

# Política de Transparencia

Noviembre 2016

## Administración del Documento

Nombre : Política de Transparencia

Versión : 1.0

Fecha : 01.11.2016

Elaboradores autorizados : Subgerencia de Calidad

Revisores autorizados :

## Control de Modificaciones

Versión	Fecha	Mayores cambios	Status
1.0	01/11/2016	Elaboración Política de Transparencia	
1.0		Aprobación Comité Interno	
1.0		Presentación	
1.0		Presentación al Directorio	

**CONTENIDO**

<b>1. Introducción</b>	<b>4</b>
<b>2. Principios básicos de Transparencia</b>	<b>4</b>
<b>3. Incorporación del principio de Transparencia</b>	<b>6</b>
<b>3.1 En las relaciones con autoridades, clientes, proveedores y grupos de interés</b>	<b>6</b>
<b>4. Difusión de la información</b>	<b>8</b>
<b>4.1 Difusión de la información y asesoría al cliente</b>	<b>9</b>
<b>4.2 Difusión de la información masiva a clientes</b>	<b>10</b>
<b>4.3 Canales de difusión de la información</b>	<b>10</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este documento es describir la política de Transparencia de Vida Security, siendo un documento complementario al Código de Ética y Manual de Conducta y sujeto al contrato de trabajo, Reglamento Interno, Políticas, Compendio de buenas prácticas Corporativas y de Mercado de las Compañías de Seguros, Decálogo del agente, Normas y Procedimientos emitidos por la empresa y legislación chilena e internacional correspondiente. Será una guía del actuar frente a las autoridades, clientes, proveedores, grupos de interés y especialmente, empleados de la Compañía, impulsados por el principio de autorregulación, a partir de la cual se elaboren o complementen los planes que nos lleven a cumplir los objetivos.

El propósito de esta política, es hacer operativa la estrategia en base a la Transparencia, pilar fundamental de uno de nuestros valores, La Honestidad.

## 2. PRINCIPIOS BÁSICOS DE TRANSPARENCIA

- 1) Actuar de buena fe: mantener una actitud amable, digna y respetuosa, tanto con sus clientes internos y externos, como con los demás miembros del mercado (competidores, proveedores, etc) especialmente deberán conducirse con honestidad, claridad, precisión, seriedad, lealtad, imparcialidad, probidad, buena fe y de acuerdo a buenas prácticas, que garanticen la transparencia y seguridad para los clientes, la integridad del mercado y la rentabilidad de la empresa.
- 2) Actitud de cooperación: mantener una actitud cooperadora y transparente, que fomente la confianza entre las empresas del Grupo (Auditoría, Unidades de Control Interno, Directorio, Gerentes, Ejecutivos Principales, etc) como los reguladores, autoridades bursátiles, administrativas y judiciales en general.
- 3) Ambiente de cordialidad: las relaciones de los Empleados con sus clientes, se desarrollaran en un ambiente de cordialidad, equilibrio y armonía.
- 4) Atención de requerimientos: a través de las personas en contacto con clientes, directa o indirectamente, abordarán las consultas, solicitudes o reclamos que presenten los clientes, de manera oportuna y con buena disposición.
- 5) Manejo de la información: los empleados entregarán información clara, completa, relevante, fiable y oportuna sobre los productos y servicios, gastos y comisiones que estos devenguen, a través de los medios que se encuentren disponibles.

## Política de Transparencia

- 6) Velar por el contenido de la información: los empleados, en el cumplimiento de la ley vigente velarán porque el contenido de su publicidad se adecue a los medios en que se difunde, buscando claridad y transparencia.
- 7) Productos y servicios de calidad: se hará el mejor esfuerzo para que los productos y servicios satisfagan las necesidades de los clientes, operen de manera segura y confiable, y sean concordantes con las ofertas y publicidad.
- 8) Información clara de productos y servicios: a través de sus canales, explicará en forma adecuada a sus clientes la forma como operan sus productos y servicios. Les informarán por vías apropiadas cualquier cambio para asegurar que los clientes comprendan sus características, beneficios y modo de operar.
- 9) Resguardo de la información: se resguardará debidamente la información de sus clientes, con confidencialidad y privacidad, en cumplimiento de la legislación vigente.
- 10) Información para todos: se difundirá el contenido de los principios de esta Política, a nuestros clientes principalmente por medio de publicaciones en medios electrónicos y a los colaboradores por los canales internos, y tomaremos las medidas para que estos últimos puedan ponerlo en práctica.
- 11) Información al público: Se debe proveer información veraz, suficiente y oportuna sobre la situación legal, económica y financiera, en los casos y la forma que determinen las normas jurídicas aplicables.
- 12) Transparencia activa y pasiva: La Compañía debe cumplir con los estándares adecuados de transparencia activa y pasiva, de manera que exista información clara, suficiente y oportuna sobre sus operaciones. Se entiende por transparencia activa, aquella que obliga a las compañías a poner determinada información a disposición del público, y por transparencia pasiva, la obligación que tienen de responder a los requerimientos de información que se les formulen legítimamente.
- 13) Conflicto de interés: La Compañía deberá establecer, cumplir y velar porque sus trabajadores cumplan protocolos que les permitan gestionar adecuadamente los conflictos de interés que surjan en las relaciones que mantienen con la autoridad, las empresas y sus clientes.

