



CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN
ADMINISTRADORA GENERAL DE FONDOS SURA

Administradora General de Fondos SURA

	Línea	Política
	AGF	Código de Autorregulación

INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde al Código de Autorregulación de la Administradora General de Fondos SURA, en adelante también “AGF SURA” o “SURA”, que recoge las normas de autorregulación que la Compañía se ha autoimpuesto en armonía a lo solicitado por la Norma de Carácter General 424 de la Comisión para el Mercado Financiero y que tocará normas de conducta referidas a materias relacionadas con gobierno corporativo, ética empresarial, transparencia y competencia leal.

OBJETIVO

Cumplir con la solicitud de la Comisión para el Mercado Financiero, quien en uso de sus facultades que le confieren el numeral 1 y 18 del artículo 5, el numeral 3 del artículo 20 y el artículo 77, todos del D.L. N°3.538, lo establecido en el artículo séptimo de la Ley N°21.000 y lo acordado por su Consejo en Sesión Ordinaria N°39 de 26 de abril de 2018, estimó pertinente requerir a las entidades obligadas a autorregularse en virtud de lo establecido en el artículo 72 del referido Decreto Ley, y que no participen del Comité de Autorregulación Financiera, la dictación de un Código de autorregulación.

ALCANCE

El presente Código es aplicable a todo el personal y directores de:

- **Administradora General de Fondos SURA S.A.**

ÍNDICE

1. RELACIÓN CON CLIENTES.....	5
A. NORMAS DE TRATO, COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD	5
1.A.1. LINEAMIENTOS ÉTICOS EN LA OFERTA DE PRODUCTOS	5
1.A.1.1. ASESORÍA EN LA OFERTA DE PRODUCTOS	5
1.A.1.2. TRANSPARENCIA EN EL OFRECIMIENTO DE PRODUCTOS.....	5
1.A.1.3. PROTECCIÓN A NUESTROS CLIENTES.....	6
1.A.1.4. NORMAS ESPECÍFICAS – AREA COMERCIAL	7
1.A.2. MARKETING Y PUBLICIDAD	10
B. NORMAS DE RESGUARDO DE CONFIDENCIALIDAD DE INFORMACIÓN DE CLIENTES	11
1.B.1. PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES	11
C. NORMAS DE ENTREGA DE INFORMACIÓN RELEVANTE AL CLIENTE	12
1.C.1. BUENAS PRACTICAS COMERCIALES	12
1.C.1.1. IDONEIDAD DE PRODUCTOS	12
D. NORMAS DE ATENCIÓN A CLIENTES Y GESTIÓN DE RECLAMOS	15
1.D.1. ATENCION DE CLIENTES EN CANALES	15
1.D.2. TRATAMIENTO DE RECLAMOS.....	15
2. RELACIÓN CON TERCEROS	17
A. NORMAS QUE PROMUEVAN LA COMPETENCIA LEAL.....	17
2.A.1. PROTECCIÓN DE LA LIBRE COMPETENCIA	17
B. NORMAS QUE PROMUEVAN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ENTIDAD	17
2.B.1. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA	17
C. NORMAS QUE PREVENGAN LA COMISIÓN DE FRAUDES, ABUSOS DE MERCADO U	19
OTROS DELITOS O INFRACCIONES	19
2.C.1. PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO	19
2.C.2. PREVENCIÓN DE DELITOS	19
3. RELACIÓN AL INTERIOR DE LA ENTIDAD	21
A. NORMAS DE GOBIERNO CORPORATIVO	21
3.A.1. CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO	21
B. NORMAS DE PREVENCIÓN, GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS	21
3.B.1. ADMINISTRACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS.....	21
3.B.1.1. CONFLICTOS DE INTERÉS EN NEGOCIOS Y ACTIVIDADES EXTERNAS	22
3.B.1.2. CONFLICTOS DE INTERÉS EN INVERSIONES PERSONALES.....	23
C. NORMAS QUE PREVENGAN LA COMISIÓN DE FRAUDES INTERNOS U OTROS DELITOS	24
O INFRACCIONES.....	24
3.C.1. PREVENCIÓN DE DELITOS	24
3.C.1.1. PREVENCIÓN DE FRAUDES	24
3.C.1.2. PREVENCIÓN DE CORRUPCIÓN	26

D. NORMAS RESPECTO A LA OBSERVANCIA DEL CÓDIGO DE CONDUCTA Y EVENTUALES SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO	31
3.D.1. GESTIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA.....	31
3.D.1.1. COMITÉ DE ÉTICA Y CONDUCTA.....	31
3.D.1.2. LÍNEA ÉTICA.....	33
3.D.1.3. SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO	36
E. OTRAS NORMAS RELEVANTES PARA COMPLEMENTAR NUESTRA AUTOREGULACION	37
3.E.1. NORMAS SOBRE LA GESTIÓN DE RIESGO REPUTACIONAL	37
3.E.1.1. CONTACTOS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	38
3.E.1.2. REDES SOCIALES	39
3.E.2. NORMAS SOBRE LA CLASIFICACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	39
3.E.2.1. INFORMACIÓN CONFIDENCIAL	39
3.E.2.2. INFORMACIÓN PRIVILEGIADA.....	41
3.E.2.3. ESCRITORIOS LIMPIOS.....	41
3.E.2.4. MURALLAS CHINAS.....	44
3.E.2.5. CONTROL DE LIBROS Y REGISTROS	45
3.E.3. NORMAS SOBRE EL USO DE RECURSOS SURA	46
3.E.3.1. MENSAJERÍA ELECTRÓNICA, INTERNET Y CUENTAS DE USUARIO	46
3.E.3.2. DERECHOS DE AUTOR (COPYRIGHTS)	49

1. RELACIÓN CON CLIENTES

A. NORMAS DE TRATO, COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD

1.A.1. LINEAMIENTOS ÉTICOS EN LA OFERTA DE PRODUCTOS

La ética aplicada a las ventas puede no ser la ruta más rápida para el éxito; cortar camino y dejar de lado la ética es casi siempre una vía más expedita hacia la riqueza, pero es una cuestión efímera y muy peligrosa. La Administradora General de Fondos SURA considera que vender con la conciencia limpia provoca, a largo plazo, mejores resultados económicos.

1.A.1.1. ASESORÍA EN LA OFERTA DE PRODUCTOS

Algunos lineamientos que la Administradora General de Fondos SURA entrega al personal de ventas para el desarrollo de sus labores son los siguientes:

Cuida tu reputación. Debes comprender que la mala reputación significa la muerte en los negocios. La ética en ventas se traduce en tratar a los clientes, proveedores y colaboradores con transparencia.

Tú eres SURA. Si cruzas la línea de la ética al manipular precios o hacer promesas no factibles, a futuro, el cliente no confiará en tu producto o servicio, mucho menos en ti y en la AGF.

Gana la confianza del consumidor. Recuerda que los consumidores están a la defensiva. Tú te puedes ganar la confianza de tus clientes mediante un servicio de excelencia y calidad, lo cual, además, te dará un distintivo sobre la competencia. Los ambientes éticos en las ventas generan comodidad al cliente.

SURA no tolera un comportamiento irregular. La Administradora General de Fondos SURA rechaza cualquier intento de fraude, malas prácticas o traspasos indebidos cometidos por sus colaboradores, y su incumplimiento podrá generar la aplicación de sanciones conforme a la legislación vigente.

1.A.1.2. TRANSPARENCIA EN EL OFRECIMIENTO DE PRODUCTOS

El mayor acceso que amplios segmentos de la población han tenido a los productos financieros, trae aparejada una creciente relevancia de la información que la Administradora General de Fondos SURA pondrá a disposición de sus clientes, a fin de que éstos puedan tomar decisiones fundadas sobre la contratación de nuestros productos o servicios. Además, el importante dinamismo de la oferta de productos y la alta competitividad del sector

financiero, introducen elementos de mayor complejidad para el suministro de información a los clientes actuales y potenciales de la Administradora.

A fin de promover una mayor homogeneidad y claridad en la información que la Administradora entrega a sus clientes acerca de los productos financieros que ofrece, es indispensable:

- Proporcionar una adecuada difusión de aquella información considerada como suficiente para tomar decisiones fundadas
- Fomentar el acceso del público a los productos financieros que ofrece nuestra compañía de una manera general y homogénea
- Promover el desarrollo de buenas prácticas comerciales

1.A.1.3. PROTECCIÓN A NUESTROS CLIENTES

Las políticas globales de protección al consumidor son un fenómeno relativamente reciente. Dichas políticas surgieron mediante asociaciones de consumidores, hasta que los gobiernos de los países comenzaron a desarrollar leyes enfocadas en la protección de los consumidores.

Es por esto que, si se recibe una queja por parte de un cliente, se debe reportar inmediatamente a la jefatura directa y al área de Atención a Clientes. Cuando la solución a la queja exceda las funciones y responsabilidades propias del puesto, no se debe acordar soluciones forma unilateral. En tal caso, es necesario reportarlas y acordar el plan de acción con las áreas de Fiscalía, Cumplimiento y Clientes.

En caso de que algún colaborador se percate de la posibilidad de cualquier demanda o acción legal que involucre o pudiere involucrar a la Administradora, deberá informarlo de inmediato al área de Fiscalía para su pronta atención.

Los colaboradores no deberán firmar ni recibir notificaciones judiciales, emplazamientos, oficios u otro documento legal enviado a la Administradora General de Fondos SURA por cualquier autoridad. De igual manera, en caso de funcionarios que acudan a la realización de cualquier diligencia, ésta deberá canalizarse y ser atendida por el área de Fiscalía. En ambas instancias, se deberá notificar de manera adecuada y con prontitud al área de Fiscalía, para que proceda a recibir el documento o atender al funcionario y, en su caso, apegarse al procedimiento establecido por dicha área.

1.A.1.4. NORMAS ESPECÍFICAS – AREA COMERCIAL

Los agentes de ventas son representantes comerciales de la Administradora General de Fondos SURA, y tienen como objetivo la intermediación y venta de los distintos productos y servicios que ofrecen sus empresas, quedando sujetos a los beneficios y obligaciones derivados de esta relación.

La gestión de todo colaborador que compone la fuerza de ventas de la Administradora está basada en el conocimiento de sus productos, la capacitación permanente y la orientación al logro de los objetivos de la empresa. Así, los agentes, supervisores y Gerentes de la compañía:

1. Informarán a los clientes sobre el alcance, características, límites y condiciones de cada uno de los contratos que se celebran por su intermedio.
2. Asesorarán a los clientes o a sus beneficiarios en forma oportuna, después de la contratación de cualquiera de sus productos o servicios, con respecto a cualquier aspecto o requerimiento que pudieren solicitar.

Normas Básicas

Para lograr sus objetivos, los agentes, supervisores y Gerentes deben:

1. Trabajar en forma exclusiva para la Administradora General de Fondos SURA en lo que respecta al cumplimiento de sus funciones y tareas específicas de su cargo. (Ejemplo: No está permitido que desarrollen actividades relacionadas con otras compañías que compiten con la Administradora General de Fondos SURA).
2. Participar en todas las actividades de entrenamiento y capacitación a las que sean asignados por la compañía.
3. Desarrollar sus actividades con la mayor diligencia, buena fe, compromiso y sentido de la responsabilidad conforme a las características y atributos propios de su rol como representante de la Administradora General de Fondos SURA frente a los clientes.
4. Utilizar durante el desarrollo de su gestión comercial, únicamente las herramientas y documentación proporcionadas y/o autorizadas por la compañía.
5. Asesorar e informar a los clientes, en forma fidedigna y veraz, respecto al alcance de las actividades que está autorizado a realizar, es decir, asesorar a los clientes en forma objetiva sobre las distintas características, derechos, obligaciones y

costos correspondientes a los productos que está autorizado a comercializar como colaborador de ventas de la Administradora.

