

Normas Adicionales de Conducta SURA PERU

Aprobación: Sesión de Directorio marzo 2021

Conscientes de las situaciones que se presentan en nuestro día a día, y con el afán de ayudar a la toma de decisiones correctas, generamos las Normas Adicionales de Conducta SURA Perú, documento destinado a ayudar a los colaboradores de SURA Perú en la toma de decisiones sustentadas en los principios y competencias de nuestra organización, complementando lo consignado en nuestro Código de Conducta Grupo Empresarial SURA.

En caso tengas dudas o comentarios al contenido del presente documento, puedes comunicarte con Legal y Cumplimiento quienes sabrán cómo ayudarte.

Información Confidencial

Información Confidencial significa tener propiedad o en posesión información relativa a productos o procesos, clientes, prospectos, colaboradores, accionistas o proveedores de la compañía que no es pública o no está disponible para terceros. También se debe considerar como Información Confidencial, toda información relacionada con valores respecto de la cual el emisor de dichos valores o cualquier otra persona con derecho a ello, ha clasificado como confidencial o de otra manera ha prohibido su transmisión a terceros, en tanto dicha información no sea de conocimiento público (información privilegiada).

De acuerdo con ello, no debemos revelar Información Confidencial a terceros ajenos a SURA a menos que la divulgación se haya autorizado, esté acompañada por un acuerdo de confidencialidad debidamente firmado y que cumpla con los requisitos de identificación, clasificación, marcado, manejo y destrucción de conformidad con la Política establecida para tales efectos.

SURA Perú exige a su personal de nuevo ingreso, que respeten las obligaciones de confidencialidad que tengan con sus empleadores anteriores. Asimismo, la obligación de mantener la confidencialidad de la Información Confidencial permanece vigente incluso después de que dejes de prestar tus servicios en SURA Perú.

La divulgación indebida de Información Confidencial podría violar leyes aplicables o convenios incurriendo en riesgos legales y afectar de forma significativa la posición competitiva de SURA desperdiciando valiosos activos de nuestra empresa.

Ciertos tipos de uso o divulgación no autorizados de Información Confidencial pueden considerarse un delito y quien incumpla con esta política podría verse sometido a sanciones administrativas o a penas privativas de libertad.

Las infracciones a las normas de confidencialidad son sumamente graves. No dejes de acudir al área de Legal y Cumplimiento en caso de preguntas o dudas sobre la manera apropiada de manejar Información Confidencial o potencialmente confidencial.

Está estrictamente prohibido utilizar Información Confidencial para fines personales, profesionales o celebrar transacciones bursátiles directa o indirectamente utilizando dicha información de conformidad con la política de Inversiones Personales y leyes aplicables, así como la divulgación de esta a otras personas o bien emitir recomendaciones. Esta práctica conocida también como “consejo”, puede originar transacciones bursátiles basadas en Información Privilegiada, con la que se pueden violar disposiciones legales así como las normas establecidas en este documento.

Murallas Chinas

Si el manejo de Información Confidencial lo requiere, la administración deberá implementar procedimientos y medidas físicas diseñadas para controlar de una manera segura el uso de Información Confidencial, conocidas como Murallas Chinas.

Las Murallas Chinas separan a las áreas de un negocio que, dada la naturaleza de los temas a cargo, generan o tienen acceso a Información Sensible conocidas como “áreas sensibles”, del resto de las áreas del negocio ajenas a dicha información también conocidas como “áreas públicas”.

Aquellos colaboradores que pertenezcan a un “área sensible”, no podrán divulgar la información que estén manejando a colaboradores pertenecientes a “áreas públicas” o a “otras áreas sensibles”.

El responsable de cada área debe asegurarse que la presente política esté debidamente implementada y que sea respetada por todos y cada uno de los colaboradores a su cargo.

En ocasiones, los colaboradores de las “áreas sensibles” requieren información de “áreas públicas”. Es importante que al solicitarla, tengan cuidado de no dar información respecto al trabajo que están realizando.

Bajo determinadas circunstancias se puede dar el caso de que un colaborador de un “área pública” “cruce” la Muralla China para ayudar a un colaborador de un “área sensible” en una transacción y por tanto recibir Información Sensible.

Si un “área sensible” solicita que un colaborador de un “área pública” cruce la Muralla China debe consultar previamente al área de Legal y Cumplimiento y sólo se podrá llevar a cabo si el colaborador tiene una “necesidad de saber” acerca de cierta información para el desarrollo de un proyecto en específico.

Cada vez que un colaborador de un “área pública” cruce la Muralla China y reciba Información Sensible se impondrán restricciones a sus actividades normales para evitar su uso indebido.

Cualquier duda que surja respecto al manejo de Murallas Chinas deberá consultarse con el área de Legal y Cumplimiento.

Privacidad y Protección de datos

La seguridad y confidencialidad de toda la información de SURA Perú incluyendo datos personales de nuestros clientes, clientes potenciales, colaboradores, accionistas, asesores y proveedores, deben ser salvaguardados de conformidad con las leyes aplicables.

Se entenderá por “dato personal” cualquier información concerniente a una persona identificada o identificable que esté en nuestra posesión.

Los sistemas de tecnología se gestionarán guardando las mejores prácticas de protección de los datos almacenados y que comprometen la privacidad de nuestros clientes, