. Pero lo más importante es hacerlo con seguridad.

No te los pierdas.

1. Mantenete visible: Usá ropa clara, elementos reflectivos y luces, especialmente de noche. Esto aplica tanto para peatones como para ciclistas.
2. Respetá las normas de tránsito: Cruzá siempre por la senda peatonal, señalizá tus giros si vas en bicicleta y seguí las reglas viales para evitar accidentes.
3. Evitá distracciones: No uses el celular mientras caminás o pedaleás. Estar atento al entorno es clave para tu seguridad.
4. Elegí trayectos seguros: Caminá por veredas y cruzá en esquinas; si vas en bici, optá por calles con ciclovías o tránsito más lento.
5. Mantené una distancia segura: Ya sea caminando cerca de la calzada o circulando en bicicleta, evitá acercarte demasiado a vehículos y permanecé fuera de sus ángulos ciegos.

[Encontrá más información en nuestro blog acá.](#)

WWW.ALLIANZ.COM.AR

4.7 Voluntariado ambiental y restauración



Desde 2021, junto a Fundación Plantarse, se impulsa el **Bosque Allianz**, una iniciativa que contribuye a la **protección de la biodiversidad y la restauración de ecosistemas** mediante la incorporación de **árboles nativos** en distintas regiones del país.

El proyecto se desarrolla a través de un esquema combinado que integra:

- Plantaciones presenciales en jornadas de voluntariado corporativo
- Donaciones destinadas a programas de reforestación implementados por organizaciones especializadas, priorizando áreas naturales de alto valor ambiental.

Al cierre de 2025, el Bosque Allianz tiene un total 525 árboles nativos (considerando plantaciones y donaciones), con acciones en Buenos Aires, Misiones, Córdoba y Chubut. A través de esta iniciativa, Allianz reafirma su compromiso con la acción climática, la conservación de la naturaleza y la generación de impacto positivo en las comunidades donde operamos.

EVOLUCIÓN BOSQUE ALLIANZ

2021 | INAUGURACIÓN

🌳 **100 árboles nativos**

Reserva Ecológica Costanera Sur · Buenos Aires

2022 | EXPANSIÓN

🌳 **25 árboles nativos**

Reserva Ecológica Costanera Sur · Buenos Aires

🌳 **100 Tabaquillos**

Pampa de Achala · Córdoba

2023 | RESTAURACIÓN

🌳 **100 Especies nativas**

Reserva Natural Rincón Nazarí · Misiones

2024 | CONTINUIDAD

🌳 **100 Especies nativas**

Reserva Natural Rincón Nazarí · Misiones

Pampa de Achala · Córdoba

2025 | INCORPORACIÓN DE UNA NUEVA REGIÓN

🌳 **100 Especies nativas**

Lago Puelo · Chubut

🌳 **525** **ÁRBOLES NATIVOS TOTALES AL CIERRE DE 2025**

4.8 World Cleanup Day



En el marco del World Cleanup Day, se llevó a cabo una jornada de limpieza en la costa de Martínez (Provincia de Buenos Aires). Como resultado, se recolectaron 160 kg de residuos, lo que representa un +45% en comparación con 2024.

La actividad incluyó clasificación en origen para facilitar la trazabilidad y el tratamiento posterior de los materiales: se separaron los residuos en bolsas verdes (reciclables) y bolsas negras (desechos). Luego, se dispusieron en contenedores y el material recolectado fue retirado por el municipio, que lo derivó a cooperativas para su clasificación y reciclaje.

WORLD
CLEANUP DAY
> **160 kg**
Residuos recolectados

+45%
vs. 2024

♻️ **Bolsas verdes**
Reciclables
→ Cooperativas de reciclaje

♻️ **Bolsas negras**
Desechos
→ Retiro municipal



4.9 Capacitaciones internas

La compañía dispone de un módulo de formación en sustentabilidad para empleados (cursos obligatorios y optativos) sobre cambio climático, consumo responsable, economía circular, eficiencia energética y seguridad digital. Estas acciones fortalecen la cultura preventiva y la gestión responsable del impacto ambiental.



MÓDULOS DE FORMACIÓN PARA EMPLEADOS



Cambio Climático
y acción ambiental



Consumo responsable



Economía circular



Eficiencia energética



Seguridad Digital



Capítulo 5

Creando impacto social

HECHOS DESTACADOS 2025

HORAS DE
VOLUNTARIADO

> **123** hs

Corporativo

VOLUNTARIOS
PARTICIPANTES

> **41**

Colaboradores

INSTITUCIONES
BENEFICIARIAS

> **14**

Organizaciones

BENEFICIARIOS
TOTALES

> **600**

Personas

CONTRIBUCIÓN TOTAL

\$ **12.789.845**

Invertidos en iniciativas sociales

Allianz Argentina aborda el impacto social desde una perspectiva de largo plazo, orientada a generar valor compartido y a fortalecer el entramado social en las comunidades donde opera. El trabajo se articula a través de alianzas con organizaciones especializadas y del compromiso activo de los colaboradores.

En 2025, se priorizaron iniciativas vinculadas a educación, prevención e inclusión, consolidando alianzas existentes e integrando el voluntariado corporativo como parte de la estrategia para responder a necesidades concretas de la comunidad.



5.1 Inversión en la comunidad

A través de alianzas con diferentes organizaciones, Allianz impulsa iniciativas orientadas a generar un impacto social positivo y sostenido, acompañando a distintos grupos en situación de vulnerabilidad.

ASOCIACIÓN CIVIL UNA MANO QUE AYUDA

Se continúa fortaleciendo la alianza con la **Asociación Civil Una Mano Que Ayuda**, que acompaña a niños, niñas y adolescentes del **Hogar Maternal Niño Dios** y del **Centro Juvenil Nuestra Señora del Valle**, brindando espacios de contención, educación y acompañamiento integral.

En el inicio del ciclo lectivo 2025, se realizó la donación de **200 kits de útiles escolares**, destinados a niños, niñas y adolescentes de ambas instituciones, con el objetivo de contribuir a la continuidad de sus trayectorias educativas y garantizar el acceso a materiales esenciales.

COMITÉ PARALÍMPICO ARGENTINO

La compañía reafirma su acompañamiento al **Comité Paralímpico Argentino**, en el marco del patrocinio global del Movimiento Paralímpico, promoviendo el deporte como una herramienta de inclusión, superación y desarrollo, y contribuyendo a la visibilización del talento de atletas con discapacidad.

FUNDACIÓN TRAUMA

En línea con el compromiso con la prevención y la seguridad, durante 2025 se otorgaron **10 becas** al programa de capacitación **PARES** de **Fundación Trauma**, orientado a la formación de profesionales de la salud que brindan atención prehospitalaria y hospitalaria ante lesiones traumáticas, como las derivadas de accidentes de tránsito.

El fortalecimiento de estas capacidades contribuye a mejorar la calidad de respuesta en situaciones críticas, con impacto directo en la reducción de la mortalidad y de las secuelas graves.

SOCIEDAD ALEMANA DE BENEFICENCIA

Durante 2025, se mantuvo el apoyo a la **Sociedad Alemana de Beneficencia**, acompañando su labor mediante donaciones destinadas a cubrir gastos generales de sus instituciones, entre ellas el **Hogar Los Pinos**, orientado al cuidado de personas mayores, y el **Hogar María Luisa**, que brinda contención y acompañamiento a niños y niñas en situación de vulnerabilidad.

APOYO A POBLACIONES AFECTADAS POR CATÁSTROFES NATURALES

Como parte de su compromiso con las comunidades en las que opera, Allianz Argentina desplegó acciones de asistencia ante diversas situaciones de emergencia climática ocurridas durante el período. Estas intervenciones se enmarcan en la convicción de que la responsabilidad de la compañía trasciende su actividad aseguradora, asumiendo un rol activo frente a contextos de vulnerabilidad generados por fenómenos naturales.

Ante las inundaciones en Bahía Blanca, se articuló una campaña solidaria en conjunto con Fundación Sí, que incluyó la recolección y entrega de artículos de necesidad esencial para los damnificados, así como una donación monetaria destinada a la compra de materiales de construcción para contribuir a la reconstrucción de viviendas afectadas.

Frente a los incendios ocurridos en la Patagonia, la compañía canalizó una contribución económica a través de una fundación local con el objetivo de acompañar a las familias damnificadas en la zona.

Asimismo, ante las inundaciones registradas en Zárate y Campana, se llevó adelante una campaña en articulación con Fundación Sí y Fundación TECHO, que permitió la entrega de artículos de necesidad esencial a los damnificados en distintas localidades de la provincia de Buenos Aires.

Estas acciones forman parte de un enfoque de gestión orientado a brindar respuestas oportunas ante situaciones de crisis, fortaleciendo el vínculo con las comunidades y contribuyendo a la recuperación de quienes se ven afectados por eventos climáticos extremos.

DONACIÓN
200
Kits Escolares

CONTRIBUCIÓN AL
COPAR
Comité Paralímpico Argentino

DONACIÓN A LA
DWG
Sociedad Alemana de Beneficencia

DONACIÓN
10
Becas a Fundación Trauma

APOYO A
Poblaciones afectadas por catástrofes naturales de Bahía Blanca, Patagonia, Zárate y Campana
En conjunto con Fundación SI y TECHO

5.2 Voluntariado corporativo

El voluntariado corporativo continúa siendo un componente central de la estrategia de impacto social. A lo largo de 2025, los colaboradores de Allianz participaron activamente en iniciativas desarrolladas junto a organizaciones aliadas, aportando su tiempo y compromiso. Estas acciones fortalecen el vínculo con la comunidad y promueven una cultura organizacional basada en la solidaridad, la empatía y el trabajo colaborativo, en línea con su propósito y valores.

APADRINAMOS
> 198
Niños, niñas y adolescentes
de ambas instituciones

ASOCIACIÓN CIVIL UNA MANO QUE AYUDA

En articulación con la Asociación Civil Una Mano Que Ayuda, se impulsaron iniciativas que promueven el acompañamiento a las infancias y adolescencias del Hogar Maternal Niño Dios y del Centro Juvenil Nuestra Señora del Valle.

DÍA DE LA NIÑEZ

Junto a Fundación Sí, se realizó una jornada de voluntariado orientada a la confección de juguetes y títeres destinados al Hogar Maternal Niño Dios, promoviendo el juego y la creatividad como herramientas de aprendizaje.



NAVIDAD SOLIDARIA

Apadrinamos a 198 niños, niñas y adolescentes de ambas instituciones. Gracias al compromiso de los padrinos y madrinas, y a la participación de voluntarios de la compañía, cada niño y niña recibió un regalo especialmente elegido, en el marco de una instancia de encuentro y celebración.



An aerial photograph showing a lush green forest on the left, a paved road with a few vehicles in the center, and a large array of blue solar panels on the right. A large, white, stylized graphic resembling a stylized 'G' or a large bracket is overlaid on the right side of the image, partially covering the solar panels and the forest.

Capítulo 6

Integrando la sustentabilidad en nuestro negocio

HECHOS DESTACADOS 2025

INVERSIÓN
TECNOLÓGICA

> \$19.102 M

CIBER ATAQUES
CONTENIDOS - WEB

> 70 mil

Intentos reales en sitios web desde localizaciones globales

ÍNDICE DE
REPARABILIDAD

> 35 %

En siniestros de Automóviles

CIBER ATAQUES
CONTENIDOS - RED

> 14 mil

Intentos de ataque contenidos

78 CRÍTICOS

CERTIFICACIÓN SUSO*

> Automóviles

CORREOS
BLOQUEADOS

> 32 %

Sobre 6,5M recibidos

*Sustainable Solutions

En los últimos años, Allianz Argentina ha atravesado un proceso de evolución profunda en materia de sustentabilidad. Lo que comenzó como un conjunto de iniciativas puntuales hoy forma parte de una manera de trabajar, decidir y proyectar el futuro. La incorporación de prácticas sustentables dejó de ser un objetivo aislado para integrarse de manera orgánica en las operaciones diarias de cada área, guiando los criterios de gestión con una mirada de largo plazo.

Esta transformación cultural se refleja en la adopción creciente de procesos más eficientes, responsables y alineados con los desafíos actuales. Cada equipo ha asumido un rol activo en este camino, impulsando acciones concretas que fortalecen su compromiso y construyen una base sólida para seguir avanzando.

El resultado es una organización más consciente, más colaborativa y más preparada para afrontar el futuro, donde la sustentabilidad no es solo un propósito, sino un pilar estratégico que orienta el desarrollo.

6.1 Gestión de Inversiones

Reafirmando su compromiso con la inversión responsable y la integración de criterios ESG, la compañía continúa avanzando en la alineación de su cartera hacia una economía baja en carbono, con un enfoque creciente en prácticas financieras sostenibles. Este proceso incluye tanto la evaluación continua del riesgo climático como la priorización de activos que contribuyan a un desarrollo económico más equilibrado y resiliente.

A. BONOS VERDES

Se mantiene un monitoreo activo de los emisores, poniendo especial atención en sus políticas y desempeños en materia de sustentabilidad. Este seguimiento permite asegurar que las inversiones acompañen proyectos con impacto ambiental positivo y estándares sólidos de transparencia y gestión.

B. REDUCCIÓN DE EXPOSICIÓN A EMISORES DE CARBONO

En línea con la estrategia de descarbonización, durante el período se redujo la exposición a bonos emitidos por compañías con alta huella de carbono. Estas decisiones refuerzan la respuesta institucional frente a los riesgos asociados al cambio climático y promueven la transición hacia una economía más limpia y eficiente.

C. IMPACTO GLOBAL

La cartera de inversiones continúa orientándose hacia activos alineados con principios ESG, promoviendo una gestión que combina rentabilidad financiera con objetivos ambientales, sociales y de gobernanza. Este enfoque contribuye a consolidar la posición de la compañía como un inversor responsable y comprometido con los objetivos de largo plazo del Grupo Allianz.