6. No hacer afirmaciones engañosas y/o improcedentes, o que distorsionen la realidad sobre su condición profesional, la naturaleza y alcance de su función y/o de las características y condiciones generales y particulares de los productos comercializados por la Administradora. (Ejemplo: desnaturalizar las condiciones específicas que rigen para la realización de retiros parciales de los fondos invertidos por parte del Cliente). En ningún caso, y bajo ninguna circunstancia, podrán argumentar falta de conocimiento parcial o total de las reglamentaciones legales que rigen a los productos y servicios comercializados por nuestra compañía.
7. Anteponer siempre los intereses legítimos del cliente y su lealtad a los mismos por encima de su interés personal o beneficio propio.
8. Abstenerse de utilizar cualquier método de competencia desleal durante el desempeño de su función y/o actividades específicas.

Se considerará competencia desleal:

- a. El incitar y/o engañar al cliente a prescindir de un producto o servicio contratado con una compañía competidora que actúe en el mercado, para contratar uno con la Administradora General de Fondos SURA.
 - b. No respetar los contratos comerciales previos que otro agente de la Administradora mantenga con un cliente, con el fin de obtener la contratación de un nuevo producto o servicio.
9. Informar al Cliente sobre las consecuencias de: a) consignar datos inexactos o falsos en la documentación que requiera la AGF SURA para la contratación de los productos y servicios que ofrece, o b) omitir cualquier información o circunstancia que pudiera afectar la determinación de la tarifa correcta, el cobro de la prima correspondiente, o la liquidación de la póliza respectiva, entre otras.
 10. Rechazar o informar al área de Cumplimiento de la Administradora General de Fondos SURA respecto a aquellas solicitudes en las que, a su entender, el cliente declare datos no fidedignos, confusos, o que difieran de la realidad.
 11. No realizar, escribir, suscribir o firmar declaraciones o notas de cualquier tenor y naturaleza en nombre de, y/o por cuenta y orden del cliente (ejemplos: los agentes, supervisores y gerentes no deben entregar recibos o declaraciones de ningún tipo en nombre de AGF SURA o del suyo propio a los clientes, ni cambiar

y/o adulterar información de las solicitudes, así como tampoco agregar datos que no fueran consignados por el cliente, etc.)

12. Nunca podrán, hacer uso de claves personales de clientes, actuales y potenciales y/o de otros funcionarios para acceder al sistema informático de la Compañía. Tampoco podrán enviar claves, información de los negocios u otro tipo de información del cliente a correos electrónicos o teléfonos distintos al del cliente.
13. Presentar documentación con la firma auténtica del cliente. Al respecto, queda expresamente definido que el agente asume el compromiso y la responsabilidad de presentar únicamente documentación firmada en su presencia por parte del cliente como también informarse cabalmente sobre la autenticidad de la documentación de respaldo a los instrumentos suscritos por el cliente.
 - a. Mantener la confidencialidad de cualquier información relacionada con la contratación de un producto o servicio por parte del cliente, como por ejemplo la contenida en la correspondencia que la Administradora General de Fondos SURA pudiera enviar al cliente en sobre cerrado a través del agente.
14. Deberá observarse la misma conducta de transparencia descrita en este Código, aunque no se concrete la venta del producto o servicio.
15. No ofrecer al cliente reducciones, bonificaciones, descuentos o cualquier otra ventaja que no sea legalmente posible o que no hayan sido debida y formalmente autorizada por la Administradora.
16. Cumplir, aplicar e informar al cliente en tiempo y forma, respecto a la política de cobranza autorizada por la Administradora. Está prohibido terminantemente que los agentes, supervisores y Gerentes acepten del cliente cualquier tipo de pago en dinero efectivo o en sus cuentas personales.
17. Poner en conocimiento de sus superiores y/o al área de Cumplimiento (a través de la Línea Ética), toda conducta que no se ajuste a los principios, normas y obligaciones mencionadas en el presente Código, y del que tenga conocimiento directa o indirectamente. En caso contrario, queda expresamente establecido que estará amparando una conducta contraria y/o atentatoria contra las normas del presente Código.

Se entenderá que las obligaciones relacionadas a las inversiones de los clientes serán aplicables tanto para negocios de venta tradicional (documentación física, papel, firma manuscrita, etc.) como de venta digital (sin papeles, a través de la

web, con huellero biométrico, u otras tecnologías digitales, ya sea para la contratación de un producto o identificación del cliente, etc.).

Las obligaciones consignadas precedentemente, serán igualmente aplicables a la totalidad de los colaboradores de la AGF SURA que ejerzan o no actividades de venta; incluidos aquellos que sin ser colaboradores ejerzan actividades de intermediación.

1.A.2. MARKETING Y PUBLICIDAD

Como parte de la industria de servicios financieros, es importante atender a las siguientes recomendaciones:

- Todo el material publicitario y material de ventas debe ser claro y veraz. No contendrá información falsa o inexistente de los productos o servicios que la AGF SURA ofrece.
- La Información sobre precios, productos y servicios debe ser proporcionada a los clientes evitando entregarla de manera clandestina o preferente.
- Los colaboradores no pueden prometer o hacer ofertas en nombre de la Administradora General de Fondos SURA que no hayan sido ofrecidas de manera institucional.
- Los colaboradores no pueden alentar a terceras personas, como agentes, consultores o subcontratistas, a realizar cualquier tipo de actividad comercial que esté prohibida por la ley.
- Todo el material destinado a publicitar los productos o servicios de la Administradora General de Fondos SURA debe ser previamente aprobado por el área de Fiscalía, así como por Marketing.
- Toda la publicidad o promoción hecha por la Administradora se elabora según lo indicado en el Código Chileno de Ética Publicitaria que emite el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria.

B. NORMAS DE RESGUARDO DE CONFIDENCIALIDAD DE INFORMACIÓN DE CLIENTES

1.B.1. PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Estamos comprometidos a administrar con mucho cuidado cualquier tipo de información a la que tengamos acceso. En particular, la seguridad y confidencialidad de toda la información de la AGF SURA, incluyendo datos personales de nuestros clientes y clientes potenciales, deben de ser salvaguardados.

Se entenderá por “dato personal” cualquier información concerniente a una persona física o jurídica identificada o identificable cuyos datos estén en posesión de SURA.

Dentro de la protección de datos personales se seguirán los siguientes lineamientos:

- Ser transparente en cuanto a cómo maneja la Administradora los datos personales de clientes y clientes potenciales.
- Sólo se pueden procesar datos personales para fines específicos y en base a las autorizaciones otorgadas por los clientes a la compañía para tales efectos.
- No obstante, lo señalado, se pueden utilizar datos personales por una razón estrictamente normativa, o a solicitud de un tribunal de justicia o autoridad competente.
- Debemos asegurarnos de que los datos personales están debidamente actualizados.
- Es obligación de la Administradora informar a nuestros clientes y clientes potenciales de los propósitos por los cuales se están procesando sus datos.
- Permitir el acceso a clientes y clientes potenciales a sus datos personales y que puedan eliminar, actualizar o bloquear sus datos personales.
- Debemos proteger los datos personales de pérdidas, alteraciones, divulgaciones o accesos no permitidos.
- No podemos comprar, vender o transferir bases de datos de forma verbal o impresa (incluyendo medios electrónicos, magnéticos, ópticos o cualquier otro medio electrónico disponible).
- No podemos revelar a terceros ajenos a la compañía datos personales, tales como nombres, direcciones, teléfonos, edad, estado civil, estados de cuenta o cualquier otro tipo de información que pueda identificar a una persona o alguna situación particular de ésta, salvo previa autorización de dicha persona.
- Aquellos proveedores que estén procesando, transmitiendo o almacenando datos personales en nombre de la AGF SURA deberán tener firmado el contrato de confidencialidad respectivo.

La información entregada por el cliente se entenderá verídica y completa.

En caso de detectar alguna violación a lo aquí estipulado deberá ser reportarlo de manera inmediata a través de la Línea Ética.

C. NORMAS DE ENTREGA DE INFORMACIÓN RELEVANTE AL CLIENTE

1.C.1. BUENAS PRACTICAS COMERCIALES

1.C.1.1. IDONEIDAD DE PRODUCTOS

En las circunstancias de mercado actuales, los clientes se vuelven cada vez más exigentes y buscan respuestas eficientes a sus necesidades. Es por esto que nuestros productos, servicios y prácticas comerciales se ajustan a las necesidades financieras de los clientes, sus objetivos de inversión, tolerancia a los riesgos, conocimiento y experiencia en materia financiera.

A continuación, se presentan las Reglas de Idoneidad de Productos que aplica la Administradora General de Fondos SURA como esfuerzo para desarrollar productos amigables, simples y transparentes para nuestros clientes.

Regla 1. La AGF SURA pretende cumplir con las necesidades de sus clientes

Explicaremos los productos y servicios que se ajusten con las necesidades financieras y con los objetivos, tolerancia al riesgo, conocimiento, experiencia y situación financiera del cliente. Para esto utilizaremos la encuesta Perfil de Inversionista, que nos permite conocer el perfil de riesgo del cliente, y que nos ayudará a definir exactamente sus necesidades y expectativas. Para determinar el perfil de riesgo, es posible que necesitemos recopilar, entre otros:

- Su fecha de nacimiento
- El nivel de conocimiento financiero del cliente
- La tolerancia de riesgo del cliente
- El horizonte de su inversión en el tiempo

Si el cliente se quiere desviar de su tolerancia al riesgo resultante tras evaluar su perfil, el ejecutivo advertirá previamente de manera explícita los riesgos que esto conlleva, no obstante, si el cliente insiste en su decisión, debemos respetar su instrucción, lo que el asesor deberá documentar.

Regla 2. La AGF SURA ofrece un valor justo por sus productos

Debemos garantizar que nuestros productos y servicios generen un valor justo para el cliente. Este valor puede ser a través de la oferta de una cobertura adecuada de riesgo, o a través de la generación de ganancias, dependiendo de las necesidades de cada cliente.

La expectativa de generar valor para los clientes es nuestro punto de partida en el desarrollo de cualquier producto o servicio. Esto debe ser evaluado en términos de las necesidades del cliente, quien debe comprender lo que está comprando. Además de las características y el precio de los productos y servicios, la transparencia y la revelación o explicación que les hagamos acerca del producto o servicio ofrecido.

Cómo damos un valor justo de nuestros productos:

1. Utilizando únicamente material comercial institucional que garantice:
 - Esté escrito en un lenguaje comprensible para todos
 - Incluya una impresión y fecha válida para asegurar que la información se mantiene actualizada a menos que se trate de un contrato suscrito de forma digital
 - Incluya información de contacto dentro de la compañía
2. Se emitirán estados de cuenta que revelen y expliquen todos los costos, cargos o cuotas solicitadas en un lenguaje transparente y comprensible,
3. El material comercial, la información de los clientes incluyendo el contrato, datos personales, el análisis de las necesidades y el perfil de riesgo, serán revisados regularmente.
4. Teniendo un proceso que considere que todas las quejas sean capturadas, registradas y rastreadas para que se puedan realizar mejoras a un producto o servicio en particular. Se debe dar a conocer el proceso de quejas mediante un comunicado hacia los clientes.

Si los clientes tienen una queja, debe ser fácil para ellos interponerla. Las quejas de los clientes deben ser debidamente procesadas, manejadas de manera oportuna, y utilizadas para mejorar la comunicación acerca del producto o servicio ofrecido.

5. Capacitando a nuestra fuerza de ventas sobre:
 - Conocimiento financiero general
 - Productos y servicios
 - Comprensión de las necesidades de nuestros clientes
 - Legislación relacionada con los productos que ofrece
 - Cumplimiento y estándares éticos
 - Procesos de venta de esos productos

Regla 3. La AGF SURA explica los riesgos y costos de sus productos y/o servicios

Se explicarán los costos y los riesgos inherentes al producto o servicio que ofrecemos, en un lenguaje transparente y comprensible para el cliente, revelando el tipo de producto, características, beneficios, riesgos y componentes del mismo.

En base al resultado de la encuesta Perfil de Inversionista, se entregará una asesoría para que el cliente sea capaz de comprender las posibles consecuencias finales o a largo plazo del producto.

