



ZURICH SANTANDER • INSURANCE AMERICA

# Reporte de Sostenibilidad 2021 /

# Mensaje del CEO

Tengo el agrado de presentar el **primer Reporte de Sostenibilidad** de Zurich Santander, que comunica los resultados de nuestro desempeño social, ambiental y de gobernanza durante 2021.

Queremos dar a conocer la forma en que ponemos en práctica nuestra Estrategia de Sostenibilidad diseñada en 2020, y que tiene por objetivo **impactar positivamente tanto en la sociedad donde operamos como en nuestros clientes, así como impulsar la conciencia respecto de riesgos, educación e inclusión financiera y laboral, y promover el bienestar y desarrollo de las personas adoptando las mejores prácticas de gestión y gobierno corporativo**. Esta estrategia está alineada con el Grupo Zurich y con los Principios para la Sostenibilidad en Seguros de *United Nations Environment Programme Finance Initiative*.

**Nuestro objetivo es ayudar a que las personas entiendan y se protejan de los riesgos de una manera que les sea significativa**, siendo elegidos como la aseguradora de preferencia en América Latina. El reconocimiento de nuestros clientes, lo vemos reflejado en el crecimiento de nuestra participación en el mercado de bancaseguros en la región, siendo de 13% en 2021 en comparación al 11% de 2020.

Con **944 colaboradores en 6 países**, contribuimos a la generación de empleo y renta en las regiones donde operamos, brindando un ambiente laboral seguro, amigable y flexible, que permita la conciliación con la vida personal en igualdad

de condiciones para todo nuestro personal, independientemente de su género. Nuestras operaciones en Brasil y México cuentan con la certificación *Economic Dividends for Gender Equality (EDGE)* desde 2016, y en 2021 han certificado por tercera vez (otorgada por EDGE, el único sistema de certificación global de igualdad de género en el trabajo). Además, dentro del plan de entrenamiento previsto y requerido por el Grupo Zurich, realizamos en cada país capacitaciones para el 100% de nuestros colaboradores sobre nuestro Código de Conducta, la ética empresarial, la lucha contra el soborno, la corrupción y la prevención del blanqueo de capitales.

Asimismo, buscamos asegurar que cada interacción con nuestra Compañía sea positiva, por lo que **monitoreamos los niveles de satisfacción de nuestros clientes** mediante encuestas Net Promoter Score (NPS) y Transactional NPS. Al mismo tiempo, nuestro objetivo es ofrecer una **propuesta de valor sostenible** que genere un impacto social positivo en la sociedad, meta que alcanzamos a través de la claridad y la transparencia en la información hacia el cliente, así como en el desarrollo de iniciativas comerciales con impacto sostenible: prestación de servicios financieros a medida, de bajo costo y con mejores condiciones, campañas donde realizamos donaciones con cada contratación de nuestros productos en conjunto con fundaciones locales, así como también educación financiera y previsional.

Un ejemplo de ello es el programa “Habilidades para el Futuro”, iniciado en 2020

de forma regional: un proyecto a 3 años en alianza con la Fundación Forge mediante el cual **formamos para el mercado laboral a 6.302 jóvenes** en situación de vulnerabilidad social a través de habilidades sociales, emocionales, digitales y técnicas, además de la aplicación de un módulo especial sobre seguros y pensiones en contacto directo con voluntarios de nuestra Compañía. Gracias al aporte de todas nuestras operaciones y al apoyo de la Z Zurich Foundation durante 2021 **invertimos un total de USD 6.251.487 en apoyo a la comunidad**.

Por otro lado, contamos con una **gestión responsable del impacto ambiental** de nuestras operaciones, así como buscamos y desarrollamos soluciones que contribuyan a una transición a una economía baja en carbono. De esta manera, seguimos los lineamientos del Grupo Zurich para alcanzar el objetivo de la reducción de emisión de CO<sup>2</sup> asociados a la tenencia de bonos corporativos para 2025. Así, estamos trabajando para hacer crecer nuestro portafolio en activos calificados por MSCI dentro de sus ESG Ratings en relación con el total de nuestros activos: en 2021 **el 21,94% total de nuestras inversiones tiene calificación ESG<sup>1</sup>**.

Asimismo, en 2021 incorporamos **criterios de sostenibilidad dentro de nuestra Política Global de Compras y Administración de Proveedores**, con el objetivo de priorizar aquellos más alineados a nuestra estrategia de sostenibilidad.

Los invito entonces a recorrer este Reporte de Sostenibilidad, elaborado bajo los lineamientos de los **nuevos Estándares del Global Reporting Initiative** publicados en octubre de 2021, siguiendo las mejores prácticas internacionales de transparencia y rendición de cuentas, y en línea con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de Naciones Unidas.

Aprovecho, además, para **agradecer** a todos los colaboradores que participaron de su elaboración, que refuerza nuestro compromiso con la transparencia. También agradezco a nuestros clientes, la comunidad y los grupos de interés que, trabajando en conjunto con nosotros, permiten que en Zurich Santander podamos continuar avanzando en el camino hacia el desarrollo sostenible.

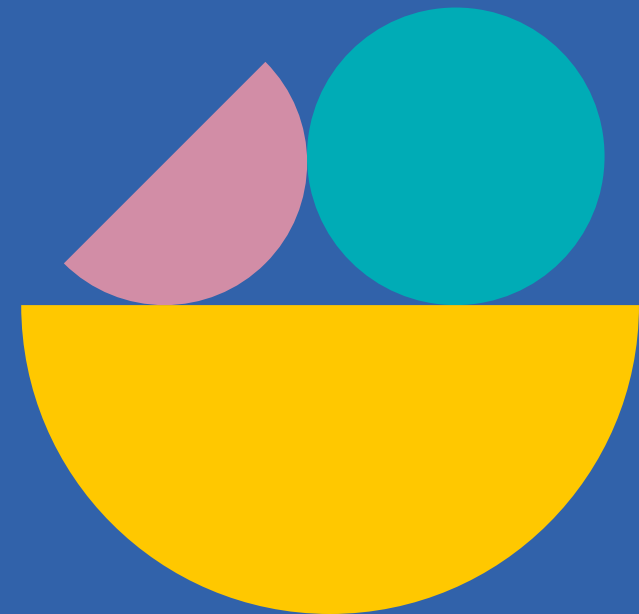


 **Raul Vargas**  
CEO ZSIA

1). Activos invertidos en fondos calificados como ESG acorde a la metodología de MSCI ESG Ratings.

2

Sobre Zurich  
Santander /



# Sobre nosotros

## 2.1

**Zurich Santander Insurance America**, en adelante Zurich Santander o la Compañía, es una **joint venture** creada en 2011 entre los grupos Zurich y Banco Santander, dos de los mayores conglomerados del mundo en los sectores asegurador y financiero.

Con uno de los **más amplios portafolios de productos de seguros del mercado**, comercializamos nuestros productos a través de los canales de ventas del Banco Santander en Argentina, Brasil, Chile, México y Uruguay; países en los cuales operamos. Y nuestras oficinas regionales están basadas en Madrid, España.

Nuestra ambición es ser la aseguradora de preferencia en América Latina, ayudando a que las personas entiendan y se protejan de los riesgos de una manera que les sea significativa.

### SOMOS UNA JOINT VENTURE CREADA POR:



#### GRUPO ZURICH

**Aseguradora líder en el mundo.**

*Amplia experiencia en seguros basado en sus 149 años de historia y Presencia en más de 170 países.*



#### BANCO SANTANDER

**Líder bancario mundial.**

*Comparte su experiencia enfocada en su amplia red de distribución y contacto con el cliente.*



El mercado asegurador atraviesa una **etapa de transformación fundamental** debido a la digitalización, que se acentuó en 2021 por los efectos de la pandemia por COVID-19. En este escenario de cambios constantes, debemos mantenernos ágiles para poder situarnos en una posición ventajosa y así alcanzar el éxito y superar las expectativas de clientes y otros grupos de interés.

Así, **ofrecemos una gran variedad de productos, adaptados a las realidades de cada país**, buscando anticiparnos a las necesidades de nuestros clientes, para brindarles protección y acompañarlos en cada etapa.

# DÓNDE ESTAMOS



# Ofertas de seguros en la región:



**Accidentes personales**



**Desempleo**



**Hogar**



**Salud y enfermedades graves**



**Incendio**



**PyMEs**



**Robos**



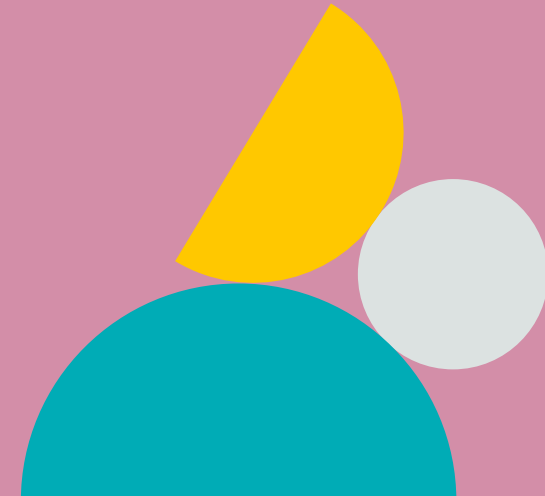
**Vida**



**Otros: bicicletas, mascotas, electrónicos.**



**Ahorro y capitalización**



# Organización y estructura

2.2



2.2 Organización y estructura

Todas las operaciones en América Latina son controladas por Zurich Santander Insurance America, S.L (ZSIA), con sede en España. La **alianza estratégica** entre Zurich Insurance Group y Banco Santander está compuesta por las siguientes entidades:

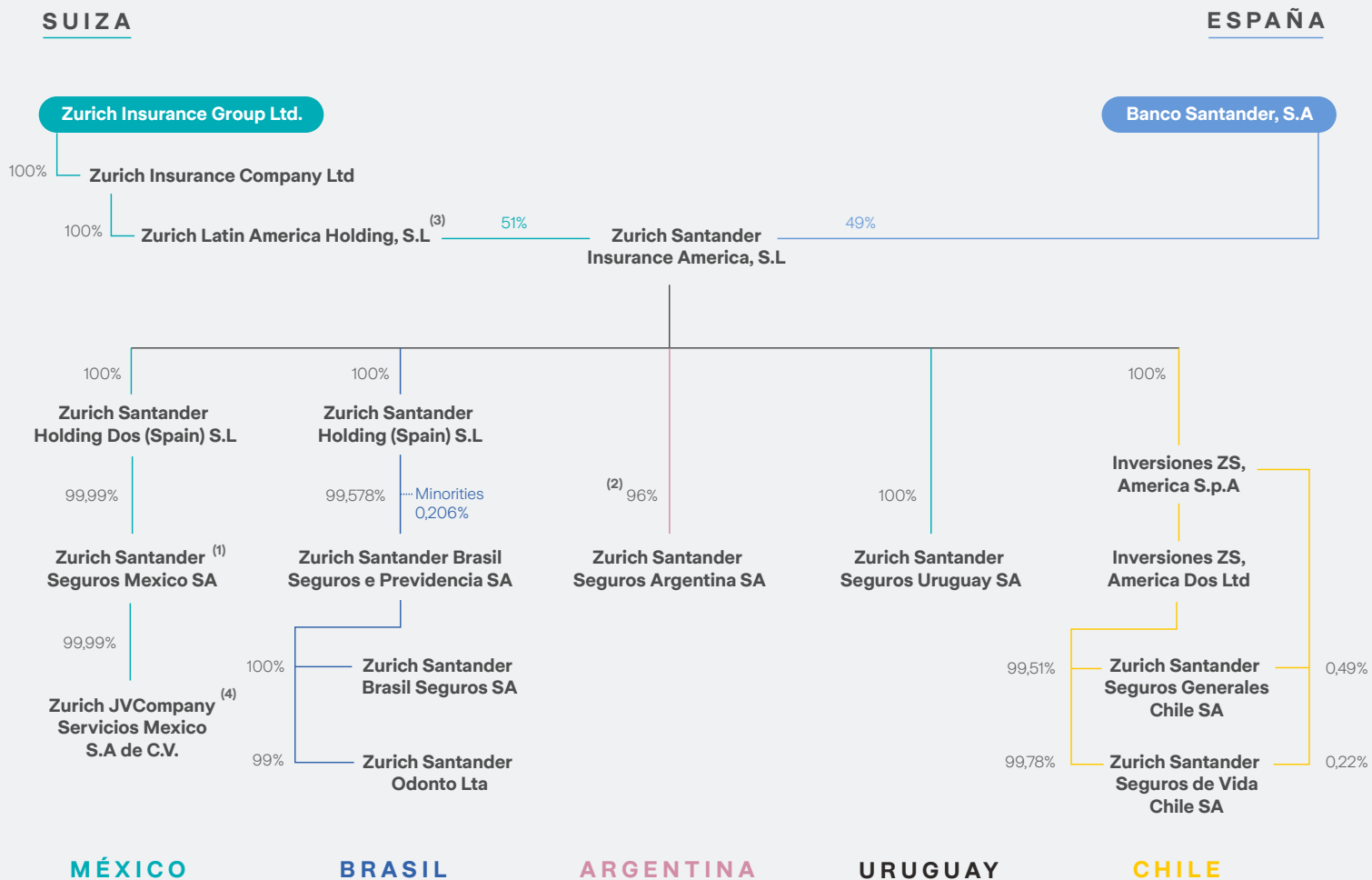
(1) Acción de Zurich Santander Seguros (México) SA es propiedad de Inversiones ZS America, S.p.A.

(2) El 4% restante del capital social de Zurich Santander Seguros Argentina SA está en manos de Inversiones ZS A América, S.p.A.

(3) Tras el ROFR (derecho de rechazo de ofertas por sus siglas en inglés Right Of First Refusal) en Brasil, Zurich Latin America Holding, S.L. ostenta el 0,2165% de Zurich Santander Brasil Seguros e Previdencia S.A.

(4) 1 acción en Zurich JVCompany Servicios México, S.A. de CV propiedad de Zurich Vida Compañía de Seguros, S.A.

(5) 1% en Odonto propiedad de Zurich Santander Brasil Seguros S.A.



# Objetivos y estrategias

2.3

A lo largo de estos años **desde Zurich Santander experimentamos una evolución constante:**

mejoramos y ampliamos nuestra cartera de productos, incrementamos los niveles de satisfacción del cliente, operamos a través de nuevos canales de distribución aparte de la red, y realizamos inversiones estratégicas con el objetivo de posicionarnos como una marca de referencia en los mercados en los que operamos.



## NUESTRO PLAN ESTRATÉGICO ESTÁ BASADO EN LOS SIGUIENTES OBJETIVOS PRINCIPALES:

Nuestro foco constante en el cliente, junto con una profunda transformación digital, permitieron que en los últimos años logremos un crecimiento constante.

**Ser una compañía de valor para el cliente** a través de la implementación de herramientas digitales que le permitan tanto contratar como gestionar sus servicios post-venta de manera online e independiente, la personalización / flexibilización de la oferta de valor y del desarrollo de una oferta sostenible con el objetivo de que los clientes impacten positivamente en la sociedad a través de Zurich Santander.

**Ser un negocio relevante para el Banco Santander** a través de la continua simplificación de los *journeys* de venta de seguros, la creación de soluciones innovadoras, el crecimiento en líneas de negocio como ahorro y Pymes, así como la expansión a nuevos canales con el objetivo de poder captar nuevos clientes y prestar el mejor soporte al Banco para la distribución de seguros.

**Ser un referente en términos de eficiencia** a través de la automatización de los procesos *core*, el desarrollo de la infraestructura en la nube y la evolución de los sistemas *core* para mejorar la productividad y reducir los costes futuros.



# Mercado y tendencias

2.4

Como mencionamos anteriormente, el mercado asegurador está atravesando una etapa de profunda transformación marcada principalmente por el fenómeno de la digitalización. Esta tendencia se acentuó en 2021 debido a la crisis sanitaria del COVID-19, que constató la necesidad de las aseguradoras e inversores de potenciar digitalmente sus canales de distribución para mejorar el compromiso de los clientes y la eficacia de las ventas, ofreciendo un servicio ininterrumpido, una mejor experiencia y un mayor valor añadido.

En este sentido, **el sector se está adaptando a nuevos mercados y tendencias** (*smart cities*, vehículos autónomos, envejecimiento de la población, Internet de las cosas), tecnologías (inteligencia artificial aplicada, automatización robótica de procesos, *blockchain*, realidad aumentada, *smartcontracts*) y modelos de negocio (basados en la predicción y prevención, en el uso, bajo demanda, todo-en-uno o

de asociación con empresas del sector denominado "Insurtech", entre otros). La toma de conciencia sobre los aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG o ESG, por sus siglas en inglés) también tiene una influencia cada vez más importante en las estrategias de las compañías del sector asegurador y de los fondos de inversión.

La participación del mercado asegurador latinoamericano en el total mundial se ha incrementado de manera sostenida en el tiempo: en 1980 era del 1,9%, y en 2020 se elevó al 2,1%, principalmente debido al incremento en el segmento de Vida. Pero las medidas de relajación de las políticas fiscales y monetarias durante la crisis sanitaria del COVID-19 que han sido de gran ayuda para la economía, impactaron en los tipos de cambio de sus respectivas monedas de manera negativa prácticamente sin excepción. Las perspectivas económicas entonces se presentan complejas para la región en los próximos años: muchas de sus economías han visto agotada su capacidad fiscal o siguen sufriendo presiones inflacionarias que obligan a revertir parte de sus políticas monetarias adoptadas para suavizar el impacto de la crisis. Esto podría

La toma de conciencia sobre los aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno también tiene una influencia cada vez más importante en las estrategias de las compañías del sector asegurador y de los fondos de inversión.

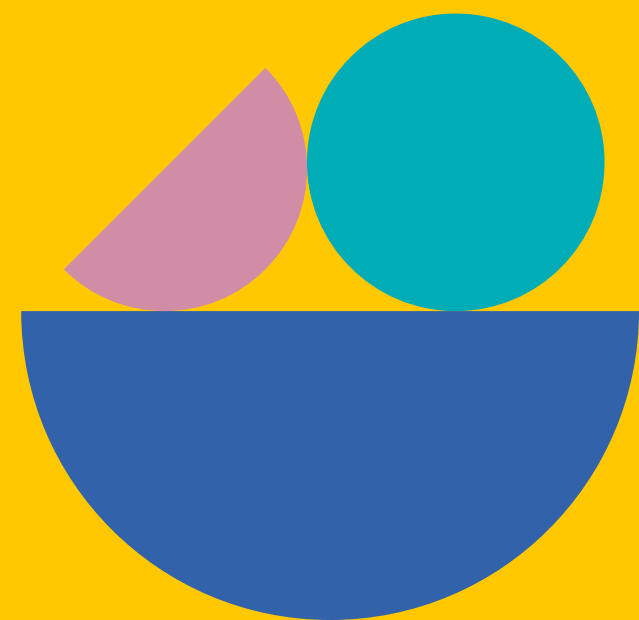
ralentizar el ritmo de recuperación económica, que, sin duda, se trasladaría al negocio asegurador.

En este contexto, **desde Zurich Santander actuamos guiados por las necesidades y expectativas de nuestros clientes**, habilitados por las tecnologías digitales, y posicionados para adaptarnos al impacto causado por la pandemia, a la fase de recuperación (que se prevé lenta y sujeta a la incertidumbre), a la realidad post-COVID-19 y a los cambios que definirán el negocio no sólo hoy, sino también mañana.



3

Compromiso con  
la sostenibilidad /





# Nuestro recorrido en materia de sostenibilidad / 3.1

El Grupo Zurich y el Grupo Santander tienen una amplia trayectoria en su compromiso con la sostenibilidad, que incluye la adhesión a los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, es decir, el alineamiento de su estrategia, su cultura y sus operaciones cotidianas con respecto hacia los derechos humanos y laborales, el ambiente y la lucha contra la corrupción. Además, cuentan con un historial de elaboración de reportes de sostenibilidad, mediante los cuales rinden cuentas de su desempeño de triple impacto. Por otro lado, **Grupo Zurich es firmante de los Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI) desde 2017.**

En este marco, en Zurich Santander comenzamos a fines de 2019 un proceso de transformación para convertirnos en una organización donde la sostenibilidad se encuentre en el centro de nuestro negocio. Esto incluyó el diseño de nuestra estrategia de sostenibilidad, el posicionamiento de la sostenibilidad a nivel de la Alta Dirección, la creación de la Dirección Regional de Sostenibilidad con reporte directo al CEO de la Compañía y la realización de nuestro análisis de materialidad.



**Nuestro Statement:** En Zurich Santander queremos impactar positivamente en la sociedad donde operamos y en nuestros clientes; impulsar la conciencia respecto de riesgos, educación e inclusión financiera y laboral; y promover el bienestar y desarrollo de las personas, adoptando las mejores prácticas de gestión y gobierno corporativo.

## NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad, diseñada en 2020, está alineada con el Grupo Zurich y los Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI, por sus siglas en inglés)<sup>1</sup> de *United Nations Environment Programme Finance Initiative* (UNEPFI). Además, busca reflejar nuestra contribución con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

La Estrategia, desarrollada a partir del *feedback* de los grupos de interés en el análisis de materialidad, posee **tres ejes de trabajo**, que impactan en objetivos asociados al gobierno corporativo de la Compañía, al negocio, los empleados y el impacto en la comunidad. Estos objetivos cuentan con acciones y metas asociadas que se monitorean trimestral y anualmente.



### 1. Liderar bajo un gobierno responsable:

Posicionamos a la sostenibilidad en el centro de la toma de decisiones, para construir una cultura de consciencia ESG, crear valor en todos los niveles e involucrar a nuestros principales grupos de interés. Además, ponemos el foco en nuestros empleados, su crecimiento, capacitación y desarrollo, motivándolos a ser líderes del cambio.



### 2. Propuesta de valor sostenible:

Trabajamos para identificar y desarrollar propuestas sostenibles que transformen el negocio bajo valores ESG, con foco en nuestros clientes y sus necesidades, así como las de la comunidad.



### 3. Generar impacto en la comunidad:

Generamos impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes, a través de la construcción de alianzas a largo plazo, la promoción de la inversión social y el compromiso socioambiental de los colaboradores y la Compañía con la sociedad.

1). <https://www.unepfi.org/psi/the-principles/>

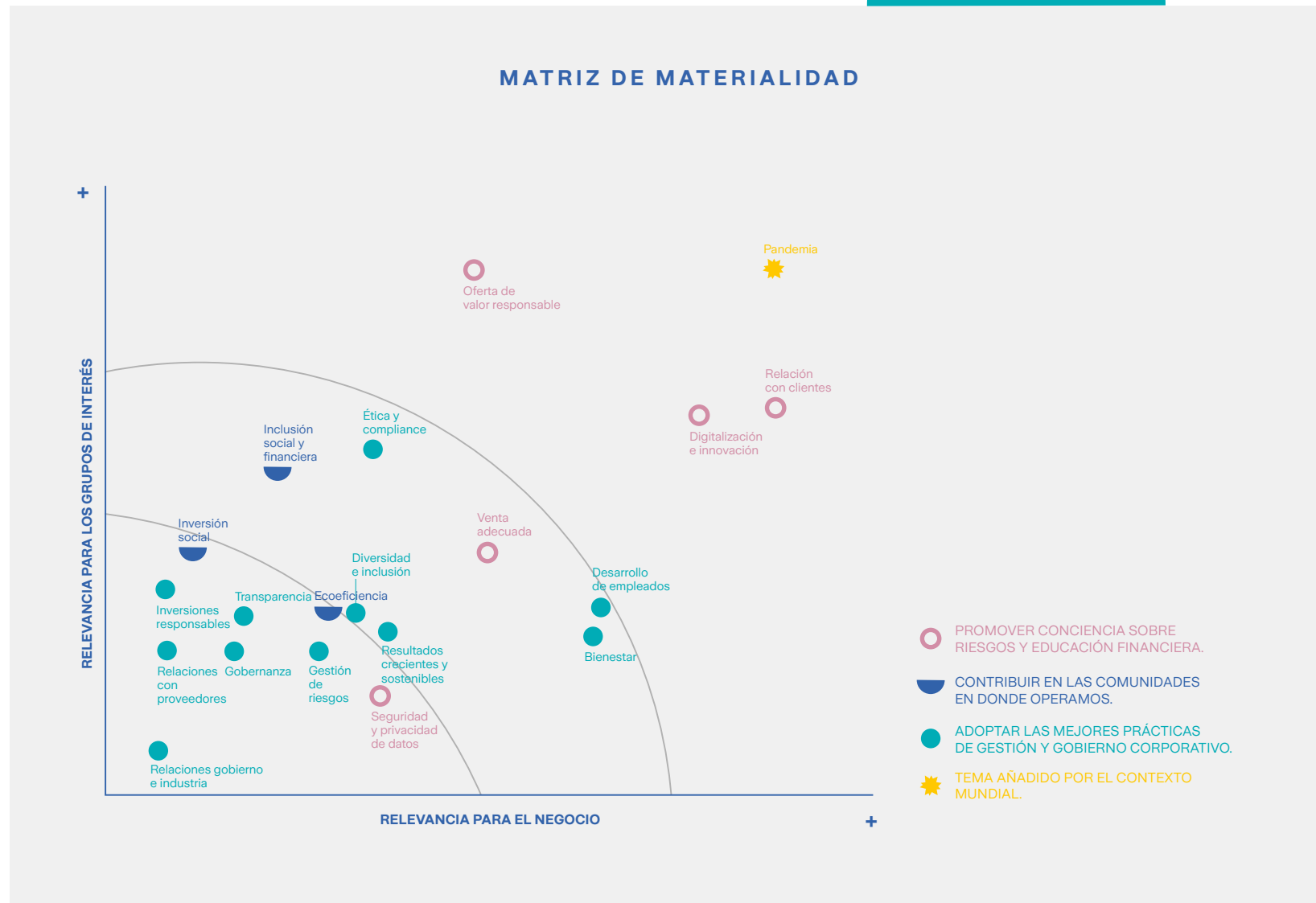
3.1 Nuestro recorrido en materia de sostenibilidad



## ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

En 2020 **desarrollamos nuestro primer análisis de materialidad** con el objetivo de identificar y validar los aspectos e impactos más relevantes para nuestro negocio y para nuestros grupos de interés, tanto a nivel regional como en cada país donde estamos presentes.

Para la priorización de los temas en función de su relevancia, convocamos a nuestros grupos de interés a participar mediante una encuesta online. Como resultado del proceso, obtuvimos 322 respuestas por parte de accionistas, empleados, clientes, distribuidores, entidades del mercado, especialistas, proveedores, prensa, ONG y aliados del negocio. Destacamos la representación de todos los países donde operamos. De esta forma, volcamos los resultados a una matriz de materialidad regional, así como también obtuvimos una matriz por país, que fue compartida internamente. Como próximos pasos, **en 2023 trabajaremos en la revisión de nuestro análisis de materialidad.**



## PRINCIPALES AVANCES DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD EN 2021:



**Adhesión a los Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI)** a través de Grupo Zurich, con el compromiso de reportar nuestra evolución de forma anual.