6.2 Gestión de siniestros

Allianz integra criterios de sostenibilidad en la gestión operativa de siniestros a través de indicadores que permiten monitorear la reparabilidad, la eficiencia en el uso de materiales, la digitalización de procesos y la capacidad de respuesta ante eventos climáticos. Estos indicadores se organizan en tres ejes: eficiencia material, transformación digital y resiliencia operativa, constituyendo una herramienta clave para la toma de decisiones orientadas a la mejora continua.

A. EFICIENCIA MATERIAL Y REPARABILIDAD

Durante 2025, Allianz avanzó en la consolidación de un modelo de gestión de siniestros que prioriza la reparación frente al reemplazo, con el objetivo de reducir el consumo de materiales y extender la vida útil de los componentes.

Entre los principales desarrollos del período se destacan:

- **Tablero de seguimiento de siniestros del ramo automotor**, que fortalece la trazabilidad del proceso de reparación y permite monitorear indicadores de uso eficiente de materiales.
- **Índice de reparabilidad del ramo automotor**, implementado como métrica clave de gestión. En 2025, el indicador alcanzó el **35%**, reflejando una mayor priorización de la reparación cuando resulta técnicamente viable.
- **Métricas de reparabilidad diferenciadas por tipo de taller (red y no red)**: el índice de reparabilidad varía entre el 33% y el 38% según la categoría de taller, lo que permite identificar brechas de desempeño e impulsar mejoras específicas.
- **Monitoreo de la intensidad material por siniestro**, con un promedio de **6,05 piezas reemplazadas y 1,32 piezas IDR sustituidas** en 2025.

- **Esquema de monitoreo continuo del desempeño de talleres**, complementado con auditorías virtuales y presenciales, supervisión de evaluaciones periciales y seguimiento sistemático de la red de reparación.
- **Incorporación de 16 nuevos talleres a la red**, ampliando la capacidad operativa y favoreciendo la derivación de siniestros hacia esquemas de gestión más trazables y eficientes. Los asegurados que optan por reparar dentro de la red acceden a beneficios específicos y a una gestión técnicamente orientada a la reparabilidad.
- **Alternativas de reparación en líneas personales**, durante 2025, en promedio el 21% de los bienes siniestrados fueron reparados por el asegurado con posterior reintegro del gasto, y el 19% fue derivado al servicio técnico para su reparación y entrega al asegurado. Estas alternativas contribuyen a extender la vida útil de los bienes y reducir la necesidad de reposición.

INDICE DE
REPARABILIDAD
> 35 %
En siniestros de
Automóviles

PIEZAS
REEMPLAZADAS
> 6,05

PIEZAS IDR
SUSTITUIDAS
> 1,32

TALLERES
INCORPORADOS
> 16

B. DIGITALIZACIÓN Y EFICIENCIA OPERATIVA

La participación de las inspecciones remotas es uno de los principales indicadores de transformación digital en la gestión de siniestros. En 2025, se realizaron **8.981 inspecciones remotas** en el ramo automotor, equivalentes al **21% del total de inspecciones**, reduciendo traslados físicos y optimizando los tiempos de gestión.

En el ramo de líneas personales, se registraron **779 inspecciones digitales** durante el año. En conjunto, estas prácticas contribuyen a una gestión más ágil y eficiente, con menor intensidad de movilidad y mayor alineación con los criterios de sostenibilidad de la compañía.



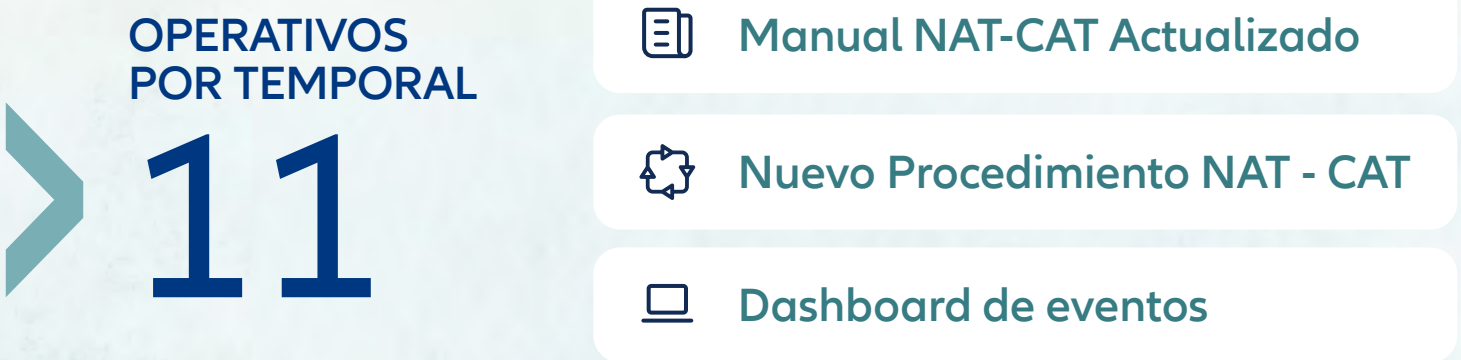
C. RESILIENCIA FRENTE A EVENTOS CLIMÁTICOS

En 2025, Allianz actualizó su **Manual de Desastres Naturales (NAT-CAT)**, adecuándolo al contexto actual de la industria y fortaleciendo el marco de actuación ante eventos climáticos de alta severidad. El manual establece protocolos, responsabilidades y etapas de gestión que promueven una respuesta ordenada, consistente y transparente.

En complemento, se desarrolló el **Procedimiento NAT-CAT**, aplicable a todos los ramos —Automóviles, Líneas Industriales y Líneas Personales—, que define pautas claras de actuación desde la identificación de disparadores hasta la gestión, comunicación y seguimiento posterior al evento.

A lo largo del año, Allianz activó **11 operativos por temporal**, en línea con los marcos normativos internos vigentes. Esta cifra evidencia la aplicación concreta de los protocolos y la capacidad de respuesta ante situaciones de alta exigencia operativa. Asimismo, la compañía cuenta con un **dashboard de eventos** que permite dar trazabilidad a la gestión de siniestros derivados de fenómenos naturales.

El Manual NAT-CAT, el Procedimiento NAT-CAT y los operativos activados conforman un esquema de **gobernanza operativa** que fortalece la resiliencia y la transparencia de la organización frente a un contexto climático cada vez más desafiante.



6.3 Gestión responsable del riesgo y adaptación climática en la suscripción

En línea con el compromiso global de Allianz de integrar criterios de sostenibilidad a lo largo de toda su cadena de valor, la compañía continúa fortaleciendo sus capacidades para acompañar a los clientes en la adaptación a los riesgos climáticos y en el desarrollo de una mayor resiliencia frente a fenómenos ambientales crecientes.

Durante el período reportado, el área de Suscripción de Automóviles avanzó en la incorporación de prácticas y herramientas que permiten una evaluación más precisa e integral del riesgo climático. Entre las principales iniciativas, se destacan:

- Modelos de valuación y pricing con enfoque climático, que consideran la exposición a eventos derivados de catástrofes naturales y otros riesgos físicos asociados al cambio climático.
- Coberturas específicas para riesgos climáticos relevantes, orientadas a brindar protección ante tormentas severas, inundaciones, granizo y otros fenómenos de alta frecuencia e impacto.

- Soluciones para pérdidas económicas secundarias, que contemplan daños indirectos generados por eventos climáticos, fortaleciendo la protección financiera de los asegurados.
- Herramientas de prevención de siniestros, con foco en la reducción del riesgo ex ante y el acompañamiento al cliente en la toma de decisiones más seguras.
- Programas de incentivos y recompensas basados en la disminución del riesgo, que promueven comportamientos responsables y una conducción más segura y sostenible.

Estas acciones permiten integrar un enfoque preventivo y de largo plazo, contribuyendo a una cartera más resiliente y alineada con los principios de gestión responsable del riesgo que sustentan la estrategia de sostenibilidad de Allianz.

INICIATIVAS DE RIESGO

- ✓ Modelos de evaluación y pricing climático
- ✓ Coberturas específicas para riesgos climáticos
- ✓ Soluciones para pérdidas económicas secundarias

INICIATIVAS DE PREVENCIÓN

- ✓ Herramientas de prevención de siniestros
- ✓ Programa de incentivos y recompensas por menor riesgo

6.4 Innovación tecnológica e inversiones en transformación digital

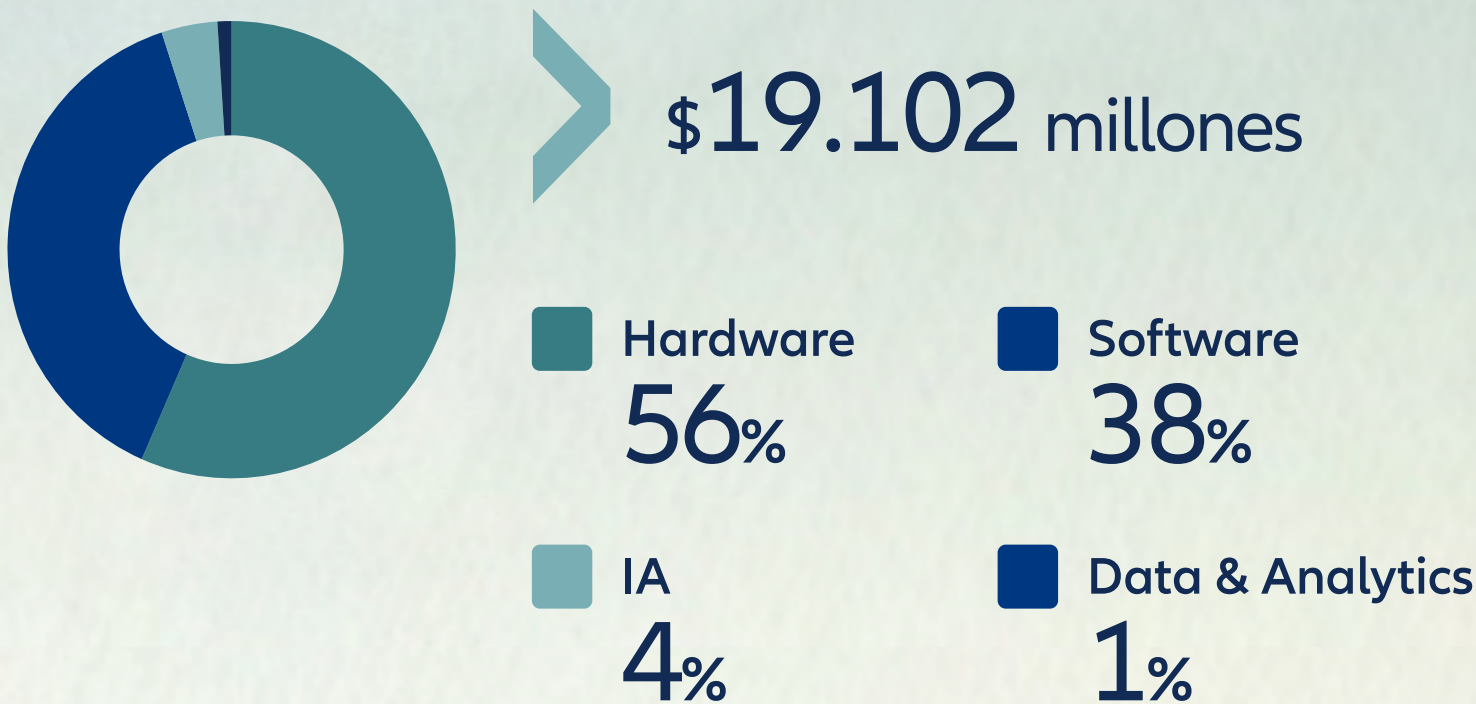
Durante el período reportado, Allianz profundizó su proceso de transformación digital con el objetivo de fortalecer la eficiencia operativa, potenciar la productividad y mejorar la calidad del servicio a sus asegurados. La tecnología constituye un habilitador fundamental de su modelo de negocio, permitiendo simplificar procesos, agilizar la toma de decisiones y brindar soluciones más ágiles, seguras y centradas en las necesidades reales de las personas.



A. INVERSIONES EN TECNOLOGÍA Y MODERNIZACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

La inversión total en IT durante el ejercicio alcanzó los \$19.102 millones, destinados a iniciativas estratégicas para robustecer la infraestructura tecnológica y acelerar la digitalización de operaciones clave.

La distribución de esta inversión se orientó a los siguientes componentes:



Estas inversiones permiten consolidar una infraestructura más moderna, segura y escalable, capaz de acompañar la evolución del negocio y responder con agilidad a los desafíos del entorno.

B. TRANSFORMACIÓN DIGITAL ORIENTADA A EFICIENCIA, INNOVACIÓN Y VALOR AL CLIENTE

En línea con la estrategia global del Grupo Allianz, se continúan incorporando tecnologías de vanguardia en todas las áreas de la organización.

Este proceso no solo habilita mejoras operativas, sino que amplía la capacidad de generar valor para los clientes, productores, proveedores y comunidades, al promover servicios más rápidos, transparentes y confiables.

Con el objetivo de acelerar la adopción tecnológica y aumentar la eficiencia interna, Allianz desarrolló un plan integral de iniciativas de inteligencia artificial centrado en la optimización de procesos de alto impacto. El plan incluye proyectos que combinan automatización, analítica avanzada y modelos de IA generativa, enfocados en las siguientes áreas: suscripción, auditoría, siniestros, ventas y operaciones.

Estas iniciativas representan un avance significativo hacia un modelo operativo más ágil, simple y orientado a los datos, permitiéndonos asignar más tiempo y recursos a actividades de mayor valor agregado.

Adicionalmente, la compañía continúa trabajando de manera continua en la optimización, mejora y escalabilidad de sus herramientas digitales, de cara a sus clientes asegurados, productores, socios estratégicos y proveedores.

