



Reporte de Sustentabilidad

Argentina 2024

Cafayate
Provincia de Salta

Contenido

01 Mensaje del CEO

02 Impulsando nuestro camino sustentable

03 Cuidando a nuestros colaboradores

1. Estructura de la nómina
2. Procedimiento de reclutamiento transparente
3. Bienestar del empleado
4. Planes de desarrollo y formación
5. Comunicación interna y clima
6. Reconocimientos

04 Actuando frente al cambio climático

1. Huella de carbono
2. Otras iniciativas

05 Creando impacto social

1. Inversión en la comunidad
2. Voluntariado corporativo

06 Integrando la sustentabilidad en nuestro negocio

1. Gestión de inversiones
2. Gestión de siniestros
3. Procesos frente a catástrofes naturales
4. Innovación tecnológica
5. Ciberseguridad

07 Fortaleciendo nuestra estructura de gobierno corporativo

1. Allianz Argentina
2. Ética y transparencia
3. Cadena de valor

08 Tabla GRI de contenidos

09 Nos interesa tu opinión

Estimados lectores,

Allianz se fundamenta en un modelo de negocios basado en un horizonte de largo plazo, en el cual la sustentabilidad se encuentra en el centro de la estrategia, e integrada en nuestro propósito corporativo. Como líderes en el mercado de seguros, nuestra responsabilidad va más allá de ofrecer productos y servicios; se trata de construir un futuro más seguro, inclusivo y resiliente para todos.

Allianz se esfuerza por crear una economía sostenible y es un socio fuerte para llevar a cabo este cambio.

Nuestra estrategia y objetivos se traducen en iniciativas concretas en materia de sostenibilidad están alineadas a esta ambición.

En el mundo, Allianz fue fundada hace 135 años para manejar los riesgos de clientes, empleados y la sociedad en su conjunto. En el país, desde hace más de 35 años, acompañamos a nuestros asegurados para proteger sus bienes más preciados, brindándoles la confianza y seguridad que necesitan para desarrollar sus proyectos y alcanzar sus sueños.

Este año publicamos la segunda edición de nuestro Reporte de Sustentabilidad para Allianz Argentina. A lo largo del último año, hemos trabajado intensamente en fortalecer nuestras prácticas sostenibles y contribuir significativamente al bienestar de nuestros colaboradores y sociedad.

Desde nuestro lugar, buscamos impactar el presente, pero también el futuro de las comunidades en las que operamos, focalizándonos en nuestros tres ejes estratégicos principales.

El cambio climático está teniendo sin dudas un profundo impacto en lo individual y también en nuestro

negocio: el clima amenaza las ganancias de las personas, sus hogares y salud, pero también pone a las compañías en continua situación de riesgo en relación con la continuidad de negocios.

Este año hemos realizado la medición de nuestra huella de carbono mejorando el relevamiento y la calidad de datos, pero especialmente hemos trabajado en la implementación de acciones de mitigación y reducción de impacto de nuestra operación, abordando también la concientización y comunicación a nuestros colaboradores.

Adicionalmente, hemos dado un paso importante uniéndonos al proceso de reporte y medición anual del Grupo Allianz, bajo estándares globales, en nuestro compromiso de brindar total transparencia en la información publicada. La formalización de nuestro plan de mitigación se encuentra adicionalmente informada y documentada a nuestra casa matriz.

En el eje de impacto social continuamos trabajando para promover la inclusión social y alcanzar la igualdad de oportunidades, brindando nuestro apoyo especialmente a través de la Asociación Civil Una Mano que Ayuda, incorporando el voluntariado como mecanismo para colaborar colectivamente.

La integración de la sustentabilidad en el negocio es un desafío importante que se va materializando en distintas áreas de la compañía, acompañando proyectos globales o prácticas responsables, ya sea en siniestros, finanzas y/o suscripción.

Este reporte tiene el objetivo de mostrar los avances respecto a nuestro compromiso con el desarrollo

sostenible y el impacto positivo en la sociedad y medio ambiente pero también dar una mirada integral respecto al modo en que desarrollamos nuestro negocio, nos vinculamos con nuestros clientes, productores y empleados, demostrando un ejercicio ético y profesional de nuestra actividad.

Esperamos disfruten el camino junto a nosotros.



Gerardo Pardo
CEO Allianz Argentina



Impulsando nuestro camino sustentable

El Chalten
Provincia de Santa Cruz

Capítulo 2

La ambición de Allianz desde 1890 es ayudar a proteger a las generaciones futuras y permitirles prosperar. Su papel en esta transformación se guía por el propósito "**Proteger tu futuro**".

Basándose en la estrategia de negocio, Allianz ha establecido prioridades de sostenibilidad que reflejan sus valores y las áreas en las que puede tener un impacto en relación al medio ambiente, sociedad y gobierno (E, S y G).

Con ello, se ha dado prioridad a tres de los **17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas**, que están alineados con su experiencia en seguros y finanzas, así como con sus prioridades sociales.

Enfoque climático:



(ODS 13 – Acción climática) La actividad, que abarca seguros, se centra en comprender y contribuir a la transformación climática.

Gobierno:



(ODS 17- Alianzas por los objetivos) Allianz aspira a generar confianza a través de un liderazgo fuerte, siendo un aliado de confianza para proteger y hacer crecer los activos más valiosos de sus grupos de interés. En este contexto, un liderazgo fuerte es un factor clave para la cultura y la gobernanza de una empresa. Cumplir la agenda de sostenibilidad sólo es posible si las partes interesadas trabajan juntas. Por eso también se otorga también prioridad al ODS 17, Alianza para lograr los Objetivos.

Social:



(ODS 8 - Trabajo Decente y el Crecimiento Económico), incluyendo la mejora de la educación y la empleabilidad. Invertir en el aprendizaje y desarrollo de nuestra plantilla es clave en el cambiante mundo del trabajo.

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 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 segundo reporte anual, que integra la información y el desempeño económico, social y ambiental del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024, con alcance local, siendo la entidad consolidada en los estados financieros de la organización Allianz Argentina SA.

Los miembros de 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, sin encontrarse diferencias.

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 trimestral 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.

En su conjunto tienen la responsabilidad de supervisar la gestión de los impactos económicos, sociales y ambientales de la empresa. 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 sustentabilidad. Su rol incluye la supervisión y aprobación previa a su comunicación del reporte.



Temas materiales relevantes:

- **Ética corporativa y transparencia en la gestión del negocio:** 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 les permite rendir cuentas de manera clara, fomentando una cultura organizacional basada en el respeto y la equidad. (Cap7 - Pág33)
- **Solvencia:** es clave para garantizar la sostenibilidad del negocio, respaldar los compromisos a largo plazo y brindar confianza a clientes, empleados e inversores. (Cap7 - Pág27)
- **Experiencia y satisfacción del cliente (atención al asegurado, resolución de consultas, escucha al cliente):** 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. (Cap7 - Pág38)
- **Crecimiento sostenido y rentable del negocio:** permite generar valor a largo plazo, impulsar la innovación y asegurar el equilibrio entre resultados económicos, impacto social y ambiental. (Cap7 - Pág27)
- **Compromiso con nuestros canales de venta:** es esencial para fortalecer alianzas estratégicas, garantizar una atención de calidad y potenciar el alcance y la eficiencia en la distribución de los productos y servicios. (Cap7 - Pág26-37)
- **Atención al socio estratégico:** la construcción de vínculos de confianza, la promoción del trabajo colaborativo y alcanzar objetivos comunes es clave para impulsar el desarrollo sostenible del negocio. (Cap7 - Pág36)
- **Ciberseguridad y protección de datos:** el resguardo de la información de los clientes y garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad, es esencial para fortalecer la confianza en la operación. (Cap6 - Pág23)
- **Integrar cuestiones de sustentabilidad en la compañía y el negocio:** permite tomar decisiones más responsables, anticipar riesgos, identificar oportunidades y generar un impacto positivo en lo económico, social y ambiental. (Cap6 - Pág21)
- **Comunicación transparente con socios estratégicos:** fortalece la confianza mutua, facilita la toma de decisiones compartidas y promueve una gestión alineada con los objetivos de sostenibilidad. (Cap7 - Pág37)
- **Involucramiento de la alta gerencia en la estrategia de sustentabilidad:** clave para impulsar una visión integral del negocio, asegurar el compromiso organizacional y consolidar una agenda de largo plazo con impacto positivo. (Cap2 - Pág5)
- **Diálogo e involucramiento de socios estratégicos:** promover un diálogo abierto y continuo, para construir juntos una gestión sustentable. (Cap7 - Pág35)
- **Digitalización en los procesos clave de negocios (negocio 100% digital):** impulsar la transformación digital para mejorar la eficiencia y la experiencia de los clientes y socios estratégicos. (Cap4 - Pág15)
- **Productos y servicios adaptados a nuevas tendencias:** desarrollar productos y servicios innovadores que respondan a las nuevas tendencias del mercado y a las necesidades cambiantes del consumidor. (Cap7 - Pág34)
- **Cambio climático / Reducción de la huella de carbono:** trabajar para mitigar los impactos del cambio climático asumiendo una gestión responsable. (Cap4 - Pág14)
- **Prevención de fraude y lavado de dinero:** comprometidos con la transparencia y la integridad en toda la operación, se implementan políticas y procesos robustos de control y prevención. (Cap7 - Pág33)
- **Concientización ambiental:** fomentar hábitos responsables que contribuyen al cuidado del ambiente para proteger el entorno natural. (Cap4 - Pág16)
- **Desarrollo de los empleados:** impulsamos en desarrollo de nuestros colaboradores a través de programas de formación continua, promoviendo una cultura de aprendizaje, crecimiento y liderazgo responsable. (Cap3 - Pág11)
- **Disminución de la siniestralidad y judicialización:** promover una gestión preventiva e impulsamos acciones para reducir la siniestralidad y judicialización. (Cap7 - Pág39)
- **Integración de RSC e inversión social:** alinear la responsabilidad social corporativa con los valores y compromiso con la comunidad. (Cap5 - Pág17)
- **Compromiso y cultura organizacional:** impulsar una cultura sólida y alineada con los principios y valores de la organización. (Cap3 - Pág12)
- **Diversidad:** fomentar entornos inclusivos que valoran las diferencias y enriquecen la mirada. (Cap3 - Pág9)
- **Beneficios a empleados:** Impulsar el bienestar integral de nuestros empleados como motor clave de sostenibilidad. (Cap3 - Pág9)
- **Capacitación y formación de socios estratégicos:** fortalecer el crecimiento conjunto a través de formación continua. (Cap7 - Pág37)

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



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.

Este informe se encuentra disponible en: **www.allianz.com.ar.**

Cuidando a nuestros colaboradores

Parque Nacional Iguazú
Provincia de Misiones

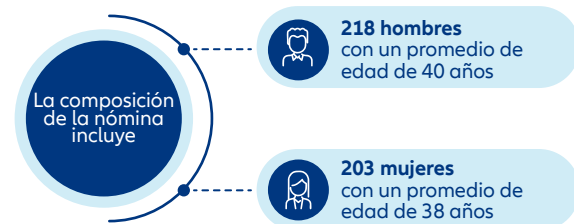
Capítulo 3

Allianz adopta un enfoque centrado en las personas para la gestión de sus recursos humanos, promoviendo valores como la integridad, la confianza y la innovación. La compañía implementa políticas y procedimientos inclusivos que fomentan la motivación y el desarrollo continuo de sus empleados. Su estrategia se enfoca en apoyar el crecimiento profesional mediante capacitaciones, una amplia gama de beneficios y la promoción de la diversidad. Además, las acciones de responsabilidad social empresarial ofrecen un valor añadido, proporcionando oportunidades de voluntariado y actividades comunitarias.

2. Estructura de la Nómina

En diciembre de 2024, Allianz tenía un total de 421 empleados, con un promedio de edad de 39 años, con contratos a tiempo completo y permanentes. Adicionalmente, hay 15 colaboradores externos contratados a través de proveedores.

La distribución geográfica de los empleados abarca oficinas en Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Rosario, Mar del Plata, Tres Arroyos, Bariloche y trabajo remoto.



Todos los colaboradores de Allianz cuentan con: **Seguro de vida obligatorio, y seguro de 24 salarios:** El empleado puede agregar 12 salarios más para el titular y 12 salarios para su cónyuge con costo a cargo del colaborador. Dentro de este seguro se encuentra también la cobertura por incapacidad e invalidez. **Cobertura médica:** prepaga para el colaborador y su grupo familiar primario.

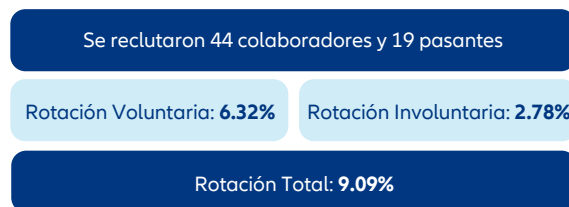
Permiso Parental: Tienen todos, gestantes y no gestantes.

La estructura gerencial de la compañía está formada por **39 gerentes** (25 de género masculino con un promedio de edad de 51 años, y 14 de género femenino con un promedio de edad de 44 años). El Comité de Dirección está compuesto por **9 directores** (7 de género masculino con un promedio de edad de 49 años, 2 de género femenino con un promedio de edad de 50 años) y **un CEO** de 53 años.