Regla 4.- La AGF SURA evalúa sus productos y/o servicios, así como sus prácticas de venta

Se contará con un proceso para llevar a cabo la revisión continua de la aplicación de las Reglas de Idoneidad de Productos en los productos y servicios ofrecidos por la Administradora, y tomar las medidas pertinentes en base a los resultados para mejorarlos o mitigar los riesgos. Es recomendable realizar regularmente actividades de muestreo de clientes nuevos y existentes para verificar la calidad e idoneidad de la asesoría sobre los productos y/o servicios que ofrecemos.

Para evaluar nuestros productos y/o servicios es necesario realizar:

- Una llamada (de bienvenida) para un grupo de clientes, cuyo objetivo es validar los datos entregados por el cliente, la calidad de venta y asesoría entregada.
- Una encuesta mensual (VOC) a los clientes que interactúan con los distintos canales de atención a clientes para evaluar la experiencia de Servicio y Comercialización de productos.
- Una encuesta anual a los clientes, que hayan interactuado o no con algún canal para medir su satisfacción.
- Revisar regularmente el contenido de los comunicados con los clientes.

Regla 5. La AGF SURA trabaja sólo con distribuidores debidamente autorizados

Se reclutará a candidatos que tengan una experiencia profesional y competencias adecuadas en base a habilidades y conocimientos.

Es necesario que, antes de vender los productos y servicios que ofrece la Administradora General de Fondos SURA, los asesores estén capacitados y debidamente certificados ante el regulador correspondiente.

Se controlará que los asesores no capacitados o sin certificación ofrezcan al público en general productos y servicios de compañía, y si corresponde se establecerán medidas disciplinarias para desalentar dichas acciones.

D. NORMAS DE ATENCIÓN A CLIENTES Y GESTIÓN DE RECLAMOS

1.D.1. ATENCION DE CLIENTES EN CANALES

La atención de clientes en cualquiera de los canales de servicio, entiéndase: Sucursales, Call Center, Web, Asesores Comerciales, Ejecutivos de Mantención, robots, etc debe realizarse sin ningún tipo de discriminación o preferencia y siempre con calidez y amabilidad. Todos nuestros clientes deben ser atendidos con el mismo nivel de diligencia y competencia.

Para ello, la Administradora ha diseñado directrices que garantizan que todos los clientes son atendidos de la misma forma. Estas directrices se refieren a:

- Trato con el cliente
- Validación de identidad
- Confirmación de datos de contacto
- Seguimiento de compromisos con el cliente
- Diligencia en el envío de documentos
- Restricciones de entrega de información confidencial
- Registro de atenciones en bitácora
- Registro de reclamos

1.D.2. TRATAMIENTO DE RECLAMOS

Control de Reclamos

Frente a cualquier discrepancia o problemática que presente cualquier cliente, existen distintos medios y canales para recogerlos. Los reclamos pueden provenir desde:

Fuentes internas: Call Center, Web, Sucursales, Ejecutivos de Mantención, Asesores Comerciales, Cartas.

Fuentes Externas: SERNAC, CMF (Oficios), Redes Sociales, Páginas de Reclamos y cualquier otra fuente que no sea mencionada en los puntos anteriores.

Para ello, existe un sistema centralizado denominado RyQ que permite el ingreso, consolidación y control de plazos de los reclamos ingresados.

Para las áreas Back de Operaciones y Front (Canales de atención de clientes, Call Center, Sucursales, Mantención) existen protocolos que se deben seguir para los ingresos y respuestas de Requerimientos, Quejas y Reclamos recibidos de forma interna y externa que afectan a nuestros clientes.

Comité de Reclamos

Este comité se reúne mensualmente con las diferentes áreas involucradas en el proceso para entregar feedback y coordinar las acciones de mejora

Cumple el rol de identificar las oportunidades de mejora en toda la cadena de valor del cliente en las diversas líneas de negocio de SURA. Dentro de sus funciones está:

- **Auditar** de manera permanente la **calidad de respuestas**.
- **Evaluar** las encuestas de satisfacción e **identificar** los **problemas más críticos**.
- **Indicadores**, revisar de manera mensual los indicadores de cumplimiento

Encuesta de Satisfacción de Reclamos

De manera mensual, se envía a los clientes que han recibido ingresado algún reclamo con el objetivo de medir la satisfacción con respecto a la efectividad, plazo y calidad de respuesta.

2. RELACIÓN CON TERCEROS

A. NORMAS QUE PROMUEVAN LA COMPETENCIA LEAL

2.A.1. PROTECCIÓN DE LA LIBRE COMPETENCIA

La Libre Competencia es base esencial para el desarrollo de los mercados en los que participa SURA. En ese sentido, nuestra Compañía tiene la firme convicción de que la Libre Competencia permite la generación de mayor valor, la igualdad de oportunidades y mayor eficiencia en la producción.

En términos simples el concepto de Libre Competencia hace referencia a la natural rivalidad que existe entre distintas empresas que se disputan un mismo mercado. Así, existiría “libre competencia” cuando los distintos actores que participan en un mercado actúan en forma independiente unos de otros, persiguiendo cada uno de ellos aumentar su participación y ganancias (en el corto, mediano o largo plazo) sin que existan circunstancias ilegítimas que perjudiquen a unos o favorezcan a otros.

Nuestro objetivo es reforzar los lineamientos de la Administradora en Libre Competencia, con el fin de prevenir la comisión de infracciones.

El área de Cumplimiento proporcionará orientación si surgen dudas de que ciertas operaciones o actividades cumplen o no con los requisitos de los principios de competencia económica. Sin embargo, en última instancia es responsabilidad de cada colaborador garantizar que sus acciones y ética en los negocios estén de acuerdo con la libre competencia.

La Administradora General de Fondos SURA no permite ningún tipo de acuerdo con competidores que pretenda controlar los precios, dividir o repartir los mercados o limitar la producción.

B. NORMAS QUE PROMUEVAN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ENTIDAD

2.B.1. RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

En la Administradora General de Fondos SURA buscamos la sostenibilidad de los negocios y del entorno. Para ello, estimulamos la innovación, y promovemos el desarrollo de nuevos mercados, así como la identificación de oportunidades de creación, crecimiento y expansión de los negocios en los que participamos.

Como inversionista responsable, la Administradora define lineamientos generales en materia de sostenibilidad de sus filiales, adoptando iniciativas que garanticen el desarrollo responsable de los negocios en el largo plazo.

El criterio de actuación empresarial de SURA está enfocado en tres grandes directrices:

Gestión en los Negocios: Frente a los públicos de interés de SURA, con prácticas en los diversos ámbitos de actuación con dichos grupos para generarles un valor agregado.

Desarrollo Social: Enfocado hacia las comunidades en donde opera SURA, participando en proyectos sociales, mediante aportes de carácter institucional y de voluntariado.

Dinámicas Públicas: De cara a los países en los que SURA hace negocios, participando en la construcción de políticas públicas, generando opiniones y fortaleciendo a nuestra organización.

Mediante la práctica integral de responsabilidad corporativa se facilita:

- El desarrollo de los negocios
- Relaciones de largo plazo con nuestros grupos de interés
- Competitividad en los mercados en donde operamos
- Fortalecimiento de una cultura organizacional y de gobierno corporativo
- Alineación a iniciativas corporativas.

Estamos comprometidos con el respeto de los Derechos Humanos en todos los ámbitos de operación de nuestros negocios, así como con remediar aquellas situaciones en las que ha dicho respecto haya tenido alguna falla por parte nuestra.

Nuestra presencia empresarial respeta la diversidad cultural, el trato justo y la no discriminación, así mismo participa activamente en los procesos de desarrollo social.

En este marco de Responsabilidad Corporativa, base de cada una de las actuaciones de la Compañía, SURA declara un firme compromiso con el respeto al medio ambiente, promoviendo el cuidado del entorno y de los recursos, así como también el desarrollo de tecnologías que minimicen el impacto en el medio ambiente.

C. NORMAS QUE PREVENGAN LA COMISIÓN DE FRAUDES, ABUSOS DE MERCADO U OTROS DELITOS O INFRACCIONES

2.C.1. PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO

Por la naturaleza de los productos y posibilidades de inversión que ofrece la Administradora General de Fondos SURA, la Compañía está expuesta a ser utilizada para cometer los delitos de lavado de activos o financiar una actividad delictiva como el terrorismo. Se entenderá como lavado de activos, o blanqueo de activos, al proceso delictual que busca dar apariencia legítima a fondos provenientes de actividades ilegales, permitiendo a delincuentes y organizaciones criminales disfrazar el origen ilegal de su producto. Por financiamiento del terrorismo consideraremos cualquier medio por el cual una persona natural o jurídica solicite, recaude o provea fondos con la finalidad de que se utilicen en la comisión de cualquier acto terrorista.

SURA utiliza los estándares y las regulaciones que actualmente están en uso en la comunidad financiera internacional, como son las recomendaciones del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI).

La AGF SURA tiene lineamientos claros acerca de la prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo, para proteger a la compañía contra cualquier participación en actividades ilícitas, así como participar en los esfuerzos internacionales para combatir el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo.

Estos lineamientos están vinculados con la integridad del cliente y pretenden asegurar:

- Que existan estándares de control adecuados basados en el grado de riesgo, aplicando los principios de “conoce a tu cliente”;
- Que La Administradora General de Fondos SURA en todo momento asegure la protección de sus colaboradores, y la buena reputación de nuestra marca.

2.C.2. PREVENCIÓN DE DELITOS

SURA ha implementado lineamientos para la prevención de los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo, cohecho, receptación, negociación incompatible, soborno entre particulares y administración desleal. Estos lineamientos conforman un sistema de organización, administración y supervisión que establece medidas preventivas para el desarrollo de las actividades, procesos y transacciones de la compañía, sensibles a los delitos sancionados en la ley, promoviendo un ambiente de transparencia.

Las principales directrices para la prevención de delitos han sido aprobadas por el Directorio, y contemplan los siguientes elementos:

- Matrices de Riesgos en las que se identifican los potenciales riesgos de comisión de delito y los controles mitigantes para cada uno de los riesgos descritos.
- Las políticas y procedimientos, a fin de prevenir y detectar oportunamente la materialización de los riesgos antes mencionados.

Sanciones

En caso de que un colaborador de SURA incumpla las disposiciones relacionadas a la prevención de delitos, podrá ser sancionado. Tales sanciones podrán incluir amonestaciones verbales, escritas con copia a su carpeta personal o con copia a la Dirección del Trabajo competente. Las mismas infracciones a las obligaciones impuestas precedentemente darán lugar a la caducidad del contrato de trabajo cuando, por su gravedad o reiteración, dicha exoneración sea pertinente, sin perjuicio que la Compañía deba denunciar a las autoridades competentes los hechos constitutivos de delito.

Difusión

La organización contempla en su plan anual de capacitaciones, aspectos relacionados con la prevención de delitos. El área de Cumplimiento y la Vicepresidencia de Talento Humano e Innovación estarán a cargo de la programación y ejecución de este plan.

Denuncias

SURA tiene establecido un canal de denuncias anónimas, cuyo objetivo es recibir todas las denuncias relacionadas al incumplimiento del Código.

Adicionalmente, la Administradora General de Fondos SURA ha establecido lineamientos relacionados a la prevención de fraudes y prevención de la corrupción.

3. RELACIÓN AL INTERIOR DE LA ENTIDAD

A. NORMAS DE GOBIERNO CORPORATIVO

Un eje esencial en la actuación de la AGF SURA es la responsabilidad que asumimos con todos nuestros grupos de interés. En ese contexto, la actuación en el ámbito del Gobierno Corporativo de la Administradora busca responder a:

- Los derechos de los accionistas, a cómo se organizan y representan al interior del Directorio. También a cómo asumen sus decisiones sobre los principios de equidad e igualdad que imperan en las definiciones tomadas.
- El funcionamiento de los órganos de administración y control en la Sociedad, su rol y responsabilidad.
- La gestión de las relaciones con los diversos grupos de interés
- Las normas y lineamientos que asume el Directorio y la administración de la compañía respecto de la resolución de eventuales conflictos de interés.
- Las directrices que deben observar los colaboradores y personas relacionadas con la compañía en cada una de sus operaciones, negocios y en su comportamiento personal.