6.5 Ciberseguridad

La transformación digital de las organizaciones, que incluye la innovación en procesos, la incorporación de nuevas tecnologías en todas las áreas, cambios culturales y estratégicos orientados a mejorar eficiencia, competitividad y experiencia de clientes, ha generado nuevas oportunidades para crear valor. Al mismo tiempo, este avance ha incrementado la exposición a riesgos y vulnerabilidades que pueden ser aprovechadas por actores maliciosos.

En este contexto, Allianz reconoce a la ciberseguridad como uno de sus principales riesgos estratégicos y ha definido una estrategia integral orientada a prevenir, mitigar y responder de manera efectiva ante amenazas digitales. Esta estrategia se apoya en inversiones sostenidas en modernización tecnológica e innovación en ciberseguridad, que permiten fortalecer la resiliencia digital de la compañía y proteger la información, los sistemas y la continuidad del negocio.

Como parte de este enfoque, se destacan las siguientes iniciativas:

Modelo Zero Trust: Con el objetivo de reforzar la seguridad en el acceso a la red corporativa, la compañía implementó una solución basada en el modelo de confianza cero (Zero Trust). Este enfoque se sustenta en el principio de “nunca confiar, siempre verificar”, requiriendo autenticación y autorización en cada intento de acceso, independientemente de la ubicación del usuario o del dispositivo utilizado.

Gestión de Identidades y Accesos (IAM): Allianz Argentina adoptó una solución de gestión de identidades y accesos (Identity and Access Management – IAM) que asegura que únicamente las personas debidamente autorizadas puedan acceder a los recursos, aplicaciones y datos de la compañía. Esta implementación contribuye a fortalecer la seguridad previniendo accesos no autorizados, optimizar la gestión de usuarios y permisos mejorando la eficiencia operativa, reducir la exposición a incidentes seguridad y mejorar la experiencia de los usuarios simplificando el acceso a los recursos necesarios.

Protección de la información y los datos: La compañía implementó una política de clasificación de la información basada en el etiquetado de documentos, complementada con una solución de prevención de fuga de datos (Data Loss Prevention – DLP). Esta herramienta permite controlar y restringir el envío no autorizado de información confidencial fuera del entorno corporativo.

Asimismo, se reforzó la gestión de riesgos tecnológicos mediante la integración de criterios de seguridad en el desarrollo de soluciones digitales en iniciativas de inteligencia artificial y en los procesos de vinculación con terceros, contribuyendo a una protección más robusta de la información y a la continuidad del negocio.

> **Zero Trust**
Modelo de confianza cero
“Nunca confiar, siempre verificar”

> **IAM**
Solo personas autorizadas acceden a recursos, aplicaciones y datos

> **Protección de datos**
Clasificación de información por etiquetado de documentos

CONCIENTIZACIÓN Y CULTURA DE SEGURIDAD

Allianz Argentina desarrolló un programa integral de concientización en ciberseguridad, orientado a fortalecer la cultura organizacional y promover una gestión responsable de los riesgos digitales. Este programa incluye charlas educativas y acciones de sensibilización dirigidas tanto a colaboradores como a Productores Asesores de Seguros y asegurados, con el objetivo de fomentar buenas prácticas y una actitud proactiva frente a las amenazas cibernéticas.

En paralelo, se implementaron campañas internas de comunicación y capacitación enfocadas en la detección y el reporte oportuno de actividades sospechosas, reforzando el rol de las personas como primera línea de defensa ante posibles incidentes de seguridad.

Asimismo, se llevaron adelante acciones de difusión en medios de comunicación, orientadas a brindar recomendaciones y consejos prácticos para la protección de la información personal y corporativa, contribuyendo a una mayor conciencia colectiva sobre la importancia de la ciberseguridad.

Como complemento a estas iniciativas, durante el período se incorporó una plataforma de juegos interactivos con foco en ciberseguridad, diseñada para reforzar el aprendizaje y la concientización de manera dinámica, accesible y amigable para los usuarios.

- ✓ Charlas y sensibilización
- ✓ Campañas internas
- ✓ Difusión en medios
- ✓ Plataforma gaming



6.6 Sistema de salud y seguridad en el trabajo

La compañía cuenta con un sistema integral de Salud y Seguridad en el Trabajo que garantiza el cumplimiento de la normativa vigente y la gestión preventiva de riesgos en su Casa Central. En este marco, se realizan de manera periódica informes, controles y auditorías para asegurar condiciones de trabajo seguras y saludables. Entre las principales acciones se destacan:

- Limpieza de tanques y análisis bacteriológico.
- Evaluación de carga de fuego.
- Informe técnico de confort acústico.
- Análisis de niveles de iluminación.
- Simulacros de evacuación (dos veces al año), que incluyen la renovación anual ante el GCBA y la capacitación de los colaboradores que se desempeñan como líderes de evacuación.
- Auditoría de seguridad en oficinas.

Adicionalmente, la compañía recibe visitas mensuales de la empresa especializada en Seguridad e Higiene, encargada de verificar el cumplimiento de todas las normativas aplicables y promover la mejora continua del sistema de gestión.

Todas las personas que trabajan en la organización cuentan con cobertura médica mediante un sistema de salud prepaga y con la protección brindada por la Aseguradora de Riesgos del Trabajo (ART), que garantiza la atención, cobertura y acompañamiento ante cualquier incidente laboral o enfermedad profesional.

Asimismo, las comunicaciones relevantes en materia de salud, seguridad y prevención son gestionadas y difundidas por el área de People & Culture, asegurando información clara, oportuna y accesible para toda la organización.

La compañía no registra reportes de peligros ni incidentes en el período informado. En caso de que surja alguna situación vinculada a la infraestructura edilicia, los colaboradores pueden comunicarlo directamente al área de Facility & Real Estate, responsable de su gestión y resolución.

Dada la estructura y el tamaño de la organización, no es necesaria la conformación de comités específicos ni la realización de rondas formales entre empleados y la compañía sobre temas de seguridad e higiene. No obstante, se mantienen canales de comunicación abiertos y permanentes para consultas, solicitudes y reportes, promoviendo un enfoque preventivo y participativo.

Complementariamente a la gestión de riesgos, la organización impulsa iniciativas para promover el bienestar integral de las personas, entre ellas:

- Campañas de vacunación y acciones preventivas de salud.
- Beneficios de salud y acceso a servicios médicos.
- Alimentación saludable en la oficina, con opciones equilibradas y comunicación de hábitos saludables.
- Pausas activas con yoga y actividades de bienestar.
- Acuerdos con gimnasios y programas de actividad física.

Estas iniciativas se orientan a fomentar hábitos saludables, prevenir enfermedades y favorecer un entorno laboral más seguro, inclusivo y sostenible.

 Cobertura médica prepaga

 Campañas de vacunación

 Alimentación Saludable

 Yoga y bienestar

 Acuerdos gimnasios

 Acceso médico

6.7 Gestión de situaciones de crisis

La capacidad de Allianz Argentina para responder a situaciones críticas es un componente esencial de su resiliencia operativa. Los eventos disruptivos -cibernéticos o no cibernéticos- tienen el potencial de afectar la continuidad del negocio, la integridad de los datos, la seguridad de las personas y la confianza de clientes, empleados y otros grupos de interés. En este contexto, la gestión de crisis constituye un pilar central del sistema de resiliencia corporativa del Grupo Allianz y de la operación local.

El Grupo Allianz establece lineamientos metodológicos globales que exigen la realización de al menos dos ejercicios de crisis por año: uno con foco cibernético y otro no cibernético. La política corporativa también define responsabilidades dentro de la Unidad de Crisis (CU), procedimientos documentados, mecanismos de activación y criterios para la toma de decisiones en escenarios críticos.

La Unidad de Crisis (CU) está compuesta por representantes de áreas clave y liderada por el Management local. Este equipo es responsable de:

- Activar los protocolos según el tipo de evento.
- Coordinar la respuesta operativa y comunicacional.
- Garantizar la aplicación de los lineamientos globales.
- Realizar la evaluación posterior de cada ejercicio o incidente real.

A nivel global, Allianz SE supervisa y acompaña el desarrollo de los ejercicios, asegurando consistencia con estándares internacionales del Grupo.

Durante 2025 se desarrollaron tres ejercicios principales:

1. CIBERNÉTICO

Fuga de datos sensibles

Liderado por Allianz SE y Allianz Services, con observación directa en las oficinas locales.

2. NO CIBERNÉTICO

Disturbios civiles en Casa Central

Liderado internamente.

3. TABLE TOP

Ataque cibernético en un proveedor clave

Orientado a validar capacidades de respuesta ante incidentes en la cadena de suministro.

Cada ejercicio permitió validar la operatividad de los planes documentados, verificar roles, responsabilidades y niveles de coordinación, medir tiempos de respuesta y recuperación, así como detectar brechas y oportunidades de mejora para su incorporación en los planes.

Posterior a cada ejercicio se realizan sesiones formales de lessons learned, donde se revisan los resultados, se documentan ajustes y se actualizan los procedimientos. La efectividad se evalúa mediante indicadores como: tiempo de activación de la CU, tiempo de recuperación del servicio simulado, nivel de alineación con los lineamientos globales y cumplimiento de los objetivos del ejercicio.

Los hallazgos y mejoras resultantes se incorporan en los planes de continuidad, protocolos de emergencia y procesos de gestión de riesgos.

Cada ejercicio permitió validar la operatividad de los planes documentados, verificar roles, responsabilidades y niveles de coordinación, medir tiempos de respuesta y recuperación, así como detectar brechas y oportunidades de mejora para su incorporación en los planes.



6.8 TPRM (Third party risk management)

La gestión de riesgos con terceros es un componente clave para asegurar la continuidad operativa, la integridad de los servicios y el cumplimiento de compromisos ESG de Allianz. Los proveedores críticos pueden generar impactos operativos, legales, reputacionales y ambientales si no se gestionan adecuadamente. En el marco regulatorio vigente, incluida la normativa DORA, el proceso TPRM permite evaluar riesgos inherentes y de cumplimiento en cada proveedor.

Allianz aplica una política global de evaluación y clasificación de proveedores, que incorpora criterios de riesgo operacional, ciberseguridad y cumplimiento ESG. Durante 2025, se avanzó en la implementación de los procesos formales de Third Party Risk Management y Outsourcing, integrando evaluaciones estandarizadas para todos los terceros de las áreas de ICT (Tecnología) y Outsourcings según metodología del Grupo.

Dentro de esta evaluación, el cuestionario de Due Diligence incluye preguntas específicas sobre el impacto del servicio en los objetivos ESG de Allianz y cumplimiento del proveedor con requisitos ESG exigidos por Allianz Procurement.

Las áreas de Compras/Procurement, Compliance, Riesgos y los dueños de cada proceso participan en la identificación, clasificación y seguimiento de terceros. Procurement lidera la incorporación de nuevos controles ESG en el ciclo de compra, mientras que el equipo de Riesgos establece metodologías de evaluación.

En 2025 se implementaron:

- Clasificaciones de riesgo inherente para todos los proveedores de las áreas de IT (Tecnología) y Outsourcing. Durante 2026 se planifica expandir este análisis para todos los proveedores.
- Envío sistemático de cuestionarios de Due Diligence.
- Inclusión de preguntas ESG en la evaluación.
- Revisión de proveedores críticos bajo procesos reforzados.

Durante 2026 se incorporarán instancias adicionales de análisis ESG desde el inicio del proceso de compra, fortaleciendo la trazabilidad y el control.

La efectividad se mide mediante el porcentaje de proveedores evaluados bajo criterios TPRM, el nivel de cumplimiento de cuestionarios, la identificación de brechas ESG, acciones requeridas y seguimiento de proveedores críticos y remediación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

- ✓ Riesgo operacional
- ✓ Ciberseguridad
- ✓ Cumplimiento ESG



PRÓXIMO PASO · 2026

Análisis ESG desde el inicio del proceso de compra para todos los proveedores

6.9 Protective security management

La seguridad física es un aspecto fundamental para proteger la integridad de colaboradores, proveedores, clientes y activos de Allianz. Las amenazas incluyen intrusiones, incidentes en sucursales, accesos no autorizados y eventos de riesgo físico que pueden afectar la operación y la continuidad del negocio.

Allianz cuenta con lineamientos globales de seguridad que se adaptan a las necesidades locales. La operación argentina implementa procedimientos basados en análisis de riesgo, incidentes previos y hallazgos operativos, con foco en estandarización y prevención en Casa Central y todas las sucursales.

El área de Protective Security es responsable de:

- Desarrollar y actualizar procedimientos de seguridad física.
- Gestionar los sistemas de control de accesos y recepción.
- Operar la central de monitoreo y coordinar respuestas ante alarma e incidentes.
- Asegurar trazabilidad de ingresos de personas y proveedores.

En 2025 se avanzó en:

- ✓ Nuevos procedimientos operativos y criterios homogéneos de seguridad.
- ✓ Optimización del control de accesos, registro y validación de visitantes.
- ✓ Integración de cámaras, alarmas de intrusión y pulsadores de pánico a una central de monitoreo centralizada.
- ✓ Mejora en tiempos de respuesta y coordinación frente a eventos detectados.

La efectividad se evalúa midiendo los incidentes reportados versus mitigados, los tiempos de activación y respuesta del personal de seguridad, el cumplimiento de procedimientos en auditorías internas, y el feedback de sucursales sobre claridad y aplicación de protocolos.



6.10 Emergency response management



Contar con una capacidad sólida de respuesta ante emergencias es esencial para garantizar la seguridad de las personas, minimizar daños y asegurar continuidad operativa frente a incendios, eventos médicos, contingencias operativas o desastres naturales.

Los planes de emergencia se revisan y actualizan periódicamente para asegurar su vigencia frente a nuevos escenarios de riesgo. Estos lineamientos están alineados con las directrices globales de resiliencia del Grupo Allianz y definen roles, cadenas de comunicación, acciones de evacuación y criterios de escalamiento.