3. Procedimiento de Reclutamiento Transparente

Allianz implementa una política global de reclutamiento transparente, asegurando la incorporación de candidatos altamente calificados y honestos. Todos los empleados, excepto el personal gerencial, están cubiertos por el convenio colectivo de trabajo Seguros 264/95. Los procedimientos de selección están meticulosamente documentados, incluyendo evaluaciones, antecedentes educativos y un historial completo de empleo, lo que garantiza la transparencia y la equidad en cada etapa del proceso de contratación.

Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal:



4. Bienestar del Empleado

En Allianz, el bienestar de los empleados es una prioridad fundamental. La compañía se dedica a crear un entorno de trabajo donde cada individuo pueda

prosperar tanto personal como profesionalmente. Allianz **promueve una cultura de colaboración, confianza y empoderamiento**, asegurando que cada empleado se sienta valorado y respetado. A través de políticas inclusivas y programas innovadores, la empresa fomenta la motivación y el desarrollo continuo, ofreciendo una amplia gama de beneficios que apoyan el equilibrio entre la vida laboral y personal:

Herramientas digitales: Allianz proporciona herramientas globales estandarizadas, capacitación en el uso de herramientas digitales y espacios de oficina equipados con tecnología adecuada para reuniones híbridas.

Cultura: Los colaboradores trabajan en un entorno inclusivo, donde se prioriza la colaboración, la confianza y el empoderamiento. Se ofrecen capacitaciones para el desarrollo profesional, charlas motivacionales, actividades de responsabilidad social corporativa y oportunidades de voluntariado.

Formación y desarrollo: Se prioriza el aprendizaje académico y profesional de los empleados, ofreciendo apoyo para estudios terciarios y universitarios, becas para estudios de posgrado, días de estudio, regalos de graduación, becas corporativas y clases de inglés durante la jornada laboral.

Salud y bienestar: Allianz garantiza el bienestar físico y mental de sus empleados, proporcionando cobertura médica completa, programas de asistencia, beneficios en gimnasios, salas de lactancia, masajes en la oficina, frutas y cereales, jornadas reducidas post maternidad, licencias para no gestantes y trabajo híbrido y flexible.

Otros beneficios: Celebraciones especiales, pólizas de seguros, ayuda escolar, visitas de hijos a la oficina, regalos de nacimiento y reintegros de gastos de guarderías y cuidadores.

En 2024, no se registraron casos de enfermedades laborales ni accidentes de trabajo, y el ausentismo por enfermedad fue del 0,56%.

5. Planes de Desarrollo y Formación

Durante el año 2024, Allianz **reafirmó su compromiso con el desarrollo profesional de sus colaboradores**, consolidando una cultura de aprendizaje continuo como pilar estratégico de su gestión de talento. La compañía desplegó una amplia y diversa oferta de herramientas de formación, diseñada para responder a las necesidades actuales del negocio y anticiparse a los desafíos del futuro.

Con el objetivo de fomentar el crecimiento individual y colectivo, cada Allianzer tuvo como meta anual completar un mínimo de 45 horas de formación, de las cuales al menos 11 horas debían estar orientadas a temáticas vinculadas a Digital & Data, en línea con la estrategia de digitalización de la compañía. Este enfoque permitió no solo fortalecer competencias clave, sino también alinear el desarrollo profesional con los objetivos de innovación y eficiencia operativa.

Además de las capacitaciones generales, se ofrecieron cursos específicos para quienes desempeñan roles de liderazgo dentro de la compañía.



Allianz Argentina - Reporte de Sustentabilidad 2024

Capacitaciones obligatorias generales	
Digital & Data	Agile Software Development Software Development Life Cycle Process Mining for Robotic Process Automation Introducing Robotic Process Automation AZ Global - Generative AI (GenAI) {varios cursos}
Legal, Compliance & Data Privacy	Capacitación Prevención de Lavado de Dinero Introducción a la privacidad de datos Manejo de solicitudes de acceso a sujetos Capital Markets Misselling
FIT4IT	Chatbots Gestión de incidentes y solicitudes IA en Vehículos autónomos Inteligencia Artificial y Prueba QA Estructura, Modelo y Gestion de Iniciativas
Sustentabilidad	Allianz Sustainability Journey
Capacitaciones obligatorias para líderes	
Obligatorias	GenAI Liderando en tiempos de cambio y transformación Making Hybrid Teams Work
A elección	GenAI deep-dive for leaders Process Mining Software Development Cyber Security Data Analytics Robotics Process Automation (RPA) Business Writing Fostering individual engagement

El compromiso de los Allianzers con su desarrollo se reflejó en los resultados alcanzados: durante 2024, se registró un promedio de **64 horas de capacitación por persona**. En total, se acumularon **26.936 horas de formación en toda la organización**, lo que evidencia una participación activa en las distintas iniciativas de aprendizaje.

Esta oferta de formación incluyó programas de capacitación técnica y de habilidades blandas, acceso a plataformas de e-learning de alcance global, clases de idiomas, cursos especializados en liderazgo, así como apoyo institucional para la realización de estudios de grado y posgrado.



Plataformas de E-Learning: Allianz proporciona a sus empleados acceso a diversos espacios de capacitación y entrenamiento, como pueden ser SuccessFactors, Degreed, LinkedIn Learning, DataCamp o Allianz HUB, desde donde pueden acceder a variados contenidos sobre temáticas diversas.



Clases de inglés: En 2024 Allianz relanzó su programa de capacitación en inglés, ofreciendo clases de una hora dos veces por semana. Este programa ayuda a los empleados a mejorar sus habilidades lingüísticas para comunicarse eficazmente en el trabajo en contextos laborales y personales.



Seguridad informática: Se realizaron charlas sobre prevención en seguridad informática para concientizar sobre



riesgos cibernéticos y fomentar mejores prácticas. Además, la compañía implementó una campaña de comunicación para ayudar a los empleados a identificar y reportar actividades sospechosas, complementada con acciones de concientización.

Jornada para líderes: En 2024, continuamos con el curso "Liderazgo inspirador" dirigido a todos los líderes de la compañía. Este curso, dividido en tres módulos, se centra en desarrollar habilidades para maximizar el talento y la contribución de individuos y equipos, abordando temas como desarrollo personal, bienestar, salud mental, liderazgo e influencia.



Universidad Allianz: La compañía ofreció más de 60 charlas y capacitaciones abiertas sobre productos, autogestión, transformación organizacional, marketing y economía. Además, los empleados tienen acceso a cursos asincrónicos sobre temas como información general, comercial, cobranzas, cuentas corrientes, pricing, siniestros y técnica.



Sustentabilidad: En 2024, la compañía compartió un curso obligatorio sobre sustentabilidad, que tuvo como objetivo principal dar a conocer la estrategia global de Allianz en materia de sustentabilidad, sus metas y el enfoque frente al cambio climático.

al cambio climático. Se abordaron temas clave como la integración de la sustentabilidad en el negocio, impacto social y consejos prácticos para comenzar un camino sustentable.



Otras charlas realizadas: Allianz promueve la realización de charlas por parte de especialistas de la compañía. Se han abordado temas técnicos, financieros, legales, de seguridad e higiene, fraude y tecnología.

Plan de carrera

Allianz apoya los planes de carrera, valorando tanto la promoción interna como el desarrollo horizontal y vertical, **destacando la importancia del desarrollo profesional de sus empleados**.

Al cubrir un puesto vacante, la política de la compañía es promover internamente, ofreciendo a los colaboradores oportunidades de ascenso y crecimiento.

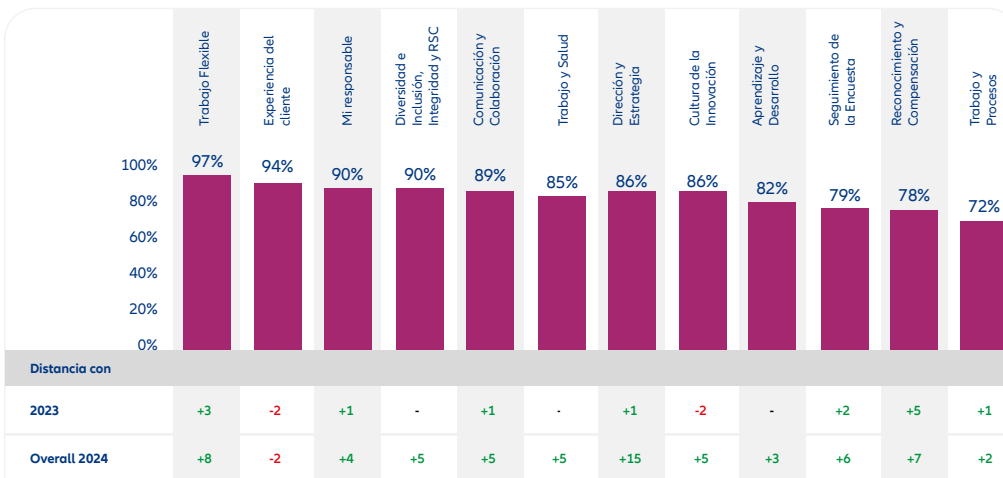
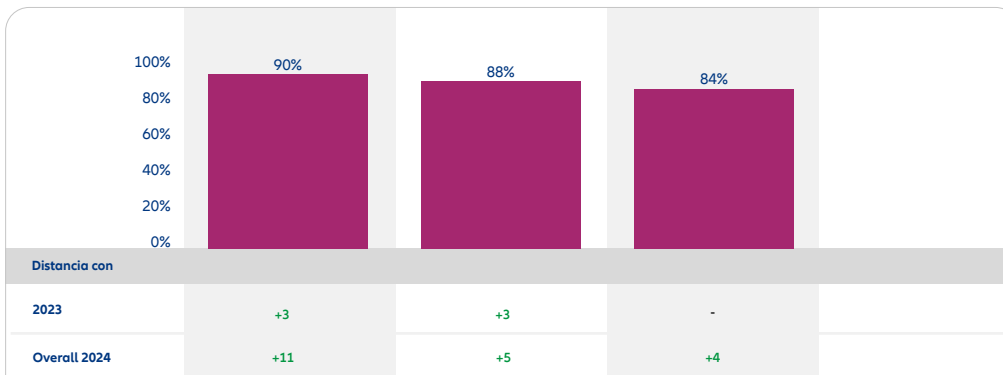
Para definir las promociones, Allianz utiliza información valiosa sobre los perfiles de los empleados y proporciona retroalimentación anual sobre su desempeño al 100% de ellos. En 2024, se llevaron a cabo 24 promociones y recategorizaciones.

6. Comunicación Interna y Clima

Allianz integra su comunicación interna con las estrategias de gobierno, promoviendo un diálogo abierto y transparente. Se realizan reuniones anuales y eventos de integración para compartir objetivos y desafíos.

Como parte del enfoque transversal de sostenibilidad, todas las iniciativas impulsadas son comunicadas de manera interna a través de canales institucionales con el objetivo de sensibilizar, informar e invitar a los colaboradores a participar activamente. Eso no solo contribuye a desarrollar capacidades internas en todos los niveles, sino que refuerza el compromiso con una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad, donde el conocimiento e involucramiento de los empleados es clave.

La compañía también realiza una encuesta clima interno llamada AES para mejorar continuamente el ambiente de trabajo. Los resultados de la encuesta de 2024 fueron muy positivos y con una tasa de respuesta del 96%, destacando en los índices de compromiso, meritocracia inclusiva y bienestar laboral.



7. Reconocimientos

En 2024, Allianz ha obtenido la posición número 1 en **Great Place To Work** “Los Mejores Lugares para Trabajar” en la categoría “Servicios Financieros y Seguros”.

Adicionalmente, la compañía obtuvo la posición número 4 en el ranking de “Mejores lugares para trabajar para Mujeres” y posición número 1 en “Generación Silver”, en compañías de entre 251 y 1000 empleados.





Actuando frente al cambio climático

Canal de Beagle
Provincia de Tierra del Fuego

Capítulo 4

El cambio climático es uno de los mayores retos a los que la compañía se enfrenta hoy en día. El **Plan Transición Net Zero** realizado en 2023 por el Grupo Allianz, establece los objetivos y compromisos estratégicos globales, centrándose en las siguientes áreas:

1. **Inversiones propias,**
2. **Seguros patrimoniales y**
3. **Operaciones propias.**

Allianz Argentina se alinea plenamente con sus objetivos y metas. El mismo se puede visualizar en www.allianz.com/Sustainability.

1. Medición de Huella de Carbono

Allianz Argentina ha efectuado este año un cambio en su modalidad de medición de huella de carbono, incorporándose al **Global Sustainability Reporting del Grupo Allianz (GER)**, reportando una serie de indicadores de su gestión y operación, con su correspondiente descripción, método de recolección y evidencia, bajo estrictos parámetros de revisión del Grupo.