3.A.1. CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO

La Administradora General de Fondos SURA cuenta con lineamientos que rigen todas y cada una de las actuaciones de SURA en Chile y de todos sus colaboradores. Asimismo, el Directorio aprobó las directrices entregadas por la compañía referentes al Buen Gobierno Corporativo de la misma, que regulan los derechos y deberes de sus grupos de interés, garantizando la responsabilidad en la toma de decisiones y estabilidad en las relaciones con cada parte.

B. NORMAS DE PREVENCIÓN, GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

3.B.1. ADMINISTRACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

Un conflicto de intereses surgirá en cualquier situación donde exista el potencial de lealtades divididas entre los intereses personales, y las obligaciones para con la Administradora General de Fondos SURA o sus clientes. Es por esto que SURA espera que los colaboradores puedan reconocer, evitar y solucionar los conflictos de interés.

La Administradora General de Fondos SURA previene la existencia o aparente existencia de conflictos de interés entre sus actividades corporativas y de inversiones. Cuando existe algún conflicto, lo gestiona con el fin de asegurar un tratamiento correcto y justo para todos sus clientes.

Ningún colaborador debe ponerse en una situación en la que sus intereses personales, de inversiones, legales, etc. influyan o den la impresión de influenciar cualquier acción o toma de decisiones, asesoría o consejo que proporcione a nombre de la compañía.

Cada vez que se evalúe la asesoría o las transacciones que se han hecho para un cliente, sólo deben considerarse los intereses de éste.

Como colaborador, debes abstenerte de:

- Realizar negocios de interés personal o familiar dentro de la AGF SURA o participar en empresas que tengan o busquen establecer negocios con la Compañía.
- Autorizar o negar algún negocio con SURA, en base a sentimientos de amistad o enemistad.
- Contratar directamente en nombre de SURA con personas con las que tengamos nexos de consanguinidad o afinidad.

Todo colaborador que tenga conocimiento de circunstancias que puedan dar origen a un conflicto de interés deberá informarlo al área de Cumplimiento.

3.B.1.1. CONFLICTOS DE INTERÉS EN NEGOCIOS Y ACTIVIDADES EXTERNAS

El éxito de la Administradora General de Fondos SURA depende de la confianza del público en nuestra integridad y profesionalismo. Para reforzar dicha confianza, es nuestra obligación evitar actividades, intereses o relaciones que pudieran interferir o estar en conflicto con las funciones que desempeñamos dentro de la compañía.

Sin la aprobación del área de Cumplimiento, ningún colaborador podrá:

- Estar dedicado a algún negocio externo
- Estar empleado o retribuido por algún tercero
- Colaborar como ejecutivo, director, socio o consejero de alguna organización externa del mismo giro de la Administradora General de Fondos SURA

Es necesario declarar en caso de que un familiar -independientemente que el parentesco sea consanguíneo o por afinidad- tenga alguna relación de negocios

con SURA o algunos de sus proveedores, directa o indirectamente. Una vez analizada la declaración, el área de Cumplimiento evaluará si existe o no un conflicto de interés.

Si en un futuro se pretende iniciar una actividad personal independiente, se deberá revelar tal situación y solicitar la autorización correspondiente del supervisor inmediato (Gerente de área) y del área de Cumplimiento. La autorización únicamente será negada en caso de que el área de Cumplimiento considere que la actividad implica un conflicto de interés.

Adicionalmente, se deberá consultar la política del Talento Humano en relación con la contratación de familiares dentro de la compañía. En términos generales, podrán ingresar a la Administradora, familiares directos de colaboradores (padre, madre, hermano, cónyuge, hijos), siempre y cuando cumplan con las siguientes condiciones:

- Que cumpla con competencias requeridas para el cargo.
- Que aprueba las evaluaciones necesarias para el ingreso a la Compañía.
- En caso de que trabajen en la misma Vicepresidencia, sus funciones no deben implicar conflictos de interés y no debe existir dependencia directa o indirecta entre sus cargos.

3.B.1.2. CONFLICTOS DE INTERÉS EN INVERSIONES PERSONALES

Todos los Colaboradores de la Administradora General de Fondos SURA tienen la obligación de:

1. Guardar estricta reserva y no podrán utilizar en beneficio propio o ajeno, ni adquirir para sí o para terceros, directa o indirectamente, los valores sobre los cuales posea información privilegiada.
2. Prevenir no invertir con fines especulativos, resguardando la reputación de expertos en inversiones.
3. En caso de tener una consulta sobre un potencial conflicto de interés en el que se pueda ver envuelto un colaborador, esta debe ser realizada al área de Cumplimiento, a través de la casilla complianceofficerinversiones@sura.cl.

Adicionalmente, la Administradora cuenta con directrices para, los Directores y Colaboradores que en razón de su cargo o posición tienen acceso a información privilegiada, también denominados Persona Sujeta, con el fin de identificar y

evitar cualquier conflicto de interés, así como la utilización indebida de Información Privilegiada a la que tengan acceso en virtud de sus cargos.

C. NORMAS QUE PREVENGAN LA COMISIÓN DE FRAUDES INTERNOS U OTROS DELITOS O INFRACCIONES

3.C.1. PREVENCIÓN DE DELITOS

Es una constante preocupación para SURA, que la Compañía no participe ni sea vinculada a actividades delictivas, puesto que la confianza del mercado en la reputación de la marca es uno de los activos más importantes de esta organización. Si la Compañía se viera involucrada en algún delito o mala práctica empresarial, podría implicar un serio daño a la confianza depositada en la empresa y una eventual fuga masiva de clientes.

La Administradora General de Fondos SURA ha establecido los siguientes lineamientos respecto a:

3.C.1.1. PREVENCIÓN DE FRAUDES

Un Fraude es un engaño intencional diseñado para obtener un beneficio o ventaja, o para provocar algún beneficio que debería ser negado.

La exposición a fraudes ocurre debido a los servicios ofrecidos a través de Internet, web, medio tecnológicos y al aumento en el volumen de transacciones financieras. Es por esto, que la industria de servicios financieros se ha vuelto mucho más vulnerable a este tipo de delitos. La Administradora General de Fondos SURA está expuesto a diferentes tipos de fraude, desde los fraudes internos, como pueden ser la malversación de fondos o la recepción de sobornos, hasta la comisión de fraudes externos, en donde terceras personas malversan los productos financieros de la compañía en beneficio propio. En la medida en que los delincuentes se vuelven más sofisticados, es necesario tener una vigilancia permanente para la prevención de este tipo de delitos.

La Administradora General de Fondos SURA combate el fraude y toma las medidas necesarias para su gestión teniendo como objetivo:

- Reducir pérdidas relacionadas con el fraude
- Crear una red para apoyar a las unidades de negocio en la integración y coordinación de sus actividades de prevención de fraudes

- Facilitar el desarrollo continuo de controles que ayuden en la prevención, detección e investigación de fraudes y de esta manera minimizar la exposición a este riesgo

El área de Gestión de Riesgo de la Compañía es responsable, en su rol de segunda línea de defensa, de apoyar al negocio en la gestión del riesgo de fraude. Este rol lo desempeñará a través del Oficial Antifraude local, quien apoya a la Administración en relación con todos los aspectos relacionados con la presente política.

Consejos para prevenir y disuadir un Fraude

El riesgo de fraude nunca puede eliminarse por completo. Sin embargo, existen maneras para su mitigación a través de:

- Supervisión.
- Capacitación.
- La segregación de funciones.
- Alertas de fraude.
- Información a los clientes.
- Política “Conoce a tu Cliente”.
- Disuasión de fraude.
- Monitoreo y detección del fraude.
- Control por oposición.
- Rotación de personal.

Los lineamientos antifraude son aplicables a todos los colaboradores de SURA, incluyendo a directores, consultores, agentes, contratistas, proveedores, abogados o personas que tengan relaciones de negocios con la compañía.

Ante sospechas de la comisión de cualquier tipo de fraude, se debe reportar de inmediato a través de la Línea Ética o al área de Cumplimiento.

La Administradora General de Fondos SURA hará cualquier intento razonable para tomar las acciones legales necesarias en contra de las personas que hayan cometido este tipo de delitos, así como la recuperación de las pérdidas ocasionadas.

La falta de cumplimiento de estos lineamientos por parte de los colaboradores, consultores, vendedores, contratistas, agentes o cualquier persona que haga negocios con SURA, conllevará en consecuencia acciones disciplinarias, incluyendo si el caso lo amerita, la terminación inmediata de la relación de trabajo

o de negocios, independientemente de las acciones legales a las que tiene derecho la Administradora y que surjan por tal motivo.

3.C.1.2. PREVENCIÓN DE CORRUPCIÓN

La Administradora General de Fondos SURA, espera el nivel más alto de conducta ética de parte de todos sus colaboradores y de aquellos terceros con los que la Compañía tiene relaciones comerciales. SURA tiene la política de “cero tolerancia” en temas de soborno y corrupción, independiente de la posición del originador o receptor del soborno. Esta “cero tolerancia” está respaldada por el Comité Ejecutivo y la Gerencia General.

Como medidas internas para prevenir actos de corrupción en las que pudiera verse involucrado la AGF o algunos de sus colaboradores, contamos con los lineamientos generales:

- Relación con Funcionarios Públicos.
- Donaciones.
- Regalos e Invitaciones.

RELACIONES CON FUNCIONARIOS PÚBLICOS

La Administradora General de Fondos SURA, en el ejercicio de sus funciones, se relaciona con un sinnúmero de instituciones públicas, entre ellas Superintendencias, Servicio de Impuestos Internos, Dirección del Trabajo, Municipalidades y otros organismos reguladores. Con el fin de mitigar al máximo la posibilidad de que las acciones que resulten de relaciones con funcionarios públicos involucren un riesgo de delito de cohecho se han creado lineamientos necesarios para proceder en este tipo de relaciones.

El cohecho se realiza normalmente en forma verbal y presencial, pero no excluye otros tipos de contactos, tales como: telefónico, vía correo tradicional o electrónico, o cualquier otro medio de comunicación digital (Twitter, Facebook, Instagram, Telegram, WhatsApp, etc). Si en alguna instancia de comunicación con un funcionario público, un colaborador de SURA se ve involucrado en una conversación poco clara, ante el riesgo de haber malinterpretado cierta solicitud, se exige asumir una posición cortés pero firme y pedir aclaración de su objeto con anterioridad a la aceptación, esto con la finalidad de que jamás se pueda interpretar el actuar de un colaborador de la Administradora General de Fondos SURA como un acto de cohecho.

Prohibiciones

Está prohibido ofrecer, dar y aceptar dinero a/o de funcionarios públicos, por cualquier medio, presencial, verbal o escrito.

Está prohibido solicitar a un funcionario público que haga o deje de hacer algo que favorezca a una determinada persona o compañía.

Está prohibido aceptar o entregar, solicitar o consentir en dar, regalos o invitaciones a funcionarios públicos, sean estos nacionales o extranjeros.

Pagos a Instituciones Públicas

Los pagos a entidades públicas no podrán efectuarse en efectivo, deberá emitirse un cheque, transferencias electrónicas o vale vista a nombre del servicio público, y por ningún motivo a nombre de un tercero aun cuando pudiera existir alguna relación laboral y/o de representación de la institución pública. El área encargada de esta gestión deberá guardar los comprobantes de los pagos realizados.

Reuniones con Funcionarios Públicos

En el curso ordinario de los negocios de la Administradora General de Fondos SURA, se llevan a cabo distintas reuniones con funcionarios públicos, principalmente con funcionarios de entidades reguladoras, entre otros. En toda reunión en la que participen funcionarios públicos se sugiere concurrir acompañado de otro colaborador de SURA.

Las reuniones que se susciten deben ser informadas a través de la Intranet de Cumplimiento. De esta conducta se revisará en los registros públicos de la Ley del Lobby.

En las reuniones se debe evitar incurrir en gastos cuantiosos, considerando los límites establecidos por la compañía.