**Publicación del Informe de Actividades 2020**, el primer documento público sobre nuestro desempeño en sostenibilidad.



**Consolidación del modelo de gestión sostenible con reuniones semanales** con los responsables de sostenibilidad locales, gestión de datos para reportings, diálogo y alineación con los *shareholders* de Grupo Zurich y Grupo Santander.



**Capacitación de Sostenibilidad** para Líderes con la Fundación Getulio Vargas, que incluyó aspectos de sostenibilidad organizacional y del sector asegurador. Los destinatarios fueron los responsables locales de sostenibilidad de los países, reportes directo del CEO y CEO de Zurich Santander. En total participaron 21 personas, representando 252 horas de formación.

**Desarrollo de *dashboard* de sostenibilidad:** una matriz para monitorear la evolución de la gestión, identificar las fortalezas, así como los riesgos y oportunidades de la gestión en materia de sostenibilidad de todos los países de Zurich Santander. El tablero ha sido desarrollado considerando benchmarking con lineamientos internacionales (GRI, MSCI, IRIS, SASB, Sistema B Internacional).



## SEMANAS ZSOSTENIBLES

Primera iniciativa regional con foco en la sensibilización de los colaboradores en materia de sostenibilidad. Consistió en un programa de dos semanas que involucró el desarrollo de una plataforma web con material de capacitación y gamificación para la experiencia de los colaboradores, espacio de charlas de concienciación y talleres de bienestar, y realización de actividades de voluntariado y *team-building*. Los resultados de la iniciativa arrojaron un elevado nivel de participación en una acción completamente voluntaria.



### 10 cápsulas informativas

sobre los ODS con videos protagonizados por los CEOs y miembros del Top Management, comentando cómo y por qué contribuir a los Objetivos



### 6 ONGs

con 5.000 USD totales cada una, gracias a aportes de los 6 países de Zurich Santander y un matching por parte de la Z Zurich Foundation



### Actividades de team building + Caminatas ZSolidarias

con actividades de voluntariado donde los colaboradores juntaron kms que luego fueron transformados en donaciones a ONGs



### 3 charlas interactivas

con referentes especializados externos:

“Finanzas que impactan” en alianza con la Fundación Sumatoria

“Oportunidades y desafíos del sector seguros para contribuir a la región LATAM” en alianza con UNEPFI

“Empleabilidad y Empoderamiento Juvenil: la inserción laboral de los jóvenes como problemática persistente en América Latina y El Caribe”, una mesa redonda en alianza con Fundación Forge, Z Zurich Foundation, Grupo Next de Zurich y Zurich Santander



### 7 talleres de bienestar

que abordaron temas como salud mental y financiera, balance vida-trabajo en la nueva normalidad, gestión de las emociones y mindfulness



**55%**  
de participación global



**1.741**  
horas de formación



**203**  
horas de voluntariado



# Gobernanza de la sostenibilidad / 3.2

En Zurich Santander queremos establecer la sostenibilidad en la toma de decisiones y buscamos promover la visión sostenible en todas las personas y los niveles de la organización. Es por ello que la Estrategia de Sostenibilidad es liderada e implementada en todas las unidades de negocio y a nivel regional.



## Comité Ejecutivo

Aprueba la estrategia de sostenibilidad regional y actualiza su progreso de forma regular.

## Chief Sustainability Officer (CSO)

Reporta directamente al CEO de Zurich Santander y forma parte del Comité de Dirección. Es responsable del desarrollo y coordinación de la estrategia de sostenibilidad de Zurich Santander a nivel regional y asegura su implementación a nivel local en cada uno de los países en los que operamos. Además, aprueba el documento final del Reporte de Sostenibilidad.

## Área de Sostenibilidad Regional

Es responsable por la coordinación y apoyo de iniciativas locales, la implementación de iniciativas regionales en alianza con los Líderes Locales de Sostenibilidad y la evaluación y preparación del Reporte de Sostenibilidad 2021.

## Líderes locales de Sostenibilidad

Con un representante en cada país, son responsables de la coordinación e implementación de la Estrategia de Sostenibilidad a nivel local. Cada uno de ellos es, además, responsable de distintas áreas a nivel país, tales como: Recursos Humanos, Comunicación, Estrategia y Gobernanza, Comercial, Digital y Riesgos.



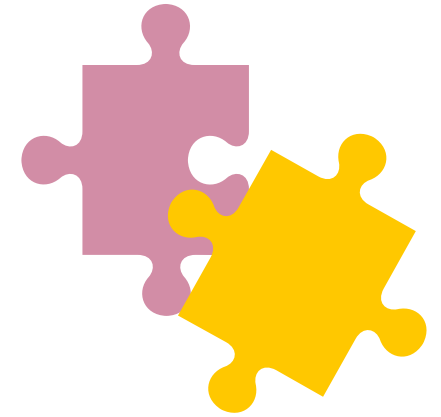
## Equipo de Sostenibilidad

Este equipo está conformado por el Director de Sostenibilidad, el área regional y los líderes locales. Es un foro que se reúne semanalmente para discutir temas relacionados con la estrategia, compartir mejores prácticas y realizar talleres.



# Diálogo con grupos de interés / 3.3

Consideramos el diálogo con los grupos de interés un aspecto fundamental de nuestro enfoque para llevar adelante un negocio sostenible. En este sentido, hemos trabajado para poder identificar los públicos clave con quienes debemos trabajar conjuntamente para poder contribuir con el desarrollo de la sociedad. Los canales de diálogo con cada grupo se detallan a lo largo del Reporte.



## EMPLEADOS

Son nuestro valor más importante y su compromiso y participación son esenciales para nuestro camino en la sostenibilidad

## CLIENTES

Ejercen la demanda para que existan empresas comprometidas y que generen un diferencial valioso

## SOCIEDAD

Demanda a la comunidad empresarial de un mayor aporte y conciencia

## SHAREHOLDERS GRUPO ZURICH Y SANTANDER

Aliados clave y referentes para el desarrollo sostenible de la Compañía

## Z ZURICH FOUNDATION

Aliado de gran importancia para sinergizar iniciativas socio-ambientales de alto impacto

## ONG Y FUNDACIONES

Entidades especializadas con objetivos alineados a nuestros pilares para el desarrollo de actividades conjuntas

## ESTADO, ORGANISMOS REGULADORES E INTERNACIONALES

Promueven el apoyo y las normativas necesarias con las que debemos cumplir

## PROVEEDORES

Brindan productos y servicios que la Compañía requiere para operar y brindan una propuesta de valor a nuestros clientes



# 4

## Gobernanza /



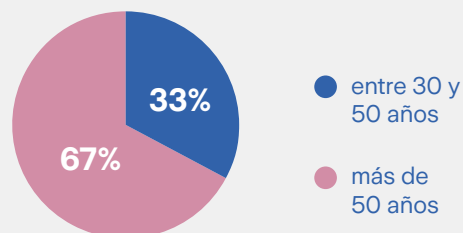
# Estructura de gobierno / 4.1

Nuestro compromiso con la ética y la sostenibilidad está presente en los niveles más altos de nuestra Compañía. El **Board of Directors** (Consejo de Administración) es el órgano de gobierno de la organización, conformado por 9 miembros, de los cuales 5 son designados por el Grupo Zurich y 4 por Santander. El *Board* posee los más amplios poderes para administrar la Compañía y realizar todas las actividades necesarias para cumplir con el objeto social, es decir, la tenencia de acciones en las entidades de seguros locales que exploten el negocio de elaboración, emisión y suscripción de productos de seguros en la red de ventas minoristas del Banco Santander.

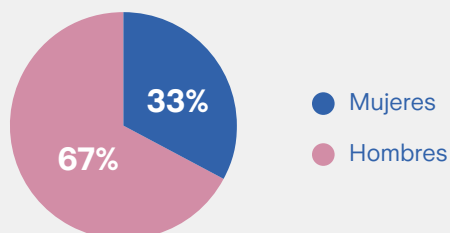
## BOARD OF DIRECTORS

Cargo	Nombre y apellido	Antigüedad
President	<b>Alison Martin</b>	25/09/2019
Board Member	<b>Bettina Bornmann</b>	13/02/2020
Board Member	<b>Javier Lorenzo</b>	17/06/2014
Board Member	<b>Ian Thompson</b>	29/03/2019
Board Member	<b>Laurence Maurice</b>	15/10/2020
Board Member	<b>Victor Matarranz</b>	31/01/2019
Board Member	<b>Raúl Pou</b>	30/04/2019
Board Member	<b>José Galiana</b>	20/04/2018
Board Member	<b>Francisco del Cura</b>	30/01/2014

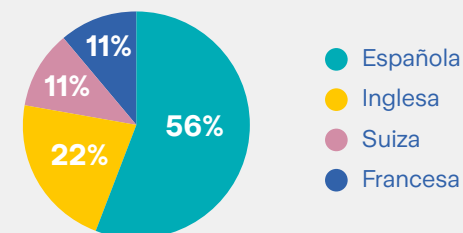
COMPOSICIÓN DEL BOARD OF DIRECTORS POR EDAD



COMPOSICIÓN DEL BOARD OF DIRECTORS POR GÉNERO



COMPOSICIÓN DEL BOARD OF DIRECTORS POR NACIONALIDAD



4.1 Estructura de gobierno

Contamos con tres comités que reportan al Board of Directors

**Audit & Risk (Auditoría y Riesgo, en español):**

Su función está relacionada con supervisar los estados financieros de la Compañía y a los auditores externos; asegurar un sistema efectivo de identificación y mitigación de riesgos; así como garantizar un mantenimiento de sólidos controles internos y del gobierno de la Sociedad de conformidad con las leyes y reglamentos.

**Assets, Liabilities and Investment Management Committee - ALMIC (Gestión de activos, pasivos e inversiones, en español)**

Actúa como un organismo de revisión para la gestión de activos y pasivos y asuntos de inversión en el contexto de la actividad comercial general de la Compañía.

**Business Strategy (Estrategia de Negocio, en español)**

Acompaña en el desarrollo de la estrategia comercial junto con un plan operativo anual.

**BOARD OF DIRECTORS**

Comités del Board of Directors



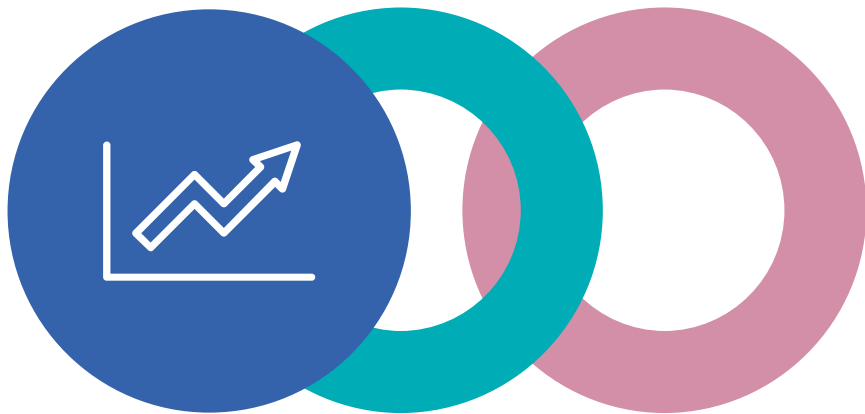
1). Existen otros comités complementarios en algunos países.

De acuerdo con lo requerido por el Art. 229 de la Ley de Sociedades de Capital en España, el Board of Directors se compromete mediante una Declaración Jurada anual a evitar situaciones de **conflictos de interés**, ya sea como propios beneficiarios o a través de personas vinculadas. De igual modo, deben comunicar a los demás miembros cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que ellos o personas vinculadas a ellos pudieran tener con el interés de la sociedad.

Por otro lado, el **Comité Ejecutivo Regional**, conformado por 9 miembros, tiene a su cargo la estrategia, gestión y control de las operaciones de la Compañía.



# Posicionamiento de Zurich Santander / 4.2



En 2021 la cuota total de mercado de Zurich Santander en Latinoamérica incrementó su volumen de primas (análisis con tipo de cambio constante) de 2,9% (2020) a 3,1%<sup>1</sup>. Si nos focalizamos en el mercado de bancaseguros, la cuota de mercado de Zurich Santander fue del 13%, siendo 11% en 2020, considerando mercado actuante y no actuante, es decir, tanto las líneas de negocio donde Zurich Santander opera como las que no.

Zurich Santander tuvo un desempeño extraordinario en 2021 habiendo crecido un 21%, en comparación al 12% de crecimiento del total de mercado, y al 9% del mercado bancaseguros, a nivel prima (GWP -Gross Written Premium, por sus siglas en inglés-).






A nivel de PBT -beneficios generados antes de impuestos, por sus siglas en inglés-, a pesar de que el COVID-19 afectó de manera notable, Zurich Santander se vió afectado reduciéndolo su PBT un 8%, mientras que para el total del mercado fue de un 29% y un 17% para bancaseguros.

1). Fuente: datos consolidados por la Compañía de la información oficial reportada de las aseguradoras a cada uno de los reguladores locales..






13% de  
participación  
en mercado  
bancaseguros,  
siendo 11% en  
2020.

3,1% de  
participación del  
total de mercado  
en 2021, siendo  
2,9% en 2020

## PARTICIPACIÓN DE ZURICH SANTANDER EN MERCADO BANCASEGUROS

Por país	Mercado total de bancaseguros		Mercado de bancaseguros actuante <sup>1</sup>	
	2020	2021	2020	2021
 ARGENTINA	22%	26,9%	22,4%	27,5%
 BRASIL	14,2%	14,7%	18,8%	19,9%
 CHILE	16,3%	17,4%	21,8%	24,9%
 MÉXICO	7,9%	9,9%	8,7%	10,9%
 URUGUAY	16,5%	16%	27,3%	25,7%

## PARTICIPACIÓN DE ZURICH SANTANDER EN TOTAL DE MERCADO

Por país	Mercado total		Mercado actuante <sup>1</sup>	
	2020	2021	2020	2021
 ARGENTINA	0,8%	0,8%	3,3%	3,4%
 BRASIL	4,9%	5,1%	10,9%	11,5%
 CHILE	2,6%	2,6%	6,0%	6,1%
 MÉXICO	2,1%	2,5%	2,6%	3,0%
 URUGUAY	2,8%	2,7%	14,5%	13,1%

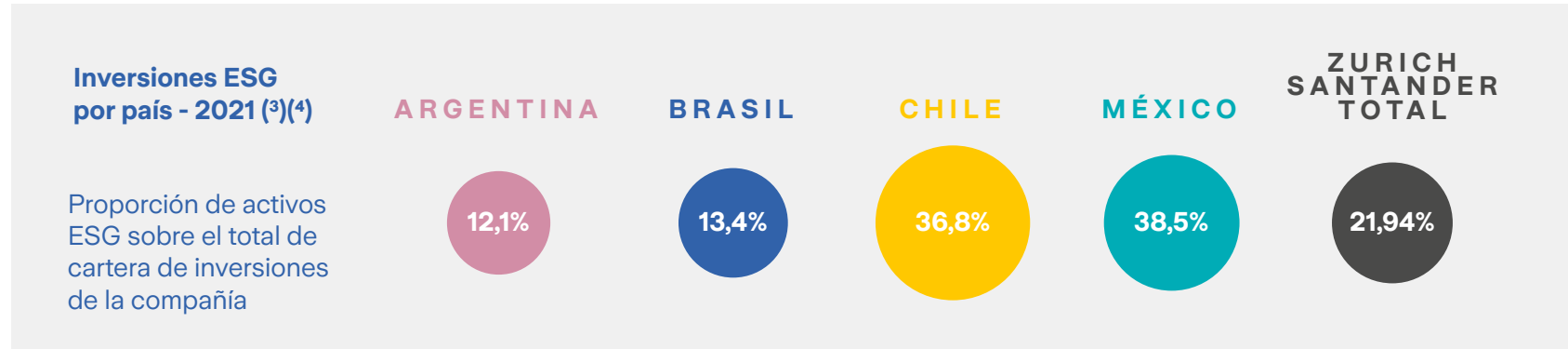
1). Mercado actuante: refiere a las líneas de negocio donde Zurich Santander opera.

### Inversión ESG

Desde el Grupo Zurich contamos con lineamientos para fijar metas en materia de sostenibilidad con vistas a alcanzar una reducción de emisión de CO<sup>2</sup> asociados a la tenencia de bonos corporativos para 2025. Así, estamos trabajando para hacer crecer nuestro portafolio en activos calificados por MSCI dentro de sus ESG Ratings<sup>1</sup> en relación con el total de nuestros activos.

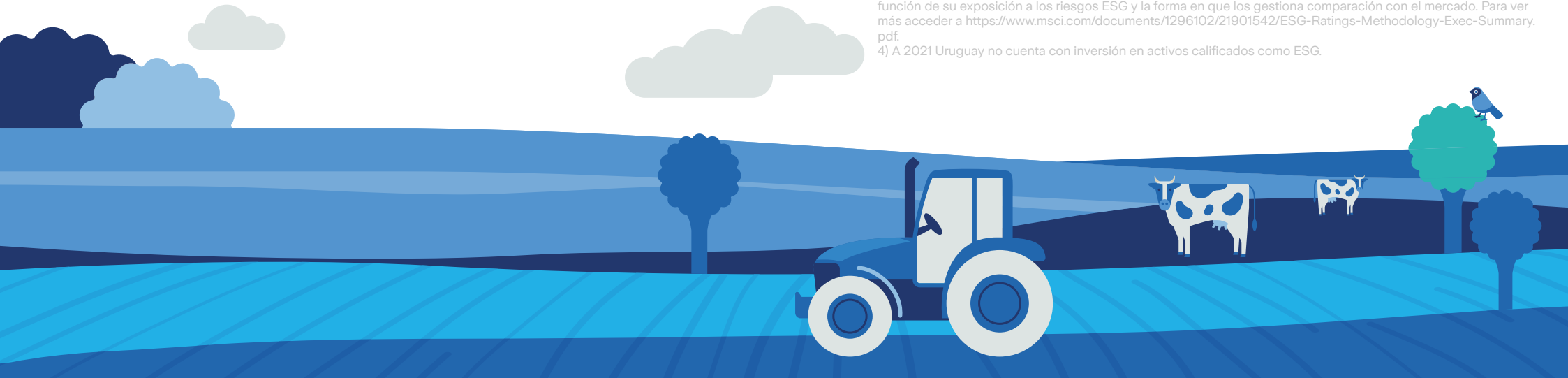
“

El 21,94% total de inversiones de Zurich Santander tiene calificación ESG<sup>2</sup>.



1) 2) 3) Refiere a activos invertidos en fondos calificados como ESG acorde a la metodología de MSCI ESG Ratings, que puntúa a las empresas en una escala de AAA (mejor desempeño) a CCC (peor desempeño), en función de su exposición a los riesgos ESG y la forma en que los gestiona comparación con el mercado. Para ver más acceder a <https://www.msci.com/documents/1296102/21901542/ESG-Ratings-Methodology-Exec-Summary.pdf>.

4) A 2021 Uruguay no cuenta con inversión en activos calificados como ESG.



# Gestión de riesgos / 4.3

En cada país donde operamos ponemos en práctica el marco de gestión de riesgos del Grupo Zurich, así como los entrenamientos, las metodologías de riesgos y controles internos establecidas:

**1. Política de Gestión de Riesgos del Grupo Zurich (Zurich Risk Policy, ZRP):** El ZRP contiene el marco de gestión de riesgos del Grupo Zurich, identificando los principales tipos de riesgo y definiendo el apetito de riesgo del Grupo y estableciendo los límites para cada país. Se complementa con 50 manuales, los cuales están organizados por tipo de riesgo y brindan lineamientos y procedimientos para implementar los principios de prevención de riesgos en cada país.

**2. Matriz de Riesgos Estratégicos (Total Risk Profile, TRP):** La metodología TRP consiste en una evaluación de riesgos desarrollada por el Grupo Zurich, que utiliza el conocimiento colectivo de los participantes y apoya a la gestión empresarial en la identificación, evaluación y gestión de los riesgos a los que se enfrenta la entidad o actividad evaluada. El TRP se basa principalmente en la evaluación de riesgos estratégicos que pueden afectar el negocio con un horizonte de uno a tres años. Para evaluar los mismos, el Comité de Dirección de cada país se reúne anualmente, considerando todas las potenciales contingencias y/o impactos asociados a los diferentes grupos de interés. Se evalúa la severidad financiera y reputacional de cada riesgo. Luego, monitoreamos periódicamente la matriz TRP y actualizamos los planes de acción de forma trimestral. Para la gestión de nuestros riesgos, controles y planes de acción utilizamos el sistema RACE, donde se documentan los controles establecidos para mitigar los riesgos identificados.

**3. Riesgos operativos y financieros:** El Marco Integrado de Control Interno (ICIF) es el marco único del Grupo Zurich para los controles internos para mitigar los riesgos operativos y financieros de cada unidad de negocio. Esta metodología permite proteger a la Compañía de incurrir en pérdidas inesperadas o publicidad negativa en los medios debido a fallas operativas, información errónea en las divulgaciones financieras o multas de nuestros reguladores debido a infracciones de cumplimiento. Cada Función de Grupo define un catálogo de objetivos de control para garantizar la coherencia en todo el Grupo. Dichos objetivos de control se evalúan en cuanto a su aplicabilidad e importancia y se basan en los requisitos de la ZRP, adicionando también las leyes y regulaciones.

En **Brasil**, además utilizamos un sistema para la gestión de nuestros riesgos. En 2021, registramos 212 riesgos, 7 fueron clasificados como muy altos, acompañados de planes de acción y controles para su mitigación.

En **Chile** contamos con el Manual de Gobiernos Corporativos que establece los principios y buenas prácticas de un adecuado gobierno corporativo y de un sistema de gestión de riesgos y control en las aseguradoras; la Política de Riesgo Legal y Regulatorio que establece mecanismos de control para minimizar los riesgos asociados a errores en la administración o incorrecto uso de las facultades conferidas por mandato; y el Protocolo de manejo de relación con el regulador para mitigar los riesgos estratégicos y operacionales, entre otros.

“

En Chile se reportaron 111 riesgos operacionales, sin ser ninguno de ellos de alto impacto.



## 4.3 Gestión de riesgos

En **México** contamos con un Sistema de Administración Integral de Riesgos apegado al marco regulatorio mexicano (dictaminado por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, regulador en el país). Este sistema se centra en el Área de Administración Integral de Riesgos (AIR), que constantemente identifica, monitorea, controla y supervisa los posibles riesgos que pueden afectar nuestra solvencia y estabilidad, administrando la información también a través del sistema RACE. Y al menos trimestralmente presentamos, en las sesiones del Comité de Administración Integral de Riesgos (CAIR), el seguimiento a los riesgos y los límites establecidos para cada tipo (suscripción, mercado, crédito, liquidez, concentración, descalce y operativo).

### Riesgos no financieros

Las actividades de nuestra Compañía están expuestas a diversos riesgos no financieros, relacionados con cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), que son monitoreados por los procedimientos de gestión de riesgos. Sin embargo, las preocupaciones en relación a estos riesgos son transmitidas a un **grupo de decisión en responsabilidad social (CR Decision Group)**, que los evalúa y proporciona directrices para su mitigación. Y a través de esta metodología priorizamos **cinco riesgos de sostenibilidad para ser monitoreados en todas nuestras transacciones comerciales**: aquellos relacionados con la vulneración de los derechos humanos, el tráfico de armas,

construcción de presas, negocios en el sector petrolero, minero y del gas. Para cada una de estas áreas de actuación no sólo establecimos mejores prácticas sino también procedimientos para verificar y controlar la efectividad de las medidas implementadas.

En **México**, en cambio, en la formalización de los Documentos de Aprobación de Productos (DAP), a partir de junio 2021 se incluyen apartados de sostenibilidad para identificar si los nuevos productos o las modificaciones a los existentes consideran situaciones que potencialicen o aminoren riesgos ambientales o sociales.



En México a partir de junio de 2021 comenzamos a identificar si los nuevos productos o modificaciones a los existentes consideran situaciones que potencialicen o mitiguen riesgos ambientales o sociales.

En **Chile y México**, dentro de nuestros planes de continuidad del negocio (*Business Continuity Plan*, por sus siglas en inglés BCP), se contemplan aspectos sociales o ambientales que puedan afectar la continuidad del negocio. El modelo considera como escenarios de crisis desastres naturales como inundación, sismo, incendio, etc. y factores sociales como enfermedades infecciosas, disturbios sociales, falla y/o caídas de sistemas.

### Promoción de la cultura de riesgo

Buscamos promover la cultura de riesgos en todos nuestros colaboradores. Además de los entrenamientos mandatorios del Grupo, continuamos con el programa de **“Cultura de Riesgos”**, creado en 2017, para poder permear en los distintos equipos la importancia de la visión de riesgos en el día a día, con promotores en todas las áreas. Estas personas las denominamos Socios o Embajadores de Riesgo y cumplen un papel vital en el mantenimiento activo y permanente de la cultura de gestión de riesgos en nuestra Compañía.

Asimismo, realizamos ejercicios de gestión de crisis con simulaciones de eventos específicos coordinados por expertos, en los que participan las personas que deben tomar decisiones (CEO, directores, equipo de *Business Resilience*, etc.). En 2021 los ejercicios se desarrollaron en torno a los ciberataques con daños de imagen, reputación y financieros, dada la tendencia global de dichos agravios.





## 4.3 Gestión de riesgos

En **Brasil** realizamos una sesión de formación sobre riesgos y pérdidas operativas para los Socios de Riesgo, el equipo de dirección y empleados con cargos de liderazgo, con el fin de aumentar la difusión de nuestra cultura de riesgo. En la tercera semana de junio de 2021 también realizamos una jornada con invitados externos e internos en la Semana de Riesgos y Cumplimiento.

En **Chile** aparte del programa de Embajadores, dentro de los comités de las áreas incorporamos el tema “Nuestra ZSeguridad” en donde se abarcan contenidos sobre metodologías y herramientas relacionadas con riesgos, *compliance* y tecnología.



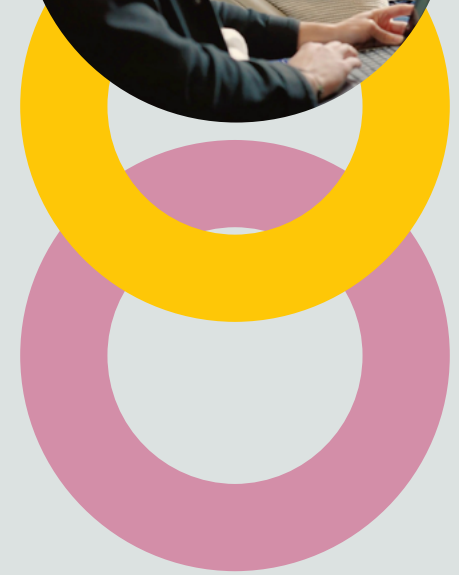
En **México** el Área de AIR lleva a cabo una capacitación anual para todo el personal involucrado en la gestión de riesgos, y junto con todas las áreas, realiza el levantamiento de riesgos prioritarios mediante el Self Assessment of Operational Risk (SAOR), haciéndolas partícipes de los riesgos vigentes.