Los indicadores y sub-indicadores reportados se detallan a continuación:

Energía:

- Consumo eléctrico

Consumo de energía dentro de la organización	681,1 kWh
Consumo de energía fuera de la organización	64,93 kWh
Reducción del consumo energético	91,1 kWh

Viajes corporativos:

- Vuelos de larga y corta distancia
- Flota de vehículos Allianz
- Vehículos privados para uso laboral

Ingreso de elementos IT

- Notebooks, tablets, teléfonos, etc
- Monitores, desktops
- Servidores, impresoras
- Otros equipos livianos
- Otros equipos pesados

Salida de elementos IT

- Notebooks, tablets, teléfonos, etc
- Monitores, desktops
- Servidores, impresoras
- Otros equipos livianos
- Otros equipos pesados

Nube pública (AWS)

Esta nueva metodología modifica la medición para 2024, no siendo comparable con 2023, y pone como año de base este reporte para el plan de mitigación futuro, alineándose con la metodología y criterios del Grupo Allianz.

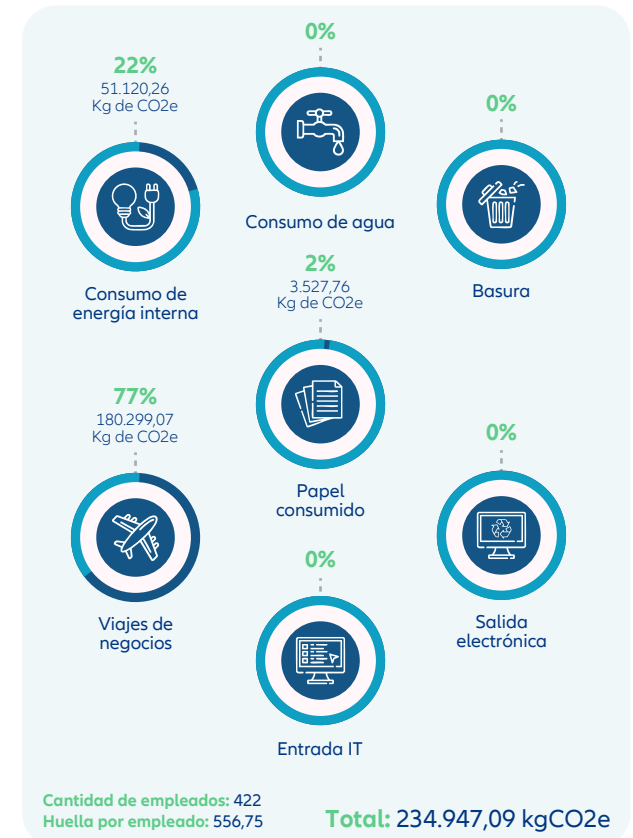
Huella de carbono de Allianz Argentina:

En 2024 se han efectuado importantes avances en cuanto a la calidad de la información recolectada, comprometiéndose cada área involucrada con el seguimiento y control de sus indicadores.

Se han efectuado controles adicionales a cargo del área de Risk Management, validando la información reportada.

Emisiones Absolutas de CO2e en Kg

Alcance 1	51.513,34	22%
Alcance 2	183.433,85	78%
Total general	234.947,09	



Principios de Allianz Functional Rule for Sustainable Operations, sobre los cuales se fundamenta nuestro plan de acción futuro:

I. Clima: Energía Sostenible

1. Utilizar la energía de manera responsable, minimizar el consumo de energía siempre que sea posible y lograr una mayor eficiencia energética.
2. Utilizar la electricidad exclusivamente de fuentes renovables y cambiar a fuentes con mayor adicionalidad.
3. Utilizar otras energías de fuentes y tecnologías con menor intensidad de emisiones.

II. Clima: Viajes de negocios

4. Descarbonizar el parque automovilístico del grupo.
5. Descarbonizar el uso del auto privado con fines comerciales para las operaciones propias de Allianz.
6. Descarbonizar los viajes aéreos para las operaciones propias de Allianz.

III. Recursos

7. Minimizar la afluencia de IT siempre que sea posible.
8. Evitar el plástico de un solo uso en todas las instalaciones de Allianz.
9. Minimizar los desechos generales y promover la tasa de reciclaje siempre que sea posible.
10. Minimizar los residuos electrónicos relacionados con los equipos informáticos y aumentar la reutilización y/o reventa de equipos informáticos siempre que sea posible.

En base a estos resultados, y tomando en cuenta los principios de la Guía de Operaciones, se detalla el siguiente plan de acción:

Energía:



1. Fuentes de electricidad: evaluación de la posibilidad de adquisición de energía directamente renovable del proveedor.
2. Análisis y evaluación de opciones y tecnologías de calefacción y refrigeración más sustentables, tomando de apoyo el Buildings Standard Catalogue y Sustainable Heating Best Practices Guide del Grupo Allianz.
3. Si no es posible el punto 1 y las opciones habilitadas, activar la compra de EACs (Energy Attributes Certificates) con el Grupo Allianz, adquisición que se había hecho efectiva al cierre de este informe.
4. Mantenimiento de la temperatura de aire acondicionado en nuestros edificios en confort (24 grados).

5. Promoción de hábitos sustentables en los empleados a través de comunicaciones frecuentes (utilización de escaleras, uso eficiente de luces, etc...).
6. Habilitación de determinados pisos en días de poca circulación de empleados en la Casa Central.
7. Realización de una auditoría energética para evidenciar oportunidades de mejora.

Vehículos:



8. Promover el acceso a flota de vehículos eléctrico o híbridos para directivos de la compañía.
9. Adecuación de controles en la rendición de gastos de viáticos de vehículos personales para uso laboral.
10. Brindar educación, entrenamiento y comunicación a los empleados sobre las oportunidades de eficiencia de energía en uso de vehículos.

Viajes corporativos:



- El modelo de trabajo Ways of Working implementado luego de la pandemia por Covid 2019, aprovecha el cambio permitiendo formas de trabajo más flexibles y ágiles.
11. Compromiso del Comité de Dirección en la reducción del impacto de las emisiones de viajes.
 12. Mejora en los procesos de compra de pasajes para mejorar la calidad de nuestros datos (centralización y procesos de solicitud de viajes).
 13. Evaluación de compra de certificados SAF.



Desechos:

14. Evaluación del destino de residuos de cafetería, comedor y basura.
15. Separación de residuos y reciclado.

NOTA: En el período analizado, la basura generada por la compañía fue de 4.792,92 kg.



Insumos IT:

16. Motivar la compra de productos más eficientes o eco friendly. Concientizar sobre la compra responsable de insumos.
17. Promover la donación y reciclado de equipos de computación en desuso.

NOTA: En el período analizado, se recuperó un total de 730,09 kg de material de IT para reutilización.



Plásticos:

18. Evitar el uso de productos de plástico. Incentivar el uso de productos reutilizables en la compañía.
19. Consumo responsable de papel: limitación de impresión y utilización de papel certificado.



Papel:

20. Consumo responsable de papel: limitación de impresión. En caso de uso utilización de papel certificado.
21. Póliza 100% digital.
22. Alentar el uso de herramientas digitales de cara al cliente.
23. No impresión de folletería.
24. Digitalización de documentación.

Otros:



26. Capacitación a empleados y productores, concientización a través de entrenamientos en Allianz U, módulo “Sustentabilidad en nuestras operaciones”.

27. Informar y comunicar en forma transparente los objetivos medioambientales a los empleados.

2. Otras iniciativas

Bosque Allianz

En 2021, Allianz inaugura el Bosque Allianz con la colaboración de Fundación Plantarse. Esta iniciativa busca **proteger la biodiversidad mediante la plantación de árboles nativos** en diferentes regiones del país.

A fines de 2024, Allianz lleva un total de **425 árboles plantados en el bosque**, mediante acciones presenciales de voluntariado y donaciones a proyectos de reforestación:

2021	2022	2023	2024
<ul style="list-style-type: none"> Inauguración de bosque plantando 100 árboles en la Reserva Ecológica Costanera Sur con la participación de voluntarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Se suma una nueva plantación de 25 árboles en la Reserva Ecológica Costanera Sur. Contribuimos con la donación de 100 tabaquillos al proyecto de reforestación en las altas cumbres de Pampa de Achala, Córdoba. 	<ul style="list-style-type: none"> Donación de 100 especies arbóreas nativas de la región al proyecto de reforestación en la Reserva Natural Rincón Nazarí en Misiones. 	<ul style="list-style-type: none"> Donación de 100 especies arbóreas nativas de la región al proyecto de reforestación en la Reserva Natural Rincón Nazarí en Misiones y en las altas cumbres de Pampa de Achala, Córdoba.

Allianz World Clean Up Day

En septiembre de 2024, Allianz realizó una jornada de voluntariado de limpieza de costas en el Paseo de la Costa de Martínez en el marco la iniciativa global “World Cleanup Day” donde millones de voluntarios de 200 países se unen para **concientizar sobre la importancia del cuidado del medio ambiente**, recolectando, separando y disponiendo correctamente los residuos desechados en las orillas.

Como resultado, se recolectaron más de 90kg de residuos para disposición final y 20kg de materiales como plástico, papel, metal y vidrio que podrán reciclarse para reducir así su impacto ambiental.

Mediante el trabajo articulado con el Municipio de Martínez, este material reciclable fue recogido y distribuido entre las cooperativas de recuperadores urbanos, que se encargan de transportar estos materiales a los Centros de Reciclado para su clasificación y reintroducción al ciclo productivo.



Donación de equipos de computación

Con el objetivo de mitigar el impacto ambiental de los residuos electrónicos que genera y reducir la brecha digital en la sociedad, **Allianz apoya a Fundación Equidad** con la donación de equipos de computación en desuso desde 2022.

En 2024 Allianz **donó un total de 143 equipos de computación en desuso** que fueron transformados en 40 computadoras listas para usar que luego se donaron a las siguientes instituciones con proyectos educativos en curso:

Asociación Familia Argentina Carmelitana: A través del Centro Estrella de Belén, ubicado en Goya, Corrientes, brindan apoyo escolar y talleres a los niños y niñas para fomentar su desarrollo integral.

Fundación Cruzada Patagónica: Ubicada en Río Negro, brinda oportunidades a pobladores del ámbito rural patagónico, ofreciendo herramientas para el desarrollo económico, social y cultural de los jóvenes, sus familias y comunidades.

Biblioteca Popular Sarmiento: Ubicada en Lanús, ofrece diferentes talleres y una sala de lectura con más de 35.000 libros para los jóvenes de barrios cercanos que carecen de conectividad.

Asociación Civil Una Mano Que Ayuda: A través del Centro Juvenil Nuestra Señora el Valle ubicado en Berazategui, ofrece un taller de computación para los niños, niñas y adolescentes del hogar, con el objetivo de brindarles herramientas digitales para su desarrollo educativo.

Gestión de recursos

Como parte de su compromiso con el cuidado del medio ambiente, se implementaron diversas acciones para **reducir el uso de plástico y papel**, respaldadas por campañas de comunicación para fomentar hábitos más sustentables y concientizar a nuestros empleados.

Para reducir el uso de papel, se implementaron varias iniciativas, incluyendo la reducción de impresoras disponibles en las oficinas, la no impresión de folletería de productos, la adopción de pólizas 100% digitales, la eliminación de papelería para la operación y la emisión de recibos de sueldo digitales. Además, se utiliza papel sostenible certificado, que posteriormente es reciclado para su reutilización.

En Allianz, la generación de residuos está principalmente asociada a las actividades administrativas y operativas, relacionadas al trabajo diario desarrollado en la oficina. La compañía reconoce y es consciente del impacto ambiental que puede derivarse de la acumulación de residuos sólidos, principalmente papel, cartón y plásticos.

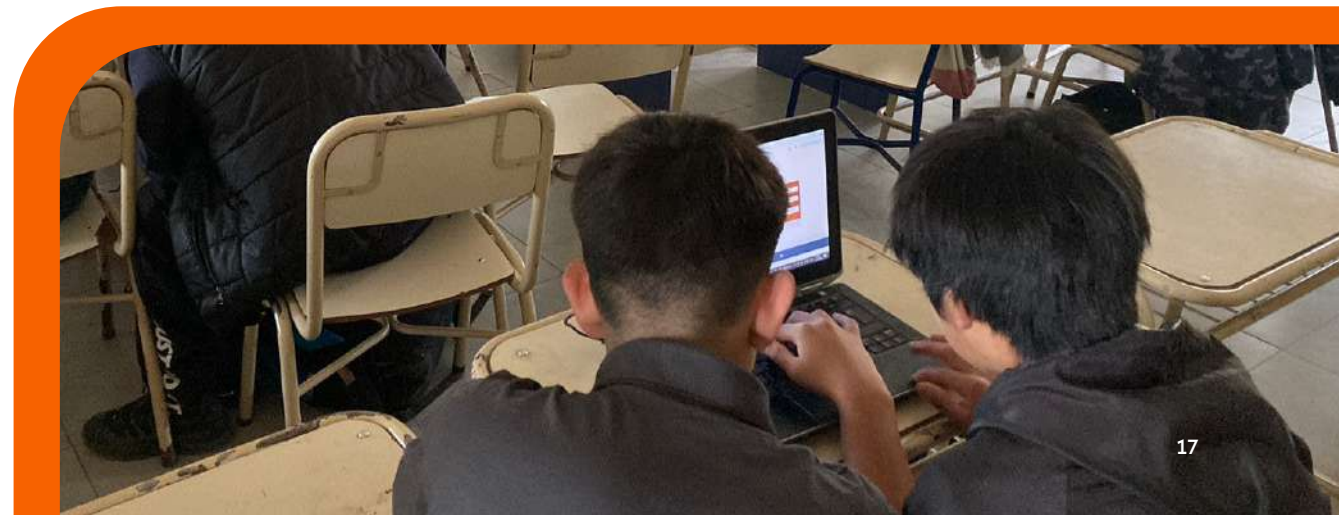
Con el objetivo de mitigar este impacto, Allianz implementa una gestión responsable orientada a la reducción y el reciclaje de los residuos generados en sus

instalaciones. Para ello, dispone de cestos diferenciados por color en todos los pisos del edificio central, lo que facilita la correcta separación en origen por parte de los colaboradores. Los materiales reciclables son recolectados por cooperativas de recuperadores urbanos, quienes los trasladan a los Centros Verdes de Reciclado, donde son clasificados, distribuidos a la industria del reciclaje y reinsertados en el ciclo productivo.