El Emergency Response Organization (ERO) gestiona:

- Actualización de protocolos.
- Coordinación de simulacros.
- Capacitación en RCP, uso de DEA y procedimientos de evacuación.
- Comunicación interna en caso de emergencia.

Durante 2025 se realizaron:

- ✓ Revisión integral de los planes de emergencia y actualización de roles.
- ✓ Simulacros orientados a validar procesos de evacuación y toma de decisiones.
- ✓ Capacitación en RCP y uso de DEA para equipos designados.
- ✓ Capacitación de seguridad y evacuación a todas las personas ingresadas recientemente a la compañía.

Los mecanismos de evaluación incluyen los tiempos de evacuación y respuesta medidos en simulacros, el cumplimiento de roles en la ERO, los indicadores de participación y capacitación y los ajustes posteriores en base a aprendizajes.



Capítulo 7

Fortaleciendo nuestra estructura de gobierno corporativo

7.1 Allianz en el mundo

El Grupo Allianz es uno de los principales aseguradores y administradores de activos del mundo, con presencia en más de 70 países y una base global de clientes privados y corporativos. Los clientes de Allianz acceden a una amplia gama de soluciones de protección que incluyen seguros patrimoniales, de vida y de salud, servicios de asistencia, seguros de crédito y coberturas diseñadas para negocios globales, respaldadas por la solidez y la experiencia internacional del Grupo.

PRESENCIA GLOBAL
70 Países

EMPLEADOS DEL GRUPO
156 mil Colaboradores

En el ejercicio fiscal 2025, más de 156.000 empleados del Grupo alcanzaron un volumen de negocios de 186.900 millones de euros y un beneficio operativo de 17.400 millones de euros, reflejando la escala y la capacidad operativa de Allianz a nivel mundial.

Allianz SE, la compañía matriz, tiene su sede en Múnich, Alemania, desde donde se definen la estrategia global, los lineamientos corporativos y los estándares que guían la gestión en todos los países en los que la compañía opera.

Fortalezas globales:

- Líderes en seguros patrimoniales
- Entre las 5 principales compañías de Vida y Salud
- Uno de los principales operadores de activos financieros
- Líderes en seguros de crédito
- Líderes en servicios de asistencia
- Uno de los principales aseguradores corporativos
- Top Ratings: Standard & Poor’s AA – Moody’s Aa2 – A.M. Best A+
- Principales KPIs: Índice combinado 2025: 92,2% - Ratio de solvencia 2025: 218%

El Grupo Allianz avanza en una estrategia global orientada a fortalecer su crecimiento, productividad y resiliencia, pilares que guían también la operación de Allianz en Argentina. Este enfoque global establece el marco estratégico desde el cual desarrolla sus acciones locales y constituye un respaldo clave para continuar evolucionando hacia una organización más centrada en el cliente, más eficiente y más preparada para enfrentar un entorno cambiante.

VOLUMEN DE NEGOCIO
186.900 millones De euros

BENEFICIO OPERATIVO
17.400 millones De euros

RATINGS Y KPIs

S&P AA Moody’s Aa2 AM Best A+

Índice combinado 2025
92,2%

Ratio de solvencia 2025
218%

IMPULSANDO UN CRECIMIENTO INTELIGENTE

A nivel global, Allianz progresa en su transformación desde un proveedor de productos de clase mundial hacia una organización verdaderamente centrada en el cliente. Este proceso implica diseñar soluciones y experiencias que respondan a las necesidades reales de las personas y empresas, fortaleciendo relaciones de largo plazo basadas en la confianza. En esta visión, el éxito del Grupo no se mide únicamente en términos financieros, sino también en la capacidad de atraer, acompañar y fidelizar a los clientes a lo largo de todo su ciclo de vida.

REFORZANDO LA PRODUCTIVIDAD PARA CREAR VALOR

El Grupo ha simplificado los elementos fundamentales de su modelo de negocio —productos, procesos y sistemas— aplicando principios de excelencia operativa que permiten reducir la complejidad y mejorar la eficiencia. Estos avances incluyen una mayor integración de su presencia global y la capacidad de escalar modelos simplificados para beneficiar a los clientes en cada país. En línea con esta estrategia, Allianz continúa invirtiendo en herramientas que impulsen la productividad y la calidad del servicio, incluyendo el aprovechamiento de soluciones avanzadas de inteligencia artificial generativa, que permitirán acelerar la innovación, mejorar la experiencia del cliente y apoyar las ambiciones de crecimiento sostenible del Grupo.

FORTALECIENDO LA RESILIENCIA EN UN ENTORNO DINÁMICO

La solidez financiera y la resiliencia del Grupo constituyen la base para su crecimiento sostenido y para la continuidad de su rol como asegurador confiable. En un contexto global volátil y en constante transformación, Allianz mantiene el compromiso de honrar siempre sus promesas hacia clientes, empleados, accionistas y otros grupos de interés. Esta resiliencia permite garantizar estabilidad operativa, capacidad de respuesta y una adecuada gestión de riesgos, incluso frente a desafíos emergentes como los efectos del cambio climático, la evolución tecnológica y la dinámica económica global.



7.2 Allianz Argentina

Con una presencia consolidada en las principales regiones del país, Allianz acompaña a personas y organizaciones a través de una oferta integral de seguros para grandes riesgos industriales, comerciales y particulares. Nuestro compromiso es brindar protección confiable, soluciones de calidad y un servicio ágil en los momentos de la verdad.

A. PRESENCIA EN EL PAÍS

Nuestra operación está sostenida por 401 colaboradores distribuidos entre la Casa Central en Buenos Aires y 6 agencias, que atienden a 336.147 asegurados y gestionan un portafolio de 454.295 pólizas vigentes.

Allianz Argentina Compañía de Seguros S.A. forma parte del Grupo Allianz, siendo controlada por Allianz South America Holding B.V. (Países Bajos), que posee el 98,98 % del capital social. El 1,02 % restante corresponde a AGF Inversiones S.A.

COLABORADORES

> 401

Casa Central + 6 agencias

PRODUCTORES Y BROKERS

> 5.246

En todo el país

ASEGURADOS

> 336.147

Clientes activos

PÓLIZAS VIGENTES

> 454.295

En cartera

DISTRIBUCIÓN POR OFICINAS 2025

OFICINA	PRODUCTORES	ASEGURADOS	PÓLIZAS
IN-PATAGONIA	116	8.555	11.612
IN-CORDOBA Y NOA	207	7.806	10.826
IN-PCIA. BUENOS AIRES	500	21.012	28.737
IN-CUYO	164	3.484	4.846
IN-LITORAL Y NEA	302	10.584	15.105
CASA CENTRAL	3.957	284.706	383.169
TOTAL	5.246	336.147	454.295

PRIMAS EMITIDAS

\$499.165 millones

Ejercicio 2024/2025

PATRIMONIO NETO

\$271.563 millones

Al cierre del ejercicio

B. ALLIANZ EN CIFRAS

La información financiera corresponde a la incluida en los estados contables de publicación de la compañía al cierre de cada ejercicio fiscal detallado.

Cifras expresadas en pesos	EJ 2024/2025	EJ 2023/2024	EJ 2022/2023
Primas Emititas (GWP)	499.165.067.000	391.492.345.093	91.615.654.741
Primas netas ganadas (NEP)	408.189.533.000	314.110.523.166	71.669.065.028
Siniestros devengados	- 207.757.873.000	- 153.164.747.075	- 30.622.980.163
Gastos de producción	-99.141.285.000	- 73.419.201.703	- 17.864.488.763
Gastos de explotación	- 82.428.627.000	- 77.700.617.220	- 17.499.651.089
Gastos de Gestión a cargo de reasegurador	15.659.004.000	14.955.640.820	3.536.160.230
Siniestros devengados /Primas netas ganadas	51%	49%	43%
Comisiones devengadas/Primas netas ganadas	24%	23%	25%
Gastos administrativos /Primas netas ganadas	16%	20%	19%
Ratio combinado	92%	92%	87%

Cifras expresadas en pesos	EJ 2024/2025	EJ 2023/2024	EJ 2022/2023
Patrimonio Neto	271.563.625.000	219.891.307.298	66.358.045.144
Resultado Técnico	33.447.116.000	23.877.883.599	9.135.740.316
Resultado Financiero	-23.139.644.000	-60.417.621.411	-4.339.912.832
Resultado Total	3.113.393.000	-26.085.093.938	4.521.782.374
ROE (resultado total/ PN)	1%	-12%	7%
Solvencia (*)	76%	88%	86%
Crecimiento GWP	28%	327%	128%

[*] El ratio de solvencia fue calculado como ratio contable, considerando Patrimonio Neto/Pasivo total. Este ratio no es el correspondiente a las relaciones técnicas fruto de la posición de Capitales mínimos requeridos por la SSN.

Como compañía del sector asegurador, Allianz genera impactos económicos indirectos significativos a través de sus productos, inversiones y acciones orientadas a fortalecer la resiliencia financiera de personas, familias, empresas y comunidades.

En este sentido:

1. Promovemos la estabilidad financiera y la protección del patrimonio, ofreciendo asesoramiento y soluciones de seguros que ayudan a mitigar el impacto económico de eventos adversos, resguardando los ingresos y la continuidad económica de nuestros asegurados y su entorno.
2. Impulsamos el desarrollo económico local mediante nuestra red de agencias, productores y proveedores, que genera empleo y actividad económica en diversas regiones del país, tanto en Buenos Aires como en el interior, contribuyendo a fortalecer el entramado productivo y social de cada comunidad.

C. GOBIERNO CORPORATIVO

COMITÉ EJECUTIVO

El Comité Ejecutivo es el máximo órgano de gobierno de Allianz Argentina. Está integrado por el CEO y ocho directores (en total dos mujeres y siete hombres), quienes se reúnen semanalmente para definir las estrategias corporativas, establecer los objetivos de la organización y monitorear su cumplimiento.

La selección y designación de sus miembros se realiza bajo principios de transparencia, idoneidad, diversidad e integridad, de acuerdo con la normativa vigente y los estatutos sociales. El proceso contempla la evaluación de competencias profesionales, experiencia, independencia y capacidad de liderazgo, asegurando perfiles adecuados para la gestión estratégica del negocio.

Apellido, nombre	Cargo en Allianz	Fecha de ingreso	Antigüedad	Antigüedad en directorio
Racigh, Amilcar Jorge	Director de Líneas Industriales	1/3/1977	48	26
Fernandez, Jimena Veronica	Directora Actuarial	30/7/2001	24	9
Fernandez, Leonardo	Director de Siniestros	1/11/2007	18	3
Perez Catarcio, Martín	Director de Operaciones y IT	11/7/2011	14	3
Albano, Fernando Daniel	Director de Finanzas	13/6/2016	9	3
Triolo, Luciano Andres	Director de Líneas Personales	11/7/2016	9	9
Bressan, Nadia	Directora Comercial	18/8/2020	5	5
Valeriani, Alejandro Ariel	Director de People & Culture	1/9/2021	4	2
Pardo, Gerardo	CEO	15/5/2017	8	8

Asimismo, se promueve una representación equilibrada en términos de género, trayectoria profesional y conocimientos técnicos en áreas clave como gestión de riesgos, suscripción, transformación digital, cumplimiento normativo y finanzas. Todos los nombramientos del Comité Ejecutivo requieren la autorización del Grupo Allianz, conforme a los lineamientos globales de gobernanza.

En septiembre de 2025, se anunció el retiro de Amílcar Racigh, Chief Underwriting Officer Commercial, efectivo en septiembre de 2026, tras 49 años de trayectoria en la compañía. Para asegurar una transición ordenada, se nombró a Andrés Borzese como su sucesor, con vigencia a partir del 1° de enero de 2026.

ESTRUCTURA POR GÉNERO



ESTRUCTURA POR EDAD



CONSEJO EXTENDIDO

El Consejo Extendido está conformado por 89 líderes de áreas operativas y funciona como un espacio clave de coordinación y alineación transversal. Su propósito es evaluar el desempeño del negocio, definir planes de acción e intercambiar experiencias y buenas prácticas entre áreas, favoreciendo una visión integral de la gestión y la ejecución de proyectos.

Este ámbito contribuye a fortalecer la cohesión organizacional, la colaboración interna y la implementación consistente de las iniciativas corporativas en todas las unidades de negocio y funciones de soporte.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

El desempeño de los miembros del Comité de Dirección, así como el de todos los empleados de Allianz Argentina, es evaluado anualmente mediante un proceso que considera tanto la contribución al cumplimiento de los objetivos corporativos como el desempeño individual. Este sistema asegura la alineación estratégica y fomenta una cultura de mejora continua.

La evaluación incorpora también los “People Attributes”, que representan los comportamientos clave para el liderazgo en Allianz. Entre ellos se destacan:

- Liderazgo colaborativo
- Enfoque al cliente
- Innovación y aprendizaje continuo
- Ética empresarial e integridad

El proceso completo se documenta y gestiona a través de Success Factors, la plataforma global del Grupo Allianz, que garantiza homogeneidad, trazabilidad y estandarización en la evaluación del talento a nivel internacional.

DIVERSIDAD EN LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO

La diversidad es un principio esencial en la estructura de gobernanza de Allianz Argentina. El Directorio presenta una conformación de 62,5%

hombres y 37,5 % mujeres, reflejando el compromiso de la compañía con la inclusión en los espacios de decisión corporativa.

Por su parte, la Comisión Fiscalizadora cuenta con una representación equitativa del 50% de hombres y 50% de mujeres, reforzando la importancia de promover la igualdad de género y la pluralidad de miradas en los procesos de supervisión y control.

Estas proporciones demuestran el compromiso de Allianz con la gobernanza inclusiva, la paridad y la integración de perspectivas diversas que fortalecen la calidad de la toma de decisiones estratégicas.