En Chile la participación anual de los embajadores en el programa “Cultura de riesgos” alcanzó un 79%. Y el programa contó con un NPS de 92%.

### Gestión de riesgos durante la pandemia

En Zurich Santander priorizamos desde inicio de la pandemia el buscar soluciones para proteger a nuestros colaboradores y clientes. En este marco, elaboramos un mapa de riesgos estratégicos específico sobre la pandemia por COVID-19, con su correspondiente seguimiento y monitoreo en el *board* trimestral.



# Ética & anticorrupción / 4.4

Nos regimos por el **Código de Conducta** del Grupo Zurich a nivel global, que aplica para todo el personal, sus empresas y sus filiales en todo el mundo. Este Código contiene los valores, normas clave y reglas básicas de conducta por las cuales todo miembro de la empresa se rige para garantizar que se lleven a cabo los estándares éticos, legales y profesionales más exigentes, así como las consecuencias del incumplimiento de alguna de las normas. De este Código se desprenden una serie de políticas que tienen el objetivo de garantizar una gestión transparente.

## Lucha contra la corrupción y el soborno

Al mismo tiempo, el Grupo Zurich está comprometido con un negocio justo y responsable, y **prohíbe cualquier forma de soborno o corrupción**, y toda conducta comercial que pueda crear la apariencia de una influencia inadecuada. La **política de lucha contra el soborno y la corrupción**

establece el marco global que aborda las áreas comunes de riesgo, incluyendo aspectos tales como debida diligencia de personas asociadas y de pagos a terceros, así como regalos, entretenimiento y otras ventajas. La política adopta un enfoque basado en el riesgo, ya que la identificación local de los riesgos de soborno y corrupción permite determinar y aplicar las medidas y controles apropiados y proporcionales para mitigarlos. Como consecuencia, se reconoce que los estándares locales pueden diferir dependiendo de los riesgos locales, las operaciones comerciales, las leyes y las regulaciones aplicables.

En Zurich Santander, en cada país establecemos nuestra Política o Estándar local Anti-Soborno y Anti-Corrupción, además de contar con un profesional de **Compliance** responsable de velar por el cumplimiento de la norma local. Asimismo, realizamos evaluaciones anuales sobre riesgos de cumplimiento y de corrupción, así como también desarrollamos capacitaciones vinculadas a estos temas.



Realizamos evaluaciones anuales en cada país sobre riesgos de cumplimiento y de corrupción.

## Prevención contra el blanqueo de capitales

El Grupo Zurich cuenta la **Política de Prevención del Blanqueo de Capitales** para asegurar que no se participa en transacciones ilegales o que comprometen sus valores, y que tiene por objetivos:

01



Impulsar medidas preventivas para que todas las entidades legales que forman parte del Grupo, sus productos y servicios no sean utilizados para el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo.

02



Establecer un sistema global para prevenir y detectar situaciones de blanqueo de capitales y/o financiación del terrorismo.

03



Proteger al Grupo Zurich de consecuencias reputacionales derivadas de esta conducta.

Esta política adopta un enfoque basado en el riesgo, ya que la identificación y la evaluación de los riesgos de blanqueo de capitales permite al Grupo Zurich determinar e implementar procesos, controles y medidas apropiados y proporcionales para mitigarlos. Debido a que en cada país puede variar el marco regulatorio, contamos con manuales locales que adoptan las regulaciones sobre la materia.

## Capacitación

Durante 2021, dentro del plan de entrenamiento previsto y requerido por el Grupo Zurich, realizamos **capacitaciones para el 100% de nuestro personal** en cada país sobre el Código de Conducta, ética, la lucha contra el soborno, la corrupción y la prevención del blanqueo de capitales.



100% de nuestros empleados fueron comunicados y capacitados en Código de Conducta, lucha contra la corrupción y el terrorismo y prevención de lavado de activos.

Anualmente dictamos el curso “*Financial Crime*”, que incluye aspectos relacionados con la prevención del lavado de activos y la lucha contra el terrorismo, anticorrupción y soborno, sanciones económicas y comerciales.

En **Argentina**, además, dictamos capacitaciones reforzadas sobre prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo a las áreas con mayor exposición al riesgo y a los miembros del Comité Ejecutivo. En **Brasil**, nuestras políticas están disponibles en un repositorio público y en **México** impartimos a los nuevos ingresos cursos donde se tocan los temas relativos a lavado de dinero, y capacitamos a 15 consejeros y miembros del Comité Ejecutivo.



Todos los miembros del Comité Ejecutivo Regional y los Comités de Dirección locales fueron capacitados en temas de anticorrupción y ética.

## Proveedores

En **Argentina**, nuestra Política de Compras y Administración de proveedores establece la realización de una debida diligencia para verificar el grado de riesgo que presenta cada proveedor con relación a la política de Antisoborno y Anticorrupción. Incluimos en dicha política cláusulas a considerar para asegurar el cumplimiento de la legislación vigente en materia de prevención de lavado de activos y financiación del terrorismo, entre otros puntos.

De la misma manera, en **Chile** todos nuestros contratos con los proveedores contienen incluida la cláusula “Ley 20.393”, que regula las materias de anticorrupción y soborno.

En Argentina, Chile, México y Uruguay comunicamos nuestras políticas y procedimientos anticorrupción al 100% de los proveedores.

En Brasil informamos al 97% de nuestros proveedores sobre nuestros procedimientos anticorrupción mediante cláusulas contractuales.

*Para más información ver la sección “Proveedores” en el capítulo “Social” en este Reporte.*

## Canales de denuncia

Ponemos a disposición de nuestros colaboradores **múltiples canales de denuncias** para reportar posibles conductas que puedan violar las leyes, regulaciones, políticas internas o nuestro Código de Conducta. Y los alentamos a expresar y denunciar cualquier conducta que crean inapropiada, incluso si no están involucrados directamente: **el reporte oportuno de las inquietudes ayuda a proteger al empleado, a sus colegas y a nuestra organización.**



**Zurich Ethics Line (a través de los sitios [www.ethicspoint.eu](http://www.ethicspoint.eu) o [ZurichEthicsLine.alertline.eu](http://ZurichEthicsLine.alertline.eu) o telefónicamente).** Es una línea directa independiente administrada por NAVEX Global, que puede recibir reportes a cualquier hora del día, todos los días del año.

NAVEX Global nos notifica cada reporte recibido, que es luego revisado, evaluado y asignado a la división apropiada para la investigación, según sea necesario.



**Reporte directo a las áreas de Legales o Compliance.**



**Reporte directo a Recursos Humanos.**



**Reporte directo a los gerentes de línea.**

Las llamadas y reportes, así como cualquier investigación realizada en respuesta a las mismas, se mantienen **confidenciales** en la medida en que sea compatible con la necesidad de llevar a cabo una investigación adecuada. Garantizamos en todos los casos, además, que **no haya ningún tipo de represalias** contra las personas denunciantes.

Durante 2021 no hubo denuncias relacionadas con el soborno, la corrupción y el blanqueo de capitales.



## Mecanismos para asegurar el cumplimiento normativo y regulatorio

Contamos con un conjunto de políticas, procedimientos, manuales y controles destinados a asegurar el nuestro cumplimiento regulatorio y normativo, y mitigar los riesgos derivados de su eventual incumplimiento.

En **Argentina** contamos con un procedimiento que establece que el área legal debe mantener informado al Comité Ejecutivo, al Directorio y a las áreas afectadas de toda nueva normativa que se emita.

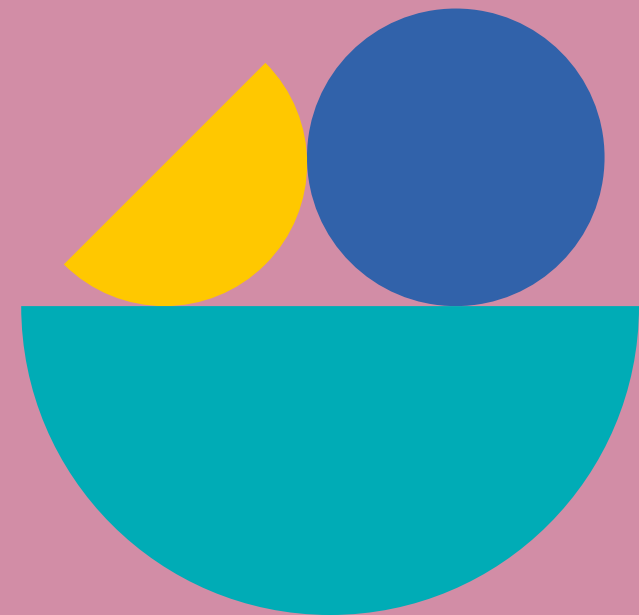
Adicionalmente, en **Chile** contamos con la Política de Implementación de nuevas leyes y regulaciones, que garantiza que toda nueva ley que afecte nuestro negocio pueda ser comunicada de forma efectiva a las gerencias involucradas para que las implementen.

En **España** el equipo legal lidera el procedimiento *“New Laws and Regulation”* a través del cual le brinda al equipo Legal de toda la región las novedades normativas que tengan impacto en nuestra operación. Adicionalmente, recibimos alertas normativas por parte de proveedores externos.

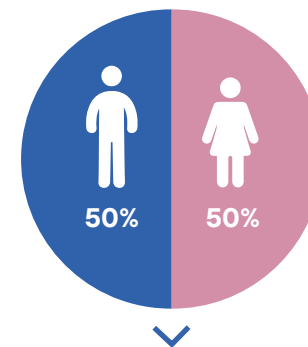
En **México**, como parte de la gestión de la Dirección de Riesgos y Control Interno, el área de Control Interno solicita periódicamente a las áreas responsables las entregas de los reportes regulatorios. Y cuando se detecta un impacto negativo ante una omisión o incumplimiento normativo se elabora un Programa de Autocorrección, con el objeto de subsanar la irregularidad detectada. Los Programas de Autocorrección desarrollados son presentados para su aprobación y seguimiento ante el Comité de Auditoría y Consejo de Administración. Y adicionalmente, el área de Riesgos tiene acceso a las mesas de trabajo de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), en las que todas las aseguradoras afiliadas son comunicadas sobre cambios normativos.



# 5 Social /



# Empleados / 5.1



Nuestros empleados son el pilar fundamental de la Compañía, por ello apostamos por su desarrollo continuo y buscamos generar un ambiente laboral seguro, amigable y flexible, que permita la conciliación con su vida personal en igualdad de condiciones para todos. Bajo directrices comunes del Grupo Zurich realizamos una gestión descentralizada de recursos humanos, considerando las particularidades y regulaciones de cada país.

## EMPLEADOS POR GÉNERO Y PAÍS

	2020			2021		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
<b>ARGENTINA</b>	53	53	106	53	50	103
<b>BRASIL</b>	165	149	314	167	147	314
<b>CHILE</b>	76	91	167	80	88	168
<b>ESPAÑA</b>	15	23	38	14	22	36
<b>MÉXICO<sup>1</sup></b>	91	88	179	144	151	295
<b>URUGUAY</b>	11	14	25	14	14	28
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>418</b>	<b>829</b>	<b>472</b>	<b>472</b>	<b>944</b>

Con 944 empleados en 6 países, contribuimos a la generación de empleo y renta en las regiones donde operamos

## RECONOCIMIENTOS 2021

### Brasil

- Certificado *Great Place to Work*:
  - 4º puesto en la categoría Compañías de Seguros.
  - 8º puesto en la categoría Mujeres.
- Certificación *Economic Dividends for Gender Equality* (EDGE) nivel Assess.

- Mujeres en el liderazgo - Reconocimiento anual de las mejores empresas para mujeres realizado por el periódico Valor Económico.

### México

- Sello *TOP companies* – Otorgación de sello que evalúa la cultura y clima organizacional.
- Certificado *Great Place To Work*: 32º puesto en la categoría de 50 a 500 colaboradores
- Certificación *Economic Dividends for Gender Equality* (EDGE) nivel Assess.

1). La plantilla en México ha aumentado en 2021 debido a la internalización de algunas posiciones que anteriormente se externalizaban.



# Desarrollo profesional / 5.1.1



Apostamos por el desarrollo de nuestros colaboradores, para lo cual los acompañamos brindándoles diferentes herramientas para que puedan crecer dentro de nuestra Compañía.

## DESEMPEÑO

En nuestra organización, alineada al Grupo Zurich, cada colaborador diseña su **Plan de Desarrollo Individual (IDP)** como parte del Ciclo de Desarrollo y Desempeño Integrado (MyPDC), que les permite realizar el seguimiento de las acciones necesarias para su desarrollo profesional. Acceden al IDP a partir de la herramienta *Global Employee Management System (GEMS)*, nuestra plataforma interna online, donde el colaborador puede identificar sus fortalezas y necesidades de desarrollo, que posteriormente son analizadas por el área de Recursos Humanos para diseñar un itinerario formativo adaptado a cada empleado.

**Creemos que un buen IDP ayuda a centrar esfuerzos en lo que es importante para la evolución de cada trabajador**, así como para nuestra Compañía.

La definición de objetivos anuales se basa en una estrategia regional, teniendo en cuenta la realidad de los seis países de

Zurich Santander y sus retos locales en tres frentes: objetivos del país, objetivos del área y premisas para los objetivos individuales.

Para incentivar el uso del IDP enviamos comunicaciones, desarrollamos instructivos, ponemos a disposición capacitaciones de apoyo e implementamos talleres de formación. Por otro lado, fomentamos el feedback constante y el diálogo sobre IDP y carrera a través de las conversaciones entre directores y equipos, así como mediante las instancias formales de retroalimentación: managers and teams, as well as through formal *feedback* instances.

## Objetivos de sostenibilidad en la evaluación de desempeño

En la mayoría de los países, los objetivos de sostenibilidad que incluimos en nuestra estrategia y metas corporativas son obligatorios dentro de las evaluaciones de desempeño de aquellos colaboradores cuya función o alcance estén vinculados a dicha temática.

## PROGRAMAS DE TUTELAJE Y COACHING

En 2021 se desarrollaron en todos los países y están destinados a equipos de dirección, gerencia y puestos ejecutivos, que tienen por objetivo potenciar sus habilidades de liderazgo, con encuestas 180° y sesiones de devolución con coaches.

Siempre buscamos cubrir las posiciones internas con talento que esté trabajando en nuestra organización. Durante 2021, 35,1% de las vacantes abiertas fueron cubiertas con nuestros empleados, para fomentar el movimiento de nuestros colaboradores implicándolos en múltiples agendas e intercambios de roles.

**100%**  
de empleados  
evaluados en su  
desempeño<sup>2</sup>

2). Considera a los empleados activos a la fecha de evaluación en cada país, que contaran con los criterios para ser parte de la evaluación (antigüedad mayor a 3 meses).

## FORMACIÓN

En el marco del Plan de Desarrollo Individual, impulsamos las capacitaciones necesarias para permitirle a nuestro personal adquirir conocimientos para el aprendizaje y actualización de sus habilidades, lo que ayuda a la consecución de los objetivos de nuestro negocio y el cumplimiento de nuestra estrategia. El foco está puesto en la formación virtual, para acompañar la modalidad de trabajo híbrido que tenemos en la mayoría de los países.

Contamos con nuestra propia universidad corporativa “ZS College” y la plataforma “My Development” del Grupo Zurich, que incluye también acceso a LinkedIn Learning, donde se alojan cursos y entrenamiento de habilidades técnicas de seguros, informática y tecnología, *soft skills*, sostenibilidad, entre otros.

Asimismo, ofrecemos a nuestros colaboradores la posibilidad de obtener becas para cursar formaciones del estilo posgrado, diplomados, cursos

de especialización o *MBA* en estudios relacionados con las actividades que se desarrollan en nuestra organización, dependiendo la oferta de cada país.

En **Brasil** estamos asociados con Universia (una empresa relacionada con el Banco Santander), y consultoras externas de formación y desarrollo.

Por otro lado, de acuerdo al Convenio Colectivo de Trabajo, para facilitar la continuidad laboral de nuestros colaboradores ofrecemos un programa de recalificación profesional, que consiste en un curso de capacitación técnica, para todos aquellos que han sido despedidos involuntariamente y que hayan trabajado durante más de un año ininterrumpido dentro de nuestra empresa. Exponemos esta cláusula en el kit de despido para asegurar el beneficio al ex empleado, pero pocos hacen uso de ella: durante 2021 desvinculamos a 17 personas y sólo 3 solicitaron la recalificación.

En **Chile** también contamos con una alianza con la Escuela del Seguro para la formación técnica en esta materia. Estamos vinculados a otras asociaciones como ICARE, para acceder a formaciones transversales de interés para nuestros colaboradores.

En **México** la normativa del país exige un registro de las formaciones en el organismo legal competente, por lo que expedimos por empleado el certificado DC3, que constata la formación realizada durante el año.

Por otra parte, la plantilla en **España** cuenta con necesidades de formación muy específicas por los roles que se ejercen. Considerando este contexto, revisamos e implementamos de forma individual las iniciativas de desarrollo, llevando a un modelo de contratación de servicios específicos y variados. Y en el caso de detectar la necesidad de una habilidad o un servicio de forma más amplia o recurrente, buscamos un contrato o alianza de largo plazo, como el que tuvimos con la Escuela Europea de Coaching durante 2021.

**30.718**  
horas de capacitación  
durante 2021

## PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO DESGLOSADO POR CATEGORÍA LABORAL 2021

	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	ESPAÑA	MÉXICO	URUGUAY
<i>Top Management</i>	30,4	42,0	46,6	5,0	40,0	23,0
<i>Upper Management</i>	30,5	21,0	59,0	6,3	16,0	23,5
<i>Middle Management</i>	30,5	30,0	17,7	7,8	23,0	23,8
<i>Jr Management</i>	30,5	26,0	-	16,9	31,0	23,5
<i>Operational</i>	30,5	24,0	-	4,8	28,0	23,5

# Diversidad e inclusión

/ 5.1.2



La gestión de la diversidad y la inclusión es un componente clave para nuestra organización, ya que un equipo diverso ayuda a enriquecer la toma de decisiones estratégicas, ofrecer soluciones innovadoras y actuar de forma más productiva, al impulsar la colaboración multigeneracional e incorporar múltiples puntos de vista. Una cultura diversa es clave para continuar siendo un empleador que atrae, fideliza, genera inclusión laboral e impulsa al máximo el compromiso del equipo humano.

Nos regimos bajo el Código de Conducta del Grupo Zurich, de alcance global, que establece que no toleramos ninguna discriminación o acoso en el lugar de trabajo, incluida la edad, la discapacidad, la etnia, el origen nacional, el género, la raza, el color, la religión, el estado civil, la orientación sexual o cualquier otro aspecto. Estos principios se extienden a todas las áreas de nuestra organización, incluyendo la contratación, formación, evaluación, promoción y remuneración. Contamos con una línea de

*compliance* para reportar cualquier situación que atente contra la integridad de nuestros colaboradores y los aspectos recogidos en el Código Ético y de Conducta. Además de las políticas globales del Grupo, en algunos de los países adoptamos medidas adicionales específicas para promover la igualdad de trato y oportunidades y gestionar la diversidad en nuestra organización.

“  
Apostamos por la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en todas las áreas y ámbitos de nuestro negocio.

## Certificación otorgada por *Economic Dividends for Gender Equality* (EDGE)

En noviembre de 2015, el Grupo Zurich se convirtió en la primera compañía global en el sector asegurador en conseguir la certificación que otorga la *Economic Dividends for Gender Equality* (EDGE), el primer y único sistema de certificación global de igualdad de género en el trabajo para todos los sectores. EDGE es una certificación bienal que incluye, como resultado, la elaboración de un plan de acción con el objetivo de trabajar la igualdad de género en cinco dimensiones clave: equidad salarial, igualdad de oportunidades en la contratación y las promociones internas, desarrollo del liderazgo y la mentoría, horarios flexibles, y cultura empresarial. **Brasil y México cuentan con la certificación desde 2016, y en 2021 han certificado por tercera vez.**

El Grupo Zurich cuenta con el grupo de afinidad *Women's Innovation Network* (WIN), un programa para apoyar el desarrollo a través de recursos y oportunidades que ayudan tanto a mujeres como a hombres a alcanzar una carrera exitosa. Ofrece una plataforma para participar, conectar y crecer, y provee acceso a recursos educativos y de entrenamiento, enfocados en el desarrollo profesional, las competencias básicas, orientación, voluntariado y el *networking*. Si bien las mujeres son el público principal, los hombres también son bienvenidos a participar, ya que muchos problemas afectan a ambos. Este modelo está disponible para todos los países de Zurich Santander.

Por otro lado, en **Argentina y Uruguay** durante 2021 jerarquizamos cuatro posiciones del Comité de Dirección ocupadas por mujeres, que de gerentes pasaron a ser directoras. Actualmente, el Comité está conformado por siete integrantes, todos con el mismo rango.

## 5.1.2 Diversidad e inclusión

En **Brasil** participamos del *Great Place To Work 4all Women* durante cinco años consecutivos.

Asimismo, más allá de las cuotas que son obligatorias en Brasil, contratamos a personas con discapacidad en otros puestos no obligatorios porque consideramos que son candidatos que demuestran una gran capacidad técnica y de comportamiento. Y en *ZSCollege* contamos con el *track* de diversidad e inclusión con contenidos para que el directivo reciba estos empleados de la forma más inclusiva posible.

**Durante 2021** aumentamos la población negra y mestiza en Brasil, quienes representan el 21% del total de la plantilla.

En **Chile**, a través del Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, promovemos el derecho a la igualdad de oportunidades para toda la plantilla, en todos los procesos vinculados a la gestión de Recursos Humanos y en todas las áreas de nuestra organización, sin hacer ningún tipo de distinción por cuestiones de género, ni de discapacidad. Por otro lado, desde hace más de 3 años somos aliados de la Fundación Ronda, especialista en temáticas de equidad, diversidad e inclusión, alianza que nos permitió identificar ejes de trabajo orientados a la equidad de género, migrantes y discapacidad, velando

por la no discriminación e igualdad en el trabajo. De esta manera desarrollamos planes específicos de integración a nuestra Compañía de personas con discapacidad, asesorados con gestores de inclusividad para evaluación del puesto de trabajo y necesidades puntuales acorde a la discapacidad.

**En Chile no tenemos brecha salarial, contamos con**

**19%** de extranjeros en nuestra organización

**30%** de mujeres en roles de liderazgo

**1%** de personas con discapacidad

En **México** revisamos que en las vacantes contemos con candidatos de ambos sexos, realizamos un seguimiento del porcentaje de posiciones con candidatas mujeres y llevamos a cabo el análisis de regresión de sueldos para identificar si tenemos variaciones significativas entre sueldos de hombres y mujeres. Por otro lado, en junio realizamos la semana de la diversidad e inclusión, con 6 talleres enfocados en diversos temas vinculados a ello. Participaron 125 colaboradores, con un total de 264 horas de capacitación.

En **España** llevamos a cabo el seguimiento de métricas de diversidad de género en los procesos de revisión de talentos y planes de sucesión. En el proceso de selección, buscamos que el gestor de la vacante reciba en la terna una composición equilibrada de género.

**Nuestro Programa Líderes que Inspiran de Chile** está orientado a impulsar la equidad de género a través del desarrollo del liderazgo femenino. En 2021 se graduó la primera generación del programa, representando el 40% de las mujeres de nuestra Compañía.

**El Comité Ejecutivo Regional de Zurich Santander, ubicado en España, está compuesto en un 57% por mujeres.**



# Comunicación / 5.1.3



La comunicación en Zurich Santander se gestiona de forma humanizada, integrada, interactiva, coherente y continua con el fin de que todas las personas de la organización se comprometan con los objetivos estratégicos de la Compañía. Además, buscamos utilizar un lenguaje diverso, inclusivo y flexible para potenciar los mensajes y brindar la comodidad necesaria para que los empleados tengan la libertad de expresar sus puntos de vista.

## EN CONTACTO CON NUESTROS COLABORADORES

Buscamos mantener una comunicación continua y fluida con nuestros colaboradores, no sólo para brindar información y novedades sobre nuestra empresa, sino para además transmitir nuestros valores, estrategia y objetivos.

Para ello utilizamos diferentes canales digitales, que durante 2021 resultaron de vital importancia dado el contexto de trabajo remoto en varios de los países.

### PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN

- **Workplace:** una red corporativa dentro del canal interno del Grupo Zurich que nos posibilita un espacio en común entre los colaboradores, para compartir noticias e información. En el caso de Brasil, se utiliza la red PortalZS.
- **LinkedIn:** red social externa donde tenemos una página corporativa para la publicación de vacantes laborales y fortalecer el compromiso de nuestros empleados.
- **Town Hall:** encuentros virtuales trimestrales para compartir las novedades de la organización y el negocio, y generar un espacio de encuentro y reconocimiento a nuestros colaboradores.

#### Mail

- ✓ Argentina
- ✓ Brasil
- ✓ Chile
- ✓ España
- ✓ México
- ✓ Uruguay

#### LinkedIn<sup>1</sup>

- ✓ Argentina
- ✓ Brasil
- ✓ Chile
- ✓ España
- ✓ México
- ✓ Uruguay

#### Town Hall

- ✓ Argentina
- ✓ Brasil
- ✓ Chile
- ✓ España
- ✓ México
- ✓ Uruguay



#### Workplace

- ✓ Argentina
- ✓ Brasil
- ✓ Chile
- ✓ España
- ✓ México
- ✓ Uruguay

#### Whatsapp

- ✓ Argentina
- ✓ Brasil
- ✓ Uruguay

#### Microsoft Teams

- ✓ Argentina
- ✓ Brasil
- ✓ España
- ✓ México
- ✓ Uruguay

1) Perfil corporativo LinkedIn Zurich Santander Insurance America.



En **Brasil**, contamos con Portal ZS, una red social interna interactiva para que los colaboradores puedan acceder desde donde quieran, para conocer y comentar sobre los principales temas divulgados por la empresa. Además, de cara al público externo, realizamos un trabajo de Asesoría 3.0 para las cuentas de los ejecutivos de la Compañía que son voceros autorizados, y así puedan dar a conocer campañas, buenas prácticas y logros de Zurich Santander con éxito.

Durante 2021 en **Chile** desarrollamos nuestra estrategia de comunicación con el objetivo de posicionarnos interna y externamente como una empresa colaborativa, enfocados en priorizar al cliente y fomentar la innovación. Trabajamos en el marco de 5 pilares:



En **España**, al tener una función regional, nuestro equipo debe poder conectarse de manera remota con distintos países, por lo que son de suma importancia los canales digitales.

**CLIMA LABORAL**

Día a día buscamos generar un buen clima laboral, donde cada uno de nuestros colaboradores pueda trabajar cómoda y libremente, desarrollándose y potenciando sus habilidades. Para conocer la opinión de nuestro personal desarrollamos **la encuesta Employment Net Promoter Score (ENPS)**, dos veces al año en todos los países.