En 2024, también se llevó a cabo una campaña de **"Botellas de Amor"** para disminuir el uso de plásticos. Los empleados fueron invitados a rellenar botellas con plásticos de un solo uso, como envoltorios y bolsas generados en la oficina o en el hogar, y depositarlas en contenedores designados. Estas botellas, compactadas con plásticos de un solo uso, se entregaron en Puntos Verdes para la creación de materiales de construcción sostenibles, como madera plástica.

Concientización y capacitación

Como parte de su programa de concientización, se ha brindado la charla **Peligros de la Naturaleza – Tendencias y efectos**, repasando la evolución de los daños por catástrofes naturales (globales y locales), el mapa de peligros climáticos, los efectos y predictores del cambio climático, cursos de acción, recomendaciones y alternativas de aseguramiento.



Creando
impacto social
Capítulo 5

Luján de Cuyo
Provincia de Mendoza

Allianz sostiene que una sociedad sustentable es aquella en donde cada individuo tenga sus necesidades básicas cubiertas o, en otras palabras, alcanzar un mínimo social para todos.

Las iniciativas contenidas en este apartado refieren a la responsabilidad corporativa frente a la sociedad, buscando tomar acción directa sobre la comunidad, de forma creciente y sustentable.

A través de voluntariado corporativo y acuerdos con diferentes instituciones, la compañía incentiva a sus empleados a sumarse en este camino.

1. Inversión en la comunidad

Comprometidos con el bienestar y desarrollo de las comunidades en las que opera, busca generar **un impacto positivo en la sociedad, a través de diversas iniciativas y colaboraciones.**

A continuación, se detallan los principales proyectos que reflejan el compromiso con construir y asegurar un futuro más equitativo y solidario.

Asociación Civil Una Mano Que Ayuda

Desde hace más de una década, Allianz colabora con la Asociación Civil Una Mano Que Ayuda, apoyando el desarrollo de más de 200 niños, niñas y adolescentes

del Centro Juvenil Nuestra Señora del Valle en Berazategui y el Jardín Maternal Hogar Niño Dios en Bosques.

La labor de la Asociación Civil Una Mano Que Ayuda se centra en crear espacios de contención y apoyo para personas en situación de vulnerabilidad, cubriendo sus necesidades alimentarias, educativas y emocionales. En 2024, como parte de nuestro compromiso, **se donaron 122 kits de útiles escolares para preescolar, primaria y secundaria**, asegurando que los estudiantes comenzaran el ciclo lectivo con todas las herramientas necesarias.

Comité Paralímpico Argentino (COPAR)

Allianz promueve la inclusión, diversidad y excelencia tanto en el ámbito laboral como en los deportes de competición. Desde 2006, el Grupo Allianz es patrocinador mundial del **Movimiento Paralímpico**, apoyando a atletas con discapacidad para que participen en competencias olímpicas y contribuyan a construir un mundo mejor a través del deporte.

En 2018, Allianz se convirtió en **Socio Asegurador Mundial de los Movimientos Olímpico y Paralímpico** para el periodo 2021-2028, siendo uno de los 14 socios mundiales actuales.

En Argentina, Allianz **acompaña al Comité Paralímpico**

Argentino con un aporte económico, promoviendo el deporte como herramienta de superación e inclusión, trabajando también en su concientización, difusión y comunicación.

Sociedad Alemana de Beneficencia

A través de la Sociedad Alemana de Beneficencia (DWG), Allianz **apoya con donaciones para cubrir gastos generales del Hogar Los Pinos**, una residencia orientada al cuidado de personas mayores, y del Hogar María Luisa, un hogar que brinda amparo a niños y niñas en situación de vulnerabilidad.

2. Voluntariado corporativo

Allianz cree firmemente en el poder del voluntariado corporativo como una herramienta para contribuir activamente a causas sociales y promover valores como la solidaridad y el compromiso. En 2024, los voluntarios participaron en diferentes acciones que reflejan su trabajo y dedicación.

En el marco del Día de la Niñez, **voluntarios de Allianz, en colaboración con Fundación SI, se dedicaron a armar y pintar más de 100 juguetes didácticos.** Estos juguetes fueron posteriormente donados al Jardín Maternal Hogar Niño Dios, donde serán utilizados en los espacios de uso común del hogar donde todos los niños y niñas podrán disfrutarlos para fomentar su aprendizaje y creatividad.

Durante la iniciativa "Navidad Solidaria" en conjunto con la Asociación Civil Una Mano Que Ayuda, cada empleado de Allianz apadrinó a un niño, niña o adolescente del Centro Juvenil Nuestra Señora del Valle y el Jardín Maternal Hogar Niño Dios, colaborando con la compra de su regalo navideño. Gracias a esta acción solidaria, **200 niños, niñas y adolescentes recibieron su obsequio de navidad.**



Integrando la sustentabilidad en nuestro negocio

Capítulo 6

Glaciar Perito Moreno
Provincia de Santa Cruz

Como parte de su estrategia, año a año Allianz avanza en la implementación de **prácticas sustentables en diversas áreas de la compañía**, en algunos casos tomando de referencia proyectos e iniciativas globales del Grupo Allianz.

1. Gestión de Inversiones

Reafirmando su compromiso con los principios ESG y el desarrollo sostenible, la compañía ha evolucionado su cartera con mayor exposición a bonos verdes y reducido inversiones en emisores de carbono, según el siguiente detalle:



Bonos verdes:

- Incremento de la exposición a bonos verdes en un 175% respecto a diciembre de 2023.
- Incorporación de bonos emitidos por proyectos de energía renovable, infraestructura sostenible y tecnologías limpias, incluyendo: Paneles solares y energía eólica (Ej.: Luz Tres Picos, MSU Energía Renovable).
- Seguimiento activo de emisores en términos de sus políticas de sustentabilidad.



Reducción de exposición a emisores de carbono :

- Se disminuyeron las inversiones en bonos de emisores de carbono.
- Se reasignaron fondos hacia sectores con menor huella de carbono.

Esta estrategia refuerza la respuesta a los riesgos climáticos y la transición hacia una economía más sostenible.



Impacto Global:

- La cartera de inversiones prioriza aquellas alineadas con los principios ESG, en la medida que el mercado ofrece dichos activos, promoviendo un impacto ambiental positivo y una gestión de riesgos más robusta.
- Fortalecimiento de la posición como inversores responsables, equilibrando rendimiento financiero con consideraciones ambientales, sociales y de gobernanza, en línea con los objetivos a largo plazo del Grupo Allianz.

2. Gestión de siniestros

La disposición final de los elementos siniestrados es un tema importante para Allianz, teniendo en cuenta la alta contaminación que producen sus componentes en depósitos a cielo abierto. Por esta razón, se busca dar un destino sustentable a los materiales que, por causa de un siniestro, quedan en desuso.

Del relevamiento de la gestión de los siniestros con reclamos de daño total surge que las unidades que no fueron pasibles de recuperación fueron derivadas a distintos desarmaderos debidamente habilitados bajo la normativa vigente. Las unidades que cuentan con piezas pasibles de recuperación son identificadas con sus respectivas obleas RUDAC y son aquellas que resultan ser reinsertadas al mercado fomentando su reutilización.

Durante el año 2024 se han identificado 14.422 piezas recuperadas identificadas con sus respectivas obleas RUDAC. Al mismo tiempo, en el mismo período, se han derivado 82 unidades a distintos desarmaderos debidamente habilitados para su compactación con sus respectivos certificados.

En relación a los siniestros con reclamo de daño parcial y teniendo en cuenta el índice de reparabilidad surge que en promedio el 37% de los gastos de un siniestro corresponden a tareas de reparación, siendo esta una acción destinada a optimizar los materiales en pos del cuidado del medio ambiente y promoviendo la reutilización. Este indicador presenta un crecimiento respecto al período anterior (32%) resaltando y destacando el compromiso para reducir la generación de desechos provenientes de las actividades del negocio.

En líneas personales surgen diferentes procesos frente al siniestro de un asegurado. Por un lado, el asegurado puede realizar la reparación del bien por su propio medio. Por otro, existe la posibilidad de que se envíe el bien dañado a un servicio técnico para su reparación, dándole luego al asegurado el bien reparado.



En el año 2024, en promedio, el **20%** de los bienes siniestrados **fueron enviados al servicio técnico para su reparación** y su posterior entrega al asegurado del bien reparado.

Durante el mismo período, en promedio el **20%** de los bienes siniestrados **fueron reparados por el asegurado**, para luego hacer el correspondiente reintegro del gasto.

De esta manera, se fomenta la reparación y reutilización de los bienes siniestrados, extendiendo la vida útil de los bienes, evitando y reduciendo la generación de residuos que generalmente terminan en basureros a cielo abierto.

Impulsados por la innovación y la transformación digital, durante el 2024 realizamos un total de **5.106 peritaciones de manera remota** dentro de la Dirección de Siniestros, este proceso nos permitió prescindir del traslado físico de los inspectores hasta el sitio del riesgo o hasta el taller correspondiente donde debía realizar la inspección, lo que se traduce en una reducción emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) liberadas por nuestras tareas operativas. Esta modalidad de trabajo optimiza y hace más eficiente nuestros procesos operativos al mismo tiempo que se alinea con los objetivos de sostenibilidad, reforzando nuestro compromiso con la reducción de los impactos ambientales en nuestras tareas diarias.

4.627 inspecciones remotas Automotores (24% del total de las inspecciones realizadas en este segmento durante el mismo año)

479 peritaciones digitales para el segmento de Líneas Personales

3. Procesos frente a catástrofes naturales

En Allianz contamos con protocolos de servicio en situaciones posteriores a un desastre natural, activándose operativos especiales para dar contención y atención a nuestros asegurados frente a los daños que este tipo de catástrofes provocan.

En este sentido, en 2024 se llevó a cabo el operativo impulsado frente al violento temporal ocurrido en la localidad de Bahía Blanca el 17 de diciembre de 2023 para agilizar la atención a los asegurados afectados. **Dentro de las acciones realizadas se destacan:**

- 1. Comunicados a la red comercial** informando el operativo de emergencia.
- 2. Consejos preventivos** para evitar maximizar los daños.

3. Disposición de guardias activas y personas de contacto.

4. Disposición de ajustadores y alineamiento con protocolo y manual de emergencia, que permite lograr el cierre del caso en un plazo de 72hs desde la fecha de la denuncia.

En números...



Adicionalmente, Allianz se encuentra trabajando en el proyecto **SUSO (Sustainable Solutions)** que propone un análisis de sus productos con una visión más sustentable y preventiva, buscando incorporar medidas de mitigación, concientización y reducción del riesgo e impacto.

4. Innovación tecnológica

En Allianz Argentina, la innovación es fundamental para la evolución del negocio y la eficiencia. Se escucha activamente a asegurados y socios estratégicos, transformando su feedback en mejoras continuas.

La migración de la infraestructura tecnológica a la nube en 2023 ha permitido optimizar recursos y acompañar la mejora en la calidad del servicio. La profesionalización del equipo de ciberseguridad y la adopción de herramientas avanzadas garantizaron la protección de la información de los asegurados y socios.

Allianz ha mutado hacia una empresa impulsada por datos, mejorando la toma de decisiones y acelerando el crecimiento. La **automatización robótica (RPA)** ha incrementado la productividad al agilizar tareas repetitivas. Además, ha dado comienzo al desarrollo de proyectos de inteligencia artificial generativa para innovar en áreas como geolocalización y chatbots, transformando procesos críticos y elevando la calidad de las interacciones con clientes y socios.

Por otro lado, implementando metodologías ágiles, se revisan y optimizan procesos de negocio cruciales para asegurar una experiencia omnicanal coherente.

En 2024, la compañía ha trabajado fuertemente en la **mejora de sus herramientas para asegurados y socios estratégicos**, con el upgrade de sus aplicaciones mobile y portal de autogestión con foco en dos objetivos principales: mejora de performance y nuevas funcionalidades.

La inversión total en It fue de \$5.250 millones, con foco en las siguientes áreas:

Software	55%
Data	1%
Seguridad	10%
Hardware	33%
PMO	1%

5. Ciberseguridad

Inversión e iniciativas destacadas

La transformación digital de las compañías —que abarca la innovación en procesos, la incorporación de tecnologías en todas las áreas, y cambios culturales y estratégicos orientados a mejorar la eficiencia, la innovación y la competitividad— ha abierto nuevas oportunidades para ofrecer un mayor valor a los consumidores. Sin embargo, este avance también ha generado nuevas vulnerabilidades que los ciberestafadores buscan explotar.