## Política de Transparencia

- 14) Transparencia en la comercialización y ejecución del contrato: La Compañía debe adoptar las medidas necesarias para que, durante el proceso de comercialización, contratación de los seguros y ejecución de los contratos, los clientes cuenten con<sup>(3)</sup>:
- a) Información sobre la modalidad de comercialización, los costos asociados y, en su caso, la identificación del intermediario y especialmente si tiene independencia o conflictos de interés respecto del asegurador.
  - b) Información acerca del producto ofrecido, con sus características de precio, cobertura, condiciones, garantías, exclusiones y todo otro antecedente para la adecuada comprensión de su naturaleza y utilidad práctica.
  - c) Indicación precisa del valor de la prima y de los montos asegurados.
  - d) Asesoría que les permita responder las dudas razonadas que les surjan sobre los antecedentes señalados en las letras anteriores, y en relación a la pertinencia del producto ofrecido para satisfacer sus necesidades.

Estos principios se basan en la información entregada por el Código de Ética, Manual de Conducta, Política General de Seguridad de Información, Política de Atención de Reclamos y Requerimientos del Grupo Security.

### 3. INCORPORACIÓN DEL PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA

#### 3.1 En las relaciones con autoridades, clientes, proveedores y grupos de interés (terceros)

La Transparencia es parte de uno de los valores de Vida Security, Honestidad, y gran parte de lo expresado en esta política han sido establecidas en armonía con los derechos fundamentales de los trabajadores, miran a la ejecución de buena fe de las relaciones laborales, evitando que se produzcan conflictos de intereses, información privilegiada o abuso de una situación de predominio.

Sin embargo, ser transparente no significa decir todo, mostrar todo, no importa cómo ni a quién. También el secreto y la confidencialidad son valores ciertos que es necesario saber administrar. Por lo tanto, dado que los empleados tienen acceso a la información de los clientes, deberán manejarla con la más estricta confidencialidad, haciendo toda clase de esfuerzos para evitar revelarla a terceros (refiérase al Manual de Conducta). Ante

---

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

## Política de Transparencia

cualquier duda relacionada con el manejo de la información confidencial interna, puede consultar el Manual de manejo de la información de interés para el Mercado, publicado en la Intranet Corporativa.

Acorde a los principios de transparencia, los empleados de la Compañía deben otorgar tanto a las autoridades, a los clientes, los proveedores y grupo de interés, un trato respetuoso, siendo hospitalarios y manteniendo un trato cordial y de buena educación, otorgando respuestas oportunas a sus solicitudes y respetando para estos efectos los conductos regulares establecidos en el Manual de Conducta y Código de Ética.

### **Con las Autoridades:**

Los empleados deberán mantener una conducta respetuosa, ética y de absoluta colaboración con las autoridades, la Superintendencia de Valores y Seguros, la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, la Bolsas de Valores y las demás autoridades competentes, respecto de los temas que les corresponde resolver. Para tal efecto, se deberá responder a los requerimientos en forma prioritaria, con una respuesta completa, veraz y oportuna.

### **Con los Clientes:**

La relación con los clientes se desarrollará en los mismos términos otorgando servicios con un alto grado de profesionalismo, respeto, honestidad, oportunidad y amabilidad, siempre dentro del marco de las políticas, manuales y procedimiento de la Compañía, y del Código de Ética, con especial énfasis en el capítulo 5.1, con el fin de otorgar un servicio de alta calidad.

Es parte de nuestro compromiso de transparencia que toda comunicación a clientes cumpla con los principios definidos precedentemente además de toda la normativa vigente y aquellas condiciones que nos parezcan adecuadas para transmitir un mensaje más claro y veraz.

### **Con Proveedores:**

Se espera que los empleadores de la Compañía mantengan una actitud transparente tanto con los proveedores, contratistas u otros que proporcionen un bien o servicio a la empresa, desarrollando solo relaciones de trabajo en el ámbito profesional, debiendo informar cualquier conflicto de interés o influencia adversa a los intereses de la empresa. Estos proveedores deberán estar dispuestos a ceñirse a los estándares de Transparencia y políticas del Vida Security y/o Grupo Security. Sin perjuicio de ello, toda oferta de proveedores, será sometida a controles internos.

## Política de Transparencia

### Con Terceros:

Desde el punto de vista de la relación con la competencia, entre otros, está prohibido acordar con la competencia condiciones para fijar o controlar precios, tasas de negociación o políticas de marketing, así como entregarle a la competencia información de planes futuros o cualquier otra información de la Compañía que no haya sido divulgada públicamente.

Respecto de los Inversores, la información relativa al valor de las inversiones financieras solo podrá ser entregada al público por aquellas áreas o departamentos autorizados por la empresa para estos efectos. Vida Security considera estrictamente prohibido para sus empleados tomar medidas o formular declaraciones que desorienten al mercado o a nuestros accionistas respecto del valor de acciones financieras, por lo que los empleados deberán ser cuidadosos en la realización de anuncios, publicaciones de análisis u otro material informativo.

