

A photograph of a grand, classical-style building at night, illuminated with warm lights. The building features a prominent corner with columns and arches. Several blue banners with the Allianz logo and name are displayed vertically on the facade. A large blue circular graphic is overlaid on the right side of the image, containing the title and subtitle text.

Comunicación de Progreso

Allianz Argentina

Período 2016

Allianz 

A low-angle, upward-looking photograph of several tall skyscrapers against a clear blue sky. The buildings are modern, with glass and steel facades. A large, semi-transparent blue circular graphic is overlaid on the right side of the image, containing the main title text.

Declaración de apoyo continuo al Pacto Mundial

Allianz 

Mensaje del CEO a sus grupos de interés

En el año 2015 Allianz Argentina firmó la carta de adhesión a Pacto Mundial, estableciendo así una firme conexión con las políticas globales del Grupo. De esta manera, reafirma los lineamientos específicos que rigen el desempeño de Allianz Argentina al proponer la creación de valor a largo plazo en cada una de sus actividades.

Este compromiso se traduce en la ineludible responsabilidad que debe asumir cada una de las personas que conforman esta Compañía, desde la alta dirección hasta los colaboradores.

Durante el 2016 se realizaron esfuerzos significativos trabajando de manera sistemática para obtener evidencias en cada uno de los principios establecidos por Pacto Mundial.

El desempeño de la Compañía en el respeto a los Derechos Humanos tiene como uno de sus temas relevantes el cuidado de la salud, por ello, desde hace varios años se promueve un entorno que valora y facilita el balance de la vida personal y laboral, además de variados beneficios, el fomento de una alimentación saludable y una vida activa, como así también condiciones laborales estables. Por otra parte, Allianz Argentina continúa trabajando de cara al cliente, midiendo y evaluando su satisfacción, y generando nuevos procesos que permiten una mejora continua en sus estándares de calidad. La promoción de los Derechos Humanos también se extiende a la comunidad.

Alineando objetivos corporativos con expectativas sociales y ambientales, se profundizó, por ejemplo, el trabajo en la Provincia de Jujuy con la propuesta de Ciudades Solares. La preocupación a nivel Grupo sobre el cambio climático hace que sea éste un tema relevante en la estrategia de Allianz Argentina, enfocada en una mirada multidimensional de los riesgos, incluyendo los ambientales, sociales y reputacionales. La innovación en productos ambientales, así como la concientización y fomento de la adhesión a la póliza electrónica, también forman parte del proyecto denominado "Alianza Ambiental".



Para Allianz Argentina, como una Compañía que brinda confianza, integridad y respaldo, los asuntos relacionados a corrupción y lavado de dinero son tratados en cada una de sus políticas corporativas, implementando claras estrategias para llevar a cabo controles específicos y capacitando de manera obligatoria a todos los empleados.

Los desafíos que tenemos por delante para 2017 son muchos y variados: continuaremos poniendo énfasis en la salud, bienestar y seguridad de nuestros empleados, cualquiera sea su rango; trabajaremos para incrementar nuestro enfoque al cliente y el nivel de digitalización e innovación; nos esforzaremos para incluir a nuestra cadena de valor cada vez más en las estrategias de sustentabilidad; y comenzaremos con la implementación del programa sobre empleabilidad para jóvenes en situación de vulnerabilidad.

En virtud de nuestro compromiso con las políticas corporativas del Grupo Allianz y con la transparencia de nuestras operaciones, en Allianz Argentina apoyamos los principios de Pacto Mundial y alentamos a nuestros grupos de interés a que nos acompañen para lograr objetivos y metas concretas de sustentabilidad, generando así alianzas duraderas que nos conduzcan hacia la mejora continua y el desarrollo de nuestra organización.

Bernd Valtingoer
CEO Allianz Argentina

Presentación Institucional

Allianz @ Arena

Allianz 

La estrategia de Allianz a partir de 2016



- 1 Orientación al cliente**
- 2 Digitales por Default**
- 3 Exelencia técnica**
- 4 Crecimiento ambicioso**
- 5 Meritocracia inclusiva**

Colocar al cliente en el centro de todo lo que hacemos, alineando productos y procesos con sus necesidades y expectativas.

Desarrollar productos, servicios y procesos de vanguardia para la era de la conectividad.

Fortalecer el resultado técnico del negocio aplicando las mejores prácticas de suscripción y gestión.

Explorar sistemáticamente nuevas oportunidades de crecimiento rentable.

Reforzar una cultura de liderazgo y colaboración basada en responsabilidades claras, cooperación y espíritu emprendedor.

Filosofía corporativa

Misión ↘

Brindar confianza a nuestros clientes a través de soluciones integrales en seguros y un servicio diferencial sostenido en procesos eficaces, alta calidad y respaldo, creando así vínculos de largo plazo.



visión

Ser la compañía de referencia en el mercado asegurador argentino, ofreciendo un respaldo sólido a nuestros clientes.



valores

Nuestro sistema de valores se afianza en una cultura empresarial única, que nos une y nos convoca para trabajar y crear valor en cada una de nuestras actividades.

Integridad: Trabajar, expresarnos y vivir con respeto, honestidad y coherencia entre lo que pensamos, decimos y hacemos.

Confianza: Generar relaciones basadas en la confianza recíproca y vínculos de largo plazo.

Innovación: Promover la creatividad y la participación de todos en la búsqueda de una mejor manera de hacer las cosas cada día, aceptando los cambios y desafíos.

Rentabilidad: Garantizar la solvencia del negocio superando las expectativas del cliente, de los Productores y Brokers, de nuestros empleados y del accionista.

Foco en el cliente: Entender y satisfacer las necesidades y deseos de los clientes a partir de la mejora continua de procesos y soluciones.

Diversidad: Valorar y apostar a la diversidad y al talento en todas sus formas, como medio para el enriquecimiento personal y organizacional.

Responsabilidad social: Promover el desarrollo y la inclusión social, la preservación de la cultura y el cuidado del medio ambiente, como parte fundamental de nuestra actividad.

Descripción de la empresa

Allianz Argentina comienza sus operaciones en 1988 como parte del Grupo Allianz. Su política comercial está orientada a la prevención de riesgos industriales, comerciales y particulares, ofreciendo soluciones integrales y de calidad para proteger los activos y las actividades de sus clientes.

Allianz Argentina es una sociedad anónima, con un capital* social de 1.642.517.600 compuesto por 16.425.176 acciones ordinarias, de un valor nominal de \$100 por acción. El 98,98 de sus acciones son de titularidad de Allianz South América Holding BV, y el 1,02, de titularidad de AGF Inversiones S. A.

*el aumento de capital se encuentra en trámite de aprobación por parte de la SSN.

A diciembre de 2016, trabajaban en Allianz Argentina 332 personas, de las cuales 291 lo hacían en la Casa Central (Ciudad Autónoma de Buenos Aires), 9 en Córdoba, 4 en Mendoza, 12 en Rosario, 9 en Mar del Plata, 3 en Tres Arroyos y 4 en Bariloche.



Gobierno corporativo

Consejo Ejecutivo

Es el máximo órgano de gobierno. Su estructura se compone del CEO y siete directores, quienes se reúnen semanalmente para delinear estrategias corporativas y plasmar objetivos de la organización.

CEO: **Bernd Valtingojer**

CFO: **Richard Valtl**

Director Técnico & Reaseguros: **Amilcar Racigh**

Director Líneas Personales: **Luciano Triolo**

Directora Comercial: **Lorena Garrera**

Director Market Management y Canales Alternos: **Alejandro Welter Skala**

Director de IT y Operaciones: **Olivier Fernández Bedoya**

Directora Actuarial: **Jimena Fernandez**

Consejo Extendido

Está constituido por el management de la Compañía y su función es liderar el desarrollo del negocio, trazar planes de acción e intercambiar experiencias y buenas prácticas vinculadas a las distintas áreas y proyectos de la Compañía. El Consejo Extendido está conformado por 26 personas que se reúnen una vez por mes.

Directorio

Presidente*: **Bernd Valtingojer**

Vicepresidente: **Rodolfo Heriberto Dietl**

Director Titular: **Federico Guillermo Tomás Leonhardt**

Director Suplente: **Enrique Schinelli Casares**

Director Suplente: **Tomás Peco**

*Nota: El presidente del Directorio es también CEO de la Compañía.

Comisión Fiscalizadora

Titulares

Horacio Henke

Federico Careno

Cristóbal von der Fecht

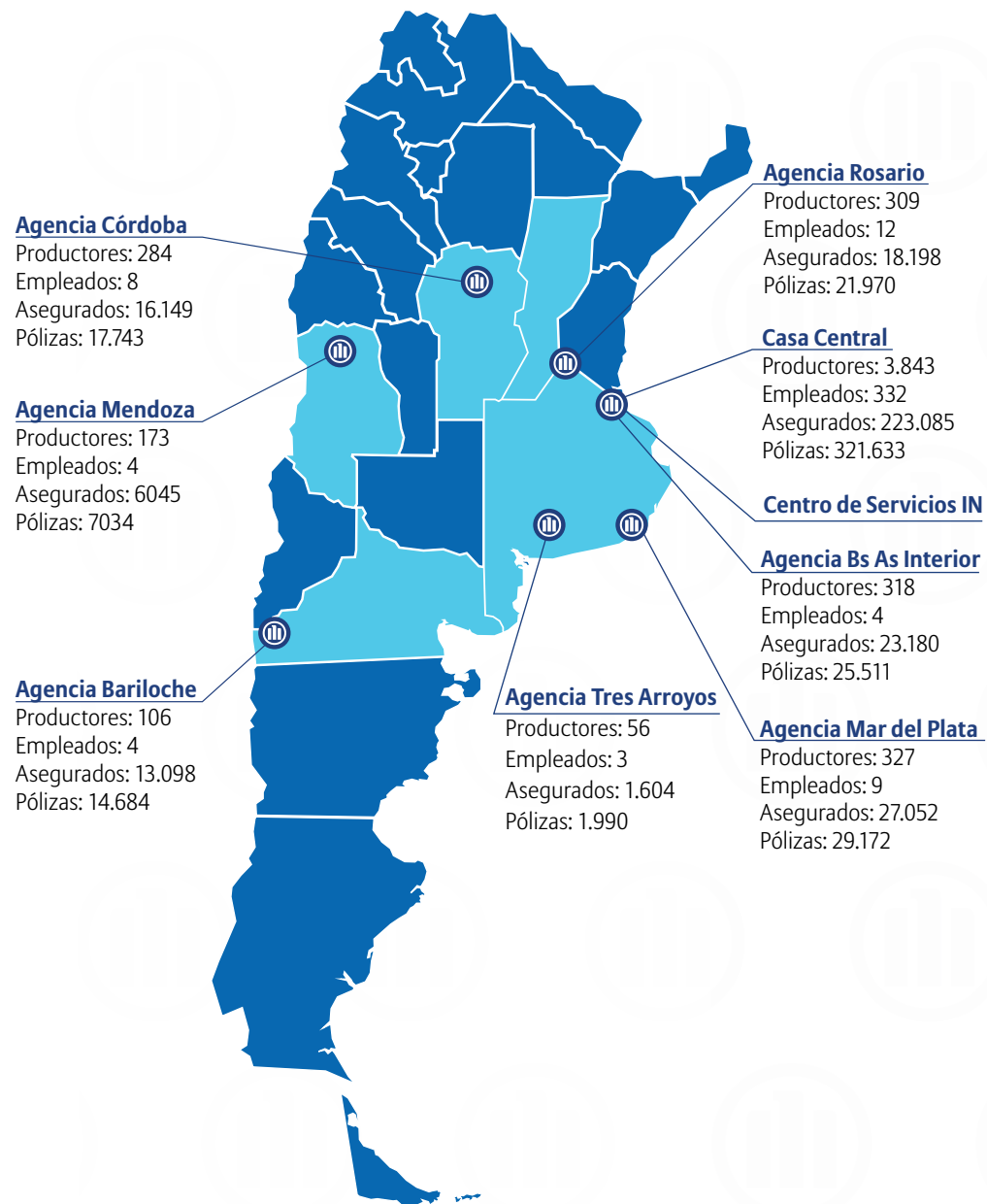
Suplentes

Juan Pablo Pérez Millán Barrenechea

Verónica Zeppa

María del Pilar Gutiérrez

Presencia federal



Productos y coberturas de Allianz

Allianz Argentina ofrece una amplia gama de productos y servicios para proteger los activos y el patrimonio de las personas, empresas e industrias. Teniendo en cuenta las necesidades del cliente, adapta y actualiza los productos y las coberturas de manera continua.

Individuos

- Automóviles
- Moto vehículos
- Combinado familiar
- Golf
- Integral de consorcio
- Integral de comercio
- Embarcaciones de placer
- Accidentes personales
- Bolso protegido
- Integral de viajero

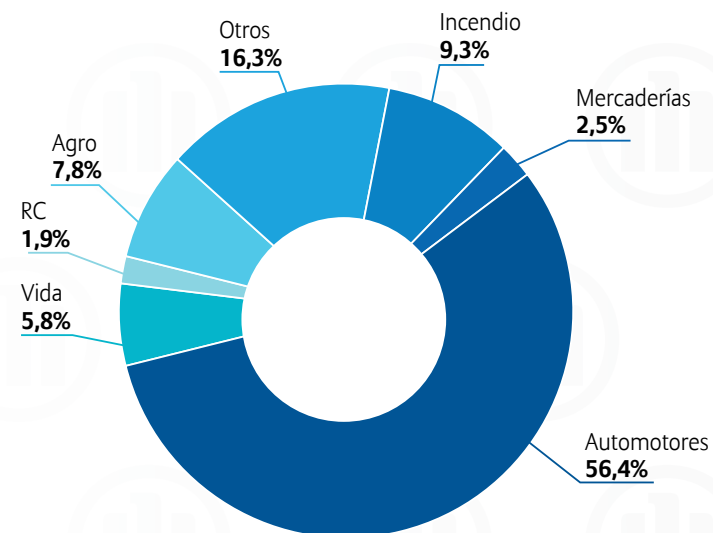
Empresas/ Industrias

- Integral de comercio
- Accidentes personales
- Caución
- Vida colectivo
- Integral de consorcio
- Seguro de crédito
- Todo riesgo operativo
- Incendio
- Transportes
- Responsabilidad civil
- Hotel
- Spa
- Integral de viajero
- Seguro técnico
- Saldo deudor
- Biocombustible
- Solar
- Eólico
- Ahorro Corporativo

Agro

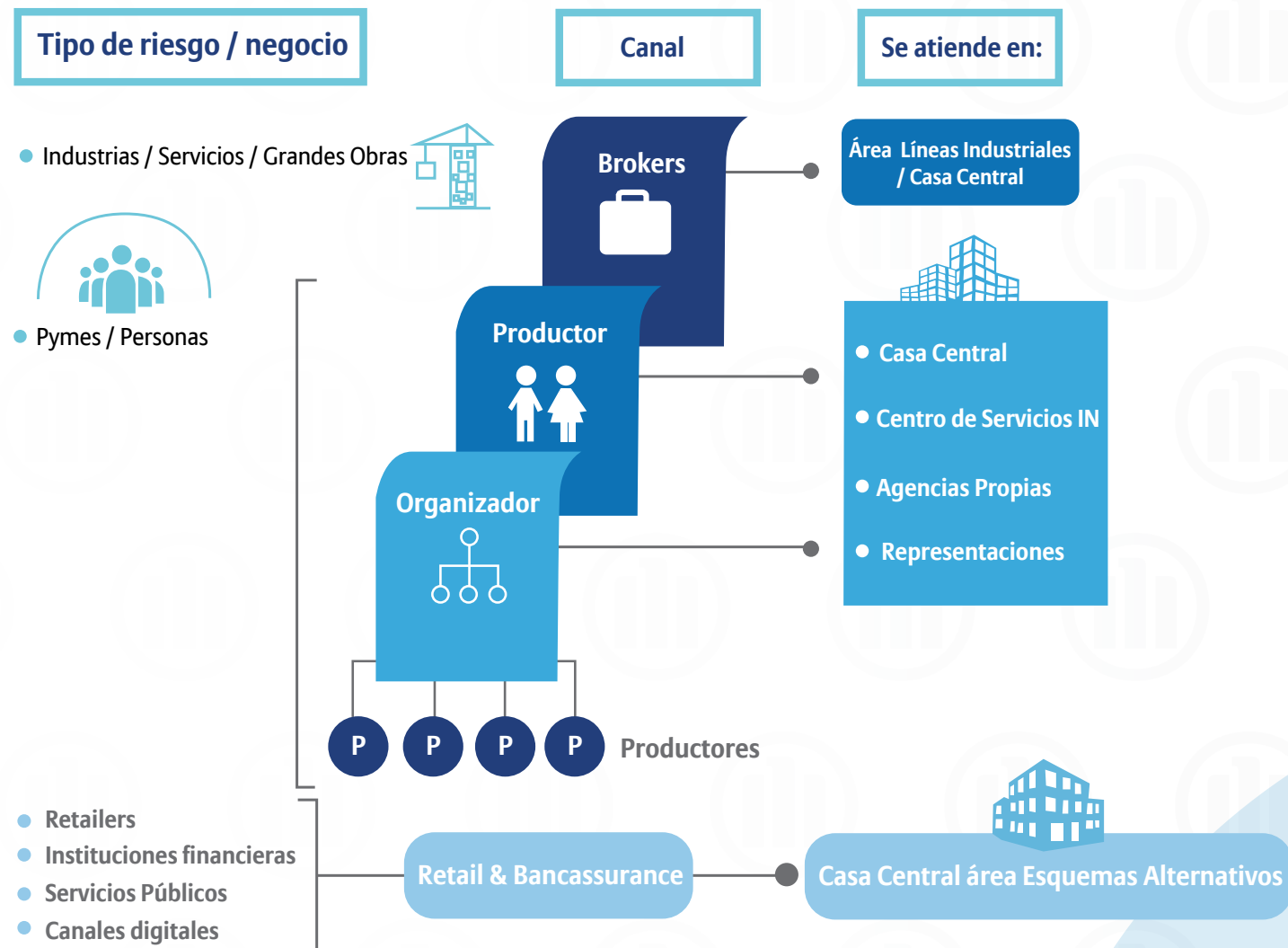
- Granizo
- Incendio
- Resiembra
- Trisoja
- Heladas extemporáneas
- Vientos fuertes

Distribución de prima por ramo*



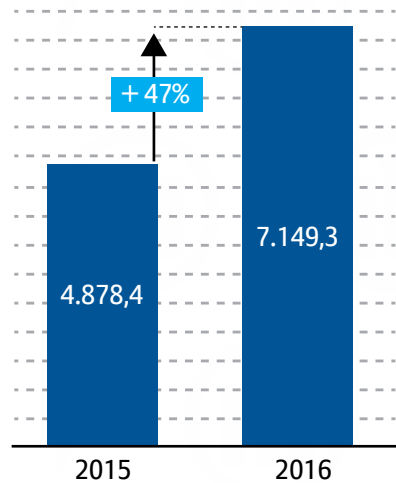
*Año fiscal jul 2015 - jun 2016

Canales de venta



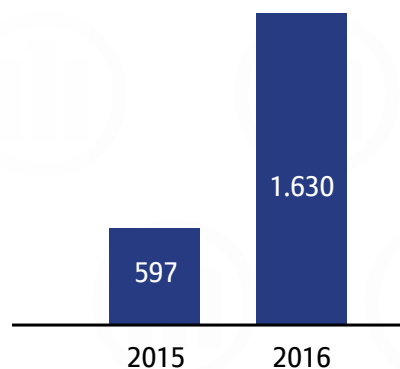
Principales magnitudes económicas*

Primas emitidas



■ Primas emitidas (incl. RA)

Patrimonio neto



■ Patrimonio neto

*Año fiscal jul 2015 - jun 2016



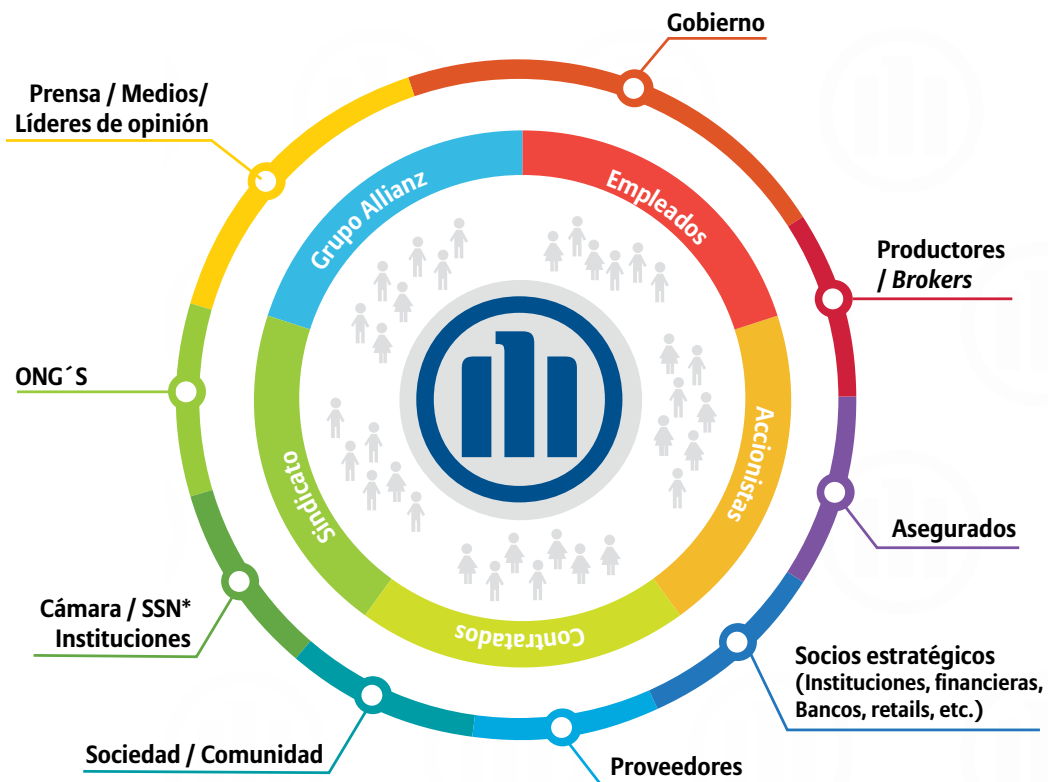
Ranking Diciembre 2016

Nº	ASEGURADORAS	PRIMAS EMITIDAS * 6 meses (A Diciembre 2016)	%	Growth
1	Fed. Patronal	9.303	10,7%	39,9%
2	Caja Seguros	7.515	8,7%	40,5%
3	Sancor	6.119	7,1%	38,9%
4	San Cristóbal	4.036	4,7%	32,3%
5	Allianz	3.822	4,4%	16,3%
6	Nación	3.716	4,3%	43,1%
7	Rivadavia	3.359	3,9%	42,7%
8	Provincia	3.195	3,7%	39,7%
9	Grupo Sura	2.991	3,4%	50,1%
10	Mercantil Andina	2.858	3,3%	57,2%
11	Zurich	2.794	3,2%	36,6%
12	Segunda	2.789	3,2%	48,5%
13	QBE La Buenos Aires	2.782	3,2%	32,1%
14	Meridional	2.201	2,5%	22,8%
15	Mapfre	2.071	2,4%	36,8%
Mercado		86.726		34,8%

* Expresadas en ARM\$

Grupos de interés y canales de comunicación

Grupo de Interés

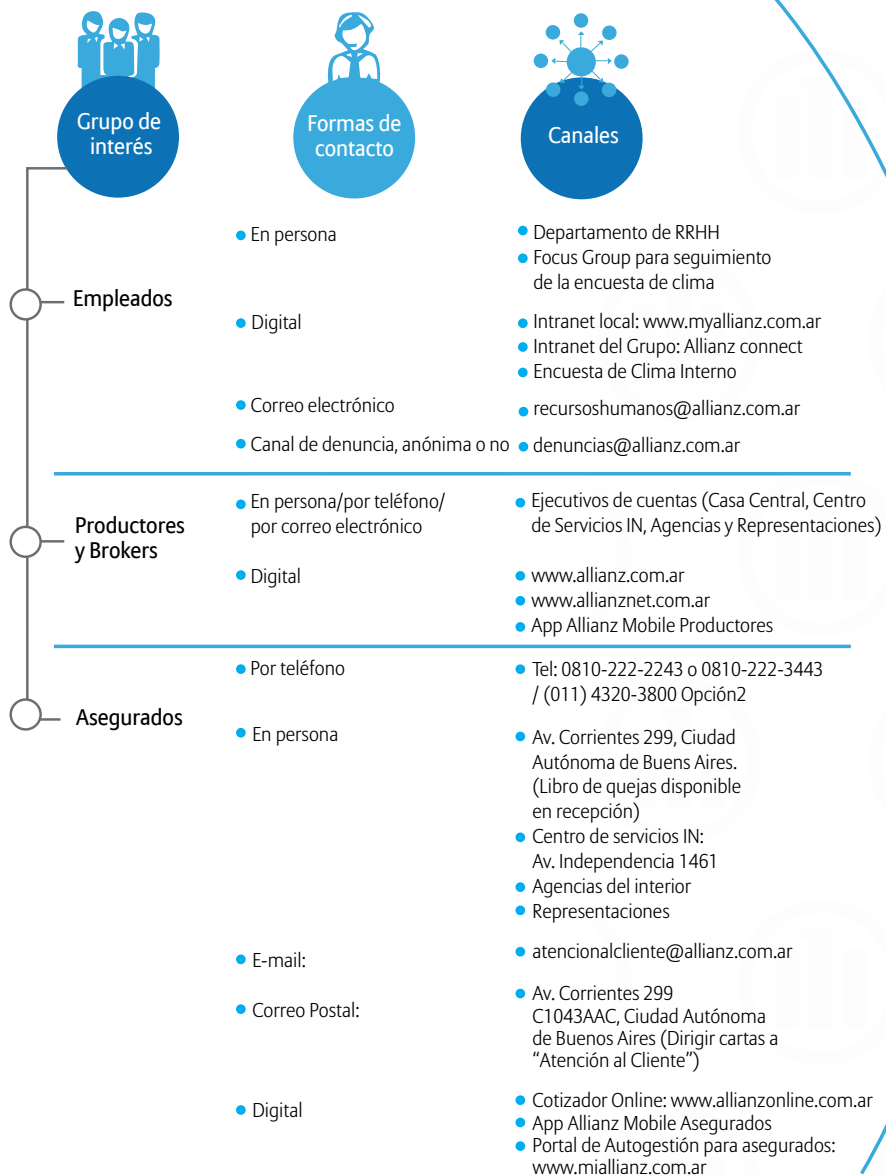


*Superintendencia de Seguros de la Nación.



Proveer a nuestros clientes el mejor servicio, es uno de los valores fundamentales de Allianz Argentina. Buscamos permanentemente la mejora continua para superarnos y cumplir con sus expectativas. Estamos preparados para escuchar, entender y solucionar sus problemas de una manera rápida y eficiente, analizando el problema y buscando la mejor solución.

Canales de Comunicación



- Página Web: www.allianz.com.ar
- Redes Sociales:
 - Facebook: www.facebook.com/allianzargentina
 - twitter: www.twitter.com/allianzarg
 - LinkedIn: www.linkedin.com/company/beta/10888525
 - youtube: www.youtube.com/user/AllianzArg

En casos específicos, y siempre que se hubiera agotado la vía de comunicación interna sin obtener una resolución favorable a la pretensión, se podrá contactar con la figura del Defensor del Asegurado, a la cual Allianz se adhiere a través de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros



Principios de Pacto Global Derechos Humanos

Derechos Humanos

Principio 1 – Protección de los Derechos Humanos

Principio 2 – No complicidad con los abusos de los Derechos Humanos

Política, acciones y resultados

Allianz Argentina está comprometida con los lineamientos nacionales e internacionales de defensa de los derechos humanos, aplicando dentro del contexto de sus negocios, estándares provenientes de su casa matriz. Año a año refuerza su especial contribución hacia el bienestar de sus **empleados**, tanto en el ámbito profesional como para su vida personal. Además, es política de Allianz Argentina poner a disposición mecanismos que permitan su crecimiento dentro de la compañía, y para eso se implementan diversos planes de capacitación y carrera para la promoción interna.

En relación a otra de sus partes interesadas, Allianz Argentina cuenta con un estricto seguimiento sobre la gestión de la calidad, busca mejorar continuamente la satisfacción de sus **clientes**, no siendo cómplice de abusos, incrementando los controles y asegurando una respuesta inmediata para la resolución de reclamos. Asimismo, cumpliendo con la normativa legal vigente en nuestro país, afianza la política de protección de datos personales mediante la digitalización de archivos y su accesibilidad.

En cuanto a su compromiso con el desarrollo de la **comunidad**, Allianz Argentina enmarca sus inversiones en la estrategia corporativa que propone acompañar proyectos de inclusión, en especial para jóvenes en situación de vulnerabilidad social.

Nuestra Gente

Planes de capacitación

Durante 2016, la totalidad de los empleados de Allianz tomaron 1.441 días en formación, en función de los requerimientos de sus puestos y necesidades del negocio. Se impartieron en promedio 34hs. de capacitación por empleado, de las cuales 248hs. fueron destinadas al nivel gerencial. Todos los empleados al menos han recibido una capacitación /training en el año y se invirtieron aproximadamente \$2.000.000.

Los cursos ofrecidos se han enfocado en el idioma inglés, y también en Informática: Excel Word, Project y Access.

Promoción interna

Allianz Argentina apoya los planes de carrera, valorando la promoción interna y el desarrollo horizontal y vertical, como parte de la importancia que le otorga al desarrollo profesional de las personas.

A la hora de cubrir un puesto vacante, la política aplicada es en primera instancia evaluar la promoción interna que les brinda a los colaboradores posibilidades de ascenso y crecimiento.

En 2016, ocho personas fueron promovidas a puestos superiores, un Gerente asumió el puesto de Director; tres pasaron de Jefes a Gerentes; dos Ejecutivos de cuenta a Jefes y dos Analistas a Jefes.



Políticas de conciliación familiar y laboral:

- **Vacaciones:** desde su primer año de trabajo en la Compañía, los empleados gozan de 21 días corridos de vacaciones, sin necesidad de superar los cinco años de antigüedad.
- **Licencia por paternidad:** la licencia se extiende a una semana completa.
- **Ayuda escolar:** la Compañía colabora con parte del costo de guardería o jardín de infantes para los hijos menores de cinco años y con la compra de útiles para los hijos en edad escolar.
- **Festejos:** se realizan jornadas de integración de empleados y sus hijos en las vacaciones de invierno.
- El día del **cumpleaños** pueden retirarse a las 13hs.

Beneficios:

- **Universidad y Posgrado:** a quienes estén cursando carreras universitarias o posgrados, Allianz les brinda reintegros mensuales para colaborar con su formación.
- **Obsequios:** por matrimonio, nacimientos, fin de año, Pascuas y cumpleaños.
- **Actividades saludables:** la Compañía brinda a sus colaboradores sesiones breves de masajes; semanalmente clases de yoga y canasta de frutas; y dos veces por semana ofrece un espacio de entrenamiento denominado Running Team.
- **Descuentos:** los empleados pueden acceder a un 50% descuento en 2 pólizas de seguros de Autos y 1 póliza de Combinado Familiar, y un 20% de descuento para relacionados.
- **Eventos:** jornadas de Integración y fiesta de fin de año, entre otros.



Flexibilidades corporativas:

- **Flexi-Time:** la Compañía se rige por el sistema denominado “flexi-time” mediante el cual, el empleado tiene posibilidad de ingresar a las oficinas entre las 8:45 y las 9:45 de lunes a jueves.
- **Viernes corto:** esta iniciativa permite que los empleados trabajen de 8 a 14, por lo que así alargan el fin de semana. Esta constituye una medida de alto impacto positivo en la satisfacción de los empleados.
- **Vestimenta casual:** los viernes se permite concurrir a la Compañía de manera informal, medida que se traslada a todos los días de la semana durante la época estival.
- **Licencias especiales:** además de los días de vacaciones, los colaboradores disponen de cuatro días anuales con goce de sueldo, considerados licencias especiales para realizar trámites personales, cuidar de familiar enfermo, mudanza, médico o unión civil, entre otros motivos.

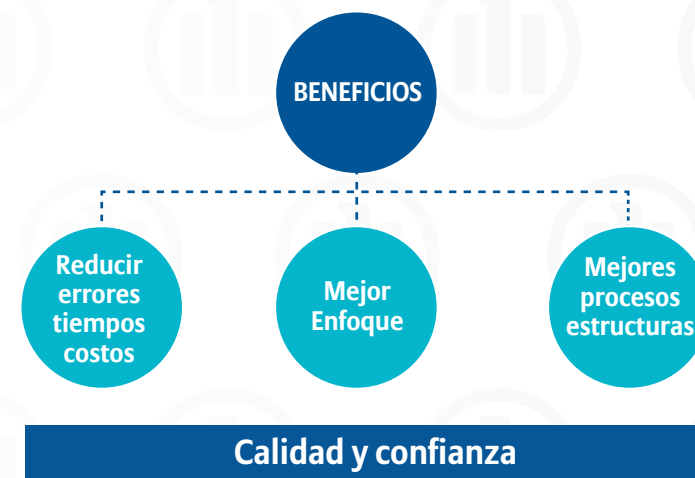
Atención al Asegurado

Sistema de Gestión de la Calidad

Proveer a nuestros clientes el mejor servicio, es uno de los valores fundamentales de Allianz Argentina y constituye una prioridad estratégica. Buscamos permanentemente la mejora continua para superarnos y cumplir con sus expectativas. Estamos preparados para escuchar, entender y solucionar sus problemas de una manera rápida y eficiente, analizando el problema y buscando la mejor solución.

Desde 2013 Allianz cuenta con la certificación de calidad según la norma internacional ISO 9001:2008 para sus procesos de “comercialización y suscripción de seguros, emisión, despacho y administración de pólizas, y gestión de siniestros”. Durante el año 2016 se realizó una re certificación global. Cada tres años la auditoría es realizada con un nivel de detalle igual al inicial. En este sentido, y de acuerdo con la información relevada y mediante mecanismos transparentes y cotidianos, la Compañía elabora objetivos de mejora y estrategias operativas para controlar los aspectos relevantes de la prestación de servicios. Además, la certificación se complementa con otros procedimientos sobre estructura y responsabilidad, auditorías de calidad y capacitaciones.

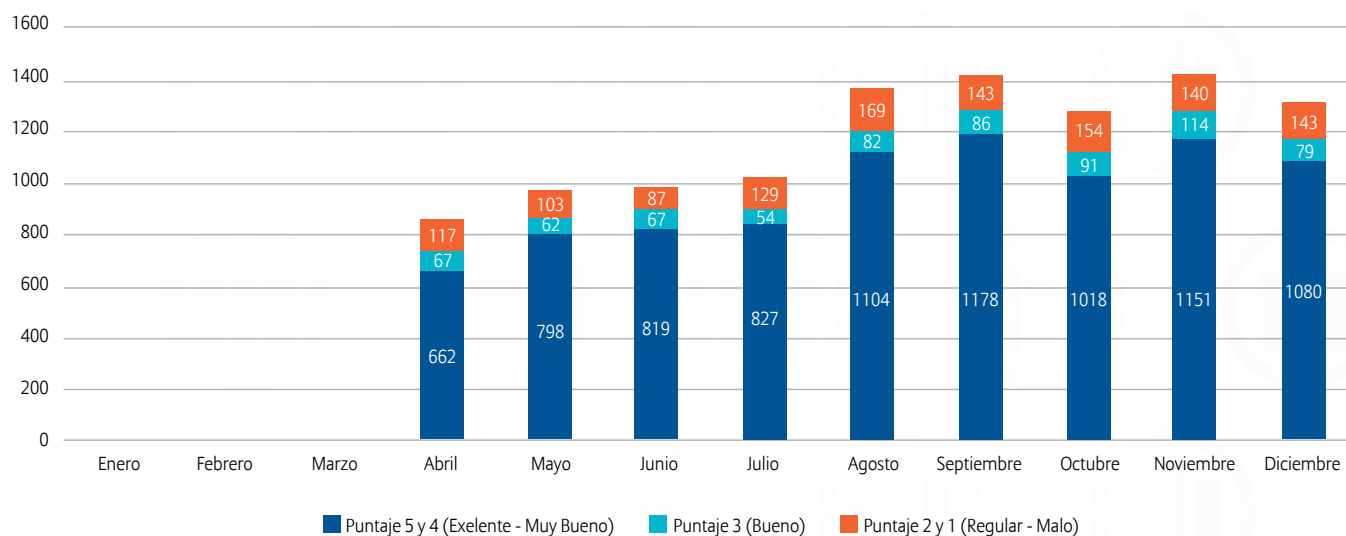
Objetivos de evaluación de calidad			Medición	Ponderación
Compañía	PeG	Resolver (Derivar o Finalizar) en el mes de 80% de las actividades que ingresan dentro de los 4 días corridos	Mensual	40%
Operaciones	Tiempo y armado	Que el 80% de las pólizas generales esté armado dentro de las 72 horas	Mensual	15%
Comercial	Póliza electrónica	Que el 50% de las operaciones anuales se envíen por PE.	Anual (Seguimiento mensual)	15%
Atención al cliente y canales	Nivel de servicio en atención telefónica	Responder el 65% de las llamadas con una demora igual o menor a los 15 segundos	Mensual	10%
	Abandono de llamadas	Obtener un porcentaje menor o igual al 10% de abandono de llamadas	Mensual	10%
Siniestros / Tesorería	Transferencia bancaria	Que el 50% de los pagos se realicen a través de transferencia	Mensual	10%
				100%



La encuesta de satisfacción al cliente en la atención telefónica es una de las herramientas más importantes con la que cuenta la Compañía para analizar y realizar los ajustes necesarios para cumplir con su compromiso de mejora continua en la atención al asegurado.



Encuesta de Servicio

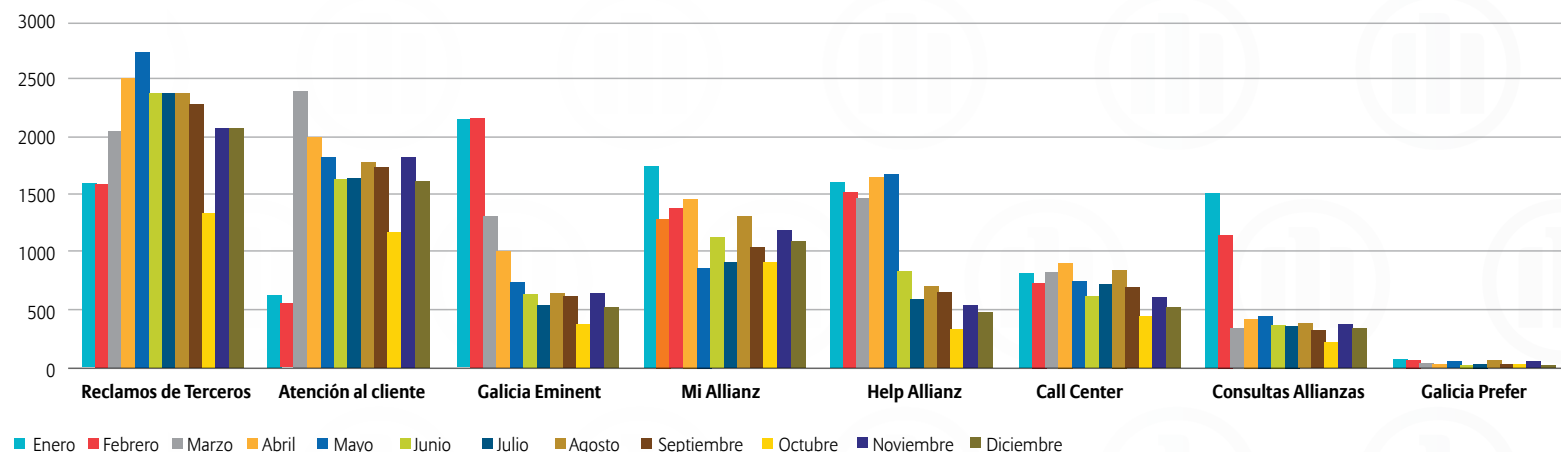


- Una vez finalizada la llamada el contacto puede elegir acceder o no a contestar la encuesta y puntuar la atención de la misma (5-Excelente / 4-Muy bueno / 3-Bueno / 2-Regular / 1-Malo).
- Las llamadas puntuadas con 1 y 2 son auditadas para mejorar en caso de ser necesario.
- El 77% de las encuestas realizadas corresponden a asegurados, para luego dividirse en Productores, Nuevos clientes, etc.

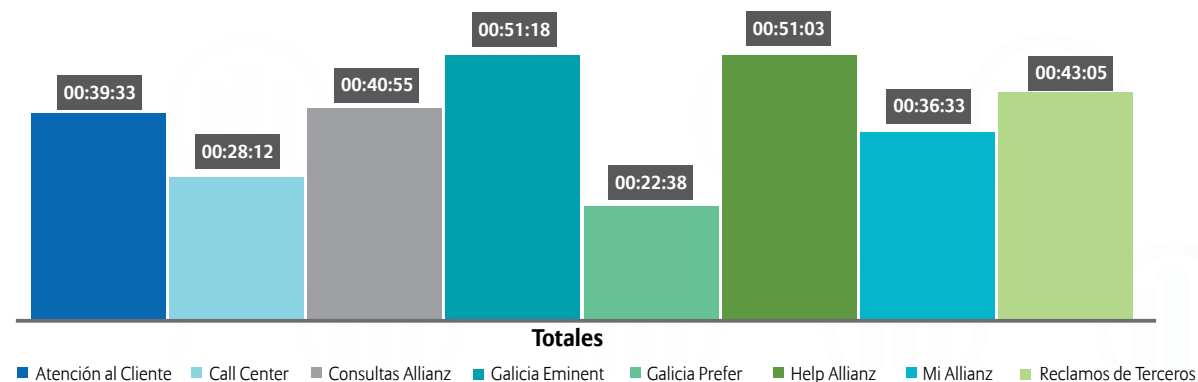
Otra herramienta que comenzó su implementación en el año 2016, es el Cisco Social Minner, una herramienta de comunicación y administración de canales (correos, redes sociales) que significa un avance respecto a la respuesta de cara al cliente. Dado que permite enrutar los contactos a representantes cualificados, múltiples personas pueden responder las consultas a través de colas de trabajo compartidas, pudiendo contar con las métricas detalladas en cuanto a cantidad de correos ingresados, respuestas enviadas, mails respondidos por operador y, principalmente, nos brinda las estadísticas sobre los tiempos de respuesta de todas las campañas.

Adicionalmente, en el 2016, Allianz Argentina ha realizado el estudio NPS (Net Promoter Score), a cargo de la encuestadora internacional GFK, en donde mide la satisfacción de nuestros clientes en relación a la satisfacción de los clientes de las compañías competidoras. Este análisis permite evidenciar puntos de potencial mejora, puntos fuertes y débiles, para delinear acciones de mejora. Adicionalmente, mide la satisfacción durante la jornada del cliente, es decir en todos sus puntos de contacto con la compañía.

Correos electrónicos contestados por Social Minner



Tiempo de respuesta anual por casilla Social Minner

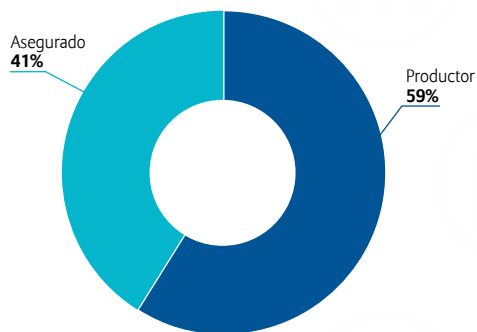


Gestión de reclamos de los asegurados

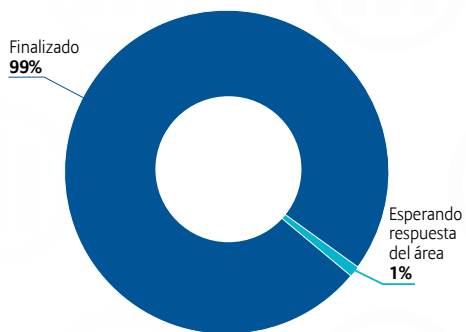
Allianz cuenta con una plataforma para las quejas o reclamos de sus asegurados, cumpliendo así con el procedimiento de "No Conformidad".

Desde AllianzNet (www.allianznet.com.ar) es posible acceder a la herramienta Pedido Genérico (PeG) que concentra las quejas o reclamos recibidos. Las No conformidades pueden ser resueltas, o derivadas al sector responsable de su resolución; o bien, ser rechazadas.

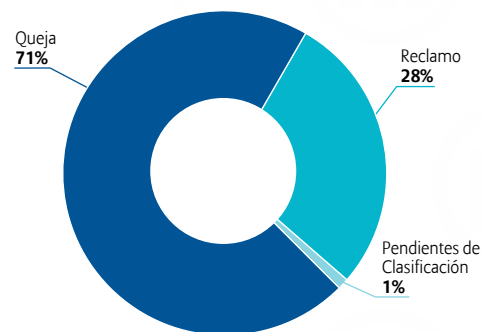
Origen



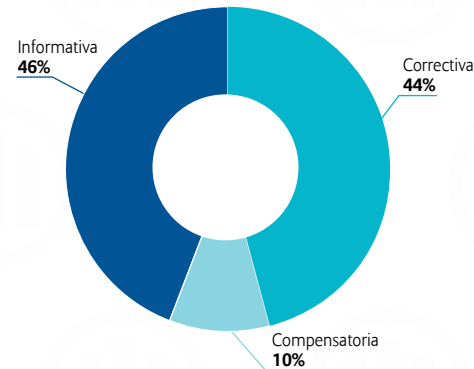
Estado



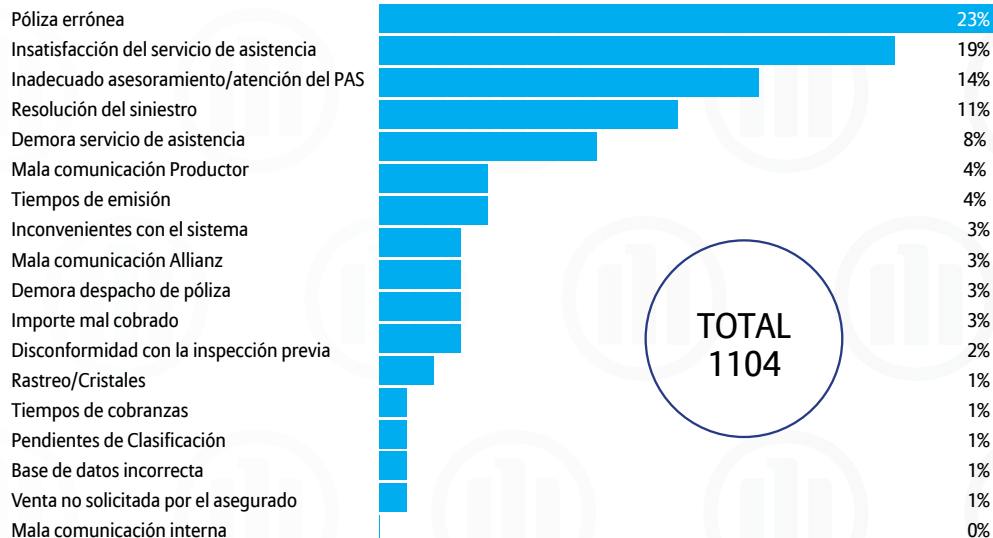
Clasificación



Acción



Causa



Total: 100%

Todos los reportes y resúmenes de situación se envían cada dos meses al Comité de Calidad. Los casos que se encuentran comprendidos en los requerimientos de la Resolución 35840 (Defensa del asegurado) de la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) son remitidos al Departamento de Orientación y Asistencia de la SSN.

Por otra parte, -por fuera del circuito de No Conformidades- el Servicio de Asistencia y Atención al Asegurado (SAA) a cargo del Departamento de Asesoría Legal y Compliance, atendió y dio curso a 235 reclamos durante el 2016. De esos reclamos; 112 fueron finalizados, 4 se rechazaron y 119 continúan siendo tramitados ante distintas dependencias de Defensa del Consumidor, según los plazos establecidos en la normativa aplicable. En estos últimos reclamos, el tiempo de resolución en esta instancia no depende de Allianz.

Si bien los 235 reclamos que se recibieron fueron gestionados, se definieron planes de acción para poder analizar con mayor detalle los motivos principales de las No conformidades.

Protección de datos personales (Habeas Data)

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

A su vez, la responsabilidad de la Compañía sobre los datos obtenidos se extiende a la implementación de una Política de Seguridad de Datos Personales, dirigida a evitar la adulteración, pérdida, consulta o tratamiento no autorizado de estos datos. El proceso permite detectar desviaciones de información, intencionales o no, independientemente de si los riesgos provienen de la acción humana o del medio técnico utilizado. Además, se encuentra en funcionamiento un procedimiento para que cualquier persona pueda ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales disponibles para la Compañía.

En 2016 se profundizó el Plan de Concientización de Seguridad mediante charlas presenciales para todos los empleados de la compañía. Se trabajó especialmente sobre Habeas Data y Protección de Datos siguiendo los tres principios básicos que contiene el proceso: registro de bases – actualización – concientización.

Compromiso con el desarrollo de la Comunidad

Allianz World Run y Aldeas Infantiles SOS

En 2016 más de 12.000 empleados de Allianz en todo el mundo participaron del desafío Allianz World Run y recorrieron una distancia de 1.4 millones de kilómetros, con el propósito de reunir fondos para la **Fundación SOS Aldeas Infantiles**. La distancia recorrida permitió alcanzar la suma de 600,000 Euros, que fueron utilizados para financiar proyectos de la fundación en 12 países: Argentina, Austria, China, Colombia, Croacia, Alemania, Indonesia, Costa Marfil, Luxemburgo, México, Siria y Tailandia. Cada uno de los cuales recibió 50.000 Euros.

En el marco del programa de ciudadanía corporativa “Empoderando a las futuras generaciones” Allianz ha firmado un acuerdo de cooperación global con SOS Children Villages. Como parte de esta iniciativa, el Grupo Allianz invitó a todas las subsidiarias a presentar un proyecto conjunto con la fundación para ganar una beca de cofinanciamiento.

El proyecto presentado por Allianz Argentina junto a SOS Aldeas Infantiles fue uno de los seis elegidos por el Grupo y recibirá un apoyo de 20.000€ para la implementación local.

El objetivo del proyecto, que comenzará a implementarse en marzo de 2017, consiste en promover un ambiente creativo donde a través de la tecnología, jóvenes y adolescentes puedan desarrollar sus talentos y habilidades para aumentar las posibilidades de conseguir su primer empleo.

Apoyo al Comité Paralímpico Argentino

El Grupo Allianz ha sido sponsor del Movimiento Paralímpico desde el año 2006. En el 2011 se convirtió en el primer socio del Comité Paralímpico Internacional (IPC) y es también el primer patrocinador global de una Federación de deportes de este tipo.

Como socio activo del Movimiento Paralímpico, Allianz trabaja para aumentar la consciencia y popularidad del deporte adaptado, los para-atletas y los eventos deportivos en los que compiten.

Allianz ha hecho extensivo el acuerdo global con el IPC, apoyando también a otros 13 comités paralímpicos locales, entre los cuales, se incorporó Argentina en 2014 firmando un acuerdo de cooperación mutua con el COPAR (Comité Paralímpico Argentino), que continúa vigente hasta el momento.

La compañía decide apoyar localmente al movimiento paralímpico y sus protagonistas, para ampliar el conocimiento del deporte adaptado en la Argentina y generar conciencia sobre el potencial de rendimiento de las personas discapacitadas, dándole oportunidad a los para-atletas de contar sus historias, describir sus logros y los desafíos que han superado. Allianz se esfuerza en dar a conocer que el deporte es un medio de inserción social, que puede ser practicado por cualquier persona, aun siendo portadora de una discapacidad.

El apoyo económico del Grupo para concretar el acuerdo con el COPAR es de 10.000 Euros por año.



Comité
Paralímpico
Argentino | Argentina
Paralympic
Committee



Objetivos 2017 en DDHH

- En línea con la nueva estrategia, Allianz Argentina comenzará la implementación de un nuevo Programa de capacitación denominado "Escuelas de Formación" con cuatro modalidades: Escuela de Liderazgo, Escuela de Negocios, Escuela de Habilidades y Escuela Técnica.
- Implementación del nuevo modelo de Gestión del Engagement.
- Implementación del programa de Inducción incluyendo el apoyo de Allianz Argentina a los principios de Pacto Global.
- Plan de comunicación sobre bienestar "Programa Work Well" cuya finalidad es abordar los efectos negativos de la tensión laboral mediante la creación de un lugar de trabajo productivo y saludable, que contribuya a aumentar el balance laboral-personal de todos sus colaboradores.
- En 2017 Allianz Argentina iniciará la ejecución del Proyecto junto a SOS Aldeas Infantiles.

Allianz 

A photograph of two men in business suits and hard hats standing on a construction site. The man on the left is wearing a red hard hat and a dark pinstriped suit. The man on the right is wearing a blue hard hat and a brown suit. They are both smiling and looking towards the camera. The background shows a blurred construction site with a clear blue sky. A large blue circular graphic is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

Principios de Pacto Global Derechos Laborales

Derechos Laborales

Principio 3: Libertad de asociación sindical y derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Trabajo forzoso u obligatorio

Principio 5: Trabajo infantil

Principio 6: Discriminación

Política, acciones y resultados

Allianz Argentina es una compañía que se rige por la normativa legal vigente del país, cumpliendo con cada una de sus obligaciones en derechos laborales, pero además es parte de una empresa global Allianz SE, que imparte a todas sus filiales en el mundo normas de comportamiento internacional y también de carácter voluntario. Mediante informes de los CEOs y auditorías periódicas, las mismas son monitoreadas y evaluadas anualmente estableciendo planes de mejora locales.

Los cuatro principios sobre Derechos Laborales son apoyados por Allianz Argentina de manera permanente y evidente. Durante 2016, no se ha registrado ninguna causa legal por discriminación, trabajo infantil, ni por incumplimiento del derecho a la negociación colectiva.

La totalidad de la plantilla ejerce su derecho de afiliación al único sindicato de seguros que existe en nuestro país: Sindicato del Seguro de la República Argentina, sede Central Carlos Pellegrini 575. El 100% de los empleados están cubiertos por el convenio colectivo de trabajo: Seguros 264/95 (cabe aclarar que el personal gerencial se encuentra fuera de este convenio).

Por otra parte, de los procedimientos y normas internas de Recursos Humanos, se desprende la imposibilidad de contratar menores de edad o caer en el incumplimiento de la legislación laboral en relación a trabajo forzoso u obligatorio. Además, la modalidad de contratación es a tiempo completo indeterminado/permanente; sólo se contrata personal eventual o tercerizado para tareas puntuales.



Estructura de la nómina

En cuanto a la estructura de la nómina, Allianz cuenta con 26 Gerentes, 7 Directores y un CEO, conformando todos ellos el llamado Consejo Extendido, cuya edad promedio es de 45 años. 9 integrantes del Consejo son de género femenino y 25 del masculino. El promedio de edad entre las mujeres es de 36 años, y entre los hombres de 47.

El Consejo Ejecutivo se compone de Directores (dos mujeres y cinco hombres con un promedio de 45 años de edad), y un CEO de 51 años.

Categoría	Género		Edad promedio por género	
	M	F	M	F
Consejo Extendido (gerentes, directores y CEO)	25	9	47	36
Staff	161	137	37	31
Total	186	146	38	36

La adhesión de Allianz a la “Política global de reclutamiento transparente” le permite incorporar personas calificadas y honestas, y promoverlas. Los procedimientos para estas tareas están adecuadamente documentados con evaluaciones, antecedentes de educación e historial completo de empleo.

Objetivos 2017 en Derechos Laborales

- Incluir en la Política de RRHH de manera específica el respeto de la libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva, la promoción de los DDHH haciendo hincapié en la diversidad y la no discriminación.
- Formalización de espacios de comunicación interna para impulsar el cambio cultural: Desayunos con el CEO y directores, Town Halls y Desayunos con RRHH, Jornadas de Integración
- Lanzamiento del nuevo modelo de Gestión del Desempeño para Gerentes. Se trata de un nuevo modelo para la evaluación del desempeño centrado tanto en el “Qué se logra” pero también en el “Cómo se logra”.



A photograph of a wind farm on a green, hilly coastline. Several white wind turbines are visible, with the largest one in the foreground on the left. The background shows a blue sea and a clear sky. A large blue circular graphic is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

Principios de Pacto Global Medio Ambiente

Medio Ambiente

Principio 7: Enfoque preventivo

Principio 8: Responsabilidad medioambiental

Principio 9: Tecnologías respetuosas del medioambiente

Política, acciones y resultados

La preocupación por el cambio climático, y todos los efectos que las operaciones diarias de la compañía producen en el medio ambiente y la sociedad, ha ocupado siempre un lugar central en las políticas del Grupo Allianz, y por tanto de Allianz Argentina.

Esta decisión condujo a que se impulsaran diversas acciones enmarcadas en un claro objetivo: la reducción de los impactos ambientales en cada una de las filiales en el mundo.

La estrategia de Allianz Argentina cumple en 2016 nueve años de implementación y desde entonces se fundamenta en tres componentes: gestión de riesgo y cambio climático, concientización de póliza electrónica e innovación en productos. Asimismo, la responsabilidad ambiental también se extiende a otros proyectos sociales vinculados con energías renovables.



Gestión de riesgos y cambio climático

Los estándares de suscripción del Grupo Allianz para seguros patrimoniales Allianz Standard for P&C Underwriting (ASU) propone una mirada multidimensional de los riesgos, exigiendo para ello el tratamiento específico para la evaluación de riesgos ambientales y sociales, en especial cuando se trata de operaciones vinculadas con áreas sensibles como, por ejemplo, minería, oil and gas —hidrocarburos—, energía nuclear, centrales hidroeléctricas o infraestructura a gran escala.

En forma conjunta al estándar mencionado, se aplica el Allianz Standard for Reputational Risk and Issues Management (ASRRIM) que establece los lineamientos para la evaluación y el manejo del riesgo reputacional en áreas sensibles, entre las que se encuentra el análisis de impacto medioambiental y sus posibles efectos adversos en la cuestión del cambio climático.

Para aplicar estos instrumentos, en cada caso y con el objetivo de obtener una mirada integral, toman parte las siguientes funciones: Comunicación, Risk Management, Compliance, Suscripción (Chief Underwriting Officer) y el gerente de la línea de negocio. Se realiza así un análisis considerando una serie de criterios reputacionales, los que alimentan una matriz de escenarios e impactos por grupos de interés que puedan verse afectados potencialmente. Dependiendo del grado de relevancia que arroje el análisis local de la cuestión, el caso podrá ser elevado a consideración del Grupo.

Concientización de póliza electrónica

Los objetivos de adhesión a la póliza electrónica se incrementan año tras año. La importancia que tiene para la Compañía es que involucra en no sólo al Asegurado, sino también a los productores y empleados. De esta manera, los tres principios de Pacto Global quedan enlazados, cumpliéndose objetivos a partir del involucramiento de todos.

Resultados 2016*:

Año	Pólizas	Porcentaje
2015	94.905	14%
2016	135.267	18%

*Responde a Pólizas Electrónicas enviadas (sin endosos) Vs. las operaciones totales y el % promedio anual.

Para fomentar la adhesión al sistema de Póliza Electrónica, la compañía realiza permanentemente campañas de concientización ambiental dirigidas a asegurados, productores y empleados, que incluyen comunicaciones vía mail, banners en sus páginas web y tutoriales para realizar el proceso de adhesión.



Innovación en productos

Allianz SE viene desarrollando gran variedad de seguros dirigidos a empresas con desarrollo de productos ambientales y en el mundo cada filial adapta estas innovaciones de acuerdo a su mercado local. En Argentina especialistas de la compañía viajaron a Alemania, y luego del análisis realizado entre los tipos de productos y la potencialidad en el país, se desarrollaron los siguientes seguros especiales:

- Biocombustibles
- Eólicos
- Solar

Allianz posee una gran porción del mercado en estos productos. Registrando una mayor producción en Solar y luego en Eólico y Biocombustibles.

Estas coberturas están enmarcadas en la Política de Suscripción de Riesgos, y dirigidas a empresas que asumen altos riesgos en el uso de productos orientados a la sustentabilidad medio ambiental y al desarrollo de energías limpias.

Esta línea de seguros contempla la cobertura de daños materiales, como Seguros de Todo Riesgo Operativo, Seguros Técnicos (Construcción y Montaje), Transportes y Responsabilidad Civil.

Ciudades solares

Luego de seis años de trabajo conjunto con la Fundación EcoAndina, y habiendo convertido a San Juan y Oros en el Pueblo Solar Andino, Allianz Argentina renovó su compromiso con el cuidado del medio ambiente asumiendo el desafío de posicionar el concepto de ciudades solares mediante la incorporación de energía solar térmica en San Salvador de Jujuy.

El proyecto – en el que se articulan la ONG, la empresa y los gobiernos municipal y provincial – logró la instalación de cocinas y termotanques solares en dos centros de desarrollo infantil, un comedor escolar, un centro de atención comunitaria y el Parque Botánico Municipal. Esta alianza público-privada hizo posible una importante contribución hacia el cumplimiento de los derechos humanos de estas poblaciones.

Las nuevas instalaciones solares tienen grandes beneficios: permiten entre un 50 y un 70% de ahorro de gas envasado y su consecuente mitigación de gases de efecto invernadero; le brinda a las personas la posibilidad de tener agua caliente para la higiene personal o el lavado de utensilios; reduce el tiempo y esfuerzo de trabajo de las madres que colaboran en el corte y encendido de la leña y permite preparar comidas que requieren una larga cocción, a un menor costo, entre otros.

La cocina parabólica concentra el sol en un punto determinado, posibilitando la cocción de alimentos a temperaturas muy elevadas. Permite cocinar hasta 20 porciones en simultáneo y hierve un litro de agua en 10 minutos. Solamente debe ser ubicada en un patio donde reciba sol todo el año. No genera humo, ni contamina, evita la extracción de vegetación para el consumo de leña, ahorra gas y reduce las emisiones de dióxido de carbono.

Los termotanques están especialmente diseñados para la región NOA de la Argentina, teniendo en cuenta la excelente radiación solar y la gran amplitud térmica entre el día y la noche. Sus materiales garantizan durabilidad y resistencia, tanto a las condiciones climáticas como a la corrosión del agua mineralizada, propia de la zona andina.

Tanto las cocinas parabólicas como los termotanques, poseen una garantía de uso de 15 años y en caso de tener que reemplazar alguna pieza, tienen la gran ventaja que todos los equipos son desarrollados en Jujuy con insumos de producción nacional.

La inversión de Allianz para colaborar con la fundación en la difusión del concepto de ciudades solares ascendió a \$100.000. 30 personas fueron capacitadas para un correcto uso y mantenimiento de las instalaciones. En el caso del proyecto Ciudades Solares, son 5 las instituciones asistidas. En un comedor, por ejemplo, se pueden beneficiar unas 100 personas.

“Además de la instalación de equipamientos y la generación de conciencia en la sociedad, el proyecto incluye espacios de investigación y formación para captar y utilizar de manera correcta la energía solar, la capacitación de recursos humanos dependientes de la Municipalidad para hacer sostenible la implementación y el éxito de estas propuestas, y el asesoramiento necesario a las autoridades para propiciar la creación de un marco jurídico que permita el correcto desarrollo de la energía solar”.

Silvia Rojo, Directora Ejecutiva de EcoAndina (www.ecoandina.org)

Objetivos 2017 en Medio Ambiente

- Allianz Argentina, en su cumplimiento con la nueva estrategia de Allianz SE, se propuso para 2018 lograr el 50% de digitalización de sus operaciones.
- El análisis de oportunidades de mercado continúa en Allianz Argentina, no obstante la introducción de nuevos productos ambientales se encuentra estable.
- Continuar evaluando proyectos innovadores que contribuyan a la promoción de las energías renovables y el cuidado ambiental.



Principios de Pacto Global Anticorrupción

Anticorrupción

Principio 10: Corrupción

Política, acciones y resultados

Allianz Argentina asume el compromiso de cumplir en su totalidad con las leyes locales y en especial las vinculadas a la actividad aseguradora, así como también se rige por políticas de transparencia y un código de conducta vigente para todos sus empleados, canales de venta y para todas aquellas personas que trabajen en la organización o para ella, incluyendo subcontrataciones. Estas políticas, operan como marco de trabajo para alcanzar los más altos estándares de rentabilidad para una gestión sostenible del negocio.

El Grupo Allianz imparte en todas sus filiales del mundo documentos de cumplimiento obligatorio -Códigos, Políticas y Procedimientos- que junto a la normativa local, son actualizados regularmente y supervisados por el Departamento de Asesoría Legal & Compliance; los miembros del Directorio y del Comité de Control Interno: Código de conducta, Política anticorrupción, Política antifraude, Código de defensa de la competencia, Procedimientos de compras de bienes y servicios, Procedimiento para el reclutamiento transparente de empleados y un Código para la relación con los proveedores.

Integridad y anticorrupción

A nivel local, en 2016, por recomendación del área Asesoría Legal & Compliance fue actualizada la Política anticorrupción; como así también la Política de obsequios y entretenimientos.

Asimismo, en Argentina se implementó la Campaña "Integridad", que el Grupo desarrolló para todas sus filiales en el mundo, buscando promover prácticas honestas y transparentes. Se realizaron 7 talleres de Integridad de los que participaron 64 ejecutivos líderes, Directores y CEO, comprometiéndose a continuar la Campaña en 2017 para todos los colaboradores de la Compañía.



Por otra parte, la lucha contra el fraude tiene una importancia destacada para el Grupo Allianz, promoviéndose el concepto de "Tolerancia 0". La adaptación local a la política incluye tanto el fraude interno como el externo y el procedimiento de Allianz Argentina contiene además los requisitos exigidos por la norma vigente.

Estos compromisos de desempeño, que son evaluados globalmente, buscan promover la transparencia en la gestión de Allianz Argentina en cada una de sus operaciones. Por eso y de manera particular estas políticas se extienden hacia los Productores asesores.

En 2016, continuaron las acciones que implican un diálogo estrecho a través de comisiones de trabajo con directivos de la Compañía, gerentes y jefes. En búsqueda de establecer alianzas de largo plazo con ellos, se pretende conocer sus principales expectativas y necesidades, creando relaciones de confianza, sólidas y con sentido de pertenencia, para lograr de esta manera armonizar sus tareas y objetivos con los de la Compañía.

Concientización del empleado

Allianz Argentina sostiene que el canal de control para las buenas prácticas es el empleado. Para ello, posee planes especiales de capacitación para todos sus colaboradores y para los miembros del Comité Ejecutivo.

De acuerdo con los estándares locales y por norma de la UIF, cada año Allianz Argentina desarrolla una capacitación obligatoria para todos los empleados. La capacitación correspondiente al año 2016 se realizó a través de un E-learning (curso en línea), dirigido a todo el staff.

Todos los empleados están en pleno conocimiento que pueden realizar denuncias sobre delitos de manera anónima mediante el canal de denuncias destinado a tal fin. Durante 2016, se han recibido 2 denuncias, que fueron tratadas por el Comité de Integridad y debidamente asentadas en el Registro de Casos de Fraude.

Entorno de control y prevención de lavado de dinero

El marco de Control Interno de la Compañía se encuentra en concordancia con los estándares del Grupo Allianz y además el Gobierno Corporativo de Allianz Argentina se encuentra reforzado por un conjunto de actividades, asesoramientos y controles que colaboran con la existencia de un ambiente de transparencia, entre ellos el Código de Ética para el Consejo Ejecutivo y personal clave de administración.

En 2016, se actualizó la Política de control y prevención de lavado de activos y financiamiento del terrorismo en función a los cambios normativos de la UIF y de la SSN -Superintendencia de Seguros de la Nación- (Política: PLT 043 – Procedimiento: PRC025). Estas modificaciones fueron aprobadas por el Directorio de la compañía.

Asimismo, en Allianz Argentina existe un Comité de prevención de lavado de dinero y financiación del Terrorismo (PLDyFT), que se reúne de forma periódica, y a diciembre 2016 estaba integrado por los siguientes miembros permanentes: Dirección de Operaciones y Siniestros, Dirección de Sistemas, Risk Management y, Gerencia de Asesoría Legal y Compliance. La participación del Gerente de Auditoría Interna es con voz pero sin voto, afín de mantener la independencia en su cargo. A su vez, el CEO es el oficial de cumplimiento.

“LA
INTEGRIDAD
NO NECESITA REGLAS”

—Albert Camus

ACTUAR CON HONESTIDAD, FRANQUEZA Y JUSTICIA
ES UN COMPROMISO DE TODOS Y CADA UNO DE NOSOTROS.

En todo el mundo, el Grupo Allianz busca promover prácticas honestas y transparentes de trabajo, formando un equipo que contagie valores y represente los principios de un sólido socio de confianza.

SI NOS MOVEMOS POR EL M

INTEGRIDAD

TARDE O TEMPRANO,

LOS CAMINOS SE ABREN

ACTUAR EN CADA MOMENTO DE ACUERDO A NUESTRO COMPROMISO

PERSONAL E INFLUENCIAR DE MANERA POSITIVA.

Acciones desarrolladas:

- Formalización y actualización de un enfoque basado en riesgo, definiendo el presente Perfil de Riesgo Institucional y una mejorada Matriz de Riesgo Cliente.
- Involucramiento de la Alta Gerencia y participación en reuniones periódicas del Comité de Prevención de Lavado de Dinero y Financiación del Terrorismo.
- Utilización de un sistema de alertas de operaciones inusuales en base a los umbrales y reglas establecidos por el área de legales que contribuyen al monitoreo.
- Contratación de servicios especializados para la capacitación y difusión en grupos focalizados de la Compañía.
- Mejora continua de los procesos y la frecuencia relacionados con los cruces de bases de Personas Políticamente Expuestas (PEP) y Terroristas.
- Optimización e intensificación de procesos de gestión de la información que debe ser incluida en legajos para la definición de los perfiles del cliente.
- Implementación de un sistema específico de PLDyFT que incluye una mejorada metodología para el monitoreo, alertas automáticas y cruce con Bases de PEP y Terroristas.
- Elaboración de los reportes requeridos por la normativa.

Objetivos 2017 en Anticorrupción

- Se extenderán los talleres de Integridad para toda la compañía.
- Para continuar reforzando el ambiente de control para la prevención de situaciones de fraude, se perfeccionará la automatización de los reportes y se reforzará el programa "Conozca a su cliente".



Comunicación de Progreso 2016

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

Contenidos
Allianz Argentina

Edición y coordinación
Departamento de marketing

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

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

Facilitadores externos:
Dellacasa & Castillo Consultores
www.dellacasacastillo.com