En este contexto, Allianz reconoce la ciberseguridad como uno de los principales riesgos estratégicos y ha desarrollado una estrategia integral para mitigar amenazas y fortalecer su resiliencia digital, invirtiendo en iniciativas de modernización e innovación en ciberseguridad.

Estas inversiones han permitido robustecer las capacidades de prevención, contención y recuperación ante incidentes de seguridad. Se destacan las siguientes herramientas:



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). Esta tecnología opera bajo el principio de “nunca confiar, siempre verificar”, exigiendo autenticación y autorización para cada acceso, sin importar la ubicación del usuario.



Gestión de Identidades (IAM): Allianz Argentina adoptó una solución de gestión de identidades y accesos (IAM) que garantiza que solo las personas autorizadas puedan acceder a los recursos, aplicaciones y datos de la compañía. Esta implementación aporta múltiples beneficios:

- Mayor seguridad, al prevenir accesos no autorizados.
- Cumplimiento normativo, al alinear los procesos con regulaciones de seguridad y privacidad.
- Mayor eficiencia operativa, al optimizar la gestión de usuarios y permisos.
- Reducción de riesgos, al minimizar la exposición a incidentes de seguridad.
- Mejor experiencia de usuario, al simplificar el acceso a los recursos necesarios.



Protección de Datos: La compañía implementó una política de clasificación de la información mediante el etiquetado de documentos, complementada con una solución de prevención de fuga de datos (DLP). Esta herramienta impide que información confidencial sea enviada fuera del entorno corporativo sin autorización.

Concientización y Cultura de Seguridad

Allianz Argentina ha desarrollado un programa integral de **concientización en ciberseguridad**, orientado a fortalecer la cultura organizacional en torno a la prevención de riesgos digitales. Esta iniciativa contempla la realización de charlas educativas dirigidas no solo al personal interno, sino también a Productores Asesores de Seguros (PAS) y asegurados, con el objetivo de promover buenas prácticas, incrementar la sensibilización frente a las amenazas cibernéticas y fomentar una actitud proactiva en materia de seguridad digital.

En paralelo, la compañía implementó una campaña interna de comunicación destinada a **capacitar a los colaboradores en la detección y reporte de actividades sospechosas**, reforzando su rol como primera línea de defensa frente a posibles incidentes de seguridad.

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



Fortaleciendo
nuestra estructura de
gobierno corporativo

Purmamarca
Provincia de Jujuy

Capítulo 7

Allianz Argentina

Con presencia en las principales regiones del país y una política comercial orientada al desarrollo de grandes riesgos industriales, comerciales y particulares, Allianz ofrece soluciones integrales y de calidad para la protección de todos los activos y actividades de sus clientes, entregando confianza y respuestas inmediatas en los momentos de la verdad.

421 empleados distribuidos en la Casa Central de Buenos Aires, en 6 agencias en todo el país, brindan respuesta a **301.289 asegurados** y gestionan **400.885 pólizas vigentes**.

Allianz Argentina Compañía de Seguros S.A. constituye una división de seguros del Grupo Allianz en Argentina, siendo su sociedad controlante Allianz South America Holding B.V. con sede en Holanda, con una participación en el capital social de la Compañía del 98.98%. El resto del capital accionario pertenece a AGF Inversiones S.A. por 1.02%.

1. Hechos significativos de Allianz en 2024 y compromisos 2025

2024 fue un año de grandes logros para Allianz Argentina, en diversos aspectos. En línea con su compromiso con la transparencia y la gestión responsable, en este ejercicio se han reportado por primera vez los indicadores de sustentabilidad a la casa matriz, reforzando su visión de una operación alineada con las mejores prácticas internacionales. **Continúa trabajando en el plan de sustentabilidad en 3 ejes:** cambio climático, apoyo a poblaciones vulnerables e introducción de prácticas sustentables en el negocio.

Los resultados de este informe reflejan el ejercicio responsable de su actividad, destacando la solvencia, foco en crecimiento rentable, servicio, excelencia técnica e innovación, lo que posiciona a la compañía como un operador de confianza de cara a todos sus grupos de interés.

Se ha trabajado fuertemente en términos de modernización e innovación tecnológica, para fortalecer la capacidad de gestión, poniendo especial foco en ciberseguridad, eje en el cual se han dado importantes avances en materia de herramientas, procesos, concientización y educación.

Además, se ha **potenciado el foco en el servicio y satisfacción del cliente**, culminando el año con una calificación de 4,6 estrellas sobre 5 en las encuestas efectuadas por los clientes al cierre de cada proceso. En línea con este punto, ha recibido por 3er año consecutivo el Premio Prestigio por su Calidad de Productos y Servicios.

De cara a los empleados, ha sido reconocida como la mejor compañía para trabajar en el rubro Seguros y Servicios Financieros, según Great Place to Work Argentina, lo que demuestra el compromiso asumido para fortalecer el desarrollo y bienestar de los Allianzers.

Este reporte resume todos los aspectos de su gestión y demuestra que continúan avanzando con la convicción de que la sustentabilidad, la confianza y la excelencia son los motores que impulsan a construir un futuro más seguro.

2. Allianz en el mundo y el país

A. Apoyo internacional

El Grupo Allianz es una de las principales aseguradoras y gestoras de activos del mundo, con alrededor de 125 millones de clientes privados y corporativos en casi 70 países.

Los clientes de Allianz se benefician de una amplia gama de seguros personales y corporativos, que van desde seguros patrimoniales, vida y salud hasta servicios de asistencia, seguros de crédito y seguros comerciales globales.

Allianz es uno de los mayores inversores del mundo y gestiona alrededor de 764.000 millones de euros en nombre de sus clientes de seguros. Además, los gestores de activos PIMCO y Allianz Global Investors gestionan alrededor de 1,8 billones de euros de activos de terceros.

Gracias a la integración sistemática de criterios ecológicos y sociales en nuestros procesos de negocio y decisiones de inversión, son líderes del sector asegurador en el Dow Jones Sustainability Index.

En 2024, más de 156.000 empleados alcanzaron un volumen de negocio total de 179.800 millones de euros y un beneficio operativo de 16.023 millones de euros para el grupo.

<p>Presencia global</p>  <ul style="list-style-type: none">• Proveedor global de servicios financieros y manejo de activos.• 128 millones de clientes en más de 70 países.	<p>Una marca líder</p>  <ul style="list-style-type: none">• Marca global n°1 en Seguros• Sus marcas insignia 
<p>Un claro propósito</p>  <p>157 mil</p> <ul style="list-style-type: none">• 156 mil empleados en todo el mundo bajo un mismo propósito: "Protegé tu futuro".• 57% de dNPS son líderes en lealtad.	

En palabras del CEO global de Allianz Oliver Bate:

“Nuestra agenda estratégica se centra en fortalecer nuestros motores de creación de valor y hacerlos aún más resilientes. Nuestra prioridad para esta próxima fase será traducir el éxito de nuestra estrategia centrada en el cliente, ya evidente en la fortaleza de nuestra marca líder y nuestros excelentes niveles de satisfacción del cliente, en un crecimiento aún mayor, sostenible y eficiente en el uso del capital para nuestros accionistas”.

Allianz seguirá convirtiendo el éxito de su estrategia centrada en el cliente en un crecimiento aún mayor, sostenible y eficiente en términos de capital, centrándose en tres pilares:

Impulsar un crecimiento inteligente: avanzando en el camino para transformar a Allianz, del proveedor de productos de clase mundial, en una organización verdaderamente orientada al cliente. El éxito no solo se mide en cifras de beneficios, sino también en la capacidad para atraer y mantener relaciones duraderas con los clientes.

Reforzar la productividad: se han simplificado todos los elementos del modelo de negocio (productos, procesos y sistemas), implementando el principio de "Superar a los Mejores". También se han logrado avances significativos al aprovechar la presencia global y escalar un modelo simplificado en beneficio de los clientes. Allianz continuará este trabajo para acelerar las inversiones que generen valor en la marca y en las relaciones con los clientes, aprovechando también las últimas soluciones de IA generativa, lo que ayudará a alcanzar las metas de crecimiento.

Fortalecer la resiliencia: la solidez financiera y resiliencia sientan las bases del crecimiento y dan la confianza para crecer. En un mundo volátil y en constante cambio, Allianz se concentra en seguir cumpliendo sus promesas a clientes y grupos de interés.

Allianz Argentina adhiere a la estrategia global de la compañía, buscando acompañar a las personas y empresas durante toda su vida, brindándoles el apoyo y protección necesarios para emprender todo proyecto a nivel personal y profesional.

B. Presencia en el país

Oficina	Productores	Asegurados	Pólizas	Empleados
IIN-PATAGONIA	115	8.301	11.096	6
IN-CORDOBA	194	6.577	9.026	7
IN-PCIA. MAR DEL PLATA	493	20.162	27.182	10
IN-CUYO	119	3.110	4.396	5
IN-LITORAL Y NEA	290	10.369	14.115	8
CASA CENTRAL	3590	257.593	335.070	364

Nota: La apertura entre agencias contempla la posibilidad de que un asegurado sea cliente de más de una oficina comercial. Adicionalmente, hay 19 empleados remotos y 2 en Tres Arroyos al cierre del 2024.

Datos totales	2024
Empleados	421
Asegurados únicos	301.289
Pólizas	400.885

3. Allianz en cifras

- **Primas emitidas:** \$391.492 millones
- **Patrimonio neto:** \$219.891 millones
- **Empleados:** 420
- **Productores y Brokers:** 4.801
- **Agencias en el interior del país:** 6
- **Inversión social:** \$3.197.672
- **Inversión medioambiental:** \$1.550.000

A. Principales magnitudes económicas

Evaluación de resultados de Allianz Argentina.

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 2023/2024	Ej 2022/2023	Ej 2021/2022
Primas emitidas (GWP)	391.492.345.093	91.615.654.741	40.230.165.993
Primas netas ganadas (NEP)	314.110.523.166	71.669.065.028	29.931.740.918
Siniestros devengados	-153.164.747.075	-30.622.980.163	-11.684.570.188
Gastos de producción	-73.419.201.703	-17.864.488.763	-7.969.603.071
Gastos de explotación	-77.700.617.220	-17.499.651.089	-7.090.371.771
Gastos de Gestión a cargo de reasegurador	14.955.640.820	3.536.160.230	2.178.816.476
Siniestros devengados/ Primas netas ganadas	49%	43%	39%
Comisiones devengadas/ Primas netas ganadas	23%	25%	27%
Gastos administrativos/ Primas netas ganadas	20%	19%	16%
Ratio combinado	92%	87%	82%



Cifras expresadas en pesos	Ej 2023/2024	Ej 2022/2023	Ej 2021/2022
Patrimonio Neto	219.891.307.298	66.358.045.144	28.723.445.610
Resultado Técnico	23.877.883.599	9.135.740.316	5.300.500.868
Resultado Financiero	-60.417.621.411	-4.339.912.832	-8.239.433.305
Resultado Total	-26.085.093.938	4.521.782.374	-2.176.143.825
ROE (resultado total/ PN)	-12%	7%	-8%
Solvencia (*)	88%	86%	79%
Crecimiento GWP	327%	128%	45%

[*] 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 empresa 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:

1. Promoción de la estabilidad financiera y la protección del patrimonio:

a través del asesoramiento y oferta de seguros patrimoniales, la compañía contribuye a mitigar el impacto económico de eventos adversos, protegiendo los ingresos de los asegurados y su entorno.

2. Apoyo al desarrollo económico local:

La red de agencias, productores y proveedores genera empleo y actividad económica en múltiples regiones de todo el país, tanto en Buenos Aires como en el interior del país, fortaleciendo el entramado económico territorial.

4. Gobierno corporativo

A. Estructura y entorno de control

Comité Ejecutivo:

Es el máximo órgano de gobierno. Su estructura se compone del **CEO y ocho directores** (de los cuales 2 son mujeres y 6 hombres), quienes se reúnen semanalmente para delinear estrategias corporativas y plasmar objetivos de la organización.

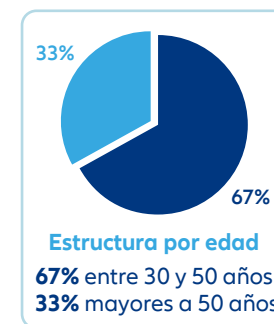
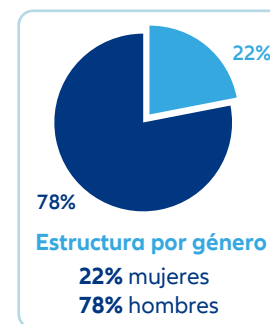
La designación y selección de los miembros del máximo órgano de gobierno de la compañía se realiza de acuerdo con los principios de transparencia, idoneidad y diversidad, en cumplimiento con la normativa vigente y los estatutos sociales.