No se considerarán dentro de este control otro tipo de reuniones o eventos fuera del ámbito de negocios de la Administradora General de Fondos SURA, como por ejemplo seminarios, charlas, eventos, cursos o capacitaciones. Sin embargo, en estas instancias el colaborador no deberá emitir opiniones en nombre de la Compañía o divulgar información de ésta, salvo que esté expresamente autorizado por la Dirección de Comunicaciones Corporativas, según se estipula en el presente Código.

DONACIONES

La Dirección de Comunicaciones Corporativas y Sostenibilidad es la encargada de realizar las donaciones en nuestra Compañía. Cualquier solicitud de donación o iniciativa de los colaboradores, debe ser informada a esta área para su evaluación.

La Administradora General de Fondos SURA puede realizar donaciones con fines caritativos en forma de prestación de bienes y servicios, asistencia técnica, entrenamiento o ayuda económica a cierto tipo de instituciones. Debemos cerciorarnos de que dichas instituciones no sean operadas directa o indirectamente por un Funcionario Público y que dicha donación no se haya realizado para su beneficio particular.

SURA no permite que se den regalos o donaciones de carácter político ni ofrecer invitaciones a partidos políticos, a candidatos a cargos públicos, comités de elección popular, organismos afiliados a partidos políticos, centros de investigación, grupos de presión o causas políticamente alineadas a candidatos o funcionarios públicos.

Cualquier excepción a este punto en particular debe ser autorizado por el área de Cumplimiento.

REGALOS E INVITACIONES

En el curso ordinario de los negocios es normal que se ofrezcan y reciban regalos o invitaciones, con el objeto de fortalecer relaciones comerciales, el conocimiento sobre nuestros productos, servicios y capacidades e incrementar el valor agregado a nuestros clientes o clientes potenciales. No obstante, hay que ser cuidadosos, ya que el dar o recibir regalos o invitaciones puede dar la percepción que estamos intentando sobornar a alguien, o bien, que alguien está intentando sobornar a un colaborador de SURA.

En términos generales sólo se podrá entregar y recibir regalos o invitaciones de forma medida y relacionada con la naturaleza de las funciones que cada colaborador desempeñe en la Administradora General de Fondos SURA, en el entendido que estarán permitidos dentro de las limitaciones establecidas en este Código y que no vayan en contravención de los principios corporativos, las leyes y normativa vigente.

Adicionalmente, no podemos ofrecer o recibir regalos o invitaciones cuando involucren actividades, productos o servicios que nos puedan avergonzar, que sean considerados de mal gusto o vayan en contra de los principios de la Administradora. Los regalos e invitaciones deben ser acordes a lo establecido

en las leyes chilenas y dentro del contexto de los estándares de la industria, evitando generar conflictos de interés a quienes se les ofrece.

En caso de que se excedan las limitaciones establecidas para la recepción de regalos e invitaciones, el colaborador deberá indicar al emisor del regalo o invitación que no puede recibir este por infringir lo establecido en el presente Código, adjuntándole el mismo, o simplemente indicándole como acceder a este a través de la Web.

Reglas de Regalos e Invitaciones

Sólo se pueden ofrecer y recibir artículos que son uno entre muchos artículos idénticos, que sean ampliamente distribuidos (ej. Plumas, artículos de escritorios, artículos promocionales o con logo de la empresa).

Solo se pueden ofrecer y recibir invitaciones por reuniones de negocio con contrapartes, que pueden traer beneficio directo a Administradora General de Fondos SURA.

De ninguna manera podemos ofrecer o aceptar:

- Efectivo o su equivalente
- Regalos e invitaciones de carácter recreativo
- Regalos e invitaciones en domicilios privados
- Regalos e invitaciones de o a Funcionarios Públicos

Viajes de carácter profesional

Tratándose de viajes, éstos sólo serán autorizados cuando estén ligados a una invitación de carácter profesional. El colaborador al que se le cursó la invitación (viaje) deberá solicitar la autorización respectiva para hacer uso de ella, exponiendo las razones para hacer el mismo, su importancia para el negocio y dar un detalle de la agenda y gastos a efectuar por parte de la empresa que lo invita. Esta autorización, una vez aprobado por su jefatura directa, deberá solicitarla al área de Cumplimiento a través del Formulario de Solicitud de Viaje, a fin de verificar que no exista algún tipo de conflicto de interés por parte del colaborador interesado y la organización que efectúa la invitación (viaje).

Tratamiento de Servicios No Remunerados

En el mercado financiero, como parte de la relación comercial entre las organizaciones, es habitual la práctica de ofrecer servicios no remunerados por parte de una contraparte, es decir, servicios que no se encuentran formalizados en la relación contractual con SURA, y que es necesario controlar para mitigar los potenciales conflictos de intereses que se desprenden de la aceptación de estos.

Para efectos de entender lo que es un Servicio de Actividad No Remunerada, lo definimos como invitaciones a seminarios, congresos, capacitaciones u otra actividad que incluyan o no transporte aéreo, en trenes, barcos o renta de autos, así como el alojamiento en cualquier tipo de hoteles y aquellos servicios como los accesos a páginas de research (investigaciones económicas), al igual que páginas de análisis técnico de los mercados, softwares o licencias específicas, u otros servicios que no han sido contratados por SURA y respecto a los cuales no existe contrato vigente que especifique el servicio con la contraparte que lo ofrece y de ser contratado por SURA significaran un costo adicional para esta.

Los colaboradores de SURA sólo podrán aceptar los servicios derivados de esta práctica cuando los beneficios obtenidos estén alineados con el marco ético de la Administradora, evitando que un mal uso de esta práctica pudiera comprometer la reputación de la Compañía.

Todo servicio financiero que se enmarque en la definición de servicio no remunerado deberá ser informado al área Cumplimiento, previo a su recepción, para su revisión y análisis. El área de Cumplimiento indicará al colaborador las acciones a realizar frente al servicio no remunerado.

Se exceptúan de ser considerado como Servicio No Remunerado, aquellas vinculadas a periodos de prueba de software que están en etapa de evaluación.

Registro de Regalos, Invitaciones y Servicios No Remunerados

Los colaboradores son los responsables de registrar en la Intranet de Cumplimiento todos los regalos, invitaciones o servicios no remunerados recibidos y ofrecidos, aun cuando puedan ser apoyados por la Asistente de Área o Gerencia para efectos de registros.

El área de Cumplimiento mantendrá un “Registro de Regalos, Invitaciones y Servicios no remunerados” y hará lo posible por asegurarse que los colaboradores registren todos los regalos, invitaciones y servicios no remunerados que sean ofrecidos o recibidos.

Excepciones, desviaciones y permisos

Los colaboradores que tengan alguna duda en cuanto a si un regalo o invitación cumple con las disposiciones de la compañía deberán consultar al área de Cumplimiento.

El Encargado de Prevención de Delitos es el encargado de autorizar excepciones en circunstancias particulares en la recepción de regalos e invitaciones. Respecto a Servicios No Remunerados, las excepciones las podrá dar el comité que SURA establezca o lo que traten sus políticas particulares.

D. NORMAS RESPECTO A LA OBSERVANCIA DEL CÓDIGO DE CONDUCTA Y EVENTUALES SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO

3.D.1. GESTIÓN DEL CÓDIGO DE CONDUCTA

3.D.1.1. COMITÉ DE ÉTICA Y CONDUCTA

La Administradora General de Fondos SURA cuenta con un Comité de Ética y Conducta responsable de la aplicación y el cumplimiento de los objetivos del presente Código. El Comité está integrado por:

- Encargado del área Legal y Cumplimiento
- Encargado del área de Talento Humano
- Encargado de la Unidad de Auditoría Corporativa (UAC)
- Encargado del área Legal y Cumplimiento Corporativo SURA AM

El Comité de Ética y Conducta será responsable de:

- Resolver cualquier situación relativa a la interpretación, cumplimiento o regulación bajo los patrones establecidos en el presente Código de Autorregulación y respecto de cualquier otra política equivalente establecida por SURA.
- El desarrollo de políticas de apoyo al Código de Autorregulación.

- Revisar las denuncias recibidas por colaboradores, proveedores o clientes de SURA a través de los canales de contacto: línea ética, casilla electrónica de cumplimiento, buzón u otros.
- La proposición e imposición de sanciones cuando se violen los preceptos de conducta contenidos en el presente Código.
- Investigar las denuncias.
- Analizar los antecedentes aportados o recabados a través de las investigaciones.
- En general cualquier otro tema relevante de ser revisado por este Comité.

El Comité será presidido por uno de sus integrantes, el cual será designado por acuerdo o votación de estos. Actuará de secretario del Comité el Jefe de Cumplimiento de la Administradora General de Fondos SURA, a quien le corresponderá presentar los casos sometidos a la consideración y resolución del Comité, pudiendo emitir opinión respecto de los aspectos formales y de fondo asociados a los mismos.

El Comité se reunirá al menos mensualmente, y extraordinariamente cada vez que existan los méritos para tal efecto, de manera de permitir una revisión y resolución expedita de los casos que sean de su conocimiento. Las reuniones extraordinarias podrán ser convocadas por cualquier integrante del Comité y en cualquier momento, cuando se presentaren casos que por su naturaleza y/o importancia así lo ameriten.

El Comité podrá solicitar apoyo en las áreas de Fiscalía, Talento Humano, Cumplimiento, Tecnología y Auditoría Corporativa, para llevar a cabo las indagaciones o investigaciones que sean requeridas

El Comité deberá velar por que todas las denuncias y casos que sean sometidos a su conocimiento y resolución sean manejadas con total confidencialidad, tanto en el período de investigación como en la etapa de resolución de estos. Igual obligación subsistirá una vez cerrado el caso, si a juicio del Comité se puede generar alguna situación que pueda afectar a las personas que estuvieron involucrados en las denuncias investigadas.

Considerando la transcendencia que tiene el resguardar la debida confidencialidad de los casos sometidos a su conocimiento, el Comité deberá adoptar las medidas necesarias para garantizar el anonimato de las denuncias formuladas, y para proteger la identidad de los denunciantes cuando éstos sean identificables. De igual forma, deberá adoptar las medidas conducentes a evitar la filtración o divulgación de cualquier documento o información que haya sido entregada para la correcta resolución de los casos investigados.

El Comité deberá coordinarse con el área de Talento Humano, con el objeto de asegurar que ningún trabajador sea desvinculado por decisión de la empresa, en tanto se encuentre pendiente una investigación en la cual dicho trabajador tenga la calidad de denunciante o se encuentre vinculado directa o indirectamente.

De igual forma, deberá adoptar las medidas necesarias para evitar que se adopten represalias en contra de algún trabajador que haya formulado alguna denuncia que haya sido investigada por el Comité, independientemente del resultado que ésta haya arrojado.

En todos los casos, sin excepción, el Comité está obligado a adoptar una decisión. También lo está para citar y mantener con cualquier colaborador de SURA las reuniones que considere necesarias, y requerir del mismo toda información que, según su criterio, pueda contribuir a la aclaración de la situación bajo análisis.

El alcance de las decisiones adoptadas por el Comité será aceptado por la Administradora y podrá implicar la adopción de medidas correctivas que permitan regularizar y/o normalizar la situación planteada y aplicar medidas disciplinarias a cualquier colaborador (independientemente de su cargo o función), que tuviere responsabilidad directa y/o indirecta por el incumplimiento de las normas establecidas en el presente Código.

Para el caso que la resolución del Comité lleve aparejada una sanción que involucre a un ejecutivo de la Administradora General de Fondos SURA, ésta será comunicada al CEO en forma previa a su aplicación.

El Comité podrá recomendar la publicación de las resoluciones que adopte cuando afecten y/o involucren a colaboradores de la Administradora General de Fondos SURA y/o en los casos que así lo crea conveniente.

3.D.1.2. LÍNEA ÉTICA

La Línea Ética es un mecanismo que la Administradora General de Fondos SURA proporciona a todos los colaboradores, proveedores y clientes para que puedan denunciar de forma anónima, si el denunciante así lo desea, cualquier actividad que atente contra las disposiciones del presente código

Todos los colaboradores, proveedores y clientes están invitados a hacer uso de la Línea Ética a través del sitio web inversiones.sura.cl

En el supuesto que tu denuncia se refiera a algún miembro del área de Cumplimiento podrás reportarlo directamente al CEO.