- **Presidente:** Rodolfo Heriberto Dietl
- **Vicepresidente:** Maria del Pilar Gutierrez
- **Director Titular:** Gerardo Pardo (adicionalmente CEO de la compañía)
- **Director Titular:** Gerardo Croissant
- **Director Titular:** Jingjing Chen
- **Director Titular:** María Cecilia Pasman
- **Director Titular:** Clara Vela
- **Director Suplente:** Enrique Casares Schinelli

Comisión Fiscalizadora:

Síndicos Titulares:

- Federico Carenzo
- Horacio Henke
- Kathia Elizabeth Lutz

Suplentes:

- Ramiro Santurio
- María Socorro Ziccarelli
- Gabriela Copa

El esquema del Gobierno corporativo se completa con la actuación de distintos comités que, mediante reuniones periódicas, colaboran con la existencia de un ambiente de transparencia y control.

Directorio societario

Comité de Dirección

Consejo extendido

Comité de Auditoría y Control Interno

Comité de Seguridad de la Información

Comité de Producto

Comité de Compensaciones

Comité de Reservas

Comité de Gobierno y Control

Comité de Riesgos

Comité de Inversiones (FICO)

Comité IT de Proyectos

Comité IT de Presupuesto

Comité de Reaseguros

Comité de Integridad

Comité de PLDyFT

Comité de Gestión de Cúmulos

Comité Local DORA

Comité IT de Desarrollo

Comité de Sustentabilidad

Comité de riesgos de Seguridad de la Información (NUEVO)

PARTICIPACIÓN EN COMISIONES DE TRABAJO EXTERNAS

Allianz Argentina participa de forma activa de las siguientes Asociaciones. Su participación se debe especialmente a decisiones de carácter institucional de la Compañía.

Cámara Alemana:

Miembro del consejo directivo (Director): Gerardo Pardo.

AACS:

Comité Ejecutivo - Miembro Titular: Gerardo Pardo

Comité Ejecutivo - Miembro Alterno: Luciano Triolo

AVIRA:

Comisión Directiva: Titular Gerardo Pardo

Comité de Vida: Esteban Oknaian

Comité de Legales, Defensa del Asegurado y Lavado: Karina Feldman

D. ENTORNO DE CONTROL

Allianz aplica el **Modelo de Tres Líneas de Defensa (Three Lines of Defense)**, un marco de control y gestión de riesgos reconocido internacionalmente, que asigna responsabilidades diferenciadas y complementarias para asegurar una supervisión efectiva de las operaciones y garantizar la solidez del sistema de control interno. La distinción entre cada línea se basa en principios de independencia, separación de funciones y claridad en las actividades de control.

1º LÍNEA: CONTROLES OPERACIONALES

La primera línea es responsable de gestionar los riesgos asociados a las actividades operativas diarias. Esto incluye identificar, evaluar y controlar los riesgos inherentes a cada proceso.

Asimismo, es responsable del diseño, ejecución e implementación de los controles operativos, asegurando que los procedimientos estén correctamente aplicados y sean efectivos en la mitigación del riesgo.

2º LÍNEA: FUNCIONES DE ASEGURAMIENTO

La segunda línea proporciona supervisión y monitoreo independiente sobre la gestión del riesgo realizada por la primera línea. Sus funciones incluyen:

- Desafiar, evaluar y validar la adecuada gestión de riesgos en el día a día.
- Verificar la efectividad de los controles operacionales.
- Asegurar el cumplimiento de políticas, normativas internas y regulaciones externas.

Esta línea funciona como un nexo crítico entre la operación y los órganos de control, contribuyendo a fortalecer la transparencia y la consistencia del entorno de control.

3º LÍNEA: AUDITORÍA INTERNA

La tercera línea - Auditoría Interna- brinda una garantía independiente y objetiva respecto del funcionamiento de la primera y segunda línea de defensa. Entre sus responsabilidades se destacan:

- Realizar una evaluación independiente de la eficacia y eficiencia del Sistema de Control Interno, incluyendo las actividades de ambas líneas de defensa.
- Reportar directamente al CEO y al Comité de Auditoría, asegurando independencia y acceso irrestricto a la información.
- Tener acceso directo al Comité de Dirección para comunicar hallazgos, recomendaciones y oportunidades de mejora.

Este esquema de tres líneas garantiza una estructura sólida y escalonada de control, fortaleciendo la gestión del riesgo, la transparencia y la capacidad de gobernanza de Allianz Argentina.

En 2025, el plan de auditorías para Allianz Argentina cubrió la revisión y evaluación de 19 proyectos, incluyendo auditorías de “Catálogo”, de “Practica/Tendencia” y “Regulatorias”:

- AZAR-2025-0102-Legal
- AZAR-2025-0505-Sourcing & Procurement
- AZAR-2025-0501-Claims Fraud Management
- AZAR-2025-0504-Develop and Maintain Application
- AZAR-2025-0506-Develop and Maintain Application “End-User Computing”
- AZAR-2025-0507-Develop and Maintain Technology (Applications & Infrastructure)
- AZAR-2025-0508-IT Configuration Management
- AZAR-2025-0509-Cyber and IT Security
- AZAR-2025-0502-Information Security
- AZAR-2025-0201-Technical Product Controlling (P&C)
- AZAR-2025-0402-Direct Sales Management (including Direct Webpage)
- AZAR-2025-0401-Agent Network Management (including contact management)
- AZAR-2025-0403-Smart Growth
- AZAR-2025-0503-IT Change-Management and Deployment
- AZAR-2025-0104-PACI Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo
- AZAR-2025-0105-PACI Inversiones
- AZAR-2025-0106-PACI Cobranzas y Cuentas Corrientes
- AZAR-2025-0107-PACI Reaseguros
- AZAR-2025-0108-PACI AZRE processes

E. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS

En el 2025, Allianz ha sido distinguida con los siguientes reconocimientos:

- 

Compañía número 1 en pago de los siniestros
A partir de la votación de Productores Asesores, en la encuesta realizada por la revista Nuevos Bancos y Seguros.
- 

Premio Prestigio Seguros
(3er puesto, Seguros Patrimoniales)
Votado por los Productores Asesores de Seguros, quienes valoran nuestra cercanía, transparencia y calidad de servicio.
- 

Premio Prestigio Ejecutivo del Año
Gerardo Pardo
Votado por los Ejecutivos de la industria, por su liderazgo estratégico y visión transformadora.
- 

Premio a la Visión Sustentable
También votado por los Ejecutivos, por integrar la sustentabilidad en nuestra gestión diaria.

“Prestigio Seguros 2025” es un reconocimiento a la imagen de las aseguradoras que es otorgado anualmente por el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP) y Comunica.

El ranking “Prestigio Seguros” se sustenta en un modelo de investigación, que tiene como objetivo reflejar el complejo sistema de percepciones del segmento de Productores Asesores y Directivos del mercado asegurador. Existen dos claves para obtener un buen posicionamiento en este ranking:

- Ser mencionado de manera espontánea la mayor cantidad de veces cuando se pregunta qué compañía es la más prestigiosa.
- Obtener una buena valuación en cada uno de los atributos evaluados.

Estos reconocimientos reflejan el compromiso, la dedicación y los logros de todo el equipo Allianz, y nos inspiran a seguir trabajando con responsabilidad, vocación de diálogo y una mirada de largo plazo que prioriza el desarrollo sustentable y el bienestar colectivo.



F. COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

La organización cuenta con diversos mecanismos y procesos formales para identificar, gestionar y remediar impactos negativos reales o potenciales generados por sus operaciones, productos o relaciones comerciales. Se destacan los siguientes canales que facilitan la comunicación con sus públicos de interés.

Grupo de Interés	Forma de contacto	Canales online	Canales offline
Empleados	• En persona • Online • Canales de comunicación internos • Encuestas	• Sitio institucional: www.allianz.com.ar • Portal Mi Allianz: www.miallianz.com.ar • Coordinador Antifraude: Karina.feldman@allianz.com.ar • Canal simple y formal de denuncia, anónimo o no denuncias@allianz.com.ar • GIN, en la aplicación de SpeakUp	• Encuesta de clima interno • En persona • Correo electrónico
Socios estratégicos: Productores y Brokers	• En persona • Online • Por teléfono • WhatsApp • Encuestas	• Sitio institucional: www.allianz.com.ar • Portal Mi Allianz: www.miallianz.com.ar	• Ejecutivos de cuenta • Teléfono • WhatsApp USI
Asegurados	• Por teléfono • Online • En persona • Servicio de Atención al Asegurado • Chatbot • App mobile	• Sitio institucional: www.allianz.com.ar • Portal Mi Allianz: www.miallianz.com.ar • App Allianz Asegurados	• Centro de Atención al Cliente: 0810-222-2243 o 0810-222-3443 • E-mail: atencionalcliente@allianz.com.ar • Libro de quejas disponible en recepción de Av. Corrientes 299, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. • Servicio de Atención al Asegurado: Laura Segatta (4320-9045 - laura.segatta@allianz.com.ar) Cinthia Scherliski (4320-9045 - cinthia.scherliski@allianz.com.ar) • Chatbot Ally (WhatsApp derivado de sitio institucional)

G. ÉTICA Y TRANSPARENCIA

La conducta ética, las buenas prácticas y la transparencia son pilares centrales para una gestión responsable en la industria aseguradora y el mercado financiero. Allianz Argentina reafirma su compromiso con el cumplimiento de la normativa aplicable, las políticas internas y los lineamientos del Grupo, entendiendo que este marco es clave para una operación sólida, rentable y sostenible.

La reputación del Grupo Allianz se sustenta en la confianza que depositan clientes, accionistas, colaboradores y la comunidad, en la integridad de la Compañía. En este marco, el Código de Conducta define la integridad como un principio esencial que orienta la manera en que Allianz desarrolla sus actividades y guía la toma de decisiones de empleados, miembros del Directorio, Productores, Brokers y proveedores.

A través del área de Compliance, el Directorio impulsa una cultura de conducta ética y de cumplimiento, mediante acciones de formación, gestión preventiva de riesgos de integridad, canales confidenciales de consulta y/o denuncia y una relación transparente con los reguladores. En 2025, esta agenda se fortaleció con una presentación ante el Consejo Extendido y el Comité de Dirección, donde se repasaron temas de integridad, las principales actividades desarrolladas durante el año y una capacitación sobre fraude interno y cómo prevenirlo.

H. CÓDIGO DE CONDUCTA

El Código de Conducta del Grupo Allianz constituye la principal referencia de la cultura corporativa de la Compañía. Establece principios y valores que orientan la toma de decisiones y la actuación diaria de empleados, directivos y actores vinculados a la actividad (por ejemplo, productores, brokers y proveedores). Las personas que se incorporan a la organización reciben esta información desde su bienvenida, reforzando desde el inicio el compromiso con las reglas y expectativas éticas del Grupo.

Durante los últimos años, este marco se fortaleció con instancias de capacitación y campañas internas que ponen el foco en principios clave como integridad, transparencia, respeto mutuo y responsabilidad.

I. POLÍTICAS Y MARCOS DE CUMPLIMIENTO

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA CONTRA LA DELINCUENCIA FINANCIERA

En línea con el Código de Conducta, esta política establece los lineamientos generales para prevenir, detectar y responder de forma adecuada ante delitos financieros y eventuales conductas indebidas.

Allianz Argentina sostiene un enfoque de tolerancia cero frente a la corrupción y el fraude. En consecuencia, se prohíbe estrictamente que los empleados ofrezcan, soliciten, acepten, proporcionen, paguen, pidan, prometan, autoricen o reciban (directa o indirectamente) cualquier cosa de valor con el propósito de obtener o conservar negocios o alcanzar una ventaja personal o empresarial indebida.

PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO

Allianz Argentina actúa de acuerdo con los estándares internacionales y la normativa local aplicable en materia de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (PLA/FT). La Compañía cuenta con un programa integral que documenta procesos, procedimientos y controles, y contempla instancias de capacitación periódicas para sus colaboradores.

Durante 2025, se actualizaron el Procedimiento y la Política de Control y Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo, en línea con las Resoluciones UIF 126/2023 y 192/2024 y con el nuevo Estándar de Antilavado de Dinero del Grupo Allianz. Asimismo, se actualizaron los formularios de identificación y conocimiento de clientes (personas humanas, jurídicas, organismos públicos, fideicomisos, pago de siniestros a beneficiario distinto del asegurado y personas expuestas políticamente), en cumplimiento con la Ley N.º 25.246 y la Resolución UIF N.º 126/2023.

Estas actualizaciones fueron comunicadas de manera formal a todos los colaboradores y a la red comercial, garantizando la correcta aplicación de las pautas vigentes. En el mismo marco, se dictó una capacitación obligatoria, alcanzando el 100% de completitud sobre la nómina de empleados.

PROTECCIÓN AL CLIENTE

En 2025, Allianz Argentina actualizó su Política de Protección al Cliente, incorporando análisis complementarios orientados a fortalecer la identificación temprana de oportunidades de mejora tanto en la experiencia de sus asegurados como en las prácticas de comercialización, con el objetivo de acompañarlos y protegerlos en cada etapa del proceso de contratación.

En la misma línea, la Compañía llevó a cabo la revisión anual de 13 productos de retail —Travel, Vida, Embarcaciones de Placer, Auto, Motos, Accidentes Personales, Integral de Comercio, Condominio, Combinado Familiar, Seguro Técnico, Riesgos Varios, Robo e Incendio de Líneas Personales—, en cumplimiento con el estándar de Customer Protection del Grupo Allianz. Esta revisión, que abarcó el período enero-septiembre 2025, tiene como propósito evaluar de manera integral y periódica que los productos continúen siendo adecuados y alineados con los intereses de los asegurados.