**RESULTADO ENCUESTA ENPS 2021**

	Abril	Octubre
<b>Zurich Santander</b>	<b>63</b>	<b>68</b>
<b>ARGENTINA</b>	58	60
<b>BRASIL</b>	60	72
<b>CHILE</b>	61	53
<b>ESPAÑA</b>	62	68
<b>MÉXICO</b>	71	75
<b>URUGUAY</b>	74	61

“ El 83% de los empleados de Zurich Santander participó en la última medición de eNPS en 2021.

Además, generamos espacios diálogo con los colaboradores a partir de conversaciones directas con Recursos Humanos y *line managers* (**Argentina, España y Uruguay**), desayunos mensuales (“Cafecitos” en Chile), y focus groups (México).

Para gestionar el clima laboral en **Argentina** elaboramos un plan de acción anual diseñado en ejes de trabajo: modelo de trabajo, *work and life balance*, comunicación, liderazgo y recursos humanos. En este marco, creamos un grupo de trabajo enfocado en la metodología ágil, donde relevamos las necesidades para mejorar constantemente el espacio laboral. La información recabada se presenta al Comité de Dirección a través de la directora de Recursos Humanos en un foro semanal, donde los líderes de la Compañía junto al CEO exponen las necesidades estratégicas y tácticas para llevar adelante el negocio. Los resultados se traducen en lanzamientos o actualización de políticas, beneficios, herramientas, comunicaciones sobre temas específicos, entre otras iniciativas.

En **Brasil** estructuramos nuestra estrategia de comunicación a partir de los comentarios de las encuestas de clima y compromiso (como el *Organizational Health Index*<sup>3</sup>, ENPS, GPTW, EDGE, etc.). El área de Comunicación Corporativa, además, trabaja con encuestas de reacción de sus eventos y campañas.

3). Encuesta que mide la salud organizacional a largo plazo, vinculándola con el desempeño de la empresa, ya que mide y rastrea los elementos organizacionales que impulsan el desempeño, como las mentalidades y comportamientos subyacentes.

“ En 2021 el NPS sobre la comunicación interna de Brasil fue de 56 puntos, 41 puntos más que el rendimiento en 2020



## 5.1.3 Comunicación

En **Chile**, en base a los resultados de la encuesta eNPS, fomentamos la conciliación laboral- familiar a través de jornadas laborales flexibles con tramos horarios acorde a la preferencia de los colaboradores, lanzamos programas de bienestar en ámbitos físico, social, mental y financiero, así como diversos beneficios para promover el autocuidado, el tiempo libre y el tiempo en familia.

En **España** mantuvimos un excelente nivel de compromiso de nuestros empleados en la encuesta de ENPS gracias a iniciativas enfocadas en las nuevas formas de trabajar y la percepción de una continua evolución del ambiente laboral y la integración de los equipos.

En **México** complementamos el resultado de la encuesta eNPS con *focus groups* donde participan colaboradores de diferentes niveles organizativos, para poder generar un plan de acción y así mejorar su percepción.

## RECONOCIMIENTOS

Entendemos que la celebración de los logros es una acción importante para generar compromiso entre los colaboradores, por lo que el reconocimiento también forma parte de la estrategia de comunicación en Zurich Santander.

A través de **nuestro programa regional “RecogniZSe”**, reconocemos por votación de toda la Compañía a los colaboradores destacados del semestre, a partir de seis categorías alineadas a nuestros valores. Por otro lado, contamos con el “*Gold Award*”: una categoría especial que es definida por el Comité de Dirección, donde reconocemos al empleado del año.

<b>Gold Award</b>	El Comité de Dirección local reconoce al colaborador que haya demostrado competencias de liderazgo, innovación, visión estratégica, compañerismo y orientación al cliente.
<b>Innovation at ZSIA</b>	Reconoce al colaborador que haya pensado fuera de la caja, desarrollando ideas que reduzcan costos, incrementando la eficiencia y/o mejoren la experiencia del cliente.
<b>Inspirational Leadership</b>	Reconoce al colaborador por sus logros como líder natural, su manera de gestionar, que inspira y motiva a otros ayudándoles a superarse, con alto valor de ética y dentro de los valores y comportamientos de nuestra empresa.
<b>Excellence in Execution</b>	Reconoce a los colaboradores que hayan alcanzado resultados bajo altos estándares de calidad y con un desempeño muy superior a lo esperado a través de su excelencia, eficacia, foco en el cliente, resultados, acciones y decisiones propias. Inspira y motiva a otros.
<b>Team collaboration</b>	Reconoce al colaborador por sus logros alcanzados como miembro de un equipo que obtuvo logros que superaron las expectativas, que demostró una actitud óptima que llevó a un resultado con foco en el cliente.
<b>Risk Culture</b>	Reconoce de forma individual a aquellos colaboradores que se han destacado claramente como un agente de cambio para una mejor cultura de riesgos en nuestra Compañía.
<b>Applause</b>	Reconoce al empleado por entregas excedentes a su función diaria.

En **Argentina** y **Uruguay**, además, contamos con el Programa de Referidos, donde recompensamos con un monto a través del recibo de sueldo a aquellos colaboradores que nos refirieron algún conocido para sumarse a nuestro equipo. Por otro lado, en las reuniones trimestrales del *Town Hall* reconocemos a los empleados y equipos destacados. Y, por último, a través de nuestras comunicaciones anunciamos las promociones, cambios de puesto, implementaciones especiales y posibilidades internas.

Finalmente, en **Brasil** tenemos una categoría adicional en “RecogniZSe” llamada Experiencia del Cliente, que tiene como objetivo reconocer a los empleados que demuestran proactividad para mejorar la atención y el servicio al cliente, contribuyendo al aumento del NPS. Y tenemos otros dos programas de reconocimiento interno: “*Tempo de Casa*”, donde reconocemos en las asambleas generales a los empleados con más de 5 años en la empresa, y “*Tô na Executiva*”, a través del cual los líderes indican semanalmente los empleados que tienen alguna idea o resultados para compartir con la junta directiva, generando así una agenda de reconocimiento personal, que ha dado mucho *feedback* positivo. Y en **Chile** contamos con reconocimientos mensuales en cada gerencia, en base a valores y comportamientos de nuestra Compañía, donde votan los colaboradores de cada área. En **España** el reconocimiento de los empleados lo hacemos de distintas formas, incluyendo la participación en proyectos que les ofrezcan exposición dentro de la Compañía, iniciativas de desarrollo y celebraciones.

# Bienestar, salud y seguridad/ 5.1.4

## ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Nuestro compromiso es ser cada día más eficientes y productivos, identificando políticas y prácticas alineadas a las nuevas formas de trabajo para generar un entorno flexible que potencie el desarrollo personal y profesional. Ofrecemos diferentes medidas destinadas a impulsar la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de nuestros colaboradores.





5.1.4 Bienestar, salud  
y seguridad

En **Argentina** disponemos de una Política de Beneficios (“*FlexStyleZS*”) para todos nuestros empleados, a través del cual otorgamos más autonomía y responsabilidad al mismo tiempo que reforzamos nuestro nivel de confianza en los equipos. Se trata de una forma de trabajo que incrementa la conciliación de la vida personal y profesional, con medidas como flexibilidad horaria, día libre de cumpleaños (propio y de hijos), licencia parental, kit escolar para los hijos en edad escolar, disponibilidad de 21 días de estudio por año, acceso gratuito a gimnasios, descuentos en el seguro de auto, vivienda y vida, entre otros.

Nuestra licencia parental es superior a lo establecido por la Ley de Contrato de Trabajo, promueve el equilibrio de la vida personal y profesional y la igualdad de derechos sin distinción de género, y busca generar un impacto positivo en la vida de los niños desde sus primeros días de vida. Este beneficio establece un mínimo de licencia paga tanto para madres como para padres, en roles de padre primario y co-padre indistintamente (con 16 y 6 semanas de licencia con goce de sueldo respectivamente).

En Argentina relanzamos  
nuestro programa  
#FlexStyleZS para convertirlo  
en una forma de trabajo que  
incrementa la conciliación de  
la vida personal y profesional

En **Brasil** ofrecemos una serie de prácticas para conciliación, entre las que destacan el horario de entrada y salida flexible, la acumulación de horas extras en un banco de horas para ser compensadas, festivos adiciones, día libre por cumpleaños, vacaciones fraccionadas, entre otras.

Contamos también con una Política Parental para fomentar la corresponsabilidad por parte de ambos progenitores, que establece una serie de prácticas que propician un ambiente más acogedor para mujeres, hombres y familiares durante el período de gestación y en los primeros doce meses del recién nacido: permiso para acompañar como persona cuidadora secundaria a las consultas prenatales, permiso para acompañar al pediatra, realización de la mitad de la jornada laboral de las mujeres gestantes en la modalidad de teletrabajo, *mentoring* para madres, reembolso parcial por guarderías, entre otras. Estas prácticas aplican por igual a parejas del mismo sexo y heterosexuales, así como los casos de adopción.

Para el disfrute de la conciliación de la vida laboral, familiar y personal en **Chile** ofrecemos una jornada laboral de 40 horas semanales en vez de las 45 horas establecidas en el país, y otros beneficios pactados en la negociación colectiva como permisos especiales (especial familiar, por nacimiento, fallecimiento, entre otros). Contamos, además, con el “*Parental leave*”: permisos pagos en caso de maternidad, paternidad y adopción, que están por encima de la ley del país.

En **México** también implementamos acciones y políticas internas para facilitar el disfrute de la conciliación de la vida laboral, familiar y personal: rutas de transporte gratuito para llegar al puesto de trabajo, días adicionales de permiso y festivos a los establecidos por ley, ayudas por nacimiento y matrimonio, gastos médicos para la persona trabajadora, cónyuge e hijos, plan de pensiones, seguro de vida, etc. También contamos con una Política de Licencia Parental, donde otorgamos cuatro semanas adicionales a las establecidas por ley para la persona cuidadora primaria y secundaria<sup>4</sup>.



4). El término “persona cuidadora” se refiere a la persona que cuida principalmente al niño/a después del nacimiento (primaria) o a la persona acompañante (secundaria) con independencia de la duración del empleo, el estado de la relación parental, el estado civil, el género, la identidad de género u orientación sexual.



“ En Argentina, Brasil, Chile y México contamos con licencias por nacimiento o adopción que están por encima de los requerimientos legales locales. En España la licencia parental sigue la regulación española que permite una licencia de hasta 4 meses.

En **España** contamos con la plataforma de *LiveWell* de Grupo Zurich, implementada en 2021. Se trata de una plataforma digital que reúne todas las necesidades de salud y bienestar (físicas, mentales, financieras y sociales) en un mismo ecosistema integrado, permitiendo establecer objetivos y hacer monitoreo en temas de salud, estado de ánimo, estrés, calidad de sueño; brinda recomendaciones de vida saludable; herramientas de chequeo de salud; meditación diaria, entre otros. También desde inicios de la pandemia brindamos a nuestros empleados un monto para gastos

de teletrabajo, y contamos una Política de Beneficios Flexibles para destinar a lo que el empleado desee: guardería, seguros de salud, movilidad, etc.

En **Uruguay** ofrecemos beneficios adicionales a la legislación como días adicionales de vacaciones, ayuda para familias con hijos en edad escolar, días de estudio para realizar exámenes para aquellos que están cursando algún estudio, día libre de cumpleaños, posibilidad de teletrabajo, “*early Friday*”, acceso gratuito a gimnasio, entre otras.

“ Durante 2021 implementamos en Uruguay acciones como pausas activas y charlas con especialistas sobre nutrición y estrés, para promover el bienestar de nuestro personal.

**ACCESO A LA LICENCIA PARENTAL 2021**

2021	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	ESPAÑA	MÉXICO	URUGUAY
Hombres	6	5	3	1	2	0
Mujeres	5	3	3	0	7	0



## NUESTRA GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD

En Zurich Santander buscamos garantizar condiciones de salud y seguridad óptimas en el trabajo. Para ello articulamos acciones y medidas encaminadas a la mejora y la prevención de riesgos laborales dentro de nuestra organización. En todos los países cumplimos con lo establecido por la normativa vigente en materia de Higiene, Salud y Seguridad en los espacios de trabajo.


En **Argentina**, cumplimos con todos los aspectos relativos a la Salud y la Seguridad que se incluyen en la Legislación Argentina sobre Riesgos del Trabajo (Ley 24.557 sobre Riesgos del Trabajo).

En **Brasil** implementamos un programa de calidad de vida con el objetivo de concienciar, sensibilizar y poner en marcha acciones prácticas que mejoren el bienestar y la salud de nuestra plantilla (un programa nutricional, de salud emocional, una campaña de vacunación, de salud ocular y asociaciones con gimnasios, entre otras). Contamos, además, con una Comisión Interna de Prevención de Accidentes que mensualmente revisa nuestras prácticas sobre la salud y seguridad de los empleados. Esta comisión es la organizadora de la Semana Interna de Prevención de Accidentes Laborales, que en 2021 trabajó enfocada en los riesgos de accidentes principalmente en el hogar, la ergonomía y la prevención y fortalecimiento de la salud.

En **Chile** existe un Comité Paritario encargado de velar por que las condiciones de infraestructura y lugar de trabajo cumplan con los estándares de seguridad adecuados, con sesiones mensuales para revisar y evaluar los planes de acción establecidos (comprobación de extintores, simulacros de emergencia, etc.) y vigilar las condiciones ambientales de las oficinas.

En **México** llevamos a cabo nuestro Programa de Salud y Seguridad, realizamos la celebración de la “Semana de la Salud” (con servicios para generar conciencia y fomentarla), brindamos charlas sobre bienestar emocional, salud mental y prevención y detección del cáncer, realizamos la campaña de vacunación contra la gripe y la asistencia para apoyo psicológico, nutricional y médico de nuestros colaboradores, entre otras acciones.

En **Uruguay**, siguiendo lo que estipula la Ley 16.074, por la que se regulan los seguros sobre accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, contamos con un seguro de accidentes con Banco Seguros del Estado para todos nuestros empleados. Las medidas implementadas para asegurar las condiciones de salud y seguridad en el trabajo corresponden al cumplimiento de las normas que formalmente aplican en materia laboral en el país.



En octubre de 2021, los empleados de Brasil contaron con nuevos planes dentales: Santander Odonto Empresas, sin coste, con más de 225 procedimientos cubiertos, u Odonto VIP Empresas financiado por el empleado que lo desee, con 90 procedimientos más incluidos, blanqueamiento en casa, ortodoncia y prótesis.

**MEDIDAS FRENTE AL COVID-19**

Durante 2021 continuamos con las disposiciones y protocolos de seguimiento de casos sospechosos y confirmados de COVID-19, siguiendo las recomendaciones sanitarias para proteger a todo nuestro personal.

Asimismo, implementamos durante el año un modelo de trabajo híbrido. Para ello adaptamos nuestras oficinas, establecimos protocolos y manuales específicos y brindamos charlas y capacitaciones a nuestros colaboradores para acompañarlos durante este proceso.

En **Argentina**, todas las prácticas de recursos humanos fueron transformadas: desde los encuentros presenciales a virtuales, hasta la conversión de beneficios tradicionales. El foco estuvo puesto en acompañar a las personas brindando todas las herramientas de trabajo en sus hogares, incorporar prácticas flexibles y vinculadas al bienestar, así como mantener las reuniones virtuales para fomentar el sentido de pertenencia. Como resultado, obtuvimos el ENPS más alto de los últimos 3 años.

En **Brasil** además del modelo híbrido continuamos con las medidas tomadas durante 2020: ayuda económica para cubrir gastos o mejorar la conexión a internet, apoyo financiero en caso de hospitalización de familiares cercanos, apoyo médico específico a través de la telemedicina, apoyo psicológico en línea, anticipación del pago del decimotercer salario, etc. Además, nos sumamos al programa “No despedir” junto con Banco Santander, que garantiza la estabilidad financiera y la tranquilidad de las personas trabajadoras. Con los avances de

la vacunación, lanzamos el “Vacunómetro” en nuestros canales de comunicación con el objetivo de mapear el número de vacunados y promover la vacunación.

En **Chile**, desplegamos un plan Compañía para abordar las distintas dimensiones con los colaboradores. Entre las iniciativas destacamos el acompañamiento psicológico, mediante el cual brindamos apoyo a través de charlas y programas internos para dar soporte a los colaboradores en las distintas fases de la pandemia, resguardando su salud emocional. Además, adaptamos nuestro plan de formación interna para evolucionar hacia formatos virtuales que permitan mayor flexibilidad y acceder a *speakers* internacionales acorde a las temáticas.

En **España** incorporamos la cobertura de gastos por teletrabajo como parte de los beneficios a nuestros empleados, y les ofrecemos más opciones de beneficios vinculados a la salud, con el objetivo de fortalecer la cultura de la prevención.

En **México**, todos nuestros colaboradores continuaron teletrabajando durante el año. Realizamos comunicaciones, videos e infografías compartiendo consejos para realizar un mejor trabajo en casa, mantenerse saludables y otros temas vinculados con el equilibrio emocional.

En **Uruguay**, el hito principal fue haber migrado a modo remoto el trabajo, una práctica que nunca antes se había aplicado en la Compañía en este país. Además, se entregaron las herramientas de trabajo, se crearon espacios de encuentro virtuales, se fomentó el contacto constante entre líderes, colaboradores y recursos humanos.



5.1.5 Relaciones  
sociales y laborales

# Relaciones sociales y laborales

/ 5.1.5



La gestión de nuestras relaciones sociales y laborales varía en función del país y de las figuras laborales regulatorias y legales de representación de las personas trabajadoras existentes en cada uno de ellos.

En **Argentina** adoptamos y encuadramos a nuestro personal dentro del Convenio Colectivo de Seguros, que cubre a todos excepto a becarios, gerentes, directores y CEO. Asimismo, contamos con dos delegados para la representación de la plantilla que son intermediarios en la negociación colectiva.

En **Brasil**, mediante el Banco Santander y por medio del servicio de *Legal Agreement*, realizamos la gestión de las relaciones laborales y de la aplicación del convenio colectivo ("*Convenção Coletiva de Trabalho*") para toda la Compañía, con el sindicato

de los empleados. Los servicios prestados a la plantilla son: acompañamiento en la negociación de los convenios colectivos de nuestras empresas, consultoría en aspectos relacionados con los trabajadores y sindicatos, y, cuando aplica, negociación del convenio colectivo propio.

Por otra parte, en **Chile** contamos con un convenio colectivo de tres años de duración que cubre a la totalidad de nuestros empleados, siendo el actual vigente hasta el 31 de octubre de 2024. Además, la Dirección del Trabajo es la entidad estatal encargada de regular en el país los procesos de negociación colectiva. Los Comités Paritarios mencionados anteriormente existen para abordar también los temas laborales pertinentes.

Las actividades profesionales de nuestros empleados de la oficina de **España** se rigen por el convenio de oficinas y despachos de Madrid.

En cambio, en **México** velamos por el cumplimiento de la legislación vigente y fomentamos el diálogo con nuestros empleados, no disponiendo de un convenio de negociación colectiva formal.

Y en **Uruguay** tampoco contamos con un convenio colectivo, sino que aplicamos aquello que se acuerda en el Consejo de Salarios, un órgano de integración tripartita (gobierno, empleadores y trabajadores) que establece salarios mínimos, categorías y otros beneficios mediante el diálogo social.





# Nuestros Clientes / 5.2

En Zurich Santander contamos con una amplia cartera de productos con el propósito de ofrecer soluciones alineadas a cada perfil de cliente, de acuerdo con su momento de vida y sus planes a futuro.



# Nuestra presencia en el mercado / 5.2.1

5.2.1 Nuestra presencia en el mercado



1). El total de clientes totales es menor a la suma de las categorías porque hay clientes con presencia en ambas categorías.

2). Incluye 40.693 clientes de Odonto (dental).

## Argentina

Zurich Santander es la **segunda compañía que más crece** dentro del mercado banca seguros y ocupa el segundo lugar en cuanto a cuota de mercado.

## Brasil

- Mediante seguros de ahorro (Previdencia) gestionamos más de **BRL 63.000 millones** en activos en los productos de pensiones privadas.
- Nos mantuvimos como **líderes del mercado** para el segmento de productos de protección del crédito durante 2021.
- La cartera de Zurich Santander Odonto contaba con más de 28.000 beneficiarios particulares y más de 12.000 beneficiarios empresas.

## Chile

Somos **líderes por primas** en el mercado de banca seguros.

## México

Tuvimos un incremento del 2% en la participación del mercado de banca seguros en relación con 2020, posicionados en el 5° lugar, lo que **representa el 11% del mercado**.

## Uruguay

Zurich Santander es la **tercera Compañía líder del mercado**, representando el 15% del mercado.

La sigla OM se refiere a productos *Open Market*, es decir, seguros contratados por clientes no relacionados con operaciones crediticias. La sigla CR se refiere a productos Credit Related, es decir, seguros vendidos para la protección de productos directamente relacionados a operaciones crediticias expedidas por Santander.

5.2.1 Nuestra presencia  
en el mercado

# Nuestros productos

Contamos con una amplia distribución de productos en diversos canales y líneas de crédito, tanto para personas físicas como jurídicas.



## PRODUCTOS POR PAÍS

### Open market (OM)

Seguros contratados por clientes no relacionados con operaciones crediticias.

### Credit related (CR)

Seguros vendidos para protección de productos directamente relacionados a operaciones crediticias expedidas por Santander.

#### ARGENTINA

- Vida
- Desempleo
- Salud (protección masculina y femenina)
- Accidentes personales

- Compra protegida
- Protección cartera
- Protección móvil
- Protección inteligente (gadgets)

- Robo en cajero
- PyMEs / Integral de comercio
- Hogar

- Vida saldo deudor:
  - Cuenta corriente
  - Tarjeta de crédito y débito
  - Hipotecarios <sup>1</sup>

- Personales <sup>1</sup>
- Prendarios <sup>1</sup>
- Incedio hipotecario

#### BRASIL

- Vida
- Accidentes personales
- Renta y seguro de salud
- Ingresos médicos

- Viaje
- Transacciones (Fraude)
- Hogar
- Propiedad de la persona jurídica

- Vida empresarial
- Previdencia
- Odonto (Dental)

- Vida saldo deudor:
  - Prestamista
  - Tarjetas de crédito
  - Hipotecario

- Vida - Programa Prospera
- Incedio hipotecario

#### CHILE

- Hogar
- Comercio
- Protección financiera

- Vida
- Accidentes personales
- Seguro Obligatorio Automotores (SOAP)

- Salud
- Viaje

- Desgravamen + ITP (Invalidez total y permanente)

- Vida saldo deudor:
  - Tarjeta de crédito y débito
  - Hipotecarios
  - Prendario
  - Personales

- Incedio y sismo hipotecario
- Cesantía

#### MÉXICO

- Ahorro / Unit Linked
- Vida
- Fraude
- Accidentes personales
- Hospitalización
- Protección médica

- Protección médica Mujer
- Protección médica PyME - GMM (Gastos médicos mayores)
- Hogar
- Empresa protegida
- Auto - Amplia Elite

- Mascotas
- Gadgets
- Ciberseguridad

- Vida saldo deudor:
  - Hipotecarios
  - Consumo
  - Línea Express
  - Automotriz

- Hipotecario Daños
- Desempleo

- Vida PyME
- Fraude, Vida, Accidentes personales para nóminas
- TUIIO - Microseguro

#### URUGUAY

- Accidentes personales
- Hogar
- Protección +60 protection (vida y hogar)

- Fraude
- Vida

- Comercio
- Seguro mujer

- Vida saldo deudor
  - Tarjeta de crédito
  - Consumo
  - Hipotecarios

<sup>1</sup> Refiere a productos de carteras que actualmente ya no se comercializan, sólo quedan stocks en *run-off*.



# Atención al cliente / 5.2.2

5.2.2 Atención al cliente



Nuestro propósito es garantizar la tranquilidad de las personas y sus negocios, por eso estamos comprometidos con construir una cultura organizativa centrada en el cliente, asegurar que cada interacción con la Compañía sea positiva y, por último, implementar planes de acción para elevar la satisfacción de los clientes, desarrollando un ambiente de mejora continua e innovación.

En un contexto donde la pandemia por COVID-19 seguía presente, en 2021 continuamos comunicándonos con nuestros clientes según las guías y procedimientos de comunicación del Grupo Zurich establecidas en el contexto de la pandemia. Con el foco puesto en la salud y seguridad, y de acuerdo con los protocolos aprobados por las autoridades competentes, priorizamos la atención a distancia y por medios electrónicos. También hemos puesto a disposición varios canales de comunicación para que puedan contactarnos: desde la atención presencial en nuestras sucursales (tomando todas las medidas de salud y seguridad de acuerdo con las recomendaciones de las autoridades sanitarias), hasta canales virtuales como páginas web, líneas de atención telefónica, correo electrónico e incluso números de WhatsApp para consultas más inmediatas.

Además, contamos con procedimientos para la gestión de la atención al cliente y monitoreamos los niveles de satisfacción mediante encuestas Net Promoter Score y Transactional NPS. Las encuestas son realizadas en varios puntos de contacto lo que nos permite tener un diagnóstico actualizado y preciso de las opiniones de nuestros clientes, para así realizar las acciones pertinentes para mejorar su experiencia. Asimismo, contamos con procesos para la gestión y el tratamiento de las quejas y reclamos, que pueden ser enviadas tanto por canales directos con nuestra Compañía como a través de entidades fiscalizadoras. Nuestro principal objetivo es solucionar la solicitud sin necesidad de que el cliente deba trasladar su incidente a la esfera judicial. Durante 2021, gestionamos alrededor de 200.000 acontecimientos, quejas y reclamos de consumidores, resueltas de acuerdo con nuestros procedimientos, sistemas y políticas.

En **Argentina** las comunicaciones con nuestros clientes se encuentran dentro de los principios de nuestra estrategia "CARE", que propone escuchar la voz del cliente para brindar soluciones innovadoras, fomentar una relación de largo plazo con ellos y asegurar la creación de valor sostenible. En 2021

además implementamos un nuevo servicio de atención telefónica para la denuncia y gestión de siniestros: el Centro de Atención Exclusivo (CAE).



**Nuestro nuevo Centro de Atención Exclusivo de atención telefónica para la denuncia y gestión de siniestros en Argentina, tiene un nivel de calidad del servicio por encima del 90% y una tasa de abandono menor al 1%.**

En **Brasil** contamos con un área responsable de la gestión de la experiencia del cliente, directamente vinculada al consejero delegado, y que se guía por la búsqueda constante de la evolución de nuestros procesos y recorridos, con el compromiso

de mejorar continuamente los productos y servicios. Hemos establecido foros y una gobernanza que también llega a los niveles más altos de nuestra Compañía para supervisar los indicadores de satisfacción, así como el progreso de los planes de acción.

En **Chile**, en lo que respecta a la atención al cliente, integramos en un único número todas las asistencias, simplificando de esta manera el acceso de nuestros usuarios a los servicios de ayuda. De la misma forma, automatizamos la gestión de un único correo electrónico genérico que recibe la documentación de los clientes para hacer uso de sus seguros, lo que resguarda mejor esos documentos y acelera la gestión de los siniestros.