Es necesario hacer una descripción de los hechos proporcionando información de respaldo, a efecto que se proceda con la investigación correspondiente. Antes de reportar una denuncia se debe considerar lo siguiente:

- ¿Se está reportando de buena fe?
- ¿Se cuenta con los elementos necesarios y la documentación de soporte para hacer el reporte?
- ¿Se estará disponible para cooperar con la investigación?

- ¿Se está dispuesto a respetar la confidencialidad del asunto?

Cualquier colaborador que denuncie de mala fe, podrá ser personalmente responsable de cualquier daño causado y podrá ser sujeto de sanciones administrativas incluyendo la desvinculación, dependiendo de la gravedad del asunto.

Obligaciones como Denunciante

- Cuando se reporte una denuncia se debe hacer de buena fe. Esto significa que se considera que la denuncia es razonablemente cierta y no debe ser con el objeto de dañar a alguien por algún otro motivo. Contar con los elementos necesarios e información de soporte sobre el caso, para hacer el reporte correspondiente a través de la presente política
- Proporcionar suficiente información para que se pueda realizar la investigación. Como mínimo se deberá proporcionar la siguiente información:
 - La fecha del suceso o evento
 - La naturaleza del suceso o evento
 - El nombre de la(s) persona(s) involucrada(s), o acusada(s)
 - Testigos del suceso o evento
 - Evidencia del suceso o evento, por ejemplo documentos, e-mails o registros de voz
- Respetar la confidencialidad del asunto. No se deberá discutir los detalles de la denuncia o de la investigación con terceras personas.
- Se deberá estar disponible para clarificar los hechos y proporcionar mayor información, detalles nuevos o adicionales, en caso de que el Comité de Ética así lo requiera para hacer seguimiento a la denuncia.
- Una denuncia reportada e investigada puede dar lugar a audiencias de carácter regulatorio o judiciales, donde el denunciante se puede ver obligado a comparecer o actuar como testigo.

El incumplimiento de estas obligaciones puede resultar en la pérdida de los derechos y protecciones proporcionados al Denunciante.

Derechos como Denunciante

- Anonimato: El Comité de Ética debe emplear medidas para la realización de denuncias anónimas, y que este tipo de denuncias serán investigadas con la misma rigurosidad que cualquier denuncia. Así también el Comité de Ética debe proteger el anonimato de tu identidad, asegurando que no se intentará descubrir la identidad de un denunciante.

- **Confidencialidad:** El Comité de Ética limita el contenido de la denuncia y cualquier otro detalle del proceso de investigación únicamente a las personas autorizadas a acceder a esta información. En caso de que, por la gravedad de los hechos, se deba revelar la investigación como resultados de una orden judicial, el Comité de Ética comunicará al denunciante antes de divulgar su identidad.
- **Represalias:** El Comité de Ética tomará las medidas pertinentes para prevenir y evitar que se tomen represalias en contra de un denunciante o de cualquier persona que coopere en una Investigación.
- **Recibir Información:** En el curso de la búsqueda de hechos, recibirás en la medida de lo posible, actualizaciones acerca del progreso de la investigación.

Obligaciones de la Administradora General de Fondos SURA

- Desarrollar un procedimiento para manejar e investigar denuncias.
- Asegurar que el denunciante tenga conocimiento de sus derechos, obligaciones, protecciones y pasos a seguir para realizar una denuncia.
- Asegurar que las denuncias relacionadas con miembros de la Alta Administración sean inmediatamente escaladas al CEO.
- Garantizar que se investigarán todas las denuncias reportadas de una manera objetiva.

Proceso de Investigación

La investigación se llevará a cabo cumpliendo siempre los siguientes requisitos:

- Toda denuncia será analizada por el Comité de Ética de la Compañía.
- Siempre se mantendrá la confidencialidad de los datos aportados en la denuncia y de la identidad del denunciante, salvo voluntad expresa en contrario expresada por quien realiza la denuncia.
- Siempre se oirá al denunciado a través de la persona ad-hoc designada por el Comité de Ética.
- Quien denuncia un hecho gozará de inmunidad corporativa mientras dure la investigación y hasta por un periodo de tres meses contado desde la fecha en que se concluyó la investigación. Indemnidad que impedirá que el denunciante sea

amonestado, desvinculado o sancionado por hechos vinculados a la denuncia, salvo que se descubra o presuma fundadamente su calidad de autor, cómplice o encubridor del hecho, o bien, por otros motivos que hagan indispensable su desvinculación, cuya situación deberá ser analizada y definida por los integrantes del Comité de Ética, en sus reuniones ordinarias o en las extraordinarias que acuerden celebrar.

- No está garantizada inmunidad alguna a aquellos individuos que se encuentren involucrados en conductas contrarias a la normativa y/o regulación aplicable a SURA.
- Siempre se dará un feedback inicial y uno de cierre al denunciante.

Denuncias relacionadas con los Miembros del Comité Ejecutivo

Cuando una denuncia se encuentre relacionada con un Miembro del Comité Ejecutivo de la Administradora General de Fondos SURA, ésta deberá ser reportada directamente al CEO.

No se otorgarán excepciones con respecto a la presente Política.

3.D.1.3. SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO

Los colaboradores, administradores y Directores de SURA que voluntariamente o por culpa grave, por acción u omisión cometan una falta, un acto impropio, incumplan o faciliten el incumplimiento de normas, políticas o procedimientos, violen los principios éticos y normas consagradas en este Código, están sometidos a las acciones disciplinarias correspondientes, de conformidad con las normas laborales y contractuales, el Reglamento Interno de trabajo, así como a lo establecido en este Código y las demás reglamentaciones internas.

Las irregularidades cometidas pueden conducir a la imposición de sanciones disciplinarias e incluso a la terminación de la relación laboral o contractual. Lo anterior, sin perjuicio de las acciones legales de responsabilidad civil o penal a que hubiere lugar.

En las acciones sancionatorias adelantadas se respetará el derecho de defensa de las personas involucradas.

Si como consecuencia de un acto involuntario o negligente de un colaborador, por acción u omisión, la irregularidad resulta en la imposición de una multa o sanción pecuniaria contra de la Administradora General de Fondos SURA, o al pago de una indemnización en su contra, aquella podrá repetir contra el colaborador cuyo proceder irregular hubiere conducido a la imposición de la indemnización, multa o sanción.

E. OTRAS NORMAS RELEVANTES PARA COMPLEMENTAR NUESTRA AUTOREGULACION

3.E.1. NORMAS SOBRE LA GESTIÓN DE RIESGO REPUTACIONAL

Somos parte de una organización que comparte no sólo objetivos de negocio y una filosofía en la manera de alcanzarlos, sino que además tiene unidad de marca con varias de sus empresas, lo que las vincula estrechamente en la manera de proyectarse a los diferentes públicos interesados en nuestro Grupo.

Además de los múltiples beneficios que esto conlleva en términos de posicionamiento, también aumenta nuestra exposición reputacional y por lo tanto exige una articulación en la gestión de los riesgos reputacionales, para lograr su mitigación y control de manera efectiva.

La reputación se puede definir como la manera en que las partes interesadas en el Grupo ven a nuestra compañía. No necesariamente se basa en la realidad, es una combinación de imagen pública, desempeño financiero, responsabilidad social, enfoque en los clientes, etc. Se puede afirmar que la reputación es la suma total de la percepción individual de cada uno de los grupos de interés.

Grupos de Interés

Los socios del negocio, proveedores, accionistas, clasificadoras, reguladores, colaboradores, clientes, la competencia, la comunidad y las asociaciones gremiales.

La Administradora General de Fondos SURA define los criterios generales para manejar el prestigio ante situaciones críticas que involucren a nuestra marca, su reputación o a nuestros colaboradores.

Dichos criterios tienen como propósito fundamental neutralizar o mitigar los impactos negativos a la imagen de la Compañía, a través de un manejo disciplinado y riguroso de la comunicación hacia cada uno de los grupos de interés involucrados, según el riesgo que se presente a nivel local, nacional o internacional.

En caso de que algún colaborador de la Administradora General de Fondos SURA sepa que nuestra reputación esté afectada por un grupo de interés en particular, debe reportar de inmediato dicha situación a la Dirección de Comunicaciones, quienes lo asesorarán y activarán el plan de crisis reputacional dentro de la organización.

3.E.1.1. CONTACTOS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los contactos con los medios de comunicación son restringidos y solamente personas autorizadas por la Dirección de Comunicaciones Corporativas están facultadas para hacerlo.

Ningún colaborador puede tener contacto con los medios masivos de comunicación salvo que esté expresamente autorizado para hacerlo. La inobservancia de estas reglas podrá tener como consecuencia medidas disciplinarias, incluyendo la desvinculación.

En caso de que cualquier medio se acerque a algún colaborador, debe ser remitido a la Dirección de Comunicaciones Corporativas.

Esta prohibición incluye en forma enunciativa más no limitativa hablar acerca de:

- Información fuera del área de dominio y experiencia de la Administradora General de Fondos SURA
- Información de clientes, sin haber obtenido en forma previa aprobación expresa de ellos para hacerlo
- Operaciones, estrategias, políticas, posición financiera o información de los colaboradores de SURA.
- Información Confidencial o Privilegiada, en particular, información relativa a transacciones potenciales que involucren clientes de la Administradora General de Fondos SURA. Asimismo, estados de resultados no publicados o información substancial de reportes de análisis a ser publicados
- Opiniones o recomendaciones sin una base razonable de sustento
- Promesas o garantías de resultados específicos
- Mencionar cualquier otra empresa de servicios financieros, sus colaboradores y ex colaboradores
- Investigaciones o litigios que involucren a la Administradora General de Fondos SURA
- Comentarios u opiniones respecto de cualquier autoridad
- Plan estratégico en contenidos generales o particulares, si tiene acceso a esta información de cualquier forma.
- Acontecer Político

Las personas facultadas por la Dirección de Comunicaciones Corporativas para tener contactos con los medios, deberán evitar los rumores o la especulación, siempre presentar el punto de vista de la compañía y no el personal, y está estrictamente prohibido que reciban cualquier clase de beneficio por el hecho de conceder entrevistas o intercambiar información.

Cualquier conferencia, entrevista, comunicado de prensa, artículo o reportaje debe ser aprobado por la Dirección de Comunicaciones Corporativas.

Adicionalmente a lo anterior, la Dirección de Comunicaciones Corporativas nombrará a voceros autorizados en casos de manejo de crisis reputacionales.

En caso de cualquier duda o aclaración los colaboradores deben contactar a la Dirección de Comunicaciones Corporativas (comunicacionescorporativas@sura.cl).

3.E.1.2. REDES SOCIALES

La participación de los colaboradores, asesores, administradores y directores en las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, Telegram, WhatsApp, etc) es de carácter personal y no tienen ninguna relación con la Compañía. Cuando aquellos requieran utilizar las redes sociales con fines asociados a la Compañía, deberán identificarse apropiadamente y contar con la autorización de la Dirección de Comunicaciones Corporativas siguiendo los siguientes parámetros:

- La publicación debe estar alineada con los principios y valores de la Compañía
- Debe haber respeto en la manera como se expresan las ideas y en ningún caso referirse en términos que violen los lineamientos del presente Código.
- No podrán ofrecerse productos o servicios no autorizados por la Compañía, ni crearse falsas expectativas sobre los productos o servicios existentes, y
- Debe garantizarse el cumplimiento de los lineamientos sobre el manejo de Información Confidencial y Privilegiada.

3.E.2. NORMAS SOBRE LA CLASIFICACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

A continuación, se describen los tipos de información que se administra en la compañía y cómo debe gestionarse para proteger del mal uso la información de nuestros clientes, la Información Confidencial, Información Privilegiada y de terceras personas que tengamos acceso.

3.E.2.1. INFORMACIÓN CONFIDENCIAL

Información Confidencial es aquella que se ha prohibido su transmisión a terceros, en tanto dicha información no sea de conocimiento público, y que ha sido clasificada como confidencial.

