

# Política de Calidad

**Noviembre 2016**

## CONTENIDO

<b>1. Introducción</b>	<b>4</b>
<b>2. Requisitos normativos</b>	<b>4</b>
<b>3. Relación con el cliente</b>	<b>5</b>
<b>3.1 Entender y satisfacer sus necesidades</b>	<b>5</b>
<b>3.2 Asegurar productos y servicios adecuados</b>	<b>5</b>
<b>3.3 Adecuada atención de solicitudes, quejas y reclamos</b>	<b>6</b>
<b>3.4 Asegurar una mejora continua</b>	<b>6</b>
<b>4. Derechos del cliente</b>	<b>6</b>
<b>5. Atención de requerimientos</b>	
<b>5.1 Compromiso de respuesta</b>	<b>7</b>
<b>5.2 Cumplimiento de estándares</b>	<b>7</b>
<b>5.3 Clara responsabilidad de la Empresa</b>	<b>8</b>
<b>5.4 Atención de requerimientos y reclamos</b>	<b>8</b>
<b>6. Compromiso de mejora continua</b>	<b>8</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este documento es describir los principales elementos que nos ayuden a lograr excelencia en calidad de servicio, dándoles valor a nuestros clientes y entregándoles una gran experiencia. Desde el punto de vista del cliente debemos actuar como un solo ente, con información fácil de entender e integrado. Para ello, debemos tener una adecuada gestión de relación con el cliente, una correcta atención de sus requerimientos, y avanzar en una mejora continua de su satisfacción, con un sistema de gestión basado en procesos que nos permitan una adecuada toma de decisiones.

## 2. REQUISITOS NORMATIVOS

**La regulación del mercado de seguros tiene como principales objetivos:**

- a) La solvencia, que procura que las aseguradoras cuenten con recursos financieros suficientes para cumplir sus compromisos con los asegurados.
- b) Regular la conducta de mercado<sup>(1)</sup>, las mejores prácticas de los diversos agentes que participan en el mercado de seguros, tendientes a la protección de los derechos de los asegurados y público en general, considerando aspectos como trato justo, transparencia en la venta, en el pago de indemnizaciones y otros beneficios. La conducta de mercado forma parte de la cultura de la Compañía, abarcando prácticas en relación a sus empleados, inversionistas, entes reguladores y otros.

**Principales regulación sobre:**

- a) Oferta de seguros y depósito de pólizas.
- b) Normas sobre publicidad, promoción e información al asegurado o contratante del seguro.
- c) Regulación y supervisión de agentes de ventas, corredores de seguros y asesores previsionales.
- d) Deber de la compañía de asesorar a los clientes.
- e) Regulación y supervisión del proceso de liquidación de siniestros.
- f) Atención de reclamos y resolución de conflictos.
- g) Gobierno corporativo de las entidades aseguradoras.

**Principios básicos de Supervisión de Conducta de Mercado:**

- a) Trato justo a los clientes
- b) Gestión de conflicto de interés
- c) Protección de la información de los clientes

---

<sup>(1)</sup> Principios básicos de Conductas de Mercado.

## Política de Calidad

- d) Promoción del desarrollo del mercado a través de la transparencia, la contribución a la educación financiera y el acceso al seguro.

### 3. RELACIÓN CON EL CLIENTE

***La clave está en tratar de conseguir la satisfacción del cliente y una relación duradera, destacándonos frente a la competencia<sup>(2)</sup>.***

La Compañía tiene como principal objetivo entregar a sus clientes, productos y servicios de calidad que satisfagan sus necesidades y cumplan con los requerimientos desde el punto de vista operativo y tecnológico.

En las relaciones con los clientes, los empleados deben procurar dar a conocer a los clientes las políticas de cobros de los productos y además información requerida procurando que ella sea veraz, clara, completa y entregada oportunamente, en caso que no ocurra, dejar evidencia e informar a quien corresponda. Debe también mantener contacto sostenido con los clientes en busca de una relación duradera.

Es política de la Compañía no actuar contra los intereses de los clientes. Por lo tanto, los empleados deberán revelar a sus superiores la naturaleza y extensión de cualquier conflicto o incluso indicio de ello, entre sus propios intereses y los de un cliente, caso en el cual siempre deberá primar los de estos últimos y darles un tratamiento justo y equitativo. De no ser posible, tendrán que abstenerse de realizar la operación.

#### 3.1 Entender y satisfacer sus necesidades

- ✓ Determinar y satisfacer las necesidades de contacto día a día de los clientes. Se debe hacer un esfuerzo especial para entregar a los clientes la información que sea pertinente y apropiada a sus necesidades y hacerlo de manera comprensible para éste.
- ✓ Utilizar la investigación de mercados, encuestas u otras formas de obtención de información para determinar las necesidades y expectativas de productos y servicios, tanto en la actualidad como en el futuro.
- ✓ Utilizar encuestas regulares u otras formas estructuradas de obtención de datos, así como la información conseguida a través del contacto día a día con el cliente, para determinar su nivel de satisfacción.

---

<sup>(2)</sup> Código de Ética, Grupo Security.

### 3.2 Asegurar productos y servicios adecuados

- ✓ Procurar que los productos que el cliente contrate sean adecuados para sus necesidades y situación particular.
- ✓ Realizar un seguimiento de las ventas, servicios y contactos, con el fin de determinar los niveles de satisfacción del cliente con los productos o servicios y con los procesos de venta y postventa.

### 3.3 Adecuada atención de solicitudes, quejas y reclamos

- ✓ Utilizar adecuadamente la información adquirida a través del contacto día a día con los clientes, incluidas sus quejas, reclamos y solicitudes.
- ✓ Mantener contactos proactivos con los clientes, bien sea en persona o a través del teléfono, por carta, etc. Para discutir y atender sus necesidades, expectativas y preocupaciones.