El proceso contempla la evaluación de las competencias profesionales, la experiencia, la integridad y la independencia de los candidatos, garantizando que su perfil sea adecuado para el cumplimiento de las responsabilidades estratégicas. Asimismo, se procura asegurar una representación equilibrada en términos de género, trayectoria profesional y conocimientos específicos como gestión de riesgos, transformación digital y cumplimiento normativo. Por otro lado, se consideran criterios que aseguren la capacidad de supervisión efectiva, la toma de decisiones estratégicas y la alineación con los intereses de los distintos grupos de interés.

Los miembros del **Comité de Dirección** son autorizadas por el Grupo Allianz.

En 2024, se ha creado una nueva dirección para **People & Culture**, demostrando el foco que la compañía tiene en el desarrollo y bienestar de sus empleados.

Apellido, nombre	Cargo en Allianz	Fecha de ingreso	Antigüedad	Antigüedad en directorio
Racigh, Amilcar Jorge	Director de Líneas Industriales	1/3/1977	47	25
Fernandez, Jimena Veronica	Directora Actuarial	30/7/2001	23	8
Fernandez, Leonardo	Director de Siniestros	1/11/2007	17	2
Perez Catarcio, Martin	Director de Operaciones y IT	11/7/2011	13	2
Albano, Fernando Daniel	Director de Finanzas	13/6/2016	8	2
Triolo, Luciano Andres	Director de Líneas Personales	11/7/2016	8	8
Bressan, Nadia	Directora Comercial	18/8/2020	4	4
Valeriani, Alejandro Ariel	Director de People & Culture	1/9/2021	3	1
Pardo, Gerardo	CEO	15/5/2017	7	7



Consejo Extendido:

Está constituido por **líderes de áreas operativas** y su función es evaluar el desarrollo del negocio, trazar planes de acción e intercambiar experiencias y buenas prácticas vinculadas a las distintas áreas y proyectos de la compañía. El mismo está constituido de 112 empleados.

Mecanismos de evaluación:

El desempeño de los miembros del Comité de Dirección, así como el de todo empleado de Allianz Argentina es evaluado de forma anual, considerando tanto su contribución al cumplimiento de los objetivos corporativos, como su desempeño individual. Adicionalmente se evalúan los **“People Attributes”**, donde se contemplan factores como: liderazgo colaborativo, enfoque al cliente, innovación y ética empresarial. El proceso de desempeño es gestionado y documentado a través de la plataforma del Grupo **“Success Factors”**.

Directorio:

El **directorio de Allianz Argentina** contempla un 62,5% por hombres y un 37,5% mujeres. A su vez, la **comisión fiscalizadora** está formada por un 50% de hombres y un 50% de mujeres, poniendo de manifiesto la importancia que tiene para Allianz la diversidad e igualdad de género.

- 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 Carengo
- 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 Voz del Cliente
 Smart Circle Agro-Caución-Vida
 Smart Circle Automóviles
 Smart Circle Esquemas Alternativos
 Smart Circle Líneas Industriales
 Smart Circle Líneas Personales
 Smart Circle Siniestros
 Comité de Seguridad de la Información
 Smart Comercial
 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
 IT Steering Board
 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
 Consejo de Riesgo y Resiliencia Digital
 Comité de Sustentabilidad

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

CIDeS:

Tesorero: Gerardo Pardo

Entorno de control

El Grupo Allianz aplica el modelo de **Tres líneas de Defensa** (“Three-lines-of-defense model”, en inglés) con graduadas responsabilidades de control. La distinción entre las diferentes líneas de defensa está basada en principios y determinada por actividades, incluyendo:

Primera línea de defensa (CONTROLES OPERACIONALES): tiene la responsabilidad principal de administrar los riesgos asociados con las actividades cotidianas. Otras responsabilidades asumidas por la primera línea de defensa incluyen el diseño, operación e implementación de los procedimientos de control subyacentes.

Segunda línea de defensa (FUNCIONES DE ASEGURAMIENTO): proporciona supervisión independiente y desafía a la asunción de riesgos en la gestión del día a día y a los controles, que están en la primera línea de defensa.

Tercera línea de defensa (AUDITORIA INTERNA): provee garantía independiente sobre la primera y la segunda línea de defensa. Sus actividades incluyen particularmente:

Una evaluación independiente de la efectividad y eficiencia del Sistema de Control Interno del Grupo Allianz, incluidas las actividades realizadas por la primera y la segunda línea de defensa, reportando de forma directa al CEO y Comité de Auditoría, y teniendo acceso irrestricto al Comité de Dirección.

Premios recibidos

“Prestigio Seguros 2024” 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.

En el 2024, Allianz ha sido distinguida con los siguientes reconocimientos:



Premio Prestigio Calidad, votado por los ejecutivos de la industria.



Premio Prestigio Seguros (2do puesto), votado por los Productores Asesores de Seguros.

B. 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	Formas 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

Grupo de interés	Formas de contacto	Canales online	Canales offline
Socios estratégicos: Productores y Brokers	En persona Online Por teléfono WhatsApp Encuestas	Sitio institucional (www.allianz.com.ar) Portal Allianznet (www.allianznet.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)

Ética y transparencia

1. Filosofía Empresarial

Las buenas prácticas, la ética y la transparencia son **fundamentales para el desarrollo de la actividad aseguradora y del mercado financiero**. Allianz Argentina reafirma su compromiso con el cumplimiento de la regulación vigente, su normativa interna y su código de conducta, tomándolos como el marco de trabajo para alcanzar los más altos estándares de gestión para un negocio rentable y sostenible.

La reputación del Grupo Allianz se basa en la confianza que los clientes, accionistas, empleados y el público en general tienen en la integridad de la Compañía. El Código de Conducta del Grupo Allianz establece la integridad como principio básico que guía sus negocios. Allianz Argentina se rige por su Código de Conducta, que refleja sus valores y principios y sirve como guía para todos los empleados, miembros del Directorio, Productores, Brokers y proveedores en la toma de decisiones.

A través del área de **Compliance**, el Directorio fomenta una cultura corporativa de responsabilidad individual y colectiva por la conducta ética y el cumplimiento de las normas mediante:

- Capacitación a los empleados para que comprendan y vivan según las normas.
- Ayuda a la empresa para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a una débil cultura de ética y cumplimiento.
- Apertura de canales para informar preocupaciones sobre posibles contradicciones con el Código de Conducta.
- Interacción transparente y veraz con los reguladores.

2. Código de Conducta

El Código de Conducta del Grupo Allianz es el núcleo de la cultura corporativa de la Compañía. Define los principios y valores básicos que guían las decisiones y la conducta de todos los empleados. Cada nuevo empleado es informado sobre su obligación de adherirse al Código de Conducta durante su presentación de bienvenida. El Código de Conducta, renovado con un formato moderno e interactivo, fue aprobado por el Directorio de Allianz Argentina y se desarrollaron capacitaciones para concientizar sobre los principios clave: respeto mutuo, integridad, transparencia y responsabilidad.

El Código de Conducta expresa **el compromiso de Allianz de respetar normas internacionales de derechos humanos**, como la Declaración Universal de Derechos Humanos, los Pactos de Derechos Humanos de la ONU, las Normas Fundamentales del Trabajo de la OIT, las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de la ONU y los Diez Principios del Pacto Mundial de la ONU.

3. Compromiso con la Diversidad

El Grupo Allianz considera la diversidad en sus equipos de trabajo como un pilar importante de su Código de Conducta. Allianz Argentina cree firmemente en la igualdad de oportunidades y se compromete a crear un entorno justo y equitativo donde las personas puedan tener éxito independientemente de su género, edad, origen étnico, discapacidad, religión, orientación sexual o trasfondo cultural.

La Compañía no acepta ningún tipo de discriminación y considera fundamental desarrollar prácticas y definir objetivos concretos para fomentar y garantizar la inclusión e igualdad de oportunidades. La diversidad es clave para Allianz Argentina, ya que un equipo diverso

fortalece la innovación y la creatividad, promoviendo mejores resultados de negocios, clientes más leales y empleados comprometidos. La Compañía trabaja constantemente para promover un entorno de trabajo diverso e inclusivo a través de diferentes iniciativas, como la promoción del talento femenino en la industria aseguradora.

4. Política de Cumplimiento de la Normativa Contra la Delincuencia Financiera

Basada en el Código de Conducta, esta política define los principios básicos para prevenir, detectar y reaccionar adecuadamente ante los delitos financieros y las conductas indebidas de los empleados.

A. Política Anticorrupción y Antifraude

Allianz Argentina aplica el principio de tolerancia cero frente al fraude y la corrupción. Los empleados tienen estrictamente prohibido ofrecer, solicitar, aceptar, proporcionar, pagar, pedir, prometer, autorizar o recibir directa o indirectamente cualquier cosa de valor para obtener o conservar negocios o una ventaja personal o empresarial indebida.

La Compañía dirige sus esfuerzos en prevenir y detectar eficazmente el fraude, haciendo hincapié en las medidas de prevención y disuasión.

En la Semana de Concientización sobre el Fraude en 2024, se lanzó una campaña para fomentar una cultura de transparencia y confianza donde el equipo se sienta seguro para prevenir, identificar y reportar actividades fraudulentas.

B. Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo

Allianz Argentina sigue las normas internacionales y las leyes locales aplicables en materia de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento al Terrorismo. La Compañía cuenta con su Programa PLA/FT, donde se documentan y describen los procesos, procedimientos y controles para hacer frente al blanqueo de capitales. Periódicamente se brindan capacitaciones a todos los colaboradores para generar conciencia sobre la importancia de un sólido y eficaz programa en esta materia.

C. 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.

5. Concientización del Empleado

A. Programas de Capacitación

La formación en los distintos programas de Compliance del Grupo Allianz se implementa al menos una vez cada tres años para todos los empleados, y su participación es obligatoria. En 2024, se optó por llevar a cabo capacitaciones obligatorias, asincrónicas e interactivas disponibles en la plataforma de e-learning.

B. Canales de Denuncia

Allianz Argentina promueve una cultura de integridad e incentiva a sus empleados a expresar sus inquietudes ante posibles infracciones o conductas inapropiadas. Para ello, se han habilitado diversos canales de comunicación y se brinda información clara sobre cómo y dónde realizar una denuncia.

Todas las denuncias recibidas son tratadas con el más alto nivel de confidencialidad, analizadas, documentadas y gestionadas conforme a nuestras directrices internas. Además, el área de Compliance lleva adelante una campaña anual de concientización para recordar a los empleados los canales disponibles para reportar cualquier situación.

Tanto los empleados de Allianz como terceros (proveedores, distribuidores, entre otros) pueden utilizar el canal "Speak Up", una plataforma online que permite realizar denuncias o consultas sobre diversos temas, incluyendo conflictos de interés. Los reportes pueden presentarse de forma anónima o identificada, según la preferencia del denunciante.

Adicionalmente, los empleados pueden contactar al Comité de Integridad a través de una casilla de correo exclusiva o comunicarse de manera personal y confidencial con cualquier miembro del Comité o del

equipo de Compliance.

En caso de presentarse un conflicto de interés, los empleados también tienen la opción de completar directamente la Declaración de Conflictos de Interés a través de la plataforma TuRecibo. Esta declaración es evaluada por el equipo de Compliance, que determinará si es necesario tomar alguna acción.

6. Ética en los Negocios

A. Procedimiento de Compras y Adquisiciones

Allianz Argentina cuenta con un Código de Conducta para Proveedores que establece las normas mínimas que regirán la relación con sus proveedores. La aceptación de este Código o la evidencia de un documento equivalente es parte de la calificación de los proveedores.

Este Código de Conducta para proveedores garantiza la transparencia y evita fraudes en la adquisición de bienes y servicios, regulando el proceso bajo lineamientos específicos que exigen documentar roles, responsabilidades y competencias. Toda adquisición debe efectuarse según los principios de transparencia, imparcialidad, igualdad de oportunidades y eficiencia en el uso de los recursos, respetando las leyes y regulaciones del país y los principios éticos de la Compañía.

B. Defensa de la Competencia

Allianz Argentina cree firmemente que la competencia leal y el acceso al mercado impulsan la innovación, estimulan el crecimiento y benefician al consumidor. La Compañía cumple con su Política Antimonopolio, que engloba la Norma Antimonopolio de Allianz y el Código Antimonopolio, estableciendo principios básicos y medidas para garantizar el cumplimiento de la legislación antimonopolio.

C. Conflictos de interés

Los empleados deben informar, al ingresar a la compañía y en cualquier momento que cambie la situación declarada, toda relación o actividad que potencialmente pueda generar un Conflicto de Interés. Adicionalmente, el proceso de declaración es renovado cada 3 años para todos los empleados de la compañía. En caso de evidenciarse o detectarse algún Conflicto de Interés o potencial Conflicto de Interés, se notifica al empleado y a su Director, juntamente con las acciones de mitigación recomendadas. En 2024, se reportaron en total 4 Declaraciones de Conflicto de Interés.



Cadena de valor

1. Productos y servicios Allianz

Allianz Argentina ofrece una amplia gama de productos y servicios para proteger los activos y el patrimonio de las personas, empresas e industrias. Su cartera de productos balanceada permite brindar alternativas de aseguramiento integral a los clientes.

Teniendo en cuenta las necesidades del consumidor, adapta y actualiza los productos y las coberturas de manera continua. Debido a la implementación de nuevas coberturas o a la necesidad de ajustar las existentes, los manuales de productos son actualizados regularmente por el área técnica, considerando las especificaciones del Comité Técnico Actuarial. Se disponibilizan en el portal Allianznet para sus Productores Asesores.

