



**POLÍTICA CONDUCTA DE MERCADO**

**ÍNDICE**

1. Objetivo de la Política .....	3
2. Desarrollo de la Política.....	3
2.1. Alcance .....	3
2.2. Referencias.....	3
2.3. Definiciones.....	4
2.4. Lineamientos generales .....	5
2.5. Roles y responsabilidades .....	6
2.6. Autoevaluación de Conducta de Mercado.....	6
3. Excepciones.....	6

## **1. Objetivo de la Política**

El objetivo de la presente Política es entregar lineamientos generales respecto de la aplicación de prácticas de Conducta de Mercado que promuevan la confianza de los clientes de Colmena y demás grupos de interés, y promuevan la incorporación de éstas en la cultura organizacional.

## **2. Desarrollo de la Política**

### **2.1. Alcance**

La presente Política es extensiva al equipo de profesionales internos y externos a cargo de las áreas de ventas, operaciones, servicio al cliente, técnica y a todos los demás colaboradores que participen y/o estén relacionados con los procesos de diseño y tarificación de productos; difusión y venta de seguros; liquidación de siniestros; y, servicio al cliente.

### **2.2. Referencias**

La presente Política tiene relación con:

- a. Norma de carácter general 420 – SVS (Conducta de Mercado)
- b. Norma de carácter general 309 – SVS (Principios de Gobiernos Corporativos)
- c. Norma de carácter general 325 – SVS (Sistemas de Gestión de Riesgos en Cias de Seguros)
- d. Norma de carácter general 408 – SVS (Ampliación de Principios de Gobiernos Corporativos)
- e. Estrategia Comercial
- f. Código de Ética
- g. Modelo de Prevención de Delitos Ley 20.393
- h. Política de Servicio al Cliente
- i. Política de Manejo de Conflictos de Interés
- j. Política de Tratamiento de Datos Sensibles
- k. Política de Difusión
- l. Manual para enfrentar comunicacionalmente una Crisis
- m. Procedimiento de Liquidación de Siniestros
- n. Procedimiento de Gestión de Reclamos

### 2.3. Definiciones

- 2.3.1. Conducta de Mercado (CdM):** Corresponde a un conjunto de prácticas, tendientes a la protección de los derechos de los asegurados y público en general, en cualquier relación de producto o servicio que mantengan con los diversos agentes de la industria, para mantener y fortalecer la integridad de la actividad aseguradora y la confianza pública en el sector. La CdM incluye cuatro principios básicos.
- 2.3.2. Trato justo:** Este es uno de los principios básicos en las prácticas de CdM e implica que las entidades consideren los intereses de sus clientes en la realización de sus negocios, velando siempre porque éstos reciban un producto o servicio apropiado a sus necesidades, y se les proporcione en todas las etapas de su relación con ellos, una correcta y transparente atención y asesoría.
- 2.3.3. Gestión de conflictos de interés:** Este el otro de los principios básicos de CdM y corresponde a la gestión del riesgo asociado a la existencia de incentivos por parte de una aseguradora o corredor, o de las personas que los representan, para que se tome algún curso de acción determinado que puede afectar negativamente el cumplimiento de las obligaciones que éstos tienen con sus asegurados o clientes en general, y de los principios de trato justo hacia éstos señalados precedentemente.
- 2.3.4. Protección de la información de los clientes:** Corresponde al tercer principio básico de CdM cuyo propósito es proteger la información personal y financiera de los clientes y mitigar los riesgos y el impacto de cualquier filtración o uso indebido de esta información.
- 2.3.5. Promoción del desarrollo del mercado a través de la transparencia:** Es el cuarto principio básico de CdM orientado a la aplicación de prácticas de negocio transparentes, de acuerdo a criterios éticos y valores institucionales definidos por la compañía, de modo de evitar caer en prácticas que puedan ser eventualmente consideradas como engañosas, abusivas o éticamente reprobables por parte de los clientes, y con ello mermar la confianza del público en la compañía y en el sector.
- 2.3.6. Grupo de interés:** corresponde a las diferentes personas, organizaciones o entidades con intereses en la actividad que desarrolla la compañía (Accionistas, Directores, Empleados, Clientes, Fiscalizadores, Proveedores y otros con algún grado de interés).