En **México** contamos con una política general en materia de prestación de servicios y atención a usuarios, donde se establecen las acciones y comportamientos que deben seguir todos los colaboradores de nuestra organización en el procedimiento de calidad. Esto incluye los canales de reclamos y su correcta gestión, así como la supervisión y monitoreo de los servicios prestados a través de distintos indicadores, para detectar desviaciones y poder reportarlas.

5.2.2 Atención al cliente

**PRINCIPALES CANALES DE COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES**

**ARGENTINA**

**BRASIL**

**CHILE**

**MÉXICO**

**URUGUAY**

	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	MÉXICO	URUGUAY
<b>Línea telefónica</b>	Customer service center, CAE, Asistencias, modelo online.	Centro de llamadas, Servicio Al Cliente (SAC) y Defensor del Pueblo.	Contact center, Telemarketing.	Super Línea Santander	Línea exclusiva Zurich Santander
<b>Página web</b>	●	● <sup>1</sup>	●	●	●
<b>Online banking / banca móvil</b>	●	●	●	●	●
<b>Atención en sucursales bancarias Santander</b>	●	●	●	●	●
<b>App</b>	●	●		●	
<b>Email</b>	●	●		●	●
<b>Whatsapp</b>	●	●		●	●
<b>Redes sociales<sup>2</sup></b>	●	●	●	●	●
<b>SMS</b>		●			●

1) Integrada en la página web del [Banco Santander Brasil](#)

2) Estrategia corporativa de perfil de LinkedIn regional Zurich Santander Insurance America.

Webpage Links

[ARGENTINA](#)

[CHILE](#)

[MÉXICO](#)

[URUGUAY](#)



5.2.2 Atención al cliente

**Medición de la satisfacción: punto de partida para mejorar**

En **Argentina** utilizamos “Panoramia” para evaluar la satisfacción de nuestros clientes, una herramienta que la mide y monitorea constantemente en los principales puntos de contacto: siniestros, asistencias y ventas, a través de encuestas NPS por email, telefónicas y por WhatsApp. Además, contamos con un comité mensual llevado a cabo por el Área de Calidad y Clientes, así como mesas de trabajo donde analizamos las oportunidades de mejora y las posibles mejoras en la experiencia del mismo.

En **Brasil** relevamos los comentarios instantáneos de nuestros clientes a través de encuestas al final de las llamadas telefónicas (*Customer Satisfaction Score - CSAT*) y mediante encuestas en los principales puntos de contacto del recorrido de compra: contratación, reclamos, asistencias, servicio de atención al cliente, cancelación y renovación. El NPS se mide mensualmente mediante llamadas telefónicas y SMS, con una media de 1.600 encuestados por mes. Asociado a este seguimiento, analizamos las quejas y sus principales síntomas y aspectos a mejorar, lo que nos permite tener un diagnóstico claro y actualizado. Ocasionalmente también realizamos grupos de discusión y encuestas cuantitativas y/o cualitativas en el caso de probar un nuevo

modelo de negocio o producto. De esta manera, buscamos estar conectados con la percepción de nuestros clientes y con las oportunidades de mejora, comprendiendo que deben ser prioritarias para definir y estructurar nuestros planes de acción.

En 2021, además, desarrollamos un programa para formar a nuestros empleados sobre la experiencia del cliente a través de la gamificación: pusimos a disposición contenidos, talleres y actividades en línea para animarlos a desarrollar y aprender semanalmente las mejores prácticas centradas en el cliente. El programa involucró la participación de la alta dirección, e incluyó invitados del mercado para actualizar los conocimientos sobre la temática.

Monitoreamos los niveles de satisfacción a través de la metodología Net Promoter Score (NPS).

**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE POR PAÍS (NPS)**

ARGENTINA .....



BRASIL .....



CHILE .....



MÉXICO .....



URUGUAY .....



5.2.2 Atención al cliente

En **Chile** realizamos encuestas TNPS a diario de manera telefónica en varios puntos de contacto: ventas, siniestros, asistencias, póliza digital, Contact Center y cancelaciones. Los principales resultados de estas mediciones se presentan a toda la Compañía en las reuniones mensuales de cada gerencia, así como también se envían reportes a la región, y se reporta trimestralmente a la Comisión para el Mercado Financiero, cumpliendo con la normativa vigente. Asimismo, realizamos un comité de experiencia de clientes bimensual, con la participación del gerente general y su línea directa, donde se informan las acciones

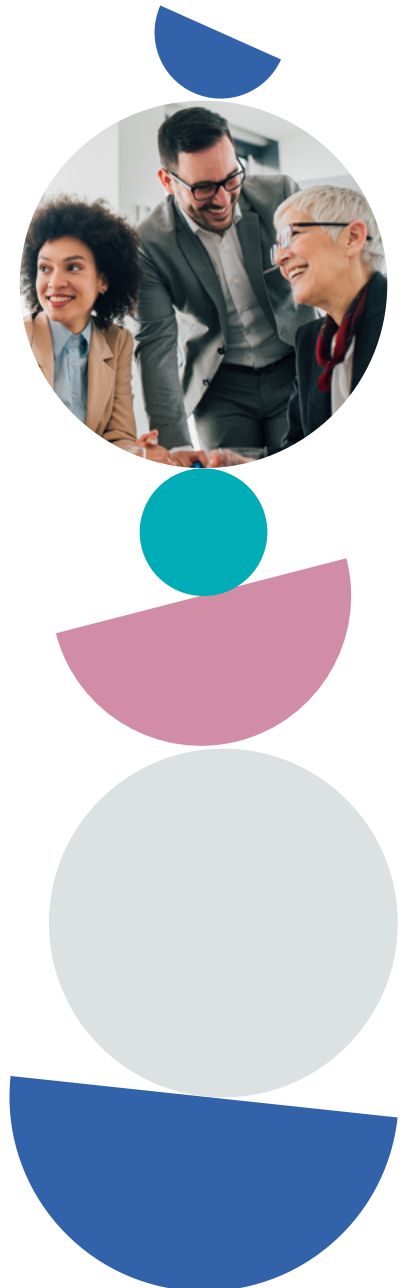
de mejora que se están llevando a cabo para atacar las causas raíz de los reclamos recibidos.

En **México** llevamos a cabo encuestas TNPS de recomendación 24 a 48 hs después de finalizadas las interacciones con cada cliente, con las que medimos su satisfacción en los puntos más importantes de contacto: Ventas, Siniestros, Asistencias, Servicio (CAT), cancelación y Unidad de Retención Seguros<sup>1</sup> (URS). Finalmente, junto con el Banco Santander, medimos la recomendación relacional de los clientes con más de tres meses de antigüedad con la encuesta de

NPS. Estas encuestas, en su conjunto, nos permiten tener una visión amplia y completa de la experiencia del cliente.

En **Uruguay** utilizamos encuestas NPS en dos puntos de contacto medibles: las ventas, con 100% respuestas recibidas todo el año y los pagos de siniestros, con un promedio de 46% respuestas recibidas.

1. Es la célula con la cual los clientes se comunican para realizar la cancelación del producto y los ejecutivos buscan retener al cliente.



	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	MÉXICO	URUGUAY
<b>TNPS Ventas</b>	69%	79%	93%	49%	62%
<b>TNPS Siniestros</b>	71%	60%	82%	56%	65%
<b>TNPS Asistencias</b>	74%	75%	64%	72%	- <sup>1</sup>
<b>TNPS Cancelación</b>	2%	42%	- <sup>1</sup>	30%	- <sup>1</sup>

1). Chile y Uruguay aún no cuentan con esta información.

5.2.2 Atención al cliente

**Gestión de reclamos**

En Zurich Santander contamos con diferentes procedimientos para la gestión de reclamos, que establecen los pasos a seguir para su manejo y resolución. Los principales motivos de los reclamos están asociados a siniestros, cobranzas, administración de pólizas, ventas no reconocidas, devolución de cargos y anulaciones, entre otros.

Como parte de nuestra estrategia de atención al cliente, en **Brasil** ponemos a disposición el mayor número de canales de contacto para formalizar reclamos, tanto internos como externos (redes sociales, organismos reguladores como Consumidor.gov, Programa de Protección y Defensa del Consumidor y Banco Central de Brasil). Y gestionamos las quejas y comentarios de clientes mediante

un sistema de tráfico interno que facilita y agiliza los procesos que dependen de una o más áreas, brindando de esta manera una mejor solución y respuesta. En 2021 implementamos el monitoreo de respuestas para asegurarnos de que éstas siguieran los lineamientos de nuestros procedimientos y así contribuyeran a la mejora en la resolución de reclamos. También constituimos grupos de trabajo para encontrar soluciones que permitan resolver con mayor asertividad

las necesidades de los clientes, las cuales se elevan al Comité de Clientes del cual participa el Comité Directivo.

En **Uruguay** contamos con un Manual de Atención de Clientes cuyo fin es el de proveer a nuestro personal un sistema de recepción de todas las solicitudes, consultas o inquietudes del cliente, y al mismo tiempo establecer mecanismos ágiles para la resolución de posibles diferencias. Por otro lado, contamos con un Manual de Reclamaciones de Clientes, cuyo objetivo es regular de manera formal los procedimientos para dar respuesta a los reclamos, quejas y sugerencias por las personas responsables asignadas. También contamos con un Código de Buenas Prácticas, que tiene por finalidad establecer un marco de referencia para nuestra relación con los clientes.



“  
En Chile logramos un 30% menos de reclamos que en 2020

**ARGENTINA      BRASIL      CHILE      MÉXICO      URUGUAY**

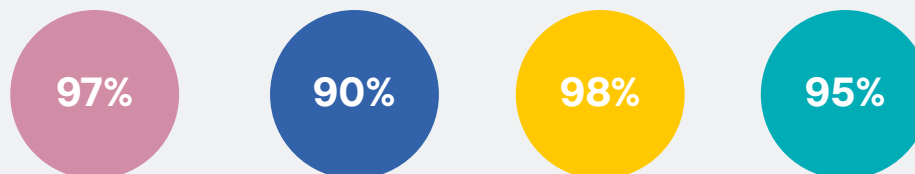
Cantidad de reclamos

**7.841      111.759      4.071      52.360      866**

Reclamos cada 10.000 pólizas

**2,81      5,77<sup>1</sup>      0,58      2,24      1,87**

**Resolución de reclamos en tiempo**



\*Uruguay aún no cuenta con esta información.

1). Además de reclamos, incluye consultas generales de pólizas.

# Tecnología, innovación y digitalización / 5.2.3



En Zurich Santander hemos realizado grandes avances en la migración hacia canales digitales tanto en la oferta de productos como en nuestros procesos internos. El objetivo es mejorar nuestros procedimientos, potenciar su eficiencia y enriquecer la experiencia del cliente, así como disminuir nuestro impacto ambiental. Por consiguiente, realizamos inversiones en tecnología que permiten el acceso a la contratación de nuestros servicios por medio de plataformas online, inauguramos nuevos canales de contacto y en muchos casos reemplazamos las pólizas físicas por digitales.

Dada nuestra estrecha relación con nuestro distribuidor el Banco Santander, en todos los países hemos desarrollado una estrategia de relación con los clientes a través de sus medios de contacto (sucursales, web, App, teléfono y redes sociales), aportando recursos y desarrollando en conjunto experiencias de atención simples y que resuelvan sus necesidades. Por otro lado, implementamos estrategias y campañas para incentivar el uso de los nuevos canales por parte de nuestros clientes, para reforzar y hacer efectiva esta nueva era de transformación digital.

En **Argentina** desarrollamos una nueva experiencia de contratación para los productos de Vivienda y Vida, así como la

contratación digital de nuestros productos en general. También aceptamos la firma biométrica, y llevamos a cabo la digitalización de la denuncia de siniestros. Logramos la fidelización del cliente a través de la comunicación para los productos Vida y Vivienda, e implementamos flujos de retención de clientes en el *online banking*.

Para mejorar la experiencia de nuestros clientes realizamos la adaptación tecnológica de las solicitudes de asistencias de mantenimiento de hogar y del sitio público de solicitudes de bajas de pólizas. Por otro lado, en nuestros canales de atención al cliente mejoramos la eficiencia de la respuesta de voz interactiva (IVR) del *Contact Center*, realizando la derivación al *online banking* y habilitando una opción para los clientes que no tuvieran productos en el banco.

A su vez, para incentivar el uso de canales digitales por parte de nuestros clientes dispusimos que los pedidos de asistencias se realicen a través del *online banking*, y capacitamos a nuestros ejecutivos sobre las nuevas funcionalidades disponibles en canales digitales.

En **Brasil** varios de nuestros productos de seguros de ahorro son digitales o están en proceso de digitalización, alineados a nuestra estrategia de hacer crecer nuestras

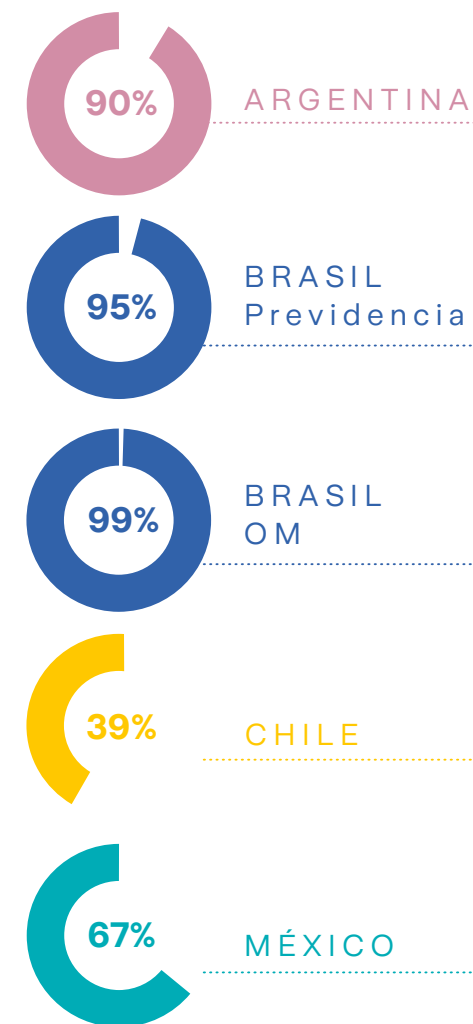
operaciones a través de canales digitales. Esto abarca desde la oferta del producto en sí hasta nuestro servicio de posventa.

En 2021 lanzamos el portal de reclamos, accesible desde la web o la app del Banco Santander. A través del mismo, brindamos a nuestros clientes una experiencia de autoservicio digital, donde pueden notificar siniestros, cargar documentos y realizar el seguimiento de sus operaciones, con el objetivo de proporcionar una experiencia más fluida y efectiva. Por otro lado, revisamos los guiones y la formación de nuestros colaboradores del centro de llamadas para los productos de protección del crédito, permitiendo así un mejor servicio a nuestros clientes.



En Brasil aproximadamente el 50% de los siniestros se abren directamente en el nuevo portal de reclamos digital.

## PÓLIZAS DIGITALIZADAS POR PAÍS



### 5.2.3 Tecnología, innovación y digitalización

Por otra parte, desarrollamos un nuevo canal de ventas para Odonto: Gent&. A través del mismo la contratación del plan dental es totalmente digital, disponible a través de la app del Banco Santander. Este canal permite que toda la información del producto y la confirmación del proceso de contratación sea mediante un token. Asimismo, inauguramos la implementación de la contratación en las redes de sucursales del Banco Santander.

También lanzamos el Seguro de Hogar exclusivamente con opciones de formalización digital, eliminando la contratación física, lo que supone una mayor eficiencia de costes y una mayor protección de la información de los clientes, además de contribuir a la reducción del consumo de papel.

En Brasil, en 2021, tuvimos una evolución en la infraestructura tecnológica que proporcionó ganancias en eficiencia operativa, además de la oportunidad de ofrecer productos más personalizados a los clientes. Estos cambios hicieron que la personalización se convirtiera en un valor agregado, junto a las nuevas soluciones que se están creando.

En **Chile** automatizamos parte del proceso de ingreso de siniestros de cesantía mediante un robot, acelerando el proceso y disminuyendo el tiempo total de liquidación del cliente. Además, a través de nuestra página web les brindamos la posibilidad de realizar el seguimiento de sus siniestros y conocer los pasos subsiguientes en su proceso de liquidación.

Mediante el Proyecto Quadient invertimos en un *Customer Communication Management*, que, a través de su servicio de mensajería, permite realizar seguimiento, optimizar, analizar y comunicarse de una manera simple. De esta manera nos aseguramos de que cada comunicación sea enviada en tiempo justo, con lenguaje claro.

Por otro lado, integramos los servicios entre la plataforma de venta web con la herramienta de gestión de relaciones con los clientes (CRM). Esto permite conectar el conjunto de interacciones del cliente en el proceso de compra, para realizar tanto el seguimiento de su comportamiento digital, como el análisis de los flujos de venta y la derivación de las comunicaciones. Utilizamos esta información de los comportamientos transaccionales y digitales de nuestros clientes para realizar activaciones de contenido digital en la web y app del Santander y campañas de email marketing, y así incentivar la compra de productos vía web con una experiencia más simple y enfocada en los intereses del cliente.

En **México** realizamos comunicaciones para incrementar el uso del WhasApp para la atención al cliente como nuevo medio de comunicación. Desde febrero 2021 los clientes pueden consultar su saldo de inversión a diario sin necesidad de pedir un estado de cuenta para ello. Asimismo, sustituimos el envío de los documentos de las condiciones generales físicos por digitales, brindando la posibilidad al cliente de contar con el envío físico si así lo solicitan.

Por otro lado, a través del área de Atención al Cliente desarrollamos varias campañas para incentivar el uso de canales digitales, motivándolos, por ejemplo, a que nos envíen la documentación y formatos de siniestro digitalmente, evitando acudir a las sucursales, e incitamos el uso de nuestra app de seguros para la consulta de pólizas, entre otras acciones.

En **Uruguay** digitalizamos la aceptación a la contratación de nuestros servicios, y las pólizas contratadas son resguardadas de manera digital. Por otro lado, desarrollamos una nueva experiencia de contratación para el producto de alquileres a través de WhasApp. Para motivar el uso de canales digitales establecimos procesos para la comercialización de seguros a través de páginas web, nuestra app y cajeros, generando beneficios adicionales para la contratación de determinados productos por estos canales.





# Propuesta de valor responsable / 5.2.4

Nuestro papel como asegurador es ofrecer de forma continua a nuestros clientes soluciones de calidad, así como una propuesta de valor sostenible que generen un impacto social positivo en los países donde desarrollamos nuestra actividad.

Velamos, además, por el estricto cumplimiento de las normativas aplicables para la protección de nuestros clientes en cada uno de los países donde operamos, pero buscamos ir más allá: trabajamos día a día para mejorar su satisfacción y alcanzar la transparencia al momento de la contratación de nuestros productos, con información clara, fácil y comprensible. Para ello, capacitamos continuamente a nuestros empleados sobre atención al cliente.

## Oferta responsable: claridad y transparencia en la información

Para cualquiera de nuestros productos y servicios otorgamos al cliente la siguiente información durante el proceso de oferta y contratación, enfocándonos en que sea lo más completa posible:

- Kit de bienvenida, para los productos *Open Market* que incluye las coberturas contratadas (nombre y detalle), sus exclusiones y las sumas aseguradas de cada una de ellas
- Las asistencias incluidas en el producto (en caso de que corresponda)
- El costo del seguro
- Las medidas de seguridad que debe cumplir (para los seguros de vivienda y el integral de comercios)
- La posibilidad de declarar beneficiarios o la opción de herederos legales (para el producto Vida)
- La selección de los medios de pago
- Las condiciones generales y particulares del seguro (con la posibilidad de descargarlas)
- Contactos del servicio de atención al cliente



En **Brasil** para productos *Credit Related* revisamos las condiciones y los términos incluidos en los documentos de posventa, haciendo más claras las descripciones de cada una de las coberturas y en particular sobre las condiciones del período de espera y la franquicia (siempre que se apliquen a los respectivos seguros). Para *Odonto* tenemos una venta consultiva realizada a través de los canales de venta del Banco, donde validamos los guiones de venta, la formación y los materiales de consulta. También informamos en nuestro contrato y nuestros materiales de oferta los más de 220 procedimientos cubiertos, la red de proveedores (dentistas) y la cobertura nacional con más de 35.000 opciones de servicio en 1.342 municipios.

En los productos de *Open Market*, no sólo todas las ofertas cumplen con las normas reglamentarias que exigen una total transparencia y cuidado en las comunicaciones con los clientes, ya sea en el trayecto de la oferta o en los de posventa, sino que, además, siempre estamos atentos a la opinión de nuestros asegurados y a las oportunidades de mejora de nuestras ofertas y comunicaciones. Como resultado, estamos relanzando todos los productos *Open* en una nueva plataforma tecnológica que nos permite ofrecer productos flexibles y personalizados según las necesidades de cada cliente. Adicionalmente, revisamos todos nuestros recorridos de oferta, así como los nombres de los materiales de cobertura y comunicación, para utilizar menos términos técnicos y facilitar su comprensión.

En **Chile**, al desarrollar nuevos productos revisamos el flujo de ventas y los documentos a suministrar al cliente, para garantizar la entrega de la información necesaria de manera sencilla y clara. En 2021, implementamos una ficha de calidad para el lanzamiento de nuevos productos, cuyo principal objetivo es asegurar que los clientes cuenten con todas las facilidades posteriores a la compra para atender sus consultas, siniestros o requerimientos correctamente. Por otro lado, tenemos nuestra línea de productos "A tu medida", donde los productos de Vida y Hogar pueden ser personalizados de acuerdo con las necesidades específicas de cada uno de nuestros clientes.

En **México** mejoramos los procedimientos para simplificar el proceso de compra, y a su vez los digitalizamos, logrando con ambas iniciativas disminuir la cantidad de documentación a entregar. Además, en primer lugar, nos regimos por las disposiciones emitidas por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, que establecen requerimientos mínimos para el lanzamiento de cualquier producto de seguros, y, en segundo lugar, por los artículos de la Circular Única de Seguros y Fianzas, que detallan qué requisitos normativos mínimos se deben cumplir al momento de comercializar algún producto.

La sigla OM se refiere a productos *Open Market*, es decir, seguros contratados por clientes no relacionados con operaciones crediticias. La sigla CR se refiere a productos *Credit Related*, es decir, seguros vendidos para la protección de productos directamente relacionados a operaciones crediticias expedidas por Santander.



5.2.4 Propuesta de  
valor responsable

En **Uruguay** contamos con un Manual de Atención de Clientes que establece nuestro compromiso de velar por los intereses de nuestros clientes, brindarles toda la información necesaria de los productos y servicios ofrecidos de una manera clara, suficiente, veraz y oportuna, actuar con profesionalidad, cuidado y diligencia e informarles sobre las principales características de los productos o servicios contratados. Por otra parte, toda la información de nuestros productos se encuentra disponible tanto en las páginas web de nuestros distribuidores, como en nuestra propia página, que fue renovada este mismo año. Además, al momento de la oferta se le informa al cliente, a través de plataformas comerciales, las condiciones de contratación del producto específico y su cotización, todas previamente revisadas y avaladas por el regulador.

En 2021 incorporamos la visión de sostenibilidad en nuestro procedimiento de aprobación de nuevos productos, que establece los pasos para la definición, desarrollo, implementación y lanzamiento de nuevos productos o modificación de los existentes, con el objetivo de enriquecer nuestra propuesta de valor y planificar futuras acciones. Este procedimiento incluye el involucramiento del Responsable de Sostenibilidad local para revisar los aspectos de sostenibilidad que se estén considerando dentro de los atributos de los productos; así como dejar asentadas oportunidades de mejora futuras.

En 2021 incorporamos la visión de sostenibilidad en nuestro procedimiento de aprobación de nuevos productos, que establece los pasos para la definición, desarrollo, implementación y lanzamiento de nuevos productos o modificación de los existentes, con el objetivo de enriquecer nuestra propuesta de valor y planificar futuras acciones.

#### Capacitación para una mejor atención

En **Argentina** realizamos capacitaciones presenciales y virtuales, así como también mesas de trabajo conjuntas entre los colaboradores de Zurich Santander y del Banco Santander, involucrados en temas de atención al cliente y las sucursales.

En **Brasil** impartimos 344 sesiones de formación para nuestros empleados del centro de llamadas durante 2021. En *Credit Related* capacitamos a nuestro equipo del Call Center para que atienda y explique mejor

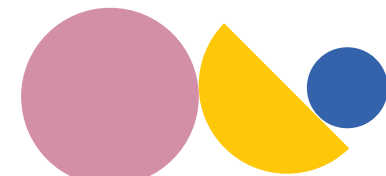
los productos, haciendo más comprensibles las condiciones de cada uno (cobertura, límite de edad, periodo de carencia, etc.).

En **Chile** nuestros ejecutivos del Contact Center están bajo un modelo de formación constante a través de la plataforma colaborativa wiki, con acceso a información de seguros, capacitaciones, protocolos (guiones) y alertas de incidencias, entre otros. Además, los colaboradores que apoyan de forma directa a cada uno de los equipos del Contact Center en temas vinculados a la venta y posventa, cuentan con el apoyo de un equipo de coaches de seguros.

A su vez, en **México** diseñamos la capacitación anual "Atención a clientes vulnerables", que se brinda a las áreas que atienden a clientes de manera directa (Servicio al Cliente, Aclaraciones y Siniestros) para su réplica a los ejecutivos. La primera capacitación a los responsables de área se llevó a cabo en 2021 y la capacitación a los equipos se desarrollará en 2022, con el objetivo de mejorar la comunicación y empatía hacia los clientes.

De la misma manera, en **Uruguay**, mediante nuestro programa "Escuela de Seguros" capacitamos de manera permanente a toda nuestra red de sucursales y a los agentes destinados a la venta a través del Call Center.

La sigla OM se refiere a productos *Open Market*, es decir, seguros contratados por clientes no relacionados con operaciones crediticias. La sigla CR se refiere a productos *Credit Related*, es decir, seguros vendidos para la protección de productos directamente relacionados a operaciones crediticias expedidas por Santander.



En **Argentina** agregamos a nuestro Seguro de Vida la asistencia en viajes, incluyendo específicamente casos de diagnóstico de COVID-19 positivo.

En **Brasil** ampliamos la cobertura de varios productos de seguros *Credit Related* por el mismo período que la prórroga de los contratos de préstamo del Banco, permitiendo a nuestros clientes mantener sus seguros activos en el momento más conflictivo de la crisis económica provocada por COVID-19, dándoles seguridad y tranquilidad para recuperarse.



La sigla OM se refiere a productos *Open Market*, es decir, seguros contratados por clientes no relacionados con operaciones crediticias. La sigla CR se refiere a productos *Credit Related*, es decir, seguros vendidos para la protección de productos directamente relacionados a operaciones crediticias expedidas por Santander.