La compañía garantiza que toda la información relacionada con sus productos y servicios de seguros sea clara, precisa y accesible para nuestros clientes, cumpliendo con los requerimientos legales y regulatorios vigentes.

Se aplican mecanismos de control y revisión para asegurar que la información proporcionada al cliente —incluyendo características, usos, riesgos, ingredientes o componentes, y advertencias— sea clara, veraz y conforme con la normativa vigente.

Entre los procesos implementados se destacan:

- Revisión técnica y legal del contenido y materiales informativos

- Participación de áreas especializadas en calidad, comunicación y cumplimiento regulatorio
- Auditorías internas periódicas para validar la conformidad de la información divulgada
- Supervisión del cumplimiento de estándares

Además, Allianz Argentina promueve una comunicación proactiva y accesible con los consumidores para resolver inquietudes y garantizar la transparencia en la oferta de productos y servicios.

En 2024, Allianz Argentina lanzó su nuevo producto de Vida Protección, un seguro diseñado para ofrecer una protección integral y adaptada a las necesidades de cada familia. Ofrece planes a medida de cada presupuesto y cobertura en dólares, permitiendo a los clientes elegir entre diversas opciones que se ajustan a sus circunstancias personales y financieras. Este producto refleja el compromiso de la compañía con la protección y el bienestar de sus clientes, proporcionando tranquilidad y seguridad financiera en momentos difíciles y ayudándoles a enfrentar el futuro con respaldo y confianza.

A. Personas, empresas y agro

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

B. Producción y crecimiento anual por ramo y línea de negocio

Participación por línea de negocio

Participación relativa	Líneas Personales	Líneas Industriales	Automóviles	Agro
2024	15%	17%	55%	13%

Primas y Crecimiento por línea de negocio

Cifras para gráfico	Líneas Personales	Líneas Industriales	Automóviles	Agro
2021	4.283	5.776	13.417	3.794
2022	7.230	8.737	24.625	5.949
2023	18.805	24.930	72.349	19.966
2024	57.873	67.529	214.046	52.567
Crecimiento último año	208%	171%	196%	163%

Cifras en AR\$ millones

Primas y crecimiento por ramo

	2023		2024	
Total	136.049,19	192,30%	392.015,09	188,14%
Automóviles	72.348,90	193,80%	214.046,23	195,85%
Automóviles	70.548,08	194,40%	208.849,08	196,04%
Motos	1.800,82	170,70%	5.197,15	188,60%



	2023		2024	
Líneas Personales	18.804,55	160,10%	57.872,80	207,76%
Incendio y pérdida de beneficio	1.490,40	149,70%	4.028,64	170,31%
Robo y otros riesgos	38,73	114,00%	104,04	168,63%
Miscellaneous PL	7,76	20,60%	89,95	1059,11%
Hogar	8.134,78	158,90%	24.140,42	196,76%
Marine Hull	156,34	153,70%	387,14	147,63%
Engineering PL	331,08	156,30%	788,17	138,06%
Integral de comercio	4.935,02	167,00%	15.720,50	218,55%
Integral de consorcio	3.710,43	159,90%	12.613,94	239,96%
Líneas Industriales	24.930,23	185,30%	67.529,32	170,87%
No Vida	21.142,29	210,70%	56.367,67	166,61%
Incendio	10.334,82	274,50%	26.692,74	158,28%
Transportes 32	2.242,75	186,40%	7.059,75	214,78%
Robo	8,69	-54,30%	38,55	343,57%
Responsabilidad Civil	2.659,97	151,30%	6.759,92	154,14%
Miscellaneous IL	377,14	155,70%	868,43	130,27%
Engineering IL	2.242,47	230,40%	6.132,87	173,49%
Crédito	1.198,05	181,40%	3.018,24	151,93%
Caución	2.078,42	122,70%	5.797,18	178,92%
Vida	3.787,94	96,10%	11.161,64	194,66%
Accidentes Personales	669,25	93,80%	1.660,36	148,09%
Credit Life	889,76	90,40%	2.703,65	203,86%
Vida colectivo	2103,49	97,70%	6.567,64	212,23%
Vida individual	0,74	-63,00%	0,66	-10,88%
Vida ahorro	124,69	135,80%	229,33	83,92%
Agro	19.965,52	235,60%	52.566,74	163,29%

2. Allianz y sus canales de venta

Allianz comercializa sus productos mediante los siguientes canales:

- **Productores Asesores de Seguros (PAS):** Son profesionales independientes, que comercializan seguros de Allianz y de otras compañías que operan en el mercado. Con este canal tradicional, Allianz retiene la mayor parte de su producción, concentrada principalmente en seguros individuales y de personas. Los *Organizadores* son productores independientes que, bajo su gestión y administración, tienen a otros productores asesores independientes. Son atendidos en Casa Central y Agencias del Interior, bajo la dirección Comercial.
- **Brokers de seguros:** Son profesionales independientes, intermediarios, que comercializan los seguros de Allianz y de otras compañías que operan en el mercado. Su producción está concentrada principalmente en seguros vinculados a empresas e industrias. Los Brokers son atendidos por el departamento de Líneas Industriales (Allianz Commercial) desde Casa Central.
- **Canales Masivos:** Es un canal de comercialización que concentra la venta de seguros a través de otras entidades, como pueden ser retails, concesionarias de autos, Internet y entidades financieras/bancos. En muchos casos estos negocios son acercados a la Compañía por los Productores o Brokers, pero requieren un manejo, circuitos y procedimientos distintos al de los seguros tradicionales. Dichos negocios son atendidos desde Casa Central, bajo la dirección Comercial.

A. Programas con los Productores Asesores

Allianz cuenta con un programa de incentivo y fidelización para sus principales Productores Asesores en seguros llamado “**Integrados**”, basado en bases y condiciones publicadas y comunicadas en forma transparente a inicio de año. En 2024, dicho programa cumplió su aniversario número 20, confirmando el éxito de un mecanismo de premiación y fidelización de referencia en el mercado.

Como parte del programa los productores acceden a la posibilidad de formar parte de las comisiones de trabajo, adicionalmente a un plan de beneficios dependiendo del grupo de pertenencia (G1, G2, G3 y Agro).

Las comisiones de trabajo son encuentros entre un grupo de Productores y directivos de la Compañía en

los cuales se genera un espacio de diálogo para conocer sus necesidades y expectativas e identificar oportunidades del mercado. Las comisiones son temáticas, y se establecen bajo un plan anual.

En el año 2024, se llevaron a cabo 12 comisiones de trabajo sobre las siguientes temáticas: Automóviles, Líneas Personales, Siniestros, Finanzas, Líneas Industriales, Tecnología e Innovación, Leads y Allianznet.

Adicionalmente, los productores tienen acceso a USI, la Unidad de Servicio a PAS Integrados, un WhatsApp para gestión y atención en forma ágil de consultas urgentes.

B. Capacitación: Universidad Allianz

La Universidad Allianz es una herramienta digital de

capacitación y consulta para Productores, que les permite continuar aprendiendo y desarrollando nuevas habilidades. Allí, tanto empleados como productores, pueden encontrar cursos sobre temáticas diversas. También se ofrece una agenda de charlas virtuales, que después pueden también verse online, sobre temas diversos. permite continuar aprendiendo y desarrollando nuevas habilidades. Allí, tanto empleados como productores, pueden encontrar cursos sobre temáticas diversas. También se ofrece una agenda de charlas virtuales, que después pueden también verse online, sobre temas diversos.

En 2024, se realizó un total de **131 capacitaciones, 46 a empleados, 62 para productores y 23 abiertas para todo público**. Dentro de las temáticas brindadas se destacaron cursos de producto, actualizaciones para productores y nuevas herramientas.

Adicionalmente, Allianz pone a disposición en Universidad Allianz un espacio de marketing, donde el intermediario puede acceder a material de comunicación y difusión para compartir con sus asegurados y prospects, por ejemplo flyers de producto, materiales para realizar cross selling, posteos para redes sociales, materiales de prevención, etc..

3. Atención al asegurado

A. Compromiso con la calidad y la experiencia al cliente

Poner al cliente en el centro de sus acciones y como parte de su ADN corporativo es uno de los principales objetivos de Allianz y uno de sus objetivos estratégicos.

En 2024, se ha priorizado en la compañía el foco en iniciativas de mejora de servicio, de manera de alcanzar los targets de NPS y VOC, en línea con los estándares a nivel global. Adicionalmente, se ha puesto el tema en agenda del Comité de Dirección, con un seguimiento semanal de iniciativas de mejora.

Beneficios e Incentivos 2025

B. Medición de satisfacción

dNPS (Net Promoter Score)

Top Down NPS (Net Promoter Score): En el año 2024 el indicador NPS ha terminado el ciclo en una posición "Above Market" – Por encima de nuestro mercado. El ejercicio 2024 ha sido desarrollado por la encuestadora You Gov para todo el Grupo Allianz.

VoC (Voz del Cliente)

VOC es una herramienta del Grupo Allianz que permite encuestar a los clientes al concluir distintos procesos clave de contacto con la compañía.

Mensualmente, el área de Marketing y CX elabora informes de performance que son distribuidos a las áreas a cargo de cada proceso.

Adicionalmente, se realiza un informe general para distribución al Comité de Dirección y reportes específicos solicitados por áreas determinadas.

Los procesos con encuestamiento activados son los propuestos por el Grupo Allianz:

- 1 Cierre del siniestro de Motor y Home
- 2 Denuncia del siniestro de Motor y Home
- 3 Ventas Motor y Home
- 4 Cancelación Motor y Home
- 5 Resolución de consultas Motor y Home
- 6 Comunicación

Estos son los resultados obtenidos al cierre de 2024, alcanzando el objetivo de 4,6 estrellas sobre 5 en términos de satisfacción y 90% de contacto a clientes detractores. Por otro lado, se evidencia una mejora en

la satisfacción de los clientes de Allianz de 4,5 a 4,6 estrellas respecto al año anterior, en función a un plan detallado de acciones implementado en múltiples ejes y áreas, especialmente IT, call center, siniestros, comunicación y marketing y cultura de servicio.

La cantidad de casos **ha aumentado un 26%**, considerando nuevos puntos de encuestamiento y poniendo de relevancia el foco en la escucha activa al cliente.

	2023	Casos	2024	Casos
Siniestros - Denuncia	4,6	4.149	4,6	4.444
Siniestros - Cierre	4,6	2.740	4,6	4.036
Ventas	4,8	3.733	4,8	4.277
Cancelación	4,2	2.937	4,3	4.502
Gestión de consultas	4,5	252	4,3	103
Total	4,5	13.811	4,6	17.362

C. Mejoras en la capacidad de respuesta

La herramienta **Portal ticket (TAZ)**, implementada al cierre del año anterior, permitió gestionar las solicitudes de productores de manera eficiente. El sistema de tickets permite la digitalización del proceso, evita el traslado de los productores a la compañía, es completamente digital (0 papel), y contempla el repositorio digital eliminándose el resguardo físico.

En 2024, se han gestionado **186.924 tickets** en su totalidad, entre los que se destacan principalmente los

relacionados a Automóviles y Motovehículos, Líneas Industriales, Siniestros y Líneas Personales.

Por otro lado, el cambio de la central telefónica al proveedor Vocalcom ha permitido optimizar los procesos de atención a los asegurados y mejorar los indicadores de servicio, mejorando el % de abandono de 17,22% en el primer trimestre a 1,56% en el último. La tasa de respuesta dentro de los 20 segundos también ha mejorado notablemente, pasando de 52,08% en el primer trimestre a 78,90% en el último.

En 2024, la compañía ha trabajado fuertemente en la **mejora de sus herramientas para asegurados y socios estratégicos**, con el upgrade de sus aplicaciones mobile y portal de autogestión con foco en dos objetivos principales: mejora de performance y nuevas funcionalidades.

Dentro del plan de upgrade de aplicaciones móviles y portal de autogestión se ha trabajado en:

- Mejorar look & feel para hacerlo más amigable y simple para el usuario.
- Mejora de performance, estabilidad y tiempo de carga, reduciéndolo de 16 a 3 segundos.
- Mejora en proceso de registración y login.
- Nuevos dashboards en Power BI para análisis de información.
- Denuncia de siniestros de automóviles en App mobile.

D. Gestión de reclamos

Desde la plataforma **Allianznet** (www.allianznet.com.ar), es posible acceder al portal Tickets Allianz (TAZ), en la cual el productor puede registrar reclamos, quejas y no conformidades cumplimentando el procedimiento de "No Conformidad". Esos reclamos son derivados al área correspondiente para gestionar. El **CAAC (Centro de Atención al Cliente)** también

podrá cargar quejas, reclamos o no conformidades a través del portal GET. En los casos en que esté dentro de sus posibilidades, el equipo resuelve la consulta y finaliza el GET con las explicaciones pertinentes. Caso contrario, derivará al área correspondiente de resolución. El Servicio de Atención al Asegurado también es un canal abierto para la recepción de reclamos, quejas y no conformidades. En 2024 se gestionaron 1.211 casos.

No conformidad: incumplimiento de un requisito establecido en el SCG.