J. CULTURA DE ÉTICA Y TRANSPARENCIA

CAPACITACIÓN

Los programas de Compliance del Grupo Allianz establecen capacitaciones obligatorias de carácter periódico, con una frecuencia mínima de una vez cada tres años. En 2025, el plan anual de capacitaciones incluyó acciones específicas dirigidas tanto a nuevos ingresos como a colaboradores con 6 cursos mandatorios dentro del plazo establecido:

Capacitación	Duración	% de completitud
Código de Conducta	1 hora	92.6%
Training Antifraude	14 minutos	97%
Training Anticorrupción	14 minutos	97%
Antitrust	8 minutos	88%
AZ ARG Anticorrupción	15 minutos	87%
AZ ARG Prevención de Lavado de Activos	30 minutos	100%

Complementariamente, se implementó un plan anual de comunicación interna orientado a fortalecer la cultura de integridad y ética dentro de la organización, con foco en los canales de denuncia disponibles, las políticas sobre regalos y entretenimientos, el proceso de declaraciones juradas de conflictos de interés y el rol del Comité de Integridad.

CANALES DE DENUNCIA

Allianz Argentina incentiva a sus colaboradores a expresar preocupaciones frente a posibles infracciones o conductas indebidas, ofreciendo distintos canales y comunicación clara sobre cómo utilizarlos. Las denuncias recibidas se analizan y gestionan con altos estándares de confidencialidad y registro, en línea con directrices internas. Como parte de este enfoque, se realizan campañas internas de recordatorio sobre los canales disponibles, los cuales también se encuentran publicados en el sitio web de Allianz Argentina y en la intranet de empleados para facilitar su acceso.

GESTIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

En 2025 se llevó a cabo la renovación de la **Declaración de Conflictos de Interés**, mediante la cual los colaboradores declaran vínculos que podrían influir en decisiones de negocio. La declaración fue completada por la totalidad de los empleados, contemplando también los ingresos del año. Se reportaron en total **60 declaraciones de Conflicto de Interés**. El cierre del proceso incluyó un informe al Directorio sobre los casos relevantes y el contacto individual con los colaboradores cuando resultó necesario, a fin de definir acciones específicas de control o mitigación.

K. ÉTICA DE LOS NEGOCIOS

Allianz Argentina cuenta con un Código de Conducta para Proveedores que define estándares mínimos para la relación con terceros, promoviendo transparencia en la adquisición de bienes y servicios y exigiendo lineamientos claros sobre roles y responsabilidades.

En el mismo sentido, la Compañía sostiene principios de competencia leal y se rige por su Política Antimonopolio, que engloba la Norma Antimonopolio de Allianz y el Código Antimonopolio, contribuyendo a un mercado más transparente e innovador.



L. ENFOQUE FISCAL

La organización adopta un enfoque responsable y transparente en materia fiscal, alineado con los principios de cumplimiento normativo, integridad y contribución al desarrollo sostenible de los países en los que opera. La estrategia fiscal está integrada en nuestra política de gobierno corporativo y responde al marco legal vigente en cada jurisdicción. El objetivo principal de nuestra política fiscal es cumplir con las leyes y regulaciones fiscales de manera transparente y ética contribuyendo al desarrollo sostenible en los países en los que operamos. La misma es aprobada por el Directorio y supervisada por la Alta Dirección, con apoyo del Departamento de Finanzas, Legales y Auditoría Interna.

La compañía cuenta con un sistema de control interno que incluye procedimientos específicos para la identificación, evaluación y mitigación de riesgos fiscales efectuando un seguimiento de todas las operaciones. El equipo encargado de la gestión tributaria trabaja en coordinación con el equipo de Finanzas, comprometiéndose con brindar información clara y accesible sobre nuestro cumplimiento impositivo a nuestros grupos de interés incluyendo clientes, empleados u organismos regulatorios, y participando activamente en cursos y conferencias sobre políticas fiscales con el objetivo de mantenerse actualizados sobre los cambios y tendencias en la legislación fiscal.

Capítulo 8

Cadena de valor y servicio

8.1 Productos y servicios

HECHOS RELEVANTES 2025



Allianz Argentina ofrece una cartera amplia y equilibrada de productos y servicios orientados a proteger el patrimonio de personas, empresas e industrias. La Compañía trabaja con un enfoque centrado en el cliente, revisando y actualizando regularmente sus soluciones de aseguramiento para responder a las necesidades del mercado, garantizar coberturas adecuadas y mantener altos estándares técnicos y regulatorios.

El diseño y la actualización de los productos se llevan adelante a través del área técnica, que trabaja en conjunto con el Comité Técnico Actuarial para evaluar coberturas, exclusiones y condiciones contractuales. Esta dinámica asegura que cada producto mantenga consistencia técnica, solidez actuarial y adecuación normativa. Una vez validados, los manuales y materiales informativos se ponen a disposición de los Productores Asesores mediante el portal Allianznet, garantizando acceso oportuno a la información más actualizada.

Allianz Argentina asume el compromiso de que toda la información vinculada con sus productos y servicios sea clara, precisa y comprensible para los clientes. Esto incluye detallar de manera transparente las características de los productos, sus usos previstos, las coberturas y exclusiones, los riesgos asociados y cualquier advertencia relevante para la toma de decisiones.

De esta manera, la Compañía promueve una comunicación responsable, que permite a los consumidores conocer plenamente las condiciones y alcances de los seguros que contratan.

Para asegurar la calidad y veracidad de la información provista, Allianz Argentina cuenta con múltiples instancias de control. Entre ellas se encuentran la revisión técnica y legal de los materiales informativos, la intervención de áreas especializadas —como calidad, comunicación y cumplimiento regulatorio— y la realización de auditorías internas periódicas que validan el cumplimiento de lineamientos corporativos y normativos. Estos procesos garantizan que toda la documentación sea coherente, actualizada y refleje correctamente las condiciones de los productos ofrecidos.

La protección y seguridad del cliente también es un aspecto central en el desarrollo de los productos. Antes de la aprobación de cada solución de aseguramiento, se evalúan sus impactos potenciales y se verifica que cumpla con los requisitos necesarios para garantizar la protección adecuada de los asegurados. Esta evaluación se realiza mediante procesos estructurados que involucran a distintas áreas técnicas y regulatorias, asegurando que los productos respondan a criterios de calidad, transparencia y responsabilidad.



Complementariamente, Allianz Argentina fomenta una comunicación accesible y proactiva con los consumidores, ofreciendo canales claros para resolver consultas y brindar asesoramiento. Este enfoque busca generar una experiencia de atención transparente, orientada a facilitar la comprensión de los productos y acompañar a los clientes en todo el proceso de contratación y utilización de los servicios.

Durante el período reportado, no se registraron incumplimientos relacionados con la información, comunicación o etiquetado de productos, ni incidentes asociados a la salud o seguridad del cliente. Estos resultados reflejan la consistencia de los procesos internos, el nivel de control aplicado y el compromiso de la Compañía con la mejora continua en la oferta de sus productos y en la calidad del servicio al cliente.

 **Personas**

- **Automóviles**
- **Combinado familiar**
- **Integral de consorcio**
- **Integral de comercio**
- **Embarcaciones de placer**
- **Accidentes personales**
- **Bolso protegido**
- **Travel**
- **Alquiler Seguro**
- **Integral Garaje**
- **Vida Protección**

 **Empresas, industrias y pymes**

- **Incendio/ Todo riesgo operativo**
- **Transportes**
- **Construcción y montaje**
- **Otros seguros técnicos**
- **Caución**
- **Responsabilidad civil**
- **Energías renovables (eólica y solar)**
- **Vida colectivo**
- **Agro**

A través de estas prácticas, Allianz Argentina asegura que su portafolio de productos no solo sea técnicamente robusto y regulatoriamente sólido, sino también transparente, accesible y orientado a construir relaciones de confianza con clientes, productores y socios estratégicos.

Durante 2025, la compañía ha trabajado en el lanzamiento de nuevos productos como en la mejora, actualización y optimización de otros, tomando en cuenta el feedback de sus socios estratégicos y asegurados.

Nuevos lanzamientos

-  **Alquiler Seguro**

 **Seguro de viajero**
-  **Integral Garaje**

 **Vida Protección**

Restyling y renovación:

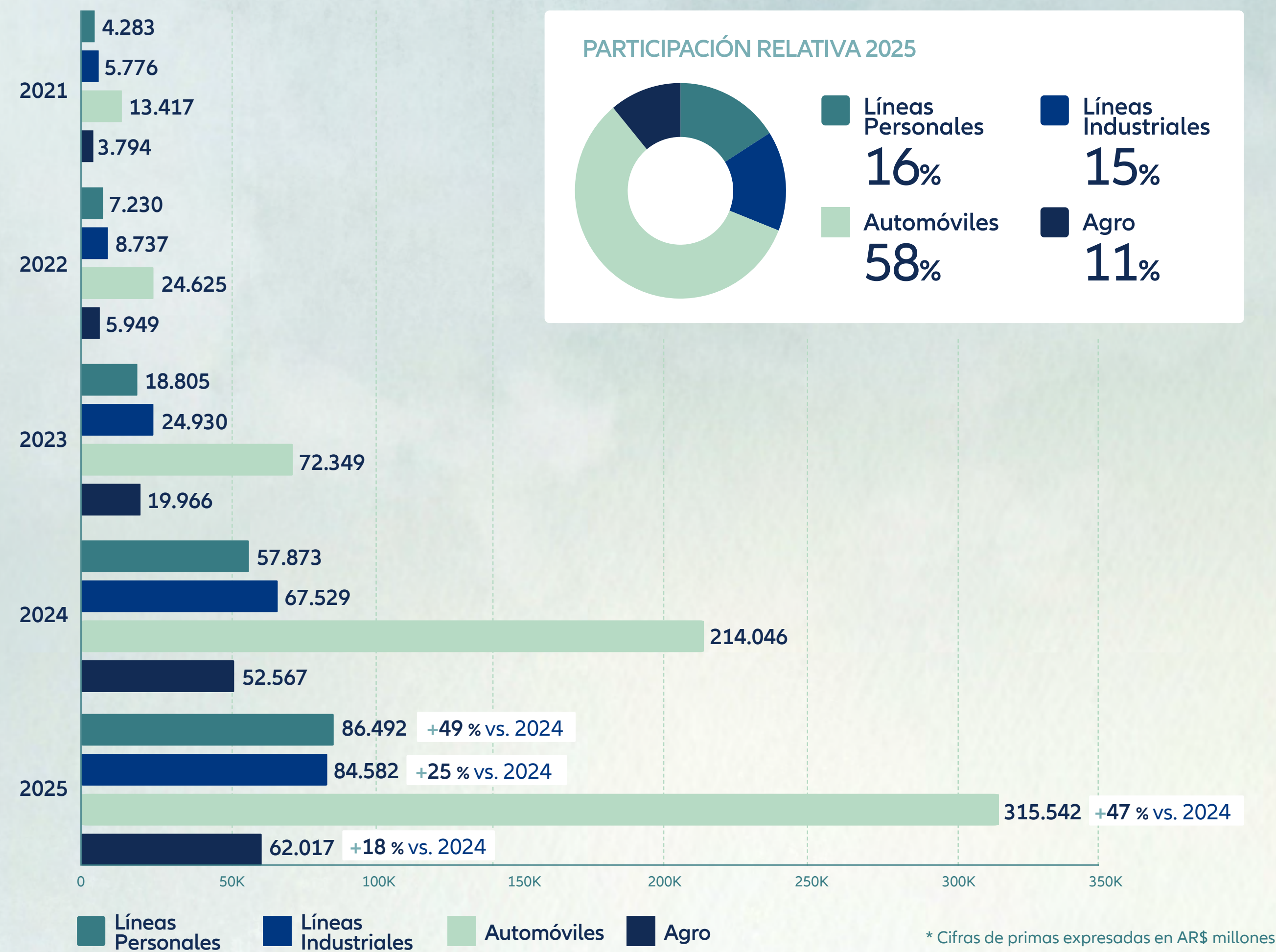
-  **Embarcaciones**

 **Automóviles**
-  **Motos**

 **Bolso Protegido**
-  **Jugadores de Golf**

8.2 Producción y crecimiento anual

PRIMAS Y CRECIMIENTO POR LÍNEA DE NEGOCIO



PRIMAS Y CRECIMIENTO POR RAMO

	2024		2025	
	Producción	Var %	Producción	Var %
Total	392.015,09	188,14%	548.632,19	39,95%
Automóviles	214.046,23	195,85%	315.542,25	↑ 47,42%
Automóviles	208.849,08	196,04%	305.562,70	↑ 46,31%
Motos	5.197,15	188,60%	9.979,56	↑ 92,02%
Líneas Personales	57.872,80	207,76%	86.491,60	↑ 49,45%
Incendio + Pérdida Beneficio	4.028,64	170,31%	5.277,99	↑ 31,01%
Robo + Cristales LP	104,04	168,63%	133,26	↑ 28,08%
Miscellaneous PL	89,95	1059,11%	8,53	↓ -90,51%
Combinado Fliar	24.140,42	196,76%	34.091,16	↑ 41,22%
Transp Cascos	387,14	147,63%	740,32	↑ 91,23%
Seguro Tecnico LP	788,17	138,06%	1.047,41	↑ 91,23%
Integral Comercio	15.720,50	218,55%	24.559,04	↑ 91,23%
Integral Consorcio	12.613,94	239,96%	20.545,12	↑ 62,88%
Integral Viajero	—	0,00%	88,76	0,00%
Líneas Industriales	67.529,32	170,87%	84.581,67	↑ 25,25%
No vida	56.367,67	166,61%	67.305,34	↑ 19,40%
Incendio LI	26.692,74	158,28%	28.721,05	↑ 7,60%
Transp Mercad	7.059,75	214,78%	8.925,13	↑ 7,60%
Robo LI	38,55	343,57%	58,57	↑ 51,95%
RC	6.759,92	154,14%	58,57	↑ 30,82%
Rs Vs LI	868,43	154,14%	1.293,05	↑ 48,89%
Seguro Tecnico LI	6.132,87	173,49%	1.293,05	↑ 13,16%
Credito	3.018,24	151,93%	1.293,05	↑ 53,61%
Caución	5.797,18	178,92%	1.293,05	↑ 36,07%
Vida	11.161,64	194,66%	17.276,34	↑ 54,78%
AP	1.660,36	148,09%	3.262,57	↑ 96,50%
Vida Saldo Deudor	2.703,65	203,86%	3.118,20	↑ 15,33%
Vida Colectivo	6.567,64	212,23%	10.515,13	↑ 60,11%
Vida Individual	0,66	-10,88%	101,93	↑ 15.356,42%
Vida Ahorro	229,33	83,92%	278,50	↑ 21,44%
Agro	52.566,74	163,29%	62.016,67	↑ 17,98%

8.3 Canales de venta

Allianz Argentina comercializa sus productos a través de diferentes canales diseñados para atender de manera eficiente las necesidades de cada segmento de clientes. Estos canales permiten ofrecer asesoramiento especializado, cercanía comercial y soluciones adecuadas tanto para personas como para empresas e industrias.