**Nuestro accionar frente a la crisis de COVID-19**

A partir de la situación económica derivada de la pandemia, elegimos proteger a nuestros asegurados, no sólo con protocolos y medidas sanitarias para la atención presencial segura, sino brindando bonificaciones en productos seleccionados, ofreciendo prórrogas e incluyendo coberturas por COVID-19 en viajes, entre otras. Además, en todas las regiones mantuvimos nuestro compromiso de continuar honrando el pago de los siniestros causados por COVID-19, no ejecutando la cláusula de exclusión de pandemia que está presente en todas las pólizas, lo que benefició varias familias que de otro modo quedaban descubiertas.

Adicionalmente, llevamos a cabo varias iniciativas de carácter social, para ayudar a los sectores más vulnerables durante el difícil contexto.

SINIESTROS ATENDIDOS POR COVID-19	
ARGENTINA	244
BRASIL	10.355
CHILE	649
MÉXICO	3.051
URUGUAY	617

En **Argentina** flexibilizamos los procesos de suscripción para el otorgamiento de pólizas y la denuncia de siniestros, reemplazamos inspecciones presenciales por virtuales y digitalizamos procesos para facilitar tanto denuncias como contrataciones, comprendiendo el contexto de reclusión. Además, bonificamos el 100% de nuestro Seguro Integral de Comercio durante dos meses post retención, entendiendo que el sector comercial fue uno de los más afectados de la economía y estiramos el plazo de aceptación de la habilitación de un siniestro por primas impagas.

En **Brasil** (OM) incluimos la cobertura COVID-19 en las pólizas de seguro de viaje para garantizar una mayor seguridad a nuestros clientes que necesitaban viajar incluso en el período de alto riesgo. Este cambio se tradujo en más de 6,4 mil ventas en 2021.

En 2021, a su vez, destinamos más de BRL 180 millones a los beneficiarios de nuestros clientes de *Credit Related* fallecidos como consecuencia del virus COVID-19. En *Open Market* los pagos fueron de más de BRL 330 millones.

De la misma manera, durante 2021 en **Chile** suspendimos la “exclusión por pandemia” de nuestros seguros catastróficos, para brindar protección a nuestros clientes en caso de contagio por COVID-19, y lo mismo se aplicó para algunos de nuestros productos de Viaje. Asimismo, extendimos el plazo para el envío de documentos de salud, modificando a su

vez el proceso para permitir documentos digitalizados. También realizamos envíos de comunicaciones a clientes reforzando las coberturas relacionadas al COVID-19 y aplicamos protocolos de atención segura en nuestras sucursales para poder mantener abierta la atención presencial, y al mismo tiempo cuidar la salud de nuestros colaboradores y asegurados. Adicionalmente, implementamos un “Seguro COVID” para aquellos trabajadores presenciales de todas las empresas del sector privado.

Al mismo tiempo, realizamos un aporte a través de la Asociación de aseguradores de Chile para la constitución del Fondo de Compromiso Social, que permitió otorgar una cobertura de seguro de UF250 para los trabajadores de la salud, pública y municipal, y otros funcionarios del mismo ámbito, que fallecieron con o por contagio del COVID-19.



## Iniciativas comerciales con impacto sostenible

Buscamos generar un impacto social positivo, real y medible en el mayor número de personas, en los países donde desarrollamos nuestra actividad. En algunos casos lo hacemos a través de la prestación de servicios financieros a medida, de bajo costo y con mejores condiciones. En otros casos, llevamos a cabo campañas donde realizamos donaciones con cada contratación de nuestros productos en conjunto con fundaciones locales. También creemos sumamente importante brindar educación financiera y previsional, lo cual contribuye con el progreso de la sociedad.

### Cinco iniciativas con impacto sostenible lanzadas durante 2021



5.2.4 Propuesta de  
valor responsable

### Próspera, un programa de bajo coste con impacto social positivo

Desde 2020 participamos del programa PROSPERA, desarrollado por el Grupo Santander. De esta forma, en Brasil y Uruguay ofrecemos un programa exclusivo a muy bajo coste a los clientes que no pueden trabajar por baja laboral o fallecimiento de familiares. En Uruguay comercializamos dos productos: Protección Mujer y Protección Emprendedores.

PROSPERA	Pólizas en stock a dic-21	Clientes
BRASIL	4.711	4.610
URUGUAY	3.518	3.518



### TUIIO, facilitando el acceso a los servicios financieros

En **México** implementamos esta iniciativa del Grupo Santander que busca garantizar el acceso a los servicios financieros de las personas de los sectores más desfavorecidos. Así, TUIIO brinda una oferta integral y diferencial de seguros a costo bonificado, acompañado de un programa de educación financiera. En 2021 tuvimos un total de 100.019 nuevos clientes TUIIO, y alcanzamos 88.685 pólizas en stock.

	Cantidad de certificados	Cantidad de clientes	Revenue total
<b>Future Wealth - Brasil</b>	<b>2.698</b>	<b>2.540</b>	<b>BRL 345.656.311</b>
<b>Ethical - Brasil</b>	<b>1.980</b>	<b>1.811</b>	<b>BRL 50.680.016</b>
<b>Future Wealth - México</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>MXN 14.242.774</b>
<b>ESG - México</b>	<b>38</b>	<b>37</b>	<b>MXN 51.523.502</b>

En **Argentina** creamos el servicio de Asistencias en Incidentes Críticos (AIC), en el que ofrecemos a beneficiarios de muertes y sus parientes charlas de contención con una psicóloga. Inicialmente se pensó para muertes por COVID-19, y debido a su alta valoración luego extendimos la iniciativa a muertes o incapacidades por cualquier motivo.

En **Brasil**, en Odonto, queremos que cada vez más personas tengan acceso a una salud bucodental de calidad, con atención diaria y preventiva mediante visitas frecuentes a los dentistas en todo Brasil. Al ofrecer nuestra cobertura logramos incrementar la cantidad de brasileños que pueden acceder a cobertura dental, totalizando más de 40.000 beneficiarios.

Adicionalmente, en *Open Market*, decidimos en 2021 flexibilizar nuestros productos Vida Hombre y Vida Mujer para que, en caso de

siniestro, el asegurado tenga derecho a la indemnización por cualquiera de estos cuatro tipos de cáncer: de mama, útero, ovario y próstata, independientemente del producto contratado, respetando así la identidad de género de nuestros clientes.

En **Brasil** y en **México**, para el producto de ahorro Unit Linked, se incluyó un nuevo fondo de renta variable global, el Fondo *Future Wealth* de Santander, un nuevo marco de asesoramiento basado en tendencias modernas de inversión que complementa las estrategias de inversión tradicionales, enfocado 100% en la innovación. De esta forma, ofrecemos soluciones a las nuevas empresas que están liderando la aplicación de las nuevas tecnologías y tendencias, centrados en capturar el crecimiento estructural a largo plazo asociado a tres grandes tendencias: *Future Society (Health Innovation)*, *Future Planet (Climate Change & Smart Cities)* y *Future Tech (Next Digital &*

*4th industrial Revolution*). En **Brasil** también desde 2020 contamos con el Fondo *Ethical*, que invierte sus recursos en empresas con buenas prácticas ESG.

En **Chile** lanzamos el seguro de desgravamen con 15% de descuento para créditos verdes, una oferta de precio especial para beneficiar a clientes Santander que contraten créditos para proyectos dedicados a la eficiencia y rehabilitación energética de viviendas a través de paneles solares. Los clientes son premiados con un 15% de descuento en los Impuestos e ITP (Invalidez Total y Permanente).



# Protección de los datos y ciberseguridad

/ 5.2.5



Estamos comprometidos con el cumplimiento de altos estándares de protección de datos personales y privacidad para detectar, evitar y reportar todo abuso dentro de nuestros productos y servicios, para salvaguardar a nuestros empleados y clientes de un manejo inadecuado de sus datos personales. Para ello adherimos a la Política de Privacidad y Protección de Datos Personales y la Política de Riesgos del Grupo Zurich, cumplimos con las leyes locales vinculadas con la temática y llevamos a cabo diferentes procedimientos y medidas para garantizar la seguridad de la información que nos es confiada.

Anualmente realizamos un curso mandatorio que realizamos todos los colaboradores en materia de *Data Protection and Privacy*. Tiene por objetivo generar conciencia sobre la importancia del tratamiento de la información,

la confidencialidad y la destrucción de datos al cumplir el periodo de resguardo, y reúne todas las herramientas y procedimientos con las que contamos para hacer cumplir las políticas y las regulaciones, incluida la prevención y uso indebido, marcando nuestro debido obrar en múltiples actividades de tratamiento de datos.

También tomamos medidas como el bloqueo de computadoras al ausentarse del lugar de trabajo para evitar la filtración de datos y la política de *Clean Desk*, que consiste en dejar el espacio de trabajo libre de documentos, medios extraíbles y/o dispositivos móviles con información personal o privada a mano y/o vista de personas ajenas.

En **Argentina** siempre que se transfieren datos personales a otros países realizamos

una “Evaluación del impacto de transferencia de datos”, así como llevamos a cabo un análisis de impacto en privacidad y seguridad para los requerimientos de nuevos desarrollos tecnológicos o uso de nuevas plataformas. Por otro lado, en nuestra Política de Compras y Administración de Proveedores se encuentra previsto el análisis que realiza el área de Legales a todos los contratos, verificando que contengan las cláusulas que contemplen el manejo de la confidencialidad, el tratamiento de datos personales y la propiedad y la seguridad de la información.

También contamos con un procedimiento formal para el tratamiento de los distintos requerimientos que realizan los titulares de datos, y que pueden llegar tanto a la casilla de [datospersonales@zurich-santander](mailto:datospersonales@zurich-santander).

com.ar, como a través de distintos medios (por escrito, teléfono y/o a través de nuestro Servicio de Asistencia al Asegurado, al área de Customer Service o a Legales). La casilla de datos personales es el canal primordial para el manejo de los requerimientos que los titulares de datos puedan realizar, y tiene por objeto asegurar la protección integral de los datos personales tanto de personas humanas como jurídicas asentados en archivos, registros, bancos de datos u otros medios técnicos de tratamiento de datos para garantizar el derecho al honor y a la intimidad de las personas, así como también el acceso a la información que sobre las mismas se registre.

## 5.2.5 Protección de los datos y ciberseguridad



## Adherimos a la Política de Privacidad y Protección de Datos Personales y la Política de Riesgos del Grupo Zurich

En **Brasil** nos ajustamos a la Ley General de Protección de Datos (LGPD), que regula todo el mercado asegurador y financiero brasileño, para garantizar que la información sensible de cada cliente y empleado esté debidamente protegida y no corra el riesgo de ser expuesta. Además, contamos con una Política de Protección de Datos y una Política de Conservación de Documentos, así como un Comité de Protección de Datos. También llevamos a cabo diferentes iniciativas destinadas a la protección de información, desde evaluaciones a nuestros proveedores, inclusión de cláusulas contractuales con empleados y terceros, la inclusión de una cláusula de exención de responsabilidad en materia de protección de datos en las ofertas y los materiales, hasta capacitaciones en la materia a nuestro personal, entre otras.

En **Chile** exigimos a los proveedores que gestionan datos personales en nombre de Zurich Santander que estén alineados a los cumplimientos contractuales y evaluaciones de seguridad de información para el cumplimiento de las políticas del Grupo Zurich y el control de los riesgos relacionados al uso y confidencialidad de los datos personales. También para cualquier nuevo proyecto y/o servicio se realizan evaluaciones de seguridad para garantizar que sean implementados los controles necesarios para mitigar los riesgos de integridad, acceso y disponibilidad de los datos durante el envío, respaldo y retención de los datos, dando cumplimiento a las políticas del Grupo Zurich y a los requerimientos normativos y regulatorios locales del país.

En **México** contamos con una Política de Conservación de Documentos, y llevamos a cabo diferentes iniciativas para la garantizar la correcta clasificación de la información personal y los procesos de negocio que tienen acceso a ella. Realizamos evaluaciones a todos nuestros proveedores para asegurarnos que cuenten con los más altos estándares de seguridad informática y que todos los contratos celebrados con ellos contengan las cláusulas contractuales necesarias para garantizar que la privacidad y seguridad de la información sea tan importante para ellos como lo es para nosotros. Todo ello nos permite estar alineados a la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.



# Proveedores / 5.3



En nuestras operaciones tenemos en cuenta nuestro impacto ambiental y social indirecto. Por ello buscamos trabajar junto con proveedores que compartan nuestros valores y nuestros estándares de excelencia. Además, entendemos a todos nuestros proveedores, tanto de productos como de servicios, como aliados del negocio: son nuestro apoyo para garantizar el funcionamiento de nuestra cadena de valor y la calidad de nuestro servicio.

	ARGENTINA	BRASIL	CHILE	ESPAÑA	MÉXICO	URUGUAY
<b>Cantidad de proveedores activos</b>	175	264	150	140	187	66
<b>Porcentaje de compras realizadas a proveedores nacionales</b>	99%	99%	90%	70%	80%	89%

En Argentina el 54% de los proveedores con los que trabajamos pertenecen al sector de pequeñas y medianas empresas, por lo que nuestra relación comercial representa un alto porcentaje de sus ingresos.

Nuestros proveedores en España tienen la posibilidad de participar como proveedores en cualquiera de las sociedades de nuestro grupo, ofreciendo sus servicios en todas las geografías.

# Compras responsables / 5.3.1

En 2021, como parte de la actualización de nuestra Política Global Compras y Administración de Proveedores, incorporamos criterios específicos de sostenibilidad bajo la perspectiva de gestión de riesgos y mejora continua en nuestra relación con proveedores, con el objetivo de priorizar aquellos más alineados a nuestra estrategia de sostenibilidad.

Además, en las Políticas de Compras de nuestras principales sociedades incluimos un proceso de control de *due diligence*. Este proceso lo realiza el área de *Compliance*, previo a la contratación o renovación de la empresa proveedora, con el objetivo de verificar el grado de riesgo que ésta presenta con relación a las políticas que establecemos para combatir la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales. **Para más información ver el capítulo “Gobernanza” en este Reporte.**

Dadas las normativas particulares de los diferentes países en los que realizamos nuestras actividades, las sociedades que componen nuestro grupo disponen de políticas y procedimientos de subcontratación y proveedores específicos, alineados con nuestra estrategia.

En 2021, en la Política de Compras de **Argentina** incorporamos una evaluación sobre prácticas de sostenibilidad para proveedores, que solicita el responsable de

*Procurement* al responsable de sostenibilidad de Zurich Santander, previo a la contratación de aquellos considerados críticos. Dicha evaluación consiste en verificar si cuentan con normas, políticas y/o procedimientos internos aplicables a la gestión de la sostenibilidad. Y dentro de aquellas buenas prácticas de sostenibilidad que recomendamos (pero no son excluyentes) se encuentran:



Prácticas de empleabilidad inclusiva para grupos vulnerables.



Gestión ambiental (uso eficiente de recursos agua, energía y/o insumos, gestión de residuos).



Acciones de impacto positivo en la comunidad.



Buenas prácticas de sostenibilidad bajo certificaciones o normas voluntarias (empresa B, norma ISO 14.001, etc.).



Calificaciones de buenas prácticas laborales y/o inclusivas, como el reconocimiento *Great Place to Work*, Certificación *EDGE*, entre otras.



Modelos de negocio que desarrollen soluciones sostenibles, como por ejemplo tecnología baja en carbono o reducción de desigualdades.





## 5.3.1 Compras responsables

Nuestra Política establece, además, la realización de evaluaciones de riesgo previas a la contratación de proveedores críticos. En ellas se determinan aspectos como la capacidad y experiencia del proveedor, los procesos adecuados de supervisión de subcontratistas, la existencia de conflictos de interés, la viabilidad financiera y el cumplimiento con los requerimientos de la ley, entre otros. En caso de que los riesgos identificados sean elevados se deben tomar las medidas adecuadas para mitigarlos. Asimismo, se prevén revisiones del desempeño de los proveedores cuando lo consideremos necesario, para lo que podremos solicitar indicadores de gestión, informes o explicaciones ad hoc para los casos que pudieran requerirlo, incluyendo el establecimiento de planes de mejora.

Nuestra Política de Compras de **Brasil** establece las directrices para la contratación de bienes y servicios, asegurando transparencia en todo el proceso de compra. Define los diferentes procedimientos de contratación existentes y establece un proceso de homologación según la criticidad y el tipo de impacto de la empresa proveedora sobre nuestra organización. Por otro lado, incorporamos a los contratos una cláusula de obligaciones socio ambientales, mediante la cual la empresa proveedora se compromete a respetar el cumplimiento de los principios constitucionales, los derechos y garantías fundamentales y los derechos sociales previstos en la Constitución Federal de Brasil, entre los que destacamos: evitar cualquier forma de discriminación,

respetar el medio ambiente, colaborar en la prevención del trabajo infantil, respetar los derechos de sus trabajadores, garantizar un ambiente de trabajo seguro y saludable, evitar el acoso moral y sexual, y trabajar para evitar la corrupción en todas sus formas. Trimestralmente, además, realizamos una auditoría a una selección de los contratos formalizados en ese período, para evaluar aspectos como el análisis de la adherencia a la cláusula de obligaciones socio ambientales, el resultado de la homologación del proveedor y la existencia de cláusulas de antisoborno y anticorrupción. En 2021 auditamos a 12 proveedores con los que colaboramos, con resultados favorables.



“  
En 2021 efectuamos revisiones a la Política de Compras y al formulario de evaluación de la criticidad de proveedores de Brasil, con el fin de mejorar la transparencia del suministro y el perfil de los proveedores a contratar.”

La Política de Compras y Proveedores de **Chile** también define los procedimientos a seguir para la contratación de servicios. Y si bien no contempla por el momento evaluaciones formales, llevamos a cabo revisiones de la información social y ambiental de los proveedores. Además, para establecer un control de calidad realizamos evaluaciones semestrales a proveedores considerados críticos, quienes son auditados anualmente a través del área de *Compliance* para determinar si cumplen con sus obligaciones con la diligencia debida (*due diligence*). Y a los proveedores que prestan servicios inherentes a nuestro negocio, como por ejemplo proveedores de asistencia, les brindamos una inducción sobre temas de ética, seguridad e higiene al momento de comenzar el servicio. Al mismo tiempo, realizamos procesos de *Risk Assessment* (IT, Financiero y riesgos) a 8 proveedores críticos, con resultados favorables.

“  
Durante 2021  
auditamos un total  
de 229 proveedores  
en Chile a través  
de un sistema de  
compliance de forma  
masiva

En **México** además de la Política de Compras y Proveedores, incorporamos en la evaluación de los proveedores los siguientes aspectos de sostenibilidad: calidad de vida dentro de la empresa (incluyendo prácticas de personal con discapacidad), compromiso con la comunidad, cuidado y preservación del ambiente, competitividad, así como certificaciones de empresa socialmente responsable. En 2021 realizamos auditorías a 17 proveedores y a sus respectivos planes de acción (para aquellos casos que se ha considerado necesario). Además, durante 2021 actualizamos nuestra Política de Compras Generales y Política legal, para simplificar los procesos de realización de contratos: integramos la figura de “órdenes de compra” en procesos donde la compra es menor a un determinado monto, mejorando así los tiempos de respuesta a nuestros usuarios.

La Política de Compras en **Uruguay** recoge las características que priman ante la elección de un proveedor en relación a la calidad, cobertura geográfica, capacidad técnica o responsabilidad financiera de la organización. En base a la clasificación de proveedores establecida y el proceso de adquisición, evaluamos la integridad y cumplimiento de las obligaciones en materia fiscal y laboral en aquellas empresas que nos brindan servicios. Además, realizamos periódicamente una evaluación del desempeño y, de corresponder, establecemos planes de mejora que redunden en un aumento de calidad y beneficio para ambas partes.

“  
En Chile  
implementamos  
la compra de  
merchandising,  
regalos de la  
Compañía y de  
representación  
corporativa bajo el  
lineamiento de una  
Guía de Regalos  
Sostenibles.

Durante 2021 en México actualizamos nuestra Política de Compras Generales y Política legal, para simplificar los procesos de realización de contratos.

Durante 2021 en Uruguay realizamos un análisis de satisfacción con respecto a 5 de nuestros proveedores, que obtuvo resultados favorables.



# Relacionamiento con proveedores / 5.3.2



Buscamos mantener un diálogo fluido con nuestros proveedores, que nos permita construir vínculos basados en la comunicación y la transparencia. Para ello ofrecemos diversos canales de comunicación, muchos de los cuales, debido a la crisis sanitaria por COVID-19, fueron digitalizados para permitir la continuidad de nuestras operaciones. De esta manera, las reuniones presenciales migraron hacia videoconferencias, los procesos de contratación se tornaron digitales y mucha de la documentación cambió de formato para permitir tanto su envío como su aprobación por correo electrónico. En consecuencia, muchos de nuestros procesos se agilizaron, por lo que mantuvimos algunas de estas iniciativas, reconociendo su eficacia.

## INFOGRAFÍA DE CANALES DE COMUNICACIÓN CON PROVEEDORES



En **Brasil**, la relación con los proveedores involucra la negociación y formalización de compras y gestión de contratos, considerando el aseguramiento de la calidad de aquellos considerados más críticos, análisis y validación de su plan de continuidad de negocios, y auditorías en sitio en conjunto con el área de Seguridad Cibernética. Nos queda como desafío a futuro establecer un programa de incentivos al rendimiento para proveedores críticos (BPO), e implementar una solución informática especializada para gestionar las compras, los pagos, mejorar la visibilidad del rendimiento y la comunicación con el proveedor y las áreas internas.

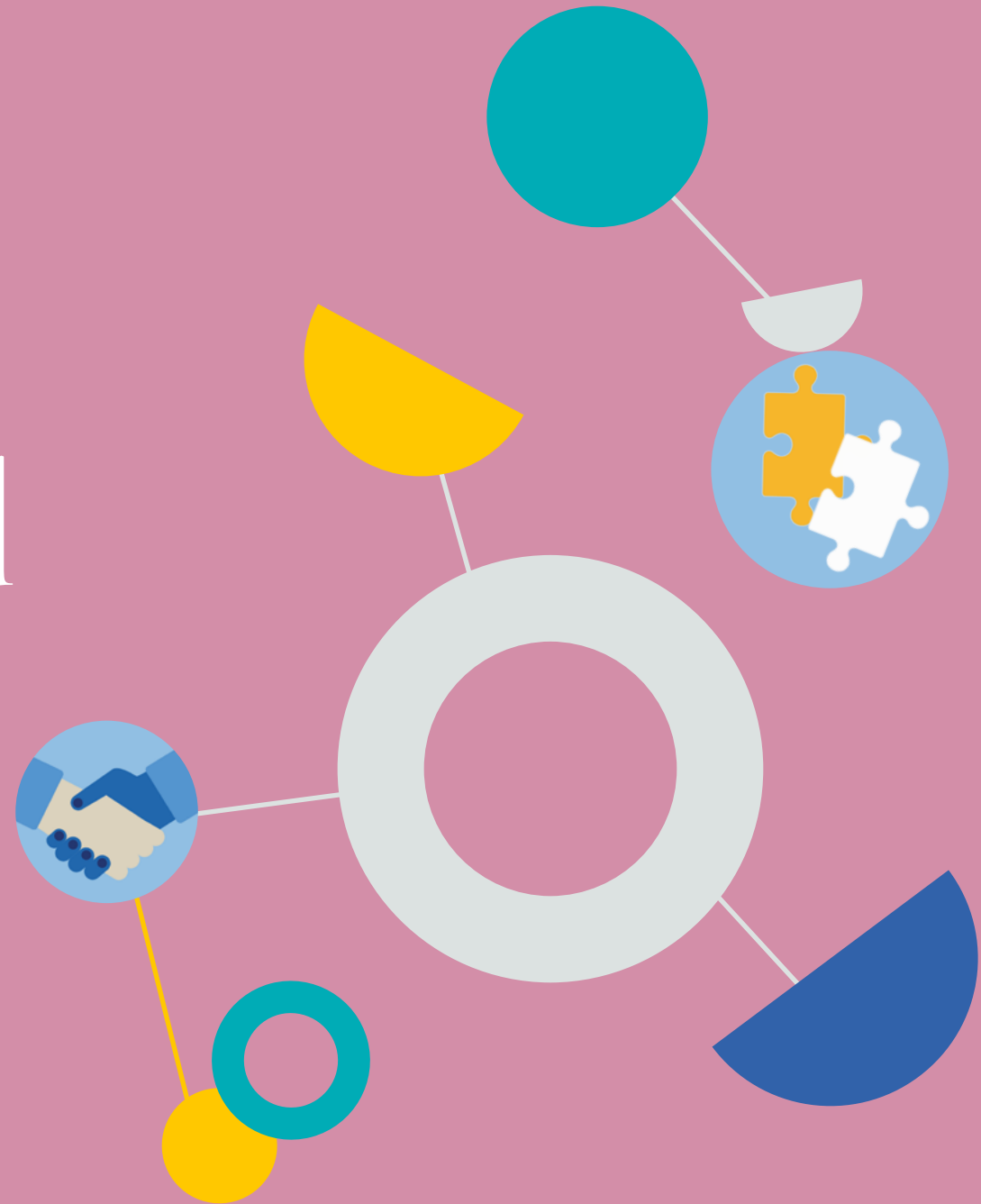
En **Chile** nuestra gestión de proveedores está de acuerdo con nuestra Política de proveedores, que no se vio alterada durante la crisis por COVID-19, con la excepción del reemplazo de las reuniones presenciales por videoconferencias.

En **México** digitalizamos todos los formatos de compras, con herramientas de firma digitales como SignNow y el resguardo de los documentos de la misma forma. De esta manera acortamos los tiempos de respuesta para los usuarios y el proveedor. Y las evaluaciones que realizamos a nuestros proveedores fueron 100% remotas; aún no hemos retomado reuniones presenciales ni visitas a los proveedores.



# Impacto en la comunidad

5.4








# Estrategia de inversión social / 5.4.1

Buscamos generar un impacto positivo en las comunidades donde operamos, promoviendo la inversión social y el compromiso de nuestros colaboradores y el de nuestra Compañía con la sociedad. Trabajamos con instituciones, ONG y otros actores locales para construir alianzas a largo plazo, que nos permitan contribuir a las necesidades que se presenten, fomentando el diálogo y la comunicación continua.

Como parte de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible trabajamos junto a la *Z Zurich Foundation*, a través de la cual llevamos a cabo diversos proyectos, iniciativas y aportes en las comunidades donde estamos presentes.

Nuestra inversión social se estructura en los siguientes ejes:

-  Educación e inclusión
-  Protección social
-  Promoción cultural
-  Servicios comunitarios (como apoyo alimentario y de vivienda)
-  Infraestructura y promoción de la salud

1). De estos 6,25 millones de USD: 3,51 millones de USD fueron aportados por la Compañía Zurich Santander y 2,73 millones de USD gracias a la *Z Zurich Foundation*.

En conjunto con todos los países de Zurich Santander, y gracias al aporte de la *Z Zurich Foundation*, contribuimos con un total de USD 6.251.487, destinados a fundaciones, entidades sin fines de lucro y proyectos en la comunidad.