Durante nuestra relación de trabajo con SURA, tenemos acceso a varias formas de información confidencial relacionada con la empresa, sus clientes, accionistas, colaboradores y proveedores. Se debe considerar como Información Confidencial toda información personal o propiedad de SURA, información sobre sus productos o procesos, contraseñas de computadores, de clientes, colaboradores, accionistas y proveedores, proyectos desarrollados internamente (textos de planificación estratégica) o por algún tercero, que no sea pública o esté expresamente disponible para terceros. Su divulgación no autorizada podría afectar de forma significativa la posición competitiva de SURA y desperdiciar valiosos activos de nuestra Compañía.

Además de constituir una violación del presente Código, ciertos tipos de uso o divulgación no autorizados de información confidencial, pueden considerarse un delito y la parte que se encuentre en falta puede verse sometida a sanciones administrativas o a penas privativas de libertad.

Todos compartimos la obligación de evitar la divulgación no autorizada de Información Confidencial. En caso de que debamos revelar Información Confidencial a terceros ajenos a SURA se deberá estar autorizado para hacerlo y que exista un acuerdo de confidencialidad debidamente firmado.

Asimismo, debemos asegurarnos de que la divulgación de Información Confidencial cumpla con los requisitos de identificación, clasificación, marcado, manejo y destrucción de Información Confidencial sobre la base de los lineamientos que consignen las autoridades en lo relativo a la protección de datos.

No se autorizan las conversaciones sobre asuntos confidenciales en lugares públicos, tales como ascensores, pasillos u otras áreas de uso compartido, transporte público, lobbies de hoteles o restaurantes, pues gente ajena al asunto pueden escucharte.

Se deben tomar las medidas que sean necesarias para mantener las estaciones de trabajo (escritorios), libres de cualquier tipo de información considerada como Información Confidencial que esté expuesta al alcance de cualquier persona no autorizada.

Es importante recordar que la obligación de mantener los resguardos de la Información Confidencial permanece vigente incluso después de que dejes de prestar tus servicios en la Administradora General de Fondos SURA. De la misma manera, SURA exige a su personal nuevo, que respeten las obligaciones de confidencialidad que tengan con sus empleadores anteriores.

No dejes de acudir al área de Cumplimiento en caso de preguntas o dudas sobre la manera apropiada de manejar Información Confidencial o potencialmente confidencial.

3.E.2.2. INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

Información Privilegiada es aquella relativa a cualquier acto, hecho o acontecimiento, de cualquier naturaleza, que influya o pueda influir en los precios de los valores inscritos en el Registro de Valores, en tanto dicha información no haya sido revelada al público por la emisora respectiva, a través de la bolsa o mercados en la que coticen dichos valores.

La información se considera “pública” cuando ha sido dada a conocer o esté disponible públicamente; a través de la Bolsa de Valores en la que cotice dicho emisor o bien, a través de medios masivos de comunicación.

Está estrictamente prohibido utilizar Información Privilegiada para fines personales, profesionales o bien celebrar transacciones bursátiles directa o indirectamente utilizando dicha información, así como la divulgación de esta a otras personas, o bien emitir recomendaciones.

La utilización de Información Privilegiada en contravención con lo aquí señalado puede conllevar acciones legales por parte de la Administradora General de Fondos SURA, incluyendo la desvinculación o bien la entrega de información a las autoridades para la imposición de las sanciones respectivas

3.E.2.3. ESCRITORIOS LIMPIOS

El objetivo principal de este título es establecer el procedimiento de cómo administrar aquella información que se considera “Información Sensible” (Información Confidencial y Privilegiada) para el negocio, con el objeto de reducir el riesgo de algún daño para SURA que pueda surgir cuando este tipo de información no está debidamente protegida o bien está desatendida.

Para un mejor control de la información de la Administradora General de Fondos SURA, ésta debe ser analizada desde la Confidencialidad (C), Integridad (I) y Disponibilidad (D). Para determinar si un dato es sensible debemos analizar la Confidencialidad (C) de la información, la cual se clasifica en cuatro categorías diferentes:

C-1 Información Pública: Es información que en caso de ser revelada no tiene impacto alguno para SURA. Cualquier persona dentro y fuera de la Compañía tiene acceso libre a esta información que es considerada como pública.

C-2 Información Restringida: La revelación no autorizada de esta información puede provocar daños a SURA que son reparables. La información clasificada como restringida debe de limitarse a uso interno y exclusivo de la Administradora. Los

manuales, directrices, políticas de la Compañía, copias impresas de páginas de Intranet o memorandos, son un claro ejemplo de este tipo de información.

C-3 Información Sensible: Es toda aquella información catalogada como Información Confidencial y/o Información Privilegiada. La revelación no autorizada de esta información puede provocar daños económicos y reputacionales a la Administradora General de Fondos SURA o a la capacidad para alcanzar sus metas. La Información Sensible no debe ser accesible salvo a ciertos individuos y bajo los esquemas de protección definidos.

Toda información personal o propiedad de SURA, sobre sus productos, procesos, procedimientos, contraseñas, información de clientes, colaboradores, accionistas y proveedores, que no sea pública o esté expresamente disponible para terceros, es considerada Información Sensible.

C-4 Información Secreta: La revelación no autorizada provoca graves daños a SURA o serios daños para su reputación o perspectivas. La información secreta únicamente debe ser accesible para ciertos individuos con base a una necesidad de saber y se deben colocar medidas de seguridad reforzadas para proteger la información.

Como información secreta tenemos los borradores de los estados financieros tanto de la Administradora General de Fondos SURA como de terceros, correos electrónicos, o bien información acerca de fusiones y adquisiciones, proyectos especiales como reestructuras, planificación estratégica, y en general cualquier tipo de información que se considere Privilegiada.

¿Cómo proteger la información?

Información clasificada como **Información Pública (C-1)** no requiere protección

Información Clasificada como **Restringida (C-2), Sensible (C-3) o Secreta (C-4)** debe tener las siguientes precauciones:

Durante las horas de oficina:

- Siempre debe colocarse en un lugar seguro bajo llave cuando esté desatendida, es decir, cuando no hay ningún colaborador de la AGF SURA en el departamento o en las inmediaciones para supervisar temporalmente su lugar de trabajo.
- Los medios de almacenamiento como unidades de CD o pendrive en puertos USB no deben dejarse en módulos de trabajo.

- Las sesiones de computadora deben bloquearse cuando estén desatendidas.

Al final del día se deberá:

- Almacenar bajo llave. Si vas a destruir información sensible debes colocarla en contenedores designados para triturlarla antes de salir de la oficina.
- En caso de alguna duda relacionada con esa información, debes guardarla bajo llave y preguntar al área de Cumplimiento cómo manejarla.

Otros consejos prácticos para la protección de Información Sensible

- Los archivos físicos compartidos entre áreas que contengan Información Sensible siempre deben estar cerrados con llave al final del día. Es responsabilidad del supervisor asegurar que los archivos de su área estén debidamente protegidos.
- Cuando salgas de la sala de reuniones durante una reunión, asegúrate que la sala esté protegida (p. ej., cerrada con llave). Si la puerta no se puede cerrar con llave, asegúrate que toda la Información esté debidamente protegida.
- Al final de una reunión, se deben borrar y limpiar todos los pizarrones de la sala que usaste.
- Los materiales de papel (incluyendo dibujos) utilizados durante las reuniones deben almacenarse adecuadamente conforme a la clasificación antes señalada) o eliminarse en contenedores designados para triturar.
- Si tu oficina tiene llave, ciérrala cuando no estés. Si manejas Información Confidencial, guárdala bajo llave.
- Los papeles que contengan Información Sensible deben ser retirados de las impresoras, máquinas de fax y fotocopiadoras inmediatamente después de su impresión.
- Se deben tomar las medidas necesarias para asegurar que las máquinas de impresión o de fax no emane información que pudiera dejarse desatendida después del horario de trabajo.
- Tu notebook debe de contar con candado de seguridad. Siempre activa el dispositivo de seguridad de acceso de tu computadora cuando no estés en tu estación de trabajo y desconéctala de los sistemas a los que tienes acceso al final del día. No compartas tus contraseñas.
- No utilices post it u otros pedazos de papel para exhibir Información Sensible, evita hacer listas innecesarias o etiquetas que contengan fragmentos combinados con Información Sensible.

- Toda la Información Confidencial que se encuentre en papel debe colocarse en los contenedores designados para ser triturada. La Información Confidencial nunca debe eliminarse en cestos de basura ni en contenedores de reciclado.
- Los medios digitales siempre deben almacenarse bajo llave.
- Todos los medios digitales (*CDs, DVDs, discos floppy, unidades de USB*) deben destruirse antes de eliminarlos y no debes de almacenar Información Sensible en ellos.
- Cuando no estés seguro acerca de la eliminación adecuada de los medios digitales, contacta al área de Cumplimiento o IT para asesoría.
- Se deben desarrollar medidas para el manejo de Información Sensible, tomando en cuenta el tipo de información que se maneja y a la cual tenemos acceso. Además, se debe designar a un miembro de tu equipo para que periódicamente esté monitoreando adecuadamente las oficinas, máquinas de faxes, impresoras y copiadoras del área para confirmar que todos estamos cumpliendo con la presente Política.

3.E.2.4. MURALLAS CHINAS

La Administradora General de Fondos SURA ha establecido políticas, procedimientos y medidas físicas diseñadas para controlar de una manera segura el uso de Información Confidencial y Privilegiada, también conocida como “Información Sensible”, con el objeto de prevenir su divulgación o el uso inapropiado de esa información. En general, las Murallas Chinas separan a las áreas de un negocio que tienen acceso a Información Confidencial o Privilegiada, denominada “áreas sensibles” del resto de las áreas ajenas a dicha información o áreas públicas.

Se consideran “áreas sensibles” a los colaboradores miembros de:

- Directorio de la Administradora General de Fondos SURA
- Comité Ejecutivo y Comité Gerencial de la Administradora General de Fondos SURA
- Área de Finanzas
- Área de Inversiones
- Área de Fiscalía
- Área de Cumplimiento
- Áreas de Riesgo
- Área de Tesorería (limitado a sus responsabilidades)
- Área de Talento Humano (limitado a sus responsabilidades)
- Unidad de Auditoria Corporativa

Aquellos colaboradores que pertenezcan a un área sensible no podrán divulgar la información que estén manejando a colaboradores pertenecientes a otras áreas sensibles o áreas públicas. En ocasiones, los colaboradores de las áreas sensibles que requieran información de áreas públicas deberán tener el cuidado de no dar información respecto al trabajo que están realizando.

El área de Cumplimiento será quien informe a Administración de Accesos las áreas definidas como restringidas. Excepciones de accesos a estas áreas restringidas deberán ser solicitadas a la Gerencia de Cumplimiento.

3.E.2.5. CONTROL DE LIBROS Y REGISTROS

El mantenimiento de registros comerciales exactos y fiables tiene una importancia crítica al momento de cumplir nuestras obligaciones financieras, legales y comerciales. Todos los comunicados y registros comerciales de SURA deben ser claros, verdaderos y exactos. Los colaboradores responsables de crear y conservar los registros financieros de SURA deben hacerlo de acuerdo con los requisitos legales aplicables y prácticas contables generalmente aceptadas. En concreto, la divulgación de informes y documentos registrados o presentados a las autoridades respectivas deben ser completos, imparciales, exactos, oportunos y comprensibles.

Los controles y prácticas contables deben asegurar que las operaciones de la Administradora General de Fondos SURA sean material, precisa, y completamente registradas. Los colaboradores tienen estrictamente prohibido falsificar en forma directa o por conducto de terceros cualquier documentación de carácter financiero, así como destruir cualquier documento que el colaborador sospeche que pueda implicar la violación a cualquier disposición jurídica aplicable. De igual manera, los colaboradores tienen prohibido destruir cualquier documento que en su opinión pueda ser relevante para cualquier litigio, arbitraje, o cualquier investigación de carácter regulatorio, civil o penal, en proceso o que en opinión del colaborador sea inminente. Del mismo modo, si el colaborador encuentra un documento ajeno y desconoce su origen, realidad o importancia, debe consultar a su jefatura antes de realizar cualquier acción de destrucción.