El principal canal de comercialización está conformado por los **Productores Asesores de Seguros (PAS)**, profesionales independientes que distribuyen seguros de Allianz y de otras compañías del mercado. Este es el canal tradicional por el cual la Compañía retiene la mayor parte de su producción, especialmente en seguros individuales y de personas. Dentro de este esquema también se encuentran los Organizadores, productores independientes que administran y gestionan a otros productores asesores. Tanto los PAS como los Organizadores son atendidos desde Casa Central y desde las Agencias del Interior, bajo la conducción de la Dirección Comercial.

Otro canal relevante es el de los Brokers de seguros, profesionales independientes que actúan como intermediarios entre las empresas y las aseguradoras. Su producción se concentra principalmente en seguros vinculados a compañías e industrias, dada su especialización en riesgos corporativos.

Los Brokers son atendidos por el departamento de Líneas Industriales (Allianz Commercial) desde Casa Central, lo que permite brindar un acompañamiento técnico y comercial acorde a las necesidades de los clientes corporativos.

Finalmente, Allianz Argentina cuenta con el canal de Canales Masivos, orientado a la comercialización de seguros a través de entidades externas como retail, concesionarias de autos, plataformas digitales e instituciones financieras o bancarias. En muchos casos, estos negocios son acercados a la Compañía por Productores o Brokers, aunque su gestión requiere procesos, circuitos y procedimientos específicos que difieren de los seguros tradicionales. Este canal es atendido desde Casa Central bajo la órbita de la Dirección Comercial, con un enfoque orientado a la agilidad operativa y a la integración con los socios estratégicos que participan en la distribución.

A través de esta estructura multicanal, Allianz Argentina garantiza una cobertura comercial integral, con soluciones adaptadas a cada tipo de cliente y con un modelo de intermediación que refuerza la calidad del asesoramiento, la eficiencia operativa y la cercanía con el mercado.

 Productores y Asesores (PAS)	PERFIL Profesionales independientes TIPO DE CLIENTE Personas - Individuos ATENCIÓN Casa Central + Agencias del interior FOCO PRINCIPAL Seguros Individuales Personas
 Brokers	PERFIL Intermediarios corporativos TIPO DE CLIENTE Empresas – Industrias ATENCIÓN Allianz Commercial (Casa Central) FOCO PRINCIPAL Líneas industriales
 Canales Masivos	PERFIL Entidades externas y socios comerciales TIPO DE CLIENTE Consumidores y alianzas comerciales ATENCIÓN Casa Central – Dirección Comercial FOCO PRINCIPAL Retail Autos Banco Digital

8.4 Herramientas para el Productor Asesor

COMISIONES DE TRABAJO

Con el propósito de fomentar un diálogo directo y constructivo con los Productores Asesores, Allianz impulsa las comisiones de trabajo, espacios donde los Productores se reúnen con directivos de la Compañía para intercambiar ideas, expresar necesidades y detectar oportunidades del mercado.

Estas comisiones se desarrollan según un plan anual y abordan temáticas específicas. Durante 2025 se llevaron adelante 6 comisiones de trabajo, enfocadas en áreas estratégicas como Automóviles, Líneas Personales, Líneas Industriales, Siniestros, Tecnología e Innovación. Estos encuentros fortalecen la escucha activa y permiten incorporar la mirada del productor en los procesos y productos de la Compañía.

USI – UNIDAD DE SERVICIO A PAS INTEGRADOS

Los Productores que forman parte del programa Integrados cuentan con el apoyo de USI (Unidad de Servicio a PAS Integrados), un canal de contacto directo a través de WhatsApp que ofrece atención ágil y personalizada para la gestión de consultas urgentes. Esta herramienta agiliza la resolución de temas operativos y mejora la experiencia del intermediario en su trabajo cotidiano.

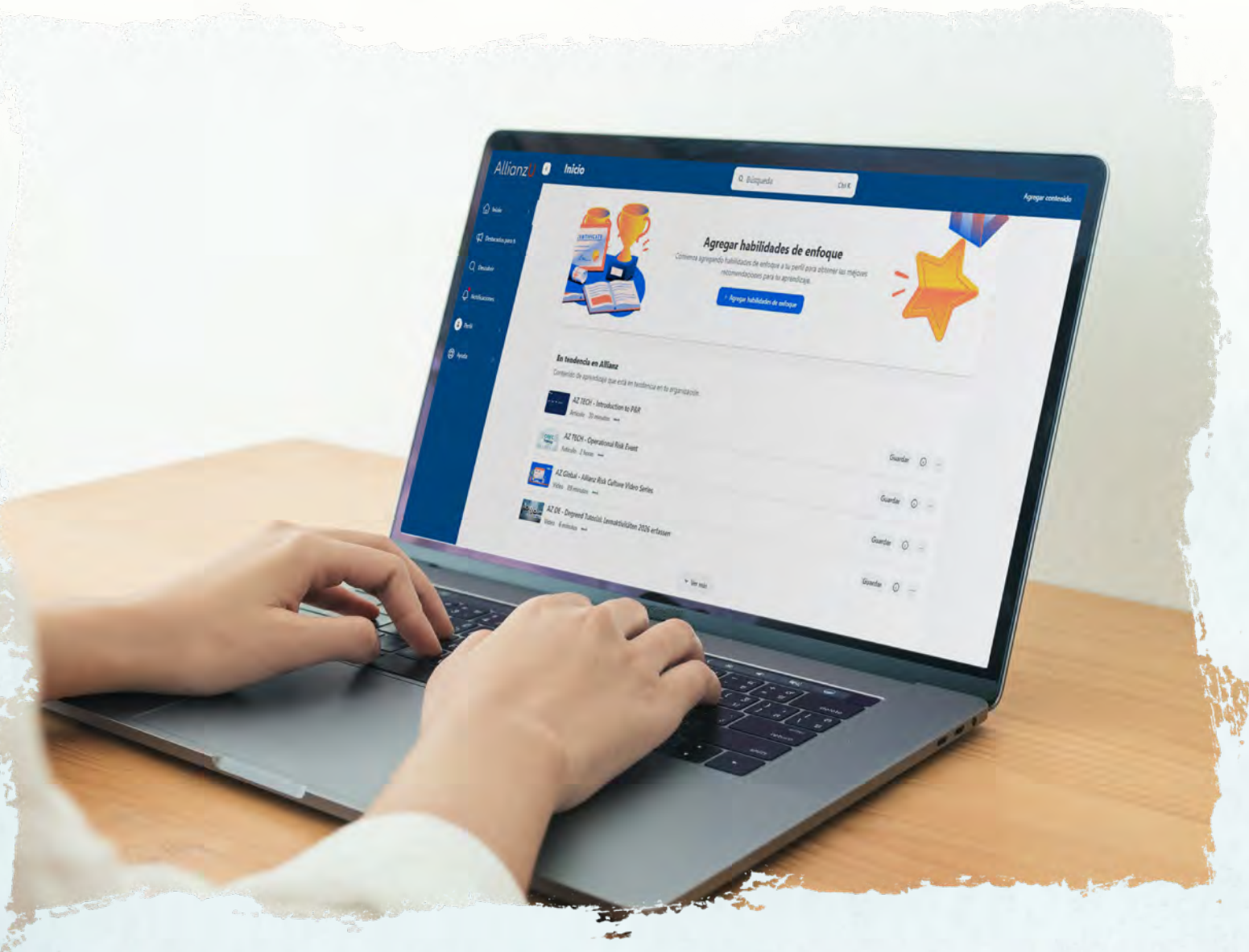
UNIVERSIDAD ALLIANZ

La Universidad Allianz es la plataforma de formación y desarrollo profesional destinada a los Productores Asesores. Su objetivo es acompañar la capacitación continua, la adquisición de nuevas habilidades y la actualización en temas clave del mercado asegurador. Allí, los productores pueden acceder a cursos sobre diversas temáticas, así como a una agenda de charlas virtuales que luego quedan disponibles en formato online.

En 2025:

- 75 cursos y tutoriales.
- 172,10 hs de formación a 3.663 productores.
- Contenidos sobre productos, actualizaciones técnicas, regulaciones, herramientas digitales y tendencias de la industria

Además, la Universidad Allianz cuenta con un espacio dedicado a materiales de marketing, donde los socios estratégicos pueden descargar piezas listas para usar con sus asegurados y potenciales clientes: flyers de producto, contenido para redes sociales, recursos para cross selling, materiales de prevención y más. Este espacio busca facilitar y reforzar la comunicación comercial de los productores.



CURSOS Y TUTORIALES

75

Lanzamientos en 2025

FORMACIÓN A PRODUCTORES

172,10_{hs}

A 3.663 productores

COMISIONES DE TRABAJO

6

Con productores

8.6 Atención al asegurado

A. COMPROMISO CON LA CALIDAD Y LA EXPERIENCIA AL CLIENTE

Allianz Argentina coloca al cliente en el centro de su estrategia, convencida de que la calidad del servicio y la experiencia en cada interacción son esenciales para construir relaciones de confianza a largo plazo. La Compañía trabaja de manera permanente para anticipar necesidades, simplificar procesos y ofrecer respuestas claras, ágiles y consistentes, garantizando una experiencia integral que acompañe a los asegurados en los momentos que más lo necesitan. Este enfoque impulsa la mejora continua, la innovación y la excelencia operativa, consolidándose como un pilar fundamental para el crecimiento sostenido y la reputación de Allianz en el mercado.

Con este propósito, en 2025 se reforzó la gestión de la experiencia del cliente a través de una metodología estructurada basada en:

- Medición sistemática de la satisfacción, mediante la herramienta VOC (Voz del Cliente) en los principales puntos de contacto y a través del indicador NPS (Net Promoter Score), que permite comparar el desempeño con el mercado.
- Análisis integral de información, combinando datos internos y externos para identificar oportunidades de mejora y puntos críticos.
- Elaboración de planes de acción interáreas, con foco en la mejora de procesos, comunicación y servicios.
- Implementación y seguimiento continuo de iniciativas tanto a nivel local como en alineación con las directrices del Grupo. Semanalmente, se trata en Comité de Dirección.

B. NUESTROS RESULTADOS EN 2025

Los resultados del año reflejan la consistencia del enfoque orientado al cliente y la mejora sostenida de los principales procesos de contacto.

- NPS: Allianz se posiciona como líder en lealtad del cliente.
- VOC: 4,7 estrellas sobre 5, evidenciando una mejora continua en satisfacción.



NPS (Net Promoter Score)

Líderes en satisfacción del cliente



C. TRANSFORMACIÓN DIGITAL ORIENTADA AL CLIENTE

En 2025, Allianz Argentina profundizó su estrategia de digitalización para ofrecer servicios más ágiles, accesibles y simples. Durante el año se trabajó en la mejora integral de la aplicación mobile y del portal de autogestión, incorporando nuevas funcionalidades que facilitan la consulta de pólizas, la gestión de trámites y el acceso a servicios clave. Asimismo, se optimizó la performance, la usabilidad y la experiencia visual, con el objetivo de ofrecer herramientas más intuitivas y modernas.

En paralelo, se lanzó **Ally**, el nuevo chatbot de atención al cliente, diseñado para brindar respuestas inmediatas, mejorar la interacción con los usuarios y ampliar la disponibilidad del servicio a cualquier momento del día. Ally se integró a los canales digitales de la Compañía como un aliado clave para agilizar consultas y potenciar la experiencia omnicanal.



D. CULTURA INTERNA ORIENTADA AL SERVICIO

Conscientes de que la experiencia del cliente está profundamente influida por la cultura interna, en 2025 Allianz implementó un **curso de Cultura de Servicio** para todos los colaboradores. Esta iniciativa tuvo como propósito consolidar buenas prácticas, promover una atención empática y consistente y fortalecer el compromiso de cada colaborador con la calidad del servicio en todos los puntos de contacto.

A través de la mejora en sus canales digitales, la escucha activa del cliente, el seguimiento sistemático de indicadores y el fortalecimiento de la cultura de servicio, Allianz Argentina reafirma su compromiso con una experiencia centrada en las personas, sustentada en la innovación, la cercanía y la excelencia operativa.

E. GESTIÓN DE RECLAMOS

Allianz Argentina cuenta con un sistema integral para la recepción, registro y seguimiento de reclamos, quejas y no conformidades, asegurando una gestión transparente, trazable y orientada a la mejora continua del servicio. Los Productores Asesores pueden registrar reclamos y no conformidades a través del portal **Tickets Allianz (TAZ)**, disponible dentro de la plataforma Allianznet. Allí se documentan las presentaciones siguiendo el procedimiento formal de “No Conformidad”, lo que permite su derivación automática al área correspondiente para su análisis y resolución.