## NUESTRO IMPACTO EN LA COMUNIDAD EN 2021

**USD 6,25 millones**  
invertidos en  
apoyo a la comunidad<sup>1</sup>

**9.286**  
personas impactadas

**26**  
organizaciones  
apoyadas

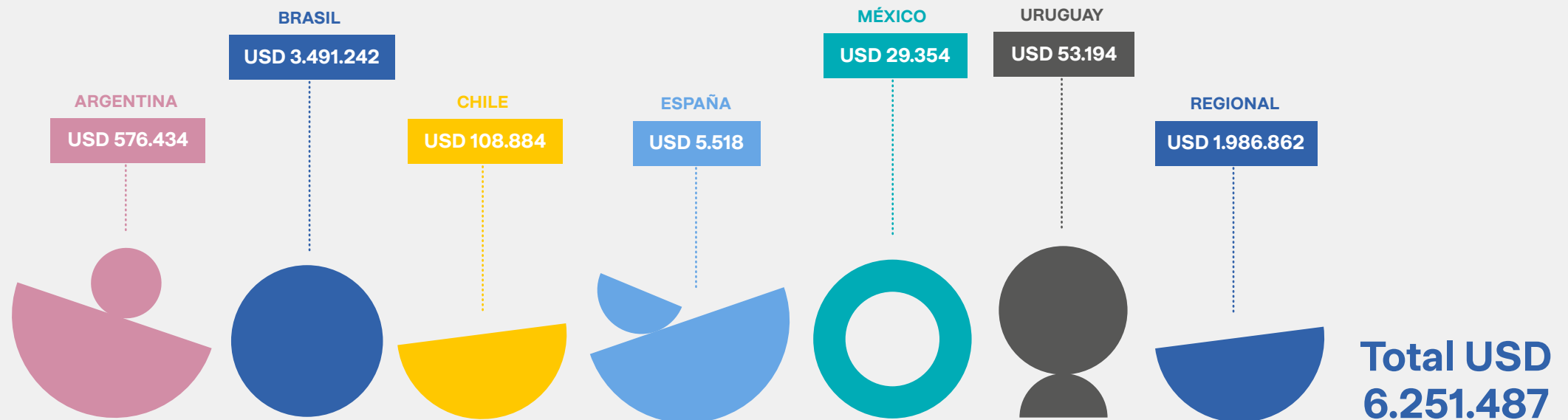
**103**  
iniciativas desarrolladas

**2**  
proyectos *grants*  
con apoyo de la  
*Z Zurich Foundation*

Destino de las contribuciones	Monto (USD)
 Educación e inclusión	USD 2.165.649
 Protección social	USD 1.687.113
 Promoción cultural	USD 1.479.408
 Servicios comunitarios (alimentos y viviendas)	USD 875.799
 Infraestructura y promoción de la salud	USD 43.518
<b>Total</b>	<b>USD 6.251.487</b>



### CONTRIBUCIÓN EN LA COMUNIDAD POR PAÍS EN 2021





## Educación e inclusión

Con la convicción de que la educación es el pilar para el desarrollo de la sociedad, buscamos impactar en las comunidades a través de diferentes iniciativas que capaciten, eduquen y preparen a niños y jóvenes de sectores vulnerables para poder generar más oportunidades para su futuro. En particular, consideramos la educación financiera como una herramienta de inclusión y progreso.

### Programa “Habilidades para el Futuro”



En 2020 iniciamos un **proyecto de cooperación regional a 3 años en alianza con la Fundación Forge** y con el apoyo de la *Z Zurich Foundation*, para lidiar con uno de los principales problemas de Latinoamérica: los jóvenes en su traspaso de la educación a su primer trabajo.

En Zurich Santander trabajamos esta iniciativa de manera conjunta en cada país y brindamos, además, la posibilidad de que nuestros colaboradores tomen un rol activo. El propósito del programa es formar jóvenes en situación de vulnerabilidad social para el mercado laboral a través de habilidades sociales, emocionales, digitales y técnicas, además de la aplicación de un módulo especial sobre seguros y pensiones en contacto directo con voluntarios de nuestra Compañía. Desde 2020 nuestros empleados participan como voluntarios virtuales o presenciales, mediante tutorías de apoyo educacional y entrevistas de trabajo simuladas individuales o grupales, para motivar a los jóvenes a continuar con su educación superior o buscar trabajo para integrarse en el mundo laboral.

6.302 jóvenes formados

1.431 docentes entrenados

42.930 jóvenes impactados indirectamente a través de los docentes entrenados

“

“Mi necesidad era empezar a trabajar, y no encontraba la salida por ningún lado, y en un momento llegué a pensar que algo andaba mal conmigo. Hoy puedo decir que mi confianza en mí misma y lo mucho que sé de mí son cosas que he adquirido de Forge.”

Testimonio de una joven participante del Programa.







A nivel local, en **Argentina** nos aliamos con la Fundación Pléroma y su Programa Empujar, gracias al apoyo de *Z Zurich Foundation*. El Programa Empujar también trabaja con jóvenes en situación de vulnerabilidad, para promover su inserción laboral brindándoles capacitación y acompañamiento para fortalecerlos en competencias y habilidades para su inserción laboral formal. En 2021 logramos apoyar a **415 jóvenes** a través del Programa.

En **Brasil**, participamos en la Semana Nacional de la Educación Financiera (ENEF). Esta iniciativa del Foro Brasileño de Educación Financiera (FBEF) se celebra anualmente desde 2014 y tiene como objetivo brindar formación en la materia de forma didáctica a toda la sociedad, a través de la participación de varias instituciones y particulares que promueven acciones centradas en la educación financiera, de pensiones, de seguros o fiscal. Además de acciones dirigidas a los empleados, aportamos a este proyecto con una acción externa a los jóvenes de "Habilidades para el Futuro" y la participación en una conferencia de la Subsecretaría del Régimen de Pensiones Complementarias (SURPC) y la Secretaría del Régimen de Pensiones (SPREV).

En **Chile** continuamos desarrollando acciones e iniciativas centradas en el desarrollo educacional y la reinserción laboral junto a los actores locales Fundación Ronda, Fundación Forge, Fundación Techo Chile y Fundación Belén Educa. Con esta última, por ejemplo, colaboramos en el desarrollo del programa de tutorías, en el que nuestros colaboradores dan seguimiento personalizado y continuo a los jóvenes en riesgo de exclusión social. Este programa refuerza la importancia y nuestro compromiso con la educación superior, además de brindarles a los jóvenes la posibilidad de conocer de cerca cómo se trabaja en una compañía.



En 2021 logramos acompañar a **77 jóvenes** a través del programa de tutorías, y donamos **79 computadoras** a **4 colegios**, junto a **Fundación Belén** en Chile.

En 2021 logramos acompañar a **77 jóvenes** a través del programa de tutorías, junto a Belén Educa.

En **México** impartimos cuatro charlas de educación financiera junto a Forge y Santander, alcanzando a un total de 1.346 jóvenes, donde abordamos los temas de ahorro, productos financieros, gasto, inversiones, intereses, afore, tarjetas de crédito y tarjetas de débito. Asimismo, durante la Semana de la Salud impartimos dos talleres internos de educación financiera; con consejos para hacer un mejor uso de los ahorros y mantener las finanzas personales sanas, alcanzando un total de 136 colaboradores.



## Infraestructura y promoción de la salud

En **España** realizamos la iniciativa "Magic Line", que consistió en caminata solidaria de empleados, con la posibilidad de contribuir a través de *fundraising*, que fue igualado por parte de la *Z Zurich Foundation*, para aportar a La Fundación San Juan de Dios. La Fundación es una entidad sin ánimo de lucro constituida por la Provincia de Castilla de la Orden Hospitalaria de San Juan de Dios para la formación, la promoción de la investigación y la difusión del conocimiento en el ámbito de las ciencias de la salud y de la atención sanitaria y social.

En **Uruguay** colaboramos con el Instituto Pasteur de Montevideo mediante una donación para el desarrollo y mantenimiento de la vigilancia epidemiológica de las variables del virus y la lucha contra el COVID-19.



## Protección social y servicios comunitarios

En **Argentina** en 2021 impulsamos actividades de captación de fondos para la Diversamente Posible, ONG enfocada en desarrollar propuestas de actividades recreativas y deportivas destinadas a personas con discapacidad, así como también de *fundraising* para la Fundación Pequeños Pasos por el Mes de la Niñez, obteniendo un *matching* por parte de la *Z Zurich Foundation*. También colaboramos con la Fundación Todavía Es Tiempo por motivo de Acción de Pascuas, entregando productos elaborados por la Fundación a los colaboradores de la Compañía, y por motivo de Navidad entregamos cajas navideñas que se destinaron a 250 familias de contextos socioeconómicos vulnerables.

Además, realizamos una contribución de USD 150.000 al Banco de Alimentos, gracias al apoyo de la *Z Zurich Foundation*. Esta iniciativa se llevó a cabo en alianza con Zurich Argentina y Universal Assistance para la construcción de un depósito que permitirá ampliar la capacidad de acopio del Banco de Alimentos, la cantidad de alimentos a distribuir, y por ende la cantidad de personas receptoras.

En **Brasil** a través de nuestro programa “Amigo de Valor” alentamos a nuestros clientes, empleados y proveedores a contribuir financieramente a los Fondos Municipales de Derechos de la Niñez y la Adolescencia, lo que permite respaldar proyectos enfocados en niños y adolescentes que viven en contexto de vulnerabilidad social. También colaboramos con la iniciativa “*Parceiro do Idoso*”,

promovido por el Banco Santander, quien involucra empresas de su ecosistema a utilizar el incentivo fiscal previsto en el Estatuto de la Tercera Edad para fortalecer el sistema de protección de los derechos de las personas mayores. Abarca proyectos de atención al público mayor que han visto vulnerados o amenazados sus derechos, en situaciones como negligencia, violencia física o psicológica, abuso financiero o violación de la propiedad.

**Gracias al aporte y compromiso de nuestros colaboradores a través de fundraising:**

Donamos **25.421 canastas de comida** en el marco de “*Brasil Sem Fome*”, junto a Ação da Cidadania.

Donamos **981 cobertores** para personas en situación de emergencia en San Pablo, Brasil.

Durante 2021 también ayudamos al Programa Nacional de Apoyo a la Atención de la Salud para Personas con Discapacidad (PRONAS), que promueve acciones preventivas, diagnóstico precoz, tratamiento, rehabilitación de las personas en todo su ciclo de vida. Y el Programa Nacional de Apoyo a la Atención Oncológica (PRONON) que tiene el objetivo de captar y orientar recursos en proyectos enfocados en la prevención y lucha contra el cáncer.

Adicionalmente, a través de la *Ley do Esporte* (Ley de Incentivo al Deporte), apoyamos proyectos que atienden a niños, adolescentes, jóvenes, adultos y ancianos, además de garantizar el apoyo necesario para que atletas de alto rendimiento puedan participar y representar a Brasil en competencias nacionales e internacionales. Además, a través de la ley Rouanet - Ley Federal de Incentivo a la Cultura, que establece el Programa Nacional de Apoyo a la Cultura (PRONAC), apoyamos una diversidad de proyectos culturales.

En **Chile**, colaboramos con TECHO Chile para brindar apoyo a 105 cocinerías comunitarias locales, para la elaboración de 70.000 raciones de alimentos para personas en situación vulnerable. También apoyamos a la Fundación Ronda para la realización de la celebración de “Navidad con sentido” para 200 niños de la Población René Shneider de Viña del Mar, con una obra de teatro, snacks y un taller de pintura.



Por otro lado, en **México** colaboramos con fondos y a través de diversas acciones con la Fundación Yolia, que apoya a niñas en situación vulnerable para tener un mejor desarrollo. A través de la iniciativa “Regalos con causa”, convertimos los regalos de cumpleaños de los empleados en donaciones a la Fundación, quienes envían a cambio tarjetas de salutación de cumpleaños realizadas por las mismas niñas del hogar. También, como parte de las Semanas ZSostenibles, organizamos una caminata solidaria para nuestro personal donde la meta establecida de kilómetros recorridos se transformó luego en una donación para la Fundación.

Asimismo, de manera puntual, realizamos campañas de donación de juguetes, materiales o fondos según las necesidades de las distintas entidades con las que cooperamos, en 2021 colaboramos nuevamente con la Fundación Yolia y la organización Por un Hogar.

En **Uruguay** comenzamos una alianza para apoyar a Aldeas Infantiles SOS, ONG que asiste a niños y jóvenes de contextos

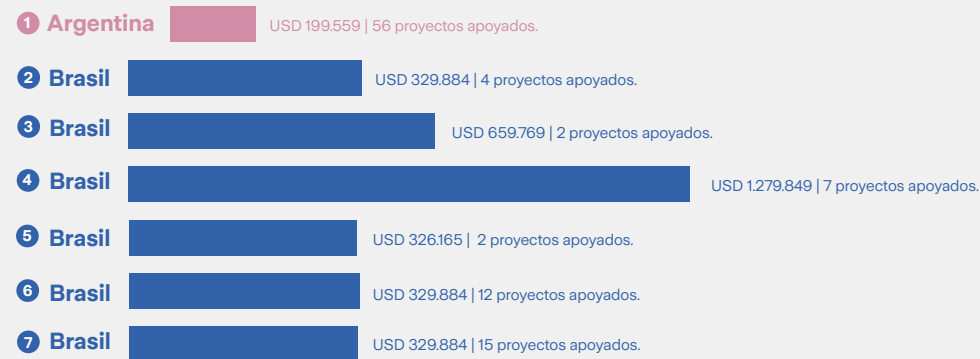
vulnerables del país para su desarrollo e inclusión social. Adicionalmente, en el marco de las Semanas ZSostenibles, apoyamos a los centros de Teletón de Uruguay de rehabilitación integral para niños y jóvenes de hasta 18 años portadores de discapacidades de origen neuro-músculo-esquelética, de manera de favorecer su inclusión familiar, escolar, laboral y social.

### Promoción cultural y mecenazgo

Somos conscientes de la importancia de fomentar la cultura en cada país donde operamos, reforzando las identidades de las comunidades.

Durante 2021, continuamos aportando recursos para proyectos culturales y deportivos mediante el concepto de **Mecenazgo**, a través del cual redestinamos nuestros aportes tributarios a proyectos educativos y culturales, patrocinados por las autoridades locales de cada país, con un total de 98 proyectos.

### CANTIDAD DE PROYECTOS APOYADOS A TRAVÉS DE MECENAZGO



TOTAL: USD 3.454.997

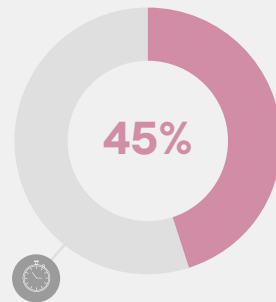
- 1 Programa de financiamiento de la plataforma Impulso Cultural del Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires que permite el desarrollo de grandes proyectos artístico culturales en materia de arte audiovisual y digital, educación, empleo joven, inclusión social, empleo, música popular, radio y televisión.
- 2 Programa Nacional de Apoyo a la Atención de la Salud para Personas con Discapacidad (PRONAS).
- 3 Programa Nacional de Apoyo a la Atención Oncológica (PRONON).
- 4 Ley Rouanet - Ley Federal de Incentivo a la Cultura (PRONAC).
- 5 Ley do Esporte - Ley de Incentivo al Deporte.
- 6 Programa Parceiro do Idoso.
- 7 Programa Amigo de Valor.

# Colaboradores comprometidos / 5.4.2

Durante 2021, **más de 350 colaboradores de Zurich Santander participaron en actividades de voluntariado** (presenciales o virtuales) y contribuyeron a través de recaudaciones de fondos en diferentes propuestas llevadas adelante en los países, representando casi 1.000 horas.

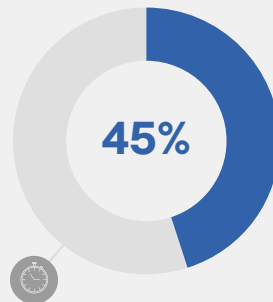
## PORCENTAJE DE EMPLEADOS SOCIALMENTE COMPROMETIDOS Y HORAS DE VOLUNTARIADO

### ARGENTINA



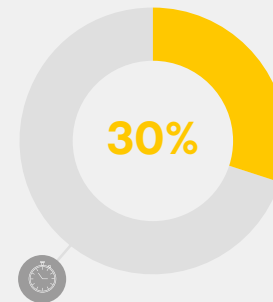
51 horas de voluntariado

### BRASIL



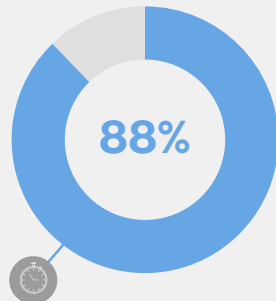
433 horas de voluntariado

### CHILE



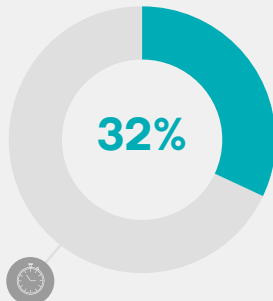
224 horas de voluntariado

### ESPAÑA



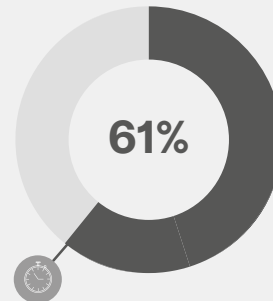
145 horas de voluntariado

### MÉXICO



60 horas de voluntariado

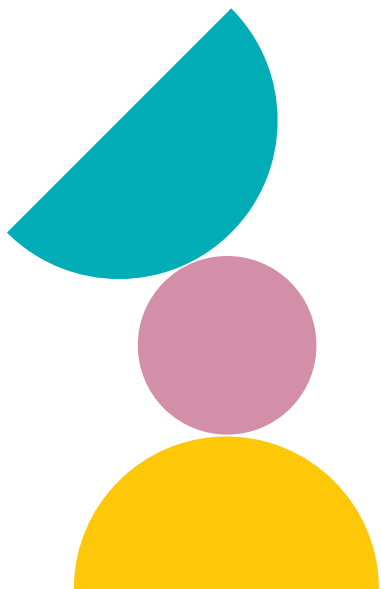
### URUGUAY



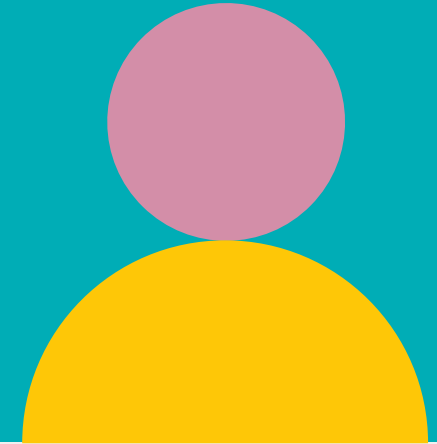
86 horas de voluntariado

### Actividades desarrolladas en nuestro voluntariado:

- Tutorías virtuales de apoyo educacional del programa de la Fundación Forge: 171 colaboradores.
- Entrevistas de trabajo simuladas (individuales o grupales) para motivar a jóvenes socialmente vulnerables a continuar con su educación superior o buscar trabajo para integrarse en el mundo laboral.
- Desarrollo de un programa de tutorías, con seguimiento personalizado y continuo a los jóvenes en riesgo de exclusión social (Fundación Belén Educa, Chile).
- Participación de caminatas solidarias para recaudar fondos.
- Participación en campañas de donación de juguetes y materiales a diferentes fundaciones.
- Acondicionamiento de residencias de acogida.



# Organizaciones aliadas / 5.4.3



## A NIVEL REGIONAL

*Fundación Forge*

## ARGENTINA

*Asociación Conciencia  
Banco de Alimentos  
Asociación Civil Diversamente Posibles  
Fundación Pequeños Pasos  
Fundación Pléroma: Programa Empujar  
Fundación Todavía es Tiempo  
Fundación MAS  
Fundación Romina Gabriel Wuffle*

## BRASIL

*Ação da Cidadania  
Casa Ondina Lobo  
Instituto de Pesquisa da Cozinha e da Cultura Brasileira  
Serviço Franciscano de Solidariedade (SEFRAS)*

## CHILE

*Fundación Belén Educa  
Fundación Ronda  
TECHO Chile*

## ESPAÑA

*Fundación San Juan De Dios  
Pequeños Deseos  
Soñar Despierto*

## MÉXICO

*Casa de la Amistad  
Fundación Mark  
Por Un Hogar  
Yolia*

## URUGUAY

*Aldeas Infantiles SOS Uruguay  
Fundación Teletón Uruguay  
Institut Pasteur de Montevideo*

# Protección de los derechos humanos / 5.4.4



Priorizamos el respeto por los derechos humanos en todas nuestras operaciones, evitando en particular los negocios relacionados con el trabajo infantil, el trabajo forzoso, las malas condiciones de salud y seguridad o la remuneración injusta.

Asimismo, adherimos a la **Política de Suscripción** del Grupo Zurich mediante la cual se excluyen los riesgos relacionados con la fabricación, venta, distribución o almacenamiento de armas en racimo o minas antipersonal, los riesgos con la construcción de presas, con operaciones de petróleo y gas y con operaciones mineras. De esta manera, se evitan los negocios relacionados con armas prohibidas, así como riesgos sociales, políticos o ambientales inaceptables de proyectos específicos de construcción de presas y se eluden los riesgos que impliquen daños a áreas protegidas o hábitats naturales críticos, al igual que la corrupción y abusos contra los derechos humanos.

De igual modo, nuestro **Código de Conducta** incorpora aspectos relativos a la protección de los derechos humanos: reconoce del derecho de las personas trabajadoras a la libertad de asociación y negociación colectiva, incorpora el compromiso de eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación a través de la creación de un ambiente de trabajo respetuoso y libre de cualquier forma de discriminación y/o acoso, y, además, describe la tolerancia cero ante cualquier forma de trabajo forzoso, obligatorio o infantil.

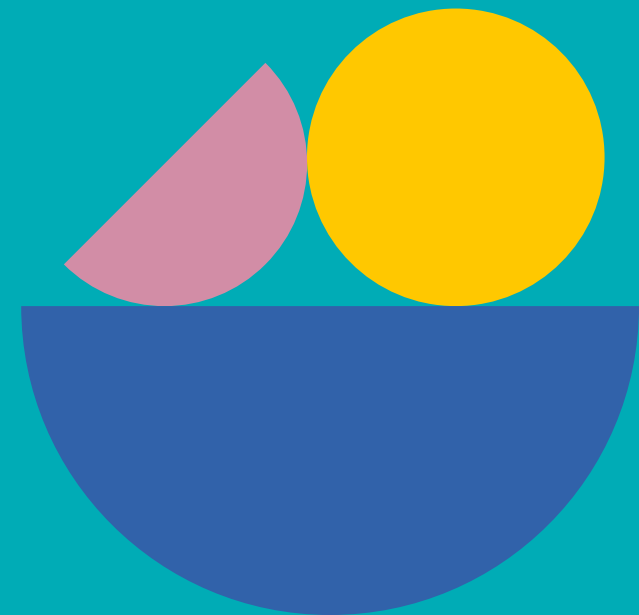
En todos los países en los que operamos tenemos a disposición de nuestros colaboradores el **canal de denuncias** del Grupo Zurich (*Zurich Ethics Line*), para recibir y tratar acusaciones por casos de vulneración de derechos humanos. A través del mismo el trabajador también puede denunciar conductas susceptibles de violar la legislación, los reglamentos, las

políticas internas o los valores de nuestra empresa. Dicho canal es accesible a través de la intranet o el teléfono y cuenta con políticas locales específicas de Reporte de Inquietudes y Conductas Inapropiadas/ Inadecuadas. Todas las reclamaciones son atendidas y registradas por una empresa externa, que vela por proteger la confidencialidad de la persona denunciante, junto con las políticas de No Represalias existentes en todos los países. Las denuncias luego son dirigidas al equipo responsable del inicio de las investigaciones, de las áreas de Recursos Humanos o *Compliance* (o por ambas si es necesario), conforme a la naturaleza del reclamo. Y el demandante, a su vez, recibe *feedback* de la denuncia a través de un sistema proporcionado por un proveedor externo.



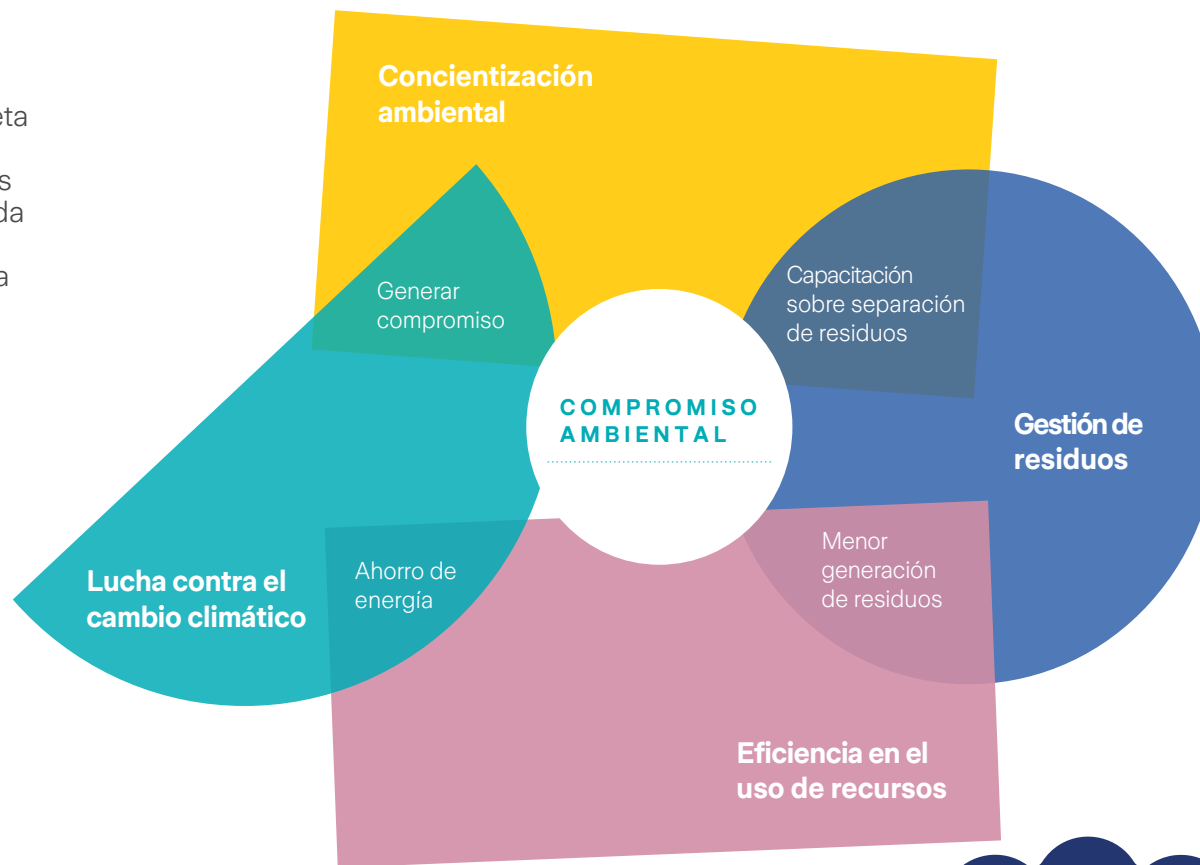
# 6

## Planeta /





Nuestro compromiso con el planeta integra una gestión responsable del impacto ambiental de nuestras operaciones, así como la búsqueda y el desarrollo de soluciones que contribuyan a una transición a una economía baja en carbono.



# Compromiso ambiental / 6.1

En Zurich Santander velamos por el cumplimiento de la normativa ambiental vigente en cada uno de los países en los que operamos, así como identificamos y aplicamos buenas prácticas del sector.

En este sentido, el Grupo Zurich está particularmente comprometido con la lucha contra el cambio climático, dado que lo considera uno de los mayores y más complejos desafíos a los que nos enfrentamos como sociedad. De este modo, tras analizar los riesgos y oportunidades asociados a esta problemática, el Grupo está acelerando la adopción de determinadas acciones para reducir las contingencias ligadas al clima. Entre otras medidas, integrar en las estrategias de inversión la evaluación de riesgos físicos y de transición, retirar las inversiones de aquellas empresas cuyas actividades se centran principalmente en el carbón térmico, el esquisto y las arenas bituminosas (en caso de que no hayan desarrollado un plan para reorientar su negocio), minimizar el impacto ambiental de las operaciones, adoptar las recomendaciones del *Task Force on*

*Climate-related Financial Disclosures* (TCFD)<sup>1</sup> y los principios establecidos por el Pacto Global de las Naciones Unidas, desarrollar soluciones de seguros y de gestión de riesgos para las nuevas tecnologías y modelos de negocios necesarios para la transición a una economía baja en carbono, y desempeñar un papel activo en el desarrollo de objetivos con base científica para el sector de los seguros.

Desde Zurich Santander nos apoyamos en este accionar y en la Política Ambiental del Grupo Zurich, con el objetivo de gestionar los riesgos y oportunidades ambientales de la manera más efectiva posible, a través de la integración progresiva de consideraciones ambientales dentro de nuestros procesos empresariales centrales y nuestras operaciones. Además, extendemos este compromiso hacia nuestros vínculos con grupos de interés y en particular, con la cadena de valor.

En **Argentina** por ejemplo incluimos en la Política de Compras una evaluación sobre prácticas de sostenibilidad del proveedor,

incluyendo aspectos relacionados a gestión ambiental (como el uso eficiente de recursos y la gestión de residuos), si tienen certificaciones ambientales, y si implementan modelos de negocio que desarrollen soluciones sostenibles (tecnología baja en carbono, reducción de desigualdades, etc.).

En **Brasil, Chile y México** contamos con lineamientos para regalos sostenibles, para las ocasiones de obsequios por cumpleaños o reconocimientos de los colaboradores, para elegir aquellos productos y/o servicios que sean socialmente responsables, amigables con el ambiente y que apoyen a microemprendedores y artesanos locales.

1. El Consejo de Estabilidad Financiera (CEF) creó el TCFD para elaborar recomendaciones sobre los tipos de información que las compañías deberían revelar para ayudar a inversores, prestamistas y suscriptores de seguros a evaluar y fijar el precio de manera apropiada de un conjunto específico de riesgos: los riesgos relacionados al cambio climático.



# Acción climática / 6.2

En el marco de un modelo de negocio responsable, trabajamos en la búsqueda y creación de iniciativas que apoyen a nuestros clientes y colaboradores en su camino a llevar una vida más sostenible y amigable con el ambiente. Buscamos de esta manera integrar propuestas que promuevan energías limpias y eficiencia energética. A su vez, procuramos reducir la demanda interna de viajes dando prioridad a las reuniones a través de telecomunicaciones y fomentamos la educación ambiental a través de instancias de concientización y campañas de comunicación. Asimismo, en **Argentina**, **Brasil** y **Uruguay** estamos llevando a cabo el reemplazo de las luminarias fluorescentes por LED, con el consecuente ahorro de energía, y contamos con sistemas de corte de energía automático en equipos de aire acondicionado. En **Chile** todas las luminarias son LED desde hace más de 8 años, contamos con control automático de prendido y apagado de las luces de oficinas,

los equipos de aires y calefacciones son solo habilitados cuando hay ocupación de cada uno de los pisos y se cuenta con luces con sensores de movimiento en áreas comunes. En **México**, también contamos con encendido y apagado automático de luces en los baños. Además, destinamos personal al apagado de las luces al final del horario laboral y reemplazamos las computadoras de escritorio por laptops que consumen hasta un 30% menos de energía.

Adicionalmente, en **Argentina** implementamos video peritajes en el proceso de siniestros para evitar los traslados y así reducir nuestra huella de carbono.

En **Brasil** nuestras oficinas se encuentran en el condominio Tower Bridge, que cuenta con dos certificaciones LEED®<sup>1</sup> (el sistema de certificación más utilizado en el mundo para el diseño, construcción, mantenimiento y operación de construcciones sostenibles):



- Certificación LEED 2014 Nivel Oro en la categoría de Diseño y Construcción
- Certificación LEED 2022 Nivel Oro en Operación y Mantenimiento.

Por su parte, en **Uruguay** estamos avanzando en un proyecto de construcción de un edificio sostenible para las nuevas oficinas, con foco en una gestión eficiente del uso de recursos como energía y agua, la gestión de residuos, tomando como referencia el alineamiento con estándares internacionales de arquitectura sostenible como la certificación LEED; la Norma ISO 14.001 de Gestión Ambiental o ISO 50.001 de Gestión Energética.

1). LEED: Leadership in Energy & Environmental Design, por sus siglas en inglés.

En Argentina implementamos video peritajes en el proceso de siniestros para evitar los traslados y así reducir nuestra huella de carbono.

En México reemplazamos las computadoras de escritorio por laptops que consumen hasta un 30% menos de energía.

En Chile todas las luminarias son LED desde hace más de 8 años.

# Eficiencia en el uso de los recursos / 6.3

Estamos comprometidos con un uso eficiente de los recursos para reducir de nuestra huella e impacto en el ambiente. De esta manera implementamos la utilización de vajilla de vidrio en reemplazo de la descartable en las oficinas y cafeterías.

En **Argentina** entregamos a todo nuestro personal tazas, vasos y bolsas reutilizables. En **Brasil** también entregamos vasos de silicona a nuestros empleados y, además, desde 2019 somos parte de la política “De-plastify” liderada por el Banco Santander, por lo que no contamos con ningún plástico de único uso en nuestras oficinas: los visitantes reciben vasos de cartón, las máquinas expendedoras no venden botellas plásticas (solo latas y bebidas en cajas de cartón), y todos los utensilios de cocina son de vidrio o acero inoxidable.

En **Chile** los vasos que se usan para el café son de material reciclado y estamos en proceso de

cambio a material biodegradable, además de lo cual los insumos de oficina como cuadernos y lápices son cero plástico y de materiales amigable con el ambiente. En **México** hemos desincentivado el uso de botellas plásticas de un solo uso y, mediante una campaña de comunicación, distribuimos termos a los colaboradores para que puedan recargarlos en los dispensadores de agua disponibles. Y en **Uruguay** eliminamos el uso de materiales descartables (vasos y bandejas de plástico).

Además, en 2021 continuamos implementando un modelo de trabajo híbrido, reduciendo de esta manera los viajes de nuestros colaboradores a la oficina.

Asimismo, estamos comprometidos con la digitalización de la mayoría de nuestros procesos, documentos y comunicaciones con clientes para utilizar la menor cantidad posible de papel en nuestras operaciones. En **Argentina** la reducción al mínimo el uso

del papel implicó además la implementación de firmas digitales para ciertos documentos, así como la aceptación de contratación de pólizas de manera digital. En las oficinas de **Brasil** redujimos la cantidad de impresoras de cinco a una sola máquina, con el objetivo de disminuir el uso del papel y concientizar a nuestros colaboradores sobre ello. Para 2022 prevemos comprar únicamente resmas de papel reciclado. En **Chile** todas las impresoras de las oficinas cuentan con clave, y también se han implementado procesos digitalizados, como ser la firma digital de documentos internos, libros contables, etc., que han disminuido en un 75% las impresiones y 80% en consumo de papel. En **México**, por su parte, digitalizamos el proceso de siniestros y limitamos el número de impresoras por piso. A su vez, en **Uruguay** eliminamos las impresiones dentro de nuestras oficinas como parte del compromiso asumido.

En Brasil desde 2019 participamos de la iniciativa “De-plastify”, eliminando todos los plásticos de un solo uso en nuestras oficinas.

Con respecto al uso eficiente y sustentable del agua, nuestras oficinas de **Brasil** cuentan con un sistema de reutilización de aguas pluviales y subterráneas que abastece todos los inodoros del edificio (incluidos los situados en los baños de nuestra planta) y al riego de los jardines (ubicados en la planta baja y la azotea). Por su parte, en **Chile** cambiamos las canillas de los baños a sensor y botón, lo que ha logrado un ahorro de agua cercano al 50%. En **México**, contamos con grifos automáticos en los baños, así como sanitarios que permiten el ahorro del agua.

# Gestión de residuos / 6.4

En nuestras oficinas llevamos a cabo la separación de residuos en origen. En **Argentina** clasificamos la basura en las categorías de papel/cartón, plásticos y húmedos. En **Brasil** incluimos en la separación de metal, vidrio, pilas y residuos no reciclables que podrían resultar potencialmente infecciosos como los tapabocas, a partir del retorno a las oficinas post pandemia. En **Chile** implementamos el modelo de reciclaje a través de puntos limpios en las oficinas gestionados por la empresa BZero, para residuos de plástico,

cartón, aluminio, vidrio, tetrapack, orgánicos y basura. Periódicamente realizamos reciclaje de desperdicios tecnológicos, y trabajamos para una disminución del plástico que utilizamos y poder reciclar el poco residuo generado a partir de este (por ejemplo, los recipientes de ensaladas de las colaciones). En **México** el proveedor de limpieza realiza la separación para su disposición en los contenedores del edificio, y en **Uruguay** clasificamos internamente los residuos dentro de recipientes que luego depositamos en contenedores específicos.

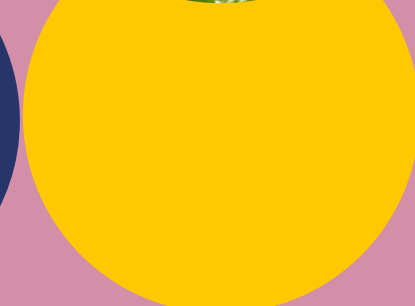
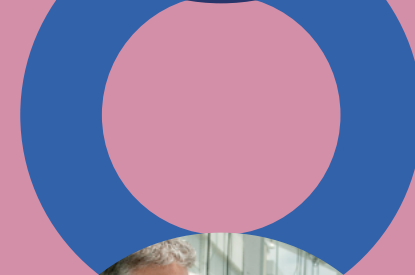
En nuestras oficinas  
llevamos a cabo  
la separación de  
residuos en origen.

# Concientización ambiental / 6.5

Consideramos que no sólo importante llevar a cabo medidas para reducir nuestro impacto en el ambiente, sino que además es vital formar y concientizar a nuestros colaboradores para generar un verdadero cambio y compromiso. En este sentido, en el curso sobre nuestro Código de Conducta, mandatorio para todo nuestro personal y aplicado a toda la región, se incluye una sección dedicada al cuidado del ambiente.

Asimismo, en **Brasil** celebramos el Día Mundial del Ambiente el 5 de junio. Durante ese mes, que es conocido como período de reflexión sobre el ambiente, el área de comunicación realizó una publicación en el canal interno (Portal ZS) con el objetivo de concientizar a todos los empleados sobre buenas prácticas ambientales que se pueden aplicar diariamente, como el uso de ecobolsas para evitar el uso de bolsas plásticas, el reciclaje de residuos a partir de su separación, la reutilización de envases, los cuidados en la eliminación de basura electrónica y el aceite, así como promover el consumo consciente.

En **Chile** también llevamos a cabo una campaña comunicacional en el segundo semestre de 2021 para promover el cuidado del ambiente tanto en nuestras oficinas como en el hogar. Asimismo, el 21 de octubre celebramos el Día Mundial del Ahorro de Energía, enviando información a todo nuestro personal con consejos para promover el uso eficiente de la energía y la disminución de la emisión de gases de efecto invernadero. Por otro lado, los equipos de las áreas de Administración, Aseo en oficinas y Comunicaciones y Sostenibilidad recibieron una capacitación sobre el correcto uso de los contenedores de reciclaje instalados en nuestras oficinas. Los equipos de Administración y Aseo en oficinas recibieron específicamente una formación presencial para la distribución de los residuos en los centros de acopio del edificio, para su posterior retiro y reciclaje por parte de la empresa BZero.



# Global Reporting Initiative

## Índice de contenidos de Global Reporting Initiative (GRI)

### Declaración de uso

Zurich Santander ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo 2021 utilizando como referencia los Estándares GRI.

### GRI 1 usado

GRI 1: Fundamentos 2021

### ESTÁNDAR GRI

### CONTENIDO

### UBICACIÓN / RESPUESTA

### CONTENIDOS GENERALES

GRI 2: Contenidos Generales 2021

<b>2-1</b>	Detalles de la organización	2.1; 2.2
<b>2-2</b>	Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	2.1; 2.2
<b>2-3</b>	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Nota 1
<b>2-4</b>	Actualización de la información	Nota 2
<b>2-5</b>	Verificación externa	Nota 3
<b>2-6</b>	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	2.1; 3.3; 5.2.1; 5.3; Nota 4
<b>2-7</b>	Empleados	5.1; Nota 5



ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
--------------	-----------	-----------------------

### CONTENIDOS GENERALES

GRI 2: Contenidos Generales 2021	<b>2-8</b> Trabajadores que no son empleados	Nota 5
	<b>2-9</b> Estructura y composición de gobernanza	4.1; Nota 6
	<b>2-11</b> Presidente del máximo órgano de gobierno	Nota 6
	<b>2-14</b> Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	3.2
	<b>2-15</b> Conflictos de interés	4.1
	<b>2-22</b> Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1.; 3.1
	<b>2-23</b> Compromisos y políticas	3.1; 3.2; 4.4; 5.4.1; 5.4.4
	<b>2-24</b> Incorporación de los compromisos y políticas	3.1; 4.4; 5.3.1
	<b>2-25</b> Procesos para remediar impactos negativos	4.4; 5.4.4
	<b>2-26</b> Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	4.4
	<b>2-27</b> Convenios de negociación colectiva	Nota 7
	<b>2-28</b> Afiliación a asociaciones	3.1; 5.4.3
	<b>2-29</b> Enfoque para la participación de los grupos de interés	3.1; 3.3
	<b>2-30</b> Acuerdos de negociación colectiva	5.1.5; Nota 8

### TEMAS MATERIALES

GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-1</b> Proceso para determinar los temas materiales	3.1
	<b>3-2</b> Listado de temas materiales	3.1

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
<i>Digitalización e innovación</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.2.3; 6.3
<i>Oferta de valor responsable</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.2.4
<i>Relacionamiento con clientes</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.2.2
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	<b>417-1</b> Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	4.4; 5.2.4
	<b>417-2</b> Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Nota 9
	<b>417-3</b> Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Nota 10
	<b>Indicador propio</b> Indicadores NPS y TNPS	5.2.2
<i>Venta adecuada</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.2.2; 5.2.4
<i>Seguridad y privacidad de datos</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.2.5
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	<b>418-1</b> Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Nota 11

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
<i>Inclusión social y financiera</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<p><b>3-3</b> Gestión de temas materiales</p> <p><b>Indicador propio</b> Clientes de segmentos vulnerables protegidos con productos específicos</p> <p><b>Indicador propio</b> Personas impactadas a través de nuestra oferta de valor sostenible</p> <p><b>Indicador propio</b> Personas capacitadas en educación financiera</p>	<p>5.2.4; 5.4.1</p> <p>5.2.4</p> <p>5.2.4</p> <p>5.2.4; 5.4.1</p>
<i>Inversión social</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.2.4; 5.4.1; 5.4.2; 5.4.3; 5.4.4
GRI 413: Comunidades locales 2016	<b>413-1</b> Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	5.4.1; 5.4.2; 5.4.3; 5.4.4
	<b>413-2</b> Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	5.2.4; 5.4.1; 5.4.2; 5.4.3; 5.4.4
	<b>Indicador propio</b> Empleados socialmente comprometidos	5.4.2
	<b>Indicador propio</b> Valor económico destinado a ayuda socioambiental	5.4.1
	<b>Indicador propio</b> Personas impactadas directamente en causas benéficas	5.2.4; 5.4.1
<i>Ecoeficiencia</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	6.1; 6.2; 6.3

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
<i>Ética y compliance</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	4.4
GRI 205: Anticorrupción 2016	<b>205-1</b> Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	4.4
	<b>205-2</b> Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	4.4
	<b>205-3</b> Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Nota 12
<i>Inversiones responsables</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	4.2; 5.3; 5.4.1; 5.4.2; 5.4.3
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	<b>203-1</b> Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	5.2.4; 5.4.1; 5.4.2; 5.4.3
	<b>203-2</b> Impactos económicos indirectos significativos	4.2; 5.1; 5.2.4; 5.3; 5.4.1
<i>Transparencia</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.2.4
<i>Diversidad e inclusión</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	4.1; 5.1.2
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	<b>405-1</b> Diversidad en órganos de gobierno y empleados	4.1; Nota 13
	<b>405-2</b> Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Nota 14

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
<i>Resultados crecientes y sostenibles</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	4.2; 5.2.1
GRI 201: Desempeño económico 2016	<b>201-3</b> Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	Nota 15
	<b>201-4</b> Asistencia financiera recibida del gobierno	Nota 16
<i>Desarrollo de empleados</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.1; 5.1.1; 5.1.3
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	<b>404-1</b> Media de horas de formación al año por empleado	5.1.1; Nota 17
	<b>404-2</b> Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	5.1.1
	<b>404-3</b> Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	5.1.1
	<b>Indicador propio</b> ENPS	5.1.3
<i>Bienestar</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.1.4
<i>Relación con proveedores</i>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	5.3; 5.3.1; 5.3.2
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	<b>204-1</b> Proporción de gasto en proveedores locales	5.3

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	UBICACIÓN / RESPUESTA
<b>Gobernanza</b>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	3.2; 4.1
<b>Gestión de Riesgos</b>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	4.3
<b>Relación con el Gobierno y la industria</b>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	4.4; 5.1.5
GRI 206: Competencia desleal 2016	<b>206-1</b> Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Nota 18
GRI 415: Política pública 2016	<b>415-1</b> Contribución a partidos y/o representantes políticos	Nota 19
<b>Pandemia</b>		
GRI 3: Temas Materiales 2021	<b>3-3</b> Gestión de temas materiales	2.4; 4.3; 5.1.4; 5.2.4; 5.3.2;

**Nota 1**

Periodo del Reporte: del 1° de enero al 31 de diciembre de 2021.

Frecuencia: anual.

Fecha de publicación: diciembre de 2022.

Contacto: sersosteniblezs@zurichsantander.com

**Nota 2**

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

**Nota 3**

No se realiza verificación externa del Reporte.

**Nota 4**

En 2021 no hubo cambios significativos en la cadena de suministros de la organización.

En Brasil se realizó una internalización del call center.

**Nota 5**

Se informa la cantidad de empleados al 31 de diciembre de cada año. Todos los empleados de Zurich Santander trabajan a tiempo completo, con contrato de trabajo a plazo indefinido, excepto por 1 becario en Argentina con contrato de trabajo temporal a tiempo parcial. Respecto de trabajadores que no son empleados de la Compañía:

- **Argentina:** Si bien no es significativo, contamos con personal externo para tareas de consultoría IT, call center y personal de maestranza.
- **Brasil:** Contamos con trabajadores que no son empleados de la Compañía para actividades de atención al cliente, liquidación de siniestros, desarrollos informáticos, entre otros.
- **Chile, México y Uruguay:** No contamos con trabajadores que no sean empleados de la Compañía.
- **España:** No hay actividades core de la Compañía realizadas por trabajadores que no sean empleados de Zurich Santander. Contamos con un programa de búsqueda de futuros profesionales a quienes, por un periodo máximo de un año, ofrecemos contratos en prácticas, con el objetivo de reclutar posteriormente para formar parte de la plantilla estable de Zurich Santander como empleados con contratos indefinidos.

**Nota 6**

Ningún miembro del *Board of Directors* cumple un rol ejecutivo. Alison Martin, Presidente, es la CEO de EMEA (*Europe, Middle East and Africa*) del Grupo Zurich.

**Nota 7**

Durante 2021 no registramos ningún incumplimiento significativo a las leyes o regulaciones por parte de Zurich Santander.

**Nota 8**

En Argentina el 78% de la plantilla está cubierta por convenio colectivo, mientras que en Brasil y Chile la proporción alcanza al 100%.

**Nota 9**

Durante 2021 no registramos casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios.

**Nota 10**

Durante 2021 no registramos casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.

**Nota 11**

Durante 2021 no registramos reclamos relacionados con violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente en 2021.

**Nota 12**

Durante 2021 no hubo casos públicos de corrupción confirmados.

**Nota 13**

EMPLEADOS A FECHA DE CIERRE	2020		2021	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
<b>Distribución por sexo</b>	<b>411</b>	<b>418</b>	<b>472</b>	<b>472</b>
<b>Distribución por edad</b>				
Menores de 30 años	90	90	112	94
Entre 30 y 50 años	294	287	330	328
Mayores de 50 años	27	41	30	50
<b>Distribución por categoría profesional</b>				
<i>Top Management</i>	11	27	16	32
<i>Upper Management</i>	57	70	60	71
<i>Middle Management</i>	65	83	68	72
<i>Jr Management</i>	149	140	153	139
<i>Operational</i>	129	98	175	158



**Nota 14****Brecha salarial por género <sup>1</sup>**

		Argentina <sup>2</sup>	Brasil <sup>3</sup>	Chile	España	México	Uruguay <sup>4</sup>
<i>Top Management</i>	2021	56%	-	-1%	29%	-	-
	2020	-	-	-1%	31%	-	-
<i>Upper Management</i>	2021	1%	26%	11%	-13%	-2%	-2%
	2020	-4%	41%	5%	-10%	-	-2%
<i>Middle Management</i>	2021	8%	10%	7%	-	5%	30%
	2020	8%	1%	-8%	-	-1%	-
<i>Jr Management</i>	2021	-11%	9%	-	31%	2%	33%
	2020	-3%	13%	-	36%	5%	32%
<i>Operational</i>	2021	-11%	-7%	-	0%	3%	-
	2020	20%	5%	-	0%	-4%	-

1). La brecha salarial hace referencia a la diferencia entre el salario de hombres y mujeres, calculada como la diferencia entre el salario promedio de los hombres y el de las mujeres, dividido entre el salario promedio de los hombres expresada como porcentaje en cada uno de los países. Salvo que se especifique lo contrario, los datos no reportados en la tabla se refieren a las clasificaciones profesionales que no están ocupadas por ninguna persona en la organización.

2). La diferencia salarial de Argentina en la categoría *Operational* (20%) en 2020 se debe a que dentro de esta categoría se incluyen las personas que ocupan puestos de becario o en prácticas, siendo 6 de estas personas mujeres. La diferencia salarial en la categoría *Top Management* (56%) en 2021 se debe a la incorporación de mujeres en esta posición y la incorporación de un nuevo CEO y director regional.

3). La diferencia salarial de Brasil en la categoría *Upper Management* (41% en 2020 y 26% en 2021) se debe a movimientos de personal (entradas y salidas) y al pago de retribuciones variables.

4). Por motivos de confidencialidad, Zurich Santander Uruguay no reporta la remuneración media de su directivo, puesto que la función es ejercida por una única persona de la compañía (*Top Management*) ni la remuneración media de las mujeres en la categoría *Middle Management* en 2020 al estar ocupada por una sola persona. No es posible calcular brecha salarial para ambas categorías. La diferencia salarial de Uruguay en la categoría *Middle Management* (30% en 2021) y *Jr Management* (32% en 2020 y 33% en 2021) se debe al incremento de personal en esta categoría, habiendo ingresado posiciones cuyos salarios son más elevados por la dificultad de encontrar perfiles que se ajusten a las necesidades de la empresa.

**Nota 15**

En **Argentina, España y Uruguay** no tenemos un plan de pensión o jubilación por sobre los exigidos por la ley. Los aportes definidos por la ley son:

	Argentina	España	Uruguay
Porcentaje de contribución por parte del empleado	11%	4%	17,5%
Porcentaje de contribución por parte del empleador	16%	12%	25,25%

En **Brasil**, la proporción del aporte del empleado se determina de la siguiente manera (INSS a partir de enero de 2022):

- Salario hasta BRL 1.212: 7,5%
- Salario entre BRL 1.212 y BRL 2.427,35: 9%
- Salario entre BRL 2.427,36 y BRL 3.641,03: 12%
- Salario entre BRL 3.641,04 hasta BRL 7.087,22: 14%

Por otra parte, el empleador aporta un 25,7%. Además, en Brasil contamos con un plan de pensión privado para los empleados con una contraparte de la Compañía. Se trata de un producto con tasas preferenciales.

En **Chile**, por ley se descuenta el 10% de la renta imponible para los Fondos de Pensión. Dichos Fondos van al sistema de AFP que existe en Chile.

En **México**, los planes de pensiones no son exigidos por ley, son opcionales, y cuentan con ciertas condiciones que las regulan. Los aportes del empleado son voluntarias y tienen como un máximo de aportación del 12,5% del salario gravable (monto compuesto por sueldo y algunas prestaciones que se consideran para tributar. La ley no establece un porcentaje mínimo o máximo para la contribución por parte del empleador, en el caso de Zurich Santander los aportes empiezan desde un 3% del sueldo base hasta un 5%.

**Nota 16**

Durante 2021 no recibimos asistencia financiera por parte del gobierno en Argentina, Chile, España, México y Uruguay.

**Nota 17****Media de horas de formación por empleado, por género - 2021**

	Hombres	Mujeres
Argentina	28,8	32,1
Brasil	28,0	23,0
Chile	24,6	64,5
España	6,9	8,8
México	20,4	27,2
Uruguay	22,1	25,0

**Nota 18**

Durante 2021 no registramos acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.

**Nota 19**

Durante 2021 no realizamos contribuciones a partidos y/o representantes políticos.

**Agradecemos a todos** los que han hecho posible este Reporte de Sostenibilidad: Líderes del equipo de sostenibilidad y todas las áreas responsables de Zurich Santander.

## EQUIPOS DE SOSTENIBILIDAD

### Argentina

Guadalupe Iturzaeta  
Marcos Adra  
Maria Victoria Santa Cruz

### Brasil

Allan Ferreira Jofre  
Mariane Bottaro  
Natalia Moreira

### Chile

Gloria Lema  
Gretta Aguirre

### México

Pedro Donadio Antunes  
Azucena Noriega

### España

Javier Gonzalez Moya  
Sthefanie Fonseca

### Regional

Carlos Gonzalez Nogueira  
Lila Micheluz

### Uruguay

Silvana Collazo