Si observas alguna omisión, inexactitud o falsificación en relación con los registros contables, comerciales o legales de SURA o la información que los respalda, comunícalo inmediatamente a tu supervisor inmediato o a través de la Línea Ética.

La Administradora General de Fondos SURA mantiene políticas de gestión de registros contables, comerciales o legales para su conservación y protección con el fin de cumplir con obligaciones de carácter legal y fomentar la eficacia operativa. La conservación y orden de los registros contables, comerciales y legales de SURA sólo

debe efectuarse en conformidad con las políticas de gestión de registros y de protección de la información.

Al igual que con los registros y comunicados comerciales, es esencial que los acuerdos escritos reflejen completamente y con precisión las condiciones de la transacción comercial que describen. No se deben emitir promesas contractuales ni compromisos en nombre de la Administradora sin la evaluación y aprobación del área de Fiscalía. Únicamente el área de fiscalía puede aprobar acuerdos que no sean estándares de SURA debido a las posibles implicaciones legales por cambios mínimos en tales acuerdos.

3.E.3. NORMAS SOBRE EL USO DE RECURSOS SURA

Como colaboradores, todos dependemos del uso de los recursos que nos proporciona la Administradora General de Fondos SURA para realizar nuestras labores. Éstos son fundamentales para el debido desarrollo de las actividades, funciones y responsabilidades inherentes de cada puesto.

Todos los recursos de SURA (herramientas de trabajo tales como hardware, software, framework, etc, incluyendo viajes y viáticos) son destinados a usarse en todas las actividades o negocios relacionados con la Administradora.

Las instalaciones de la Administradora General de Fondos SURA, mobiliario, equipo y otros activos de la empresa, han sido adquiridos por la compañía en beneficio del desarrollo de las labores que cada uno desempeña. Todos somos responsables de proteger estos activos contra pérdidas, daños, uso inapropiado, abusos o robo. Asimismo, es imprescindible mantener un estricto control de gastos y costos, así como hacer eficiente el manejo de estos recursos.

Habrá que considerar que de acuerdo con el tipo de recurso de que se trate, podrán existir políticas especiales para su uso, consignación, solicitud, reemplazo, entrega y custodia particulares a cada una de ellas, mismas que deberán ser cumplidas y atendidas de manera complementaria a la esta política.

3.E.3.1. MENSAJERÍA ELECTRÓNICA, INTERNET Y CUENTAS DE USUARIO

Los sistemas de mensajería electrónica son un instrumento fundamental de comunicación entre los colaboradores y son propiedad de la compañía. Es por esto que su uso está destinado a la estricta realización de las funciones inherentes a cada puesto o cargo, por lo que no se podrá hacer uso de los sistemas de mensajería electrónica ni de Internet para fines personales. Algunos ejemplos de su uso inaceptable incluyen:

- El uso de palabras, imágenes o referencias que puedan ser vistas como difamatorias, hostiles, ilegales, discriminatorias u ofensivas.
- El envío de frases, palabras o expresiones de carácter sexual o basadas en estereotipos de género pueden afectar a otros compañeros de trabajo y al mismo tiempo constituir una falta de respeto, dañar la dignidad de las personas o ser considerados una discriminación
- Generar o transmitir información de cualquier tipo que pueda ser considerada inapropiada, hostil u ofensiva referente a razas, sexo, edad, orientación sexual, preferencia marital, religión, nacionalidad de origen, impedimentos mentales o físicos de cualquier individuo.
- Descargar, copiar o transmitir información (o sistemas de información) protegidos por derechos de autor, sin el conocimiento y/o aprobación del dueño.
- Descargar, copiar o transmitir videos, música, gráficos o ejecutables no relacionado con la actividad propia de la organización.
- El uso del correo electrónico para fines políticos y/o religioso dentro y hacia fuera de la organización.
- Realizar negocios particulares o personales.
- Distribuir cadenas.
- Causar daño electrónico de cualquier índole.
- Venta de artículos.
- Tener acceso a sitios por Internet que no estén relacionados con nuestra operación o negocio; con excepción de aquellos necesarios para el pago de servicios públicos o actividades cotidianas que implicarían el traslado de los colaboradores y tiempo de trabajo, dentro de criterios de sentido común.
- Capturar o transmitir material obsceno, pornográfico, difamatorio u otro tipo de material ofensivo.
- Envío de mensajes “flaming” o “spamming”. Mensajes “flaming” es la práctica de enviar a alguna persona mensajes ofensivos o malintencionados vía correo electrónico. “Spamming” es una forma de marketing utilizado para saturar a miles de usuarios con mensajes no solicitados.
- Instalar software no autorizado (juegos, Chat, freeware).

Utiliza tu sentido común, no pongas en ningún mensaje de correo electrónico nada que no pondrías en un documento oficial por escrito o que no dirías a alguien en persona de una manera profesional, o simplemente que no puedas sustentar fehacientemente con evidencias tangibles y demostrables.

No deberás incluir rumores. No obstante, lo anterior, se podrá hacer alusión a cierta información que haya sido publicada por algún medio masivo de comunicación, debiendo hacerse referencia al hecho de que dicha información no ha sido

confirmada oficialmente. Recuerda siempre que en todo caso debes consultar a la Dirección de Comunicación para su divulgación.

No está permitido prometer o garantizar rendimientos o comisiones (sobre el desempeño de valores). Debido a que los mensajes de correo electrónico se transmiten a través de comunicaciones de red, las cuales son inseguras por naturaleza, el correo electrónico no debe considerarse como un medio seguro para el envío de información confidencial.

Es tu responsabilidad como usuario conocer si la información enviada o recibida vía correo electrónico es confidencial y si proviene de una fuente oficial y confiable antes de utilizar la información con fines relacionados a la operación del negocio.

La información considerada confidencial por el remitente o receptor no debe enviarse por correo electrónico, a menos que dicha información sea transmitida en forma cifrada y la comunicación sea enviada únicamente a los receptores autorizados.

Para las aplicaciones, sistemas, correo y cualquier otro software corporativo queda prohibido hacer uso de la cuenta de acceso/contraseña o dispositivos de autenticación de otra persona, ya que se expone al usuario autorizado a asumir la responsabilidad por acciones que la otra persona llevó a cabo con la cuenta de acceso/contraseña. En caso de que alguna persona sea sorprendida utilizando una cuenta de acceso/contraseña que no le pertenezca o bien prestándola a otras personas, será objeto de sanciones administrativas. Se dará el mismo trato a aquel usuario, que, de manera negligente, deje a la vista su usuario/contraseña y sea utilizado por otras personas.

Los usuarios de Internet deben utilizar una nota al final o “disclosure” de cada mensaje enviado fuera del dominio de SURA. Las notas no te protegen de tu responsabilidad si envías mensajes inapropiados o no confiables. La renuncia oficial o “disclosure” será definida por el área de Tecnología de Información.

Todos los usuarios del correo electrónico corporativo deben utilizar medidas adicionales de control de virus requeridas por el área de Tecnología de Información. Si recibes un correo electrónico de un remitente que no reconoces, elimínalo inmediatamente, ya que el mismo puede contener un virus. Mantén en todo momento el antivirus habilitado en tu computador. Si recibes un correo malicioso (malware, ransomware, etc) debes informar de inmediato al oficial de Seguridad de Tecnología de Información.

El Sistema de correo electrónico e Internet es de propiedad de SURA, y constituye una herramienta de trabajo que ésta proporciona a su personal, para ser utilizada exclusivamente en los fines del servicio de la Empresa.

Para los efectos de este control, dentro del ámbito antes indicado, pueden adoptarse medidas referidas al Sistema mismo como, incluso, a la información contenida en él, cuando existan motivos fundados para presumir que ha sido utilizada indebidamente, en perjuicio de la Empresa o de terceros. En tales casos la información y contenido de los sistemas puede ser recuperado y eventualmente revisado por el personal autorizado de la Administradora General de Fondos SURA. En estos casos, considerados sobre la base de la aplicación del principio de la proporcionalidad, la Empresa se reserva el derecho de tener acceso a los mensajes de correo electrónico de un colaborador en cualquier momento. Por otro lado, de acuerdo con la política de retención de correos electrónicos, todo tráfico de correos electrónicos - de ingreso o egreso - debe guardarse durante al menos cuatro años.

El personal del área de Tecnología de Información comunicará al área de Cumplimiento los accesos indebidos que detecte a las aplicaciones del Sistema.

En caso de cualquier duda o aclaración, favor consultar al área de Cumplimiento.

3.E.3.2. DERECHOS DE AUTOR (COPYRIGHTS)

Es de suma importancia para la protección de la propiedad intelectual de la compañía y de otras empresas, el proteger los Derechos de Autor o Copyright. La descarga sin permiso de música, publicaciones, videos u otro software protegidos por derechos de autor es ilegal, la anterior conducta expone a SURA a sanciones o multas por cargar sin licencias. Está prohibido participar en estas prácticas valiéndose del tiempo y los recursos de la compañía. No acatar esta política puede tener como consecuencia la aplicación de medidas disciplinarias.

Los textos, programas informáticos, ilustraciones, música, fotografías, películas, audiovisuales y otros contenidos, en adelante “Obras”, creados por terceros, están protegidos por las leyes de derechos de autor. Dichas leyes también protegen los materiales grabados magnéticamente y transmitidos electrónicamente, incluidas algunas bases de datos y los contenidos publicados en la Internet.

Las “Obras” objeto de derechos de autor, no podrán ser difundidos sin la expresa autorización de su autor. La violación a los derechos de propiedad intelectual o industrial, incluyendo el delito de revelación de secretos, está tipificada como delito en nuestra legislación.

Cualquier trabajo desarrollado por colaboradores, contratistas o proveedores dentro del marco de relación laboral o comercial con la Administradora General de Fondos SURA, será en todo momento propiedad de SURA. Asimismo, todo trabajo que pueda ser objeto de cualquier derecho de propiedad intelectual deberá ser revelado inmediatamente al área de Fiscalía para su registro.

PLAZO DE ACTUALIZACIÓN DEL DOCUMENTO

El documento será actualizado anualmente.

Las modificaciones que se realicen a este documento serán remitidas a la Comisión para el Mercado Financiero dentro de los 30 días desde que las mismas hayan sido aprobadas por los respectivos directorios.

HOJA DE MODIFICACIÓN

Las modificaciones que se realicen con posterioridad a la aprobación otorgada por la Comisión, así como las normas de conducta que formulen las entidades que queden obligadas a autorregularse con posterioridad a esa fecha, deberán ser remitidas a la Comisión a través de ese mismo módulo y dentro del plazo de 30 días contado desde que tales normas o modificaciones hayan sido aprobadas por el órgano superior de administración de la entidad, conforme lo establece el inciso segundo del artículo 77 del D.L. N°3.538.

N	Actividades efectuadas	Fecha de Actualización	Responsable	Revisado y/o Aprobado	Fecha de Aprobación
1	Creación del documento	Diciembre 2018	Área de Cumplimiento	Revisado por: Gerencia de Cumplimiento Aprobado por: Directorio Comisión para el Mercado Financiero	Enero 2019
2	Actualización anual. 1. Se incorpora la restricción de aceptar o entregar regalos o invitaciones a funcionarios públicos 2. Se incorpora la participación del encargado de Legal y Cumplimiento corporativo de SURA AM en el Comité de Ética	Marzo 2020	Área de Cumplimiento	Revisado por: Gerencia de Cumplimiento Aprobado por: Directorio Comisión para el Mercado Financiero	Abril 2020
3	Actualización anual. Se incorporan restricciones relacionadas con regalos e invitaciones, de acuerdo a la política regional	Julio 2021	Área de Cumplimiento	Revisado por: Gerencia de Cumplimiento Aprobado por: Directorio Comisión para el Mercado Financiero	Agosto 2021
4	Actualización anual. Se modifica canal de denuncias	Julio 2022	Área de Cumplimiento	Revisado por: Gerencia de Cumplimiento Aprobado por: Directorio	Agosto 2022

				Comisión para el Mercado Financiero	
--	--	--	--	--	--