## 2.4. Lineamientos generales

- 2.4.1. El Directorio y la alta gerencia son los responsables del cumplimiento de los lineamientos consignados en esta política por parte de los colaboradores de Colmena, para lo cual el Directorio deberá aprobar esta política y revisar periódicamente su cumplimiento y la administración deberá establecer los procedimientos para una correcta implementación y control de los mismos.
- 2.4.2. La compañía y proveedores externos que otorgan servicios a los clientes deberán actuar con la debida idoneidad, cuidado y diligencia en el trato a aquellos. Esto implica que la estrategia de productos y servicios de Colmena debe considerar lo siguiente:
- I. Desarrollar y comercializar productos en forma tal que tome en cuenta los intereses de los clientes;
  - II. Proporcionar a los clientes información adecuada (clara, oportuna y veraz) para una correcta comprensión de los productos y servicios ofrecidos, antes, durante y después de la venta;
  - III. Ofrecer productos que se adecúena las necesidades reales de los clientes;
  - IV. Garantizar que la asesoría brindada sea de calidad y permita a los clientes adoptar decisiones informadas;
  - V. Abordar los reclamos de los clientes de un modo transparente y a través de procesos de fácil acceso.
  - VI. Establecer un proceso de denuncia, consulta sobre liquidaciones y otorgamiento de beneficios que sea transparente y expedito para los clientes.
- 2.4.3. La compañía debe asegurar que la existencia de pagos o incentivos en el proceso de venta e intermediación de seguros tenga como finalidad aumentar la calidad del servicio al cliente y que sea revelado a éste antes de brindarle el servicio.
- 2.4.4. La compañía deberá adoptar las medidas necesarias para proteger la información personal y financiera de los clientes, resguardando su confidencialidad.
- 2.4.5. Todos los empleados de la compañía deben trabajar bajo los criterios éticos y valores institucionales definidos en el código de ética, de modo de evitar caer en prácticas que puedan ser eventualmente consideradas como engañosas, abusivas o éticamente reprobables.
- 2.4.6. En el proceso de reclutamiento la compañía incorporará evaluaciones que permitan identificar la adhesión de los postulantes a los estándares éticos y valóricos de Colmena.

2.4.7. En el proceso de desarrollo de los colaboradores (inducción y plan de formación) la compañía incorporará contenidos que incluyan los principios de CdM.

2.4.8. La compañía deberá implementar controles que permitan identificar los eventuales incumplimientos a las políticas y procedimientos de CdM.

### **2.5. Roles y responsabilidades**

- La aprobación de esta Política es de responsabilidad del Directorio y cualquier cambio a la Política deberá ser aprobado previamente por el Directorio.
- La mantención de esta Política se regirá por lo que establezca el Procedimiento de Revisión y Actualización de Políticas aprobado por el Directorio.
- El Área de Cumplimiento será el responsable de difundir la presente política al interior de la organización, a través de los canales establecidos para tal efecto.
- Las Áreas y colaboradores individuales de Colmena deberán cumplir las directrices establecidas en la presente Política.
- El Área de Auditoría Interna tiene la responsabilidad de efectuar revisiones independientes y periódicas, en base a su plan anual de trabajo, respecto del cumplimiento de la presente política.
- El conocimiento, difusión y aplicación de esta política debe monitorearse periódicamente a través de roles claves dentro de la organización

### **2.6. Autoevaluación de Conducta de Mercado**

- El informe con los resultados de la autoevaluación y el plan de acción deberá ser aprobado por el Directorio de la compañía en la sesión del mes de marzo de cada año, referido a la situación de la compañía al 31 de diciembre del año anterior.

### **3. Excepciones**

La presente Política es aplicable sin excepciones.