Adicionalmente, el **Centro de Atención al Cliente (CAAC)** dispone del portal **GET**, desde donde también pueden ingresarse quejas, reclamos o no conformidades. Cuando la consulta puede ser resuelta por el propio equipo de atención, se brinda la respuesta pertinente y se cierra el caso en el sistema. En los demás casos, el reclamo es derivado al área responsable para su tratamiento.

Durante 2025, el CAAC gestionó 1006 reclamos, 36 quejas o sugerencias y 7767 consultas de otro tipo.

El **Servicio de Atención al Asegurado** constituye otro canal disponible para la recepción de reclamos y consultas formales, reforzando el compromiso de la Compañía con la escucha activa y con la accesibilidad para los clientes. En 2025, se registraron 74 reclamos, una cantidad significativamente menor al del período anterior (124).

RECLAMOS GESTIONADOS POR EL CAAC



RECLAMOS GESTIONADOS POR SERVICIO DE ATENCIÓN AL ASEGURADO



F. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES (HABEAS DATA)

Allianz Argentina garantiza la privacidad y la confidencialidad de los datos personales proporcionados por sus titulares a través de todos los canales disponibles —incluyendo sitios web, correo electrónico y otros medios digitales— cumpliendo estrictamente con la normativa vigente en materia de protección de datos y seguridad de la información.

La Compañía implementa una Política de Seguridad de Datos Personales destinada a prevenir la adulteración, pérdida, acceso, consulta o tratamiento no autorizado de la información. Esta política contempla medidas técnicas y organizativas que permiten identificar y gestionar posibles desviaciones, ya sean intencionales o involuntarias, independientemente de su origen humano o tecnológico.

Asimismo, Allianz cuenta con un procedimiento formal para el ejercicio de derechos de los titulares de datos, que permite a cualquier persona solicitar el acceso, rectificación, actualización, cancelación u oposición al tratamiento de su información personal. Estos mecanismos aseguran que los asegurados, productores, empleados y cualquier otro titular mantengan pleno control sobre sus datos y puedan ejercer sus derechos de forma transparente, ágil y segura.

A través de estas prácticas, la Compañía reafirma su compromiso con la protección de la información, la gestión responsable de los datos personales y la confianza de todos los actores que interactúan con Allianz.

G. CANALES DE COMUNICACIÓN

El Centro de Atención al Cliente y Canales (CAAC) concentra la mayor parte de los puntos de contacto con los asegurados, ya que cuenta con la capacidad de responder de manera simultánea a todas las personas que se comunican con la Compañía a través de los distintos canales: teléfono, correo electrónico, Mi Allianz, la aplicación mobile, WhatsApp, el chatbot Ally y las redes sociales.

Durante 2025, el CAAC gestionó un volumen significativo de interacciones, reflejo de la creciente omnicanalidad y de la preferencia de los clientes por soluciones ágiles y accesibles. En total, en 2025, se atendieron 44.898 llamadas entrantes, 37.129 consultas recibidas por correo electrónico, 2.890 consultas vía chatbot Ally, 24.263 interacciones por WhatsApp y 2.400 consultas a través de redes sociales.

El área opera bajo procedimientos formales de Atención al Cliente y Manejo de No Conformidades, lo que asegura coherencia y calidad en cada respuesta. Trimestralmente, se realizan escuchas de grabaciones y se brinda retroalimentación individual a cada teleoperador, promoviendo la mejora continua y el fortalecimiento de las competencias de atención.

Además, el CAAC centraliza también la gestión de consultas, quejas y reclamos que ingresan por redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn), lo que permite mantener una única línea de respuesta y asegurar consistencia en el mensaje, el tono y la calidad del servicio en todos los canales. Esta integración favorece una experiencia fluida y homogénea para los asegurados, independientemente del medio de contacto que elijan.



H. CADENA DE SUMINISTRO

Allianz Argentina gestiona su cadena de suministro con un enfoque basado en la transparencia, la calidad del servicio y el cumplimiento de estándares éticos y operativos. Los proveedores de servicios tercerizados son evaluados anualmente por el área contratante de cada servicio, de acuerdo con objetivos previamente definidos y considerando criterios clave como calidad, tiempos de respuesta y precio. Este proceso permite garantizar un desempeño adecuado y un nivel de servicio consistente para los asegurados.

Durante el proceso de alta de proveedores, se requieren instancias formales de evaluación que incluyen el análisis de riesgos por parte del oferente, la validación técnica por parte del contratante y la aceptación del Código de Ética, asegurando que todos los socios comerciales operen de acuerdo con los valores y principios de la Compañía.

La cadena de suministro de Allianz abarca una amplia variedad de servicios esenciales para la operación, entre los que se destacan:

- ✓ Servicios al asegurado
- ✓ Inspectores, localizadores, inmovilizadores y rastreadores
- ✓ Análisis y evaluación de riesgos
- ✓ Asistencia vehicular o náutica
- ✓ Servicios actuariales
- ✓ Empresas encuestadoras
- ✓ Gestión de siniestros, que incluye inspectores, investigadores, liquidadores, peritos, abogados y gestores

Además, los proveedores vinculados al proceso de siniestros se encuentran sujetos a la evaluación continua de la Voz del Cliente, tal como se describe en el apartado de Medición de la Satisfacción del Cliente. Esto permite complementar la evaluación anual con métricas reales de desempeño percibido por los asegurados, reforzando la mejora continua y la calidad del servicio brindado por terceros.

I. JUDICIALIZACIÓN

El compromiso de Allianz con la reducción de la siniestralidad y la disminución de la judicialización se refleja en un conjunto de iniciativas integrales que combinan calidad técnica, prevención, eficiencia operativa y foco en la experiencia del asegurado. Entre estas acciones, se destaca la incorporación de proveedores especializados, cuya gestión es evaluada mediante un sistema de scoring de performance, lo que permite asignar cada caso al proveedor más adecuado según su historial y resultados, optimizando tiempos, calidad de resolución y satisfacción del cliente.

Adicionalmente, la Compañía realiza revisiones continuas de sus procesos internos, con el objetivo de detectar oportunidades de mejora y fortalecer los controles en cada etapa del ciclo de siniestros. Parte central de esta estrategia es la política de gestión temprana de siniestros, que busca intervenir de manera proactiva y oportuna para evitar que los casos evolucionen hacia instancias de mediación o juicio, promoviendo soluciones más ágiles y favorables tanto para los asegurados como para la organización.

La gestión de los proveedores involucrados en el proceso de siniestros también se encuentra sujeta a la evaluación de la Voz del Cliente, tal como se detalla en el apartado de Medición de la Satisfacción. Este monitoreo continuo permite alinear la performance de terceros con los estándares de calidad de Allianz y refuerza el compromiso de la Compañía con una experiencia transparente, consistente y centrada en el cliente.

A man with short brown hair and a light beard, wearing a grey cardigan over a white t-shirt, is looking down at a stack of papers he is holding. The background is a blurred office environment with large windows and modern furniture. The entire image is framed with a rough, torn-edge effect.

Capítulo 9

Tabla GRI

Índice de Contenidos GRI

Declaración de uso: Allianz Argentina ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo 2025 utilizando como referencia los Estándares GRI.

GRI 2: Contenidos Generales 2021		
Código	Indicador	Capítulo - Página
2.1	Detalles de la organización	7 - Pág 49, 51
2.2	Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	2 - Pág 5 / Las entidades incluidas en los informes financieros son las mismas que las incluidas en el Reporte de Sustentabilidad.
2.3	Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2 - Pág 5, 7 / Las entidades incluidas en los informes financieros son las mismas que las incluidas en el Reporte de Sustentabilidad.
2.4	Actualización de la información	No existen actualizaciones de la información presentada en periodosobjeto de informes anteriores.
2.5	Verificación externa	No se realiza verificación externa.
2.6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	8 - Pág 61, 64, 69 / No se evidencian cambios significativos en la cadena de valor durante el periodo de reporte.
2.7	Empleados	3 - Pág 12
2.8	Trabajadores que no son empleados	3 - Pág 12
2.9	Estructura y composición de gobernanza	7 - Pág 53-54
2.10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	7 - Pág 53
2.11	Presidente del máximo órgano de gobierno	7 - Pág 54
2.12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	7 - Pág 53-54
2.13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	7 - Pág 54
2.14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	2 - Pág 5
2.15	Conflictos de interés	7 - Pág 59
2.16	Comunicación de inquietudes críticas	7 - Pág 59
2.17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	2 - Pág 5
2.18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	7 - Pág 54
2.19	Políticas de remuneración	No se reporta por confidencialidad de la información
2.20	Proceso para determinar la remuneración	No se reporta por confidencialidad de la información

2.21	Ratio de compensación total anual	No se reporta por confidencialidad de la información
2.22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1 - Pág 3
2.23	Compromisos y políticas	7 - Pág 58
2.24	Incorporación de los compromisos y políticas	7 - Pág 58
2.25	Procesos para remediar impactos negativos	7 - Pág 57
2.26	Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	7 - Pág 59
2.27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	No hubo casos que derivaron en multas o sanciones por incumplimiento de normativa durante el período.
2.28	Afiliación a asociaciones	7 - Pág 54
2.29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	2 - Pág 7
2.30	Convenios de negociación colectiva	La compañía está sujeta al convenio de Seguros.

GRI 3: Temas Materiales 2021		
Código	Indicador	Capítulo - Página
3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	2 - Pág 5
3-2	Lista de temas materiales	2 - Pág 6
3-3	Gestión de los temas materiales	2 – Contenidos según cada capítulo.

GRI 201: Desempeño económico 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	7 - Pág 52
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	6 - Pág 36-39
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	La compañía no implementó beneficios relacionados al plan de pensiones en 2025.
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	La compañía no recibió asistencia financiera durante el período reportado

9. TABLA GRI

GRI 202: Presencia en el mercado 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
202-1	Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	No se reporta por confidencialidad de la información
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	Todos los ejecutivos en Allianz Argentina son locales.

GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
203-1	Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	6 - Pág 40
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	7 - Pág 52

GRI 205: Anticorrupción 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
205-1	Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	7 - Pág 58
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	7 - Pág 59 / 3 - Pág 16
205-3	Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	No se presentan incidentes de corrupción confirmados durante el período.

GRI 207: Fiscalidad 2019		
Código	Indicador	Capítulo - Página
207-1	Enfoque fiscal	7 - Pág 59
207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	7 - Pág 59
207-3	Participación de los grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal	7 - Pág 59

GRI 302: Energía 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	4 - Pág 23
302-2	Consumo de energía fuera de la organización	4 - Pág 23
302-3	Intensidad energética	No disponemos de la presente medición local.
302-4	Reducción del consumo energético	4 - Pág 23
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	4 - Pág 23

GRI 304: Biodiversidad		
Código	Indicador	Capítulo - Página
304-1	Sitios operacionales ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	4 - Pág 27
304-2	Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad	4 - Pág 27
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	4 - Pág 27
304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	4 - Pág 27

GRI 305: Emisiones 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	4 - Pág 21
305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	4 - Pág 21
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	4 - Pág 21
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	No disponemos de la presente medición local.
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	4 - Pág 22

GRI 401: Empleo 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	3 - Pág 14
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	3 - Pág 15
401-3	Permiso parental	3 - Pág 15 / Siete empleados (7) han utilizado en 2025 el permiso parental (2 femeninas y 5 masculinas), regresando todos a sus puestos de trabajo.

9. TABLA GRI

GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo		
Código	Indicador	Capítulo - Página
403-1	Sistema de gestión de SST	6 - Pág 43
403-2	Identificación de peligros, evaluación y control de riesgos	6 - Pág 43
403-3	Servicios de salud disponibles en el trabajo	6 - Pág 43
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación en materia de salud y seguridad en el trabajo	6 - Pág 43
403-5	Formación de los trabajadores sobre SST6	- Pág 43
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores6	- Pág 43
403-7	Prevención y mitigación de impactos en SST directamente vinculados con operaciones6	- Pág 43
403-8	Trabajadores cubiertos por el sistema de SST6	- Pág 43
403-9	Lesiones por accidente laboral6	- Pág 43
403-10	Dolencias y enfermedades laborales6	- Pág 43

GRI 404: Formación y educación 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	3 - Pág 16
404-2	Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	3 - Pág 16
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	7 - Pág 54

GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	7 - Pág 54 / 3 - Pág 12-13
405-2	Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	No se realizan diferencias por género.

GRI 406: No discriminación 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No hubo casos de discriminación durante el período.

GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas		
Código	Indicador	Capítulo - Página
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	Debido a la naturaleza administrativa y urbana de sus operaciones, la compañía no mantiene una relación directa con comunidades locales específicas ni genera impactos sociales asociados a su presencia territorial. En este contexto, no se registraron iniciativas de participación con comunidades locales durante el período reportado.

GRI 413: Comunidades locales		
Código	Indicador	Capítulo - Página
413-1	Operaciones con programas de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	5 - Pág 31-33

GRI 417: Marketing y etiquetado		
Código	Indicador	Capítulo - Página
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios8	- Pág 61-62
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	8 - Pág 62
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	8 - Pág 62

GRI 418: Privacidad del cliente 2016		
Código	Indicador	Capítulo - Página
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	No hubo reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente ni pérdida de datos durante el período.



Capítulo 10

Nos interesa tu opinión

TU OPINIÓN NOS IMPULSA A MEJORAR

Tus comentarios y sugerencias sobre nuestro Reporte de Sustentabilidad 2025 son fundamentales para seguir mejorando. Este canal es una oportunidad para conocer tus expectativas respecto al desempeño de Allianz Argentina en temas sociales, ambientales y económicos. Te invitamos a compartir tu mirada completando nuestra encuesta.

¡Gracias por ser parte de este camino!

[Ingresá a la encuesta acá](#)





Reporte de Sustentabilidad 2025
Allianz Argentina

Av. Corrientes 299 (C1043AAC)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
www.allianz.com.ar

Contacto
Escribinos a RSC@allianz.com.ar