### 3.4 Asegurar una mejora continua

- ✓ Identificar y realizar mejoras orientadas a realzar las relaciones con los clientes, de conformidad con sus necesidades y expectativas.
- ✓ Mantener la innovación y la creatividad en las relaciones de venta y servicio con el cliente.

## 4. DERECHOS DEL CLIENTE

***La relación cliente – servicio, la definimos para el cliente como la necesidad de sentirse persona, plenamente atendido y por sobre todo satisfecho de sus requerimientos, y por otra parte, para quien otorga el servicio, la satisfacción de haber realizado una función de gran entrega profesional.***

El cliente tiene derecho a conocer los costos y tarifas asociados a los productos ofrecidos, y a una publicidad clara, efectiva y precisa de los productos. Además de recibir una adecuada atención a sus solicitudes, quejas y reclamos.

**Los principios básicos de Vida Security que resguardan estos derechos son:**

**Buena fe<sup>(3)</sup>:** la Compañía debe actuar de buena fe, de manera de contribuir a una buena relación cliente y Compañía.

---

<sup>(3)</sup> Compendio de Buenas Prácticas Corporativas y de Mercado de las Compañía de Seguros.

## Política de Calidad

**Relaciones justas<sup>(3)</sup>:** las negociaciones entre las partes deberán siempre ser justas, basadas en elementos objetivos de precio, calidad y servicio, sujetas a las leyes sobre libre competencia y de seguros, procurando que exista una equivalencia entre las prestaciones y obligaciones asumidas por las partes.

**Protección de información de los clientes:** En relación a la privacidad individual de los datos de los clientes será respetada de acuerdo a las leyes y regulaciones de la SVS. Tales datos serán utilizados únicamente para los propósitos especificados al momento de recoger esta información o de la manera permitida por la ley. La Compañía debe de adoptar las medidas necesarias para proteger la información personal y financiera de sus clientes, resguardando su confidencialidad.

### 5. ATENCIÓN DE REQUERIMIENTOS

#### 5.1 Compromiso de respuesta

El compromiso de Vida Security para con sus clientes es responder a todos los requerimientos dentro de los estándares definidos.

El mismo funcionario que recibió el requerimiento, deberá indicarle al cliente cuál será el canal o la persona que le entregará la respuesta.

Si el cliente presenta un reclamo por carta a la unidad, sucursal o punto de atención, la respuesta se entregará personal o telefónicamente. Si se exige una respuesta por escrito, esta deberá ser visada por Fiscalía.

En caso que el cliente presente algún requerimiento, ya sea queja, reclamo, solicitud o sugerencia al Directorio de la empresa, Gerencias Generales, Gerencias Corporativas, Directorio Grupo Security; Calidad Corporativa canalizará el requerimiento al Gerente de Calidad de Vida Security, quien personalmente deberá gestionar la respuesta, manteniendo siempre, informado a Calidad Corporativa y al Gerente o Director que recibió el requerimiento.

#### 5.2 Cumplimiento de estándares

Para lograr las respuestas adecuadas y en un tiempo razonable, se debe determinar compromisos de respuesta para cada tipo de requerimiento. Estos compromisos permiten informar al cliente la fecha estimada de respuesta en cada caso y con esto efectuar los seguimientos y controles correspondientes.

Se mantendrá una tipificación de requerimiento, establecer el estándar de respuesta en cada caso.

---

<sup>(3)</sup> Compendio de Buenas Prácticas Corporativas y de Mercado de las Compañía de Seguros.

## Política de Calidad

Aquellos reclamos que se reciban a través de instancias externas relevantes (por ejemplo: prensa, canales de televisión, Sernac, SBIF, SVS, etc.) tendrán siempre una máxima prioridad de resolución. En cualquier caso, la respuesta se debe de dirigir al cliente respectivo.

### 5.3 Clara responsabilidad de la Empresa

Frente a determinadas situaciones en que el cliente se vea claramente perjudicado por la actuación de la Empresa, se deberá responder a favor del cliente.

Será de responsabilidad de la Empresa cuando:

- ✓ Se actúe en contra de la normativa legal vigente.
- ✓ No se cumpla con los acuerdos formales establecidos con el cliente.

### 5.4 Atención de requerimientos y reclamos

***El compromiso es responder a todos los requerimientos dentro de los estándares definidos por cada área y de acuerdo a cada línea de negocio.***

Los principios de Vida Security en atención de reclamos son:

- ✓ Hacerse cargo del cliente mostrando preocupación y luego ocuparse del problema.
- ✓ Recoger todos los datos al primer contacto. Nunca hay que hacer que el cliente vuelva a explicar y revivir el problema.
- ✓ Nosotros entregamos respuesta, pero sólo el cliente puede decir si el problema está solucionado.

Al recibir un reclamo de parte del cliente, lo primero que debe hacer el Ejecutivo es verificar si puede dar de inmediato una respuesta, solucionando de manera eficiente su consulta.

Si cliente no queda conforme con la respuesta entregada por el Ejecutivo se deriva el caso a la Unidad de Reclamos, quien será encargada de dar respuesta al cliente siguiendo el procedimiento establecido.

## 6. COMPROMISO DE MEJORA CONTINUA

Vida Security debe de poner en práctica los planes de mejoramiento que sean necesarios en sus labores diarias o en sus procesos, con la finalidad de eliminar los errores sistemáticos y lograr un mejor servicio.

**Política de Calidad**

Cada empleado deberá tener perfectamente identificados a sus clientes tanto internos como externos, así como sus principales indicadores de desempeño, los cuales deben someterse a actividades de mejoramiento continua permanente.