Queja: presentaciones realizadas por los clientes por mal funcionamiento de los servicios (demoras, desatenciones, etc.). Se trata de expresiones de insatisfacción o disconformidad evidentes.

Reclamo: presentaciones realizadas por los clientes en busca de un resarcimiento, que pongan en manifiesto hechos concretos referidos a acciones u omisiones de la Compañía que representen un perjuicio para sus intereses o derechos por incumplimiento de los contratos o de las buenas prácticas y costumbres.

E. Protección de datos personales (Habeas Data)

Allianz garantiza la privacidad y confidencialidad de los datos proporcionados por sus titulares a través de todos los canales disponibles (sitios Web, correo electrónico y otros), siguiendo lo establecido en la normativa vigente sobre medidas de seguridad de archivos.

A su vez, la responsabilidad de la Compañía sobre los datos obtenidos se extiende a la implementación de una Política de Seguridad de Datos Personales, dirigida a evitar la adulteración, pérdida, consulta o tratamiento no autorizado de estos datos. El proceso permite detectar desviaciones, intencionales o no, de información, independientemente de si los riesgos provienen de la acción humana o del medio técnico utilizado. Además, se encuentra en funcionamiento un

procedimiento para que cualquier persona pueda ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales disponibles para la Compañía.

F. Canales de Comunicación

Atención al cliente y canales

El **Centro de Atención al Cliente y Canales (CAAC)** concentra la mayoría de los contactos, ya que cuenta con capacidad para responder en forma simultánea a todo el público de la Compañía que se contacte por teléfono, correo electrónico, Mi Allianz, Mobile, Whatsapp, Chatbot y redes sociales. En **2024**, fueron respondidas 46.147 llamadas entrantes, 55.651 consultas en casillas de correo electrónico, 4.531 consultas a través del chatbot Ally, 28.123 por WhatsApp y 6.698 a través de las redes sociales.

Allianz refuerza su compromiso de brindar un servicio superior a las 4,6 estrellas sobre 5 para el año 2025.

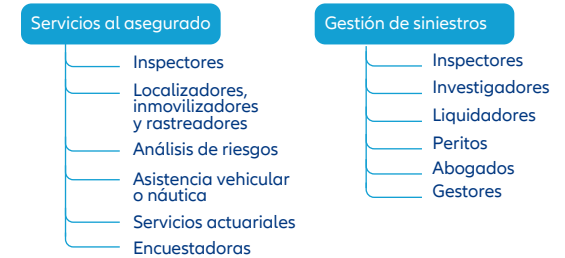
El área cuenta con procedimientos de Atención al Cliente y Manejo de No Conformidades. Trimestralmente, se realizan escuchas de grabaciones, y se efectúa una devolución a cada teleoperador. Este área responde también las consultas, quejas y reclamos recibidos a través del canal de Redes Sociales (Facebook/Instagram/Twitter/LinkedIn). De este modo, se concentran todos los canales de contacto, lo que favorece una coherencia y consistencia en términos de mensaje, calidad de respuesta y tono comunicacional.

G. Cadena de Suministro

Los proveedores de servicios tercerizados son evaluados anualmente por el contratante de cada servicio, según los objetivos predefinidos, considerando las siguientes características: calidad, tiempo y precio. También, durante el alta del proveedor, se solicita el análisis por parte del oferente, del análisis por parte del

contratante, así como la firma del código de ética.

Principales rubros de la cadena de suministro de Allianz:



La gestión de los proveedores de siniestros también está sujeta al encuestamiento de Voz del Cliente descrito en el punto de Medición de Satisfacción de este capítulo.

En 2024, se ha optado por nuevos proveedores de asistencia para nuestras pólizas de Automóviles (SOS) y Hogar (Rapihogar) con el objetivo de ampliar nuestra capacidad de atención y mejorar el servicio ofrecido.

Los canales masivos (bancos y otras alianzas), por su lado, manejan asistencias específicas en cada caso para sus clientes.

H. Judicialización

El compromiso para la disminución de la siniestralidad y judicialización se plasma en múltiples iniciativas, destacando la integración de proveedores especializados, con scoring de gestión permitiendo asignar casos en base a performance, haciendo foco en la experiencia del cliente. Adicionalmente, se realizan revisiones continuas de nuestros procesos, manteniendo una política de gestión de siniestros temprana que permite evitar el pasaje posterior a instancias de mediación y juicio. La gestión de los proveedores de siniestros también está sujeta al encuestamiento de Voz del Cliente descrito en el punto de Medición de Satisfacción de este capítulo.

Tabla GRI de contenidos

Capítulo 8

Mar del Plata
Provincia de Buenos Aires

Declaración de uso: Allianz Argentina ha presentado la información citada para el período 2024 utilizando como referencia los estándares GRI.

GRI 2: Contenidos Generales 2021		Capítulo/ Página
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	7 - Pág28
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	7 - Pág29
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.14 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	2 - Pág5
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.15 Conflictos de interés	7 - Pág33
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.16 Comunicación de inquietudes críticas	7 - Pág33
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	2 - Pág5
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	7 - Pág29
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.19 Políticas de remuneración	Nota 5
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.20 Proceso para determinar la remuneración	Nota 5
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.21 Ratio de compensación total anual	Nota 5
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Carta del CEO - Pág3
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.23 Compromisos y políticas	7 - Pág32
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.24 Incorporación de los compromisos y políticas	7 - Pág32
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.25 Procesos para remediar impactos negativos	7 - Pág32
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.26 Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	7 - Pág33
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.27 Cumplimiento de la legislación y las normativas	Nota 9
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.28 Afiliación a asociaciones	Nota 7
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	2 - Pág7
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.30 Convenios de negociación colectiva	Nota 15

GRI 2: Contenidos Generales 2021		Capítulo/ Página
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.1 Detalles de la organización	7 - Pág25
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	2 - Pág5/ Nota1
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.3 Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2 - Pág5/ Nota1
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.4 Actualización de la información	Nota 2
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.5 Verificación externa	Nota 3
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	7 - Pág34/ Nota 4
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.7 Empleados	3 - Pág9/ 7 - Pág25
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.8 Trabajadores que no son empleados	3 - Pág9/ 7 - Pág25
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.9 Estructura y composición de gobernanza	7 - Pág28
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	7 - Pág28
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2.11 Presidente del máximo órgano de gobierno	7 - Pág28
Temas materiales 2021		Capítulo/ Página
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	2 - Pág5
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-2 Lista de temas materiales	2 - Pág5
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	2 - Pág6
Estándares temáticos: Económicos		Capítulo/ Página
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	7 - Pág27
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Nota 8
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Nota 25

Estándares temáticos: Económicos		Capítulo/ Página
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Nota 10
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-1 Ratios entre el salario de categoría inicial estándar por género y el salario mínimo local	Nota 26
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	Nota 6
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	6 - Pág23
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	7- Pág 28
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	7 - Pág32
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	7 - Pág32
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	Nota 11
GRI 206: Competencia desleal 2016	206- 1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Nota 18
GRI 207: Fiscalidad 2019	207- 1 Enfoque fiscal	7 - Pág32
GRI 207: Fiscalidad 2019	207- 2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	7 - Pág32
GRI 207: Fiscalidad 2019	207- 3 Participación de los grupos de interes y gestión de inquietudes en materia fiscal	7 - Pág32
GRI 207: Fiscalidad 2019	207- 4 Presentación de informes país por país	Nota 19
Estándares temáticos: Ambientales		Capítulo/ Página
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	4 - Pág14
GRI 302: Energía 2016	302-2 Consumo de energía fuera de la organización	4 - Pág15
GRI 302: Energía 2016	302-3 Intensidad energética	Nota 12

Estándares temáticos: Ambientales		Capítulo/ Página
GRI 302: Energía 2016	302-4 Reducción del consumo energético	4 - Pág14
GRI 302: Energía 2016	302-5 Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	4 - Pág14
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	4 - Pág14
GRI 305: Emisiones 2016	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	4 - Pág14
GRI 305: Emisiones 2016	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	4 - Pág14
GRI 305: Emisiones 2016	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	Nota 12
GRI 305: Emisiones 2016	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	Nota 13
GRI 305: Emisiones 2016	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (ODS)	Nota 20
GRI 305: Emisiones 2016	305-7 Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	Nota 21
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	4 - Pág 15
GRI 306: Residuos 2020	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	4 - Pág 15/17
GRI 306: Residuos 2020	306-3 Residuos generados	4 - Pág 15
GRI 306: Residuos 2020	306-4 Residuos no destinados a eliminación	4 - Pág 15/17
GRI 306: Residuos 2020	306-5 Residuos destinados a eliminación	4 - Pág 15
Estándares temáticos: Sociales		Capítulo/ Página
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	3 - Pág9
GRI 401: Empleo 2016	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	3 - Pág9
GRI 401: Empleo 2016	401-3 Permiso parental	Nota 14

Estándares temáticos: Sociales		Capítulo/ Página
GRI 404: Formación y educación 2016	404-1 Promedio de horas de formación al año por empleado	3 - Pág11
GRI 404: Formación y educación 2016	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	3 - Pág10
GRI 404: Formación y educación 2016	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera	7 - Pág29
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	7 - Pág28
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-2 Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres	Nota 31
GRI 406: No discriminación 2016	406- 1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Nota 27
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407- 1 Operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo	Nota 28
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408- 1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Nota 29
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409- 1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Nota 30
GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas 2016	411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	Nota 17
GRI 415: Política pública 2016	415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos.	Nota 16
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	7 - Pág 34
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Nota 22

Estándares temáticos: Sociales		Capítulo/ Página
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Nota 23
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Nota 24

Notas:		
Nota 1	2.2/ 2.3	Las entidades incluidas en los informes financieros son las mismas que las incluidas en el Reporte de Sustentabilidad.
Nota 2	2.4	No existen actualizaciones de la información presentada en periodos objeto de informes anteriores.
Nota 3	2.5	No se realiza verificación externa.
Nota 4	2.6	No se evidencian cambios significativos en la cadena de valor durante el período de reporte.
Nota 5	2.19 - 2.20 - 2.21	No se reporta este indicador por confidencialidad de la información.
Nota 6	202-2	Todos los ejecutivos en Allianz Argentina son locales.
Nota 7	2.28	La compañía no se encuentra afiliada a asociaciones descriptas en el punto.
Nota 8	201-2	No aplica para la compañía en consideración.
Nota 9	2.27	Durante el período reportado no hubo casos que derivaron en multas o sanciones por incumplimiento de normativa.
Nota 10	201-4	Durante el período reportado no se evidencia asistencia financiera recibida del gobierno.
Nota 11	205-3	No se presentan incidentes de corrupción confirmados durante el período reportado.
Nota 12	302.3 - 305-4	No disponemos de la presente medición local para el período reportado.
Nota 13	305-5	No se presenta esta información por cambio de metodología de medición entre 2023 y 2024.
Nota 14	401-3	Durante el período reportado cuatro empleados (4) han utilizado en 2024 el permiso parental (2 femeninas y 2 masculinas), regresando todos sus puestos de trabajo.
Nota 15	2.30	La compañía está sujeta al convenio de Seguros.
Nota 16	415-1	Durante el período reportado, no se realizaron contribuciones a partidos políticos.
Nota 17	411-1	No se han identificado casos de violaciones a los derechos de los pueblos indígenas en ninguna de las operaciones de la organización durante el período reportado.
Nota 18	206- 1	Durante el período reportado no se registraron acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia .

Notas:		
Nota 19	207- 4	No aplica la presentación de informes país por país.
Nota 20	305-6	Durante el período reportado, no se identificaron emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono.
Nota 21	305-7	Durante el período reportado, no se identificaron fuentes relevantes ni se realizaron actividades que impliquen el uso o liberación de estas sustancias.
Nota 22	417-2	Durante el período reportado, no se han evidenciado en el período casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios, casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing o reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.
Nota 23	417-3	Durante el período reportado, no se registraron casos de incumplimiento de regulaciones o códigos voluntarios relacionados con comunicaciones de marketing.
Nota 24	418-1	Durante el período reportado, no se registraron reclamaciones fundamentadas relacionadas con violaciones a la privacidad de los clientes ni con pérdidas de datos personales.
Nota 25	201-3	La compañía no implementó beneficios relacionados al plan de pensiones en 2024.
Nota 26	202-1	El salario promedio fue de 1,1 respecto al mínimo de convenio y un 5,2 respecto al salario mínimo, vital y móvil (SMVM).
Nota 27	406-1	Durante el período reportado no hubo casos de discriminación.
Nota 28	407-1	Durante el período no hubo operaciones y proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y la negociación colectiva podría estar en riesgo.
Nota 29	408-1	Durante el período no hubo operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.
Nota 30	409-1	Durante el período no se registraron operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio.
Nota 31	405-2	No se realizaron diferencias entre el salario promedio por género en el período analizado.

Nos interesa
tu opinión
Capítulo 9

Trevelin
Provincia del Chubut

Tu opinión nos impulsa a mejorar

Tus comentarios y sugerencias sobre nuestro **Reporte de Sustentabilidad 2024** 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 del cambio!

Ingresá a la encuesta [acá](#).



Reporte de Sustentabilidad 2024 Allianz Argentina

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

Contacto

Escribinos a RSC@allianz.com.ar