## 4. DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN

Vida Security se acoge a las disposiciones sobre Transparencia emitidas por los distintos organismos reguladores (SBIF, SVS y otros) que tienen a:

- ✓ Reducir asimetrías de información, proporcionando una adecuada difusión de aquella considerada suficiente para tomar decisiones fundadas.
- ✓ Fomentar adecuadas condiciones el acceso del público a los servicios de financiamiento, inversiones, seguros, viajes y proyectos inmobiliarios.
- ✓ Asegurar el desarrollo de buenas prácticas comerciales.

Para cumplir con estas disposiciones, la Compañía debe asegurar un adecuado flujo de información, para permitir que accedan a la información relevante los usuarios apropiados. Esto implica:

- ✓ Estructurar y gestionar la información para apoyar la política y estrategia.
- ✓ Asegurar y mejorar la validez, integridad y seguridad de la información.
- ✓ Originar una corriente de pensamiento innovadora y creativa mediante el empleo de información relevante y recursos de conocimientos.
- ✓ Tratar de adquirir, incrementar y utilizar los conocimientos de un modo eficaz.
- ✓ Contar con sistemas de información que soporten adecuadamente el proceso de toma de decisiones.



## Política de Transparencia

Vida Security debe de velar por una difusión pública al mercado de la información sobre los productos de tal forma que permita a los usuarios la posibilidad de tomar las decisiones que consideren más adecuadas sobre la utilización de los diversos productos y servicios.

Los clientes siempre deben contar con la información suficiente respecto de las tarifas o precios, condiciones y características relevantes de los productos y/p servicios que desean contratar, como también con aquella que les permita identificar claramente que servicios y productos están comprendidos en cada cobro. Asimismo, deben ser informados sobre qué productos pueden o no ser otorgados de forma independiente y sobre los cuales el cliente debería declarar su expreso consentimiento.

### 4.1 Difusión de la información y asesoría al cliente

***Asegurar la disponibilidad y clara información respecto a los atributos del producto y sus costos, tanto a los clientes como al personal de la Compañía, durante todo el tiempo que dure la relación contractual con el cliente.***

La entrega de la información debe de ocurrir no solo en el momento de la contratación de un producto, sino también durante todo el tiempo que dure la relación contractual con el cliente. Esta información se entregará con los siguientes atributos:

- a) Claridad: para facilitar al público en general la comprensión de su significado, utilizando palabras simples y de común entendimiento.
- b) Completitud: abarcando todos los precios, condiciones y características relacionadas con la contratación de un producto.
- c) Relevancia: se debe especificar todos los aspectos necesarios para una adecuada toma de decisiones.
- d) Confiabilidad: sin errores, que no lleve a confusión o duda respecto de su veracidad.
- e) Comparable: debe permitir contrastar y evaluar los productos ofrecidos.
- f) Oportuna: se debe de entregar antes de tomar la decisión final.
- g) Fácil acceso: debe ser gratuita y a través de distintos medios y canales.

#### Etapas de difusión de información:

## Política de Transparencia

**En la venta:** El ejecutivo debe asesorar de manera completa, sincera y clara, enfocándose en las necesidades del cliente, respecto de los productos de la Compañía. Además de conocer las leyes del mercado que los regulan. El apoyo en la herramienta Planner nos ayuda a cumplir con esta tarea.

**Evaluación:** El ejecutivo es responsable que la Compañía pueda evaluar adecuadamente el riesgo y para esto velará porque todos los documentos anexos del contrato de seguros sean completados y firmados por el cliente ante sí; su rol es ser testigo de lo que el cliente declara.

**En la entrega de póliza:** El ejecutivo es responsable de entregar la póliza al cliente en forma oportuna y debe rendir el comprobante de entrega de ésta.

**En la postventa:** Como nuestros productos son a largo plazo, es importante siempre estar presente para asesorar a los clientes y concurrir a ellos cuando nos necesitan. A su vez ofrecerle nuevos productos ya que sus necesidades cambiarán con el tiempo <sup>(4)</sup>.

### 4.2 Difusión de la información masiva a clientes

El área de marketing es responsable de la difusión de la información masiva a clientes y de la correcta forma y fondo, aprobada por las áreas responsables del contenido.

La publicidad que realice la Compañía deberá siempre respetar la naturaleza del contrato de seguros. No se podrá realizar ningún tipo de publicidad que pueda confundir o inducir a error respecto de la naturaleza, características o efectos del contrato de seguros<sup>(3)</sup>.

### 4.3 Canales de difusión de la información

Para asegurar la disponibilidad de información respecto a los atributos y costos de los productos, en forma transparente y accesible, se consideran como por ejemplo los siguientes canales: Sitio web, correspondencia, póliza, comunicados personales y masivos vía email, sucursales, ejecutivos, agentes y otro personal de atención a clientes.

---

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

<sup>(4)</sup> Decálogo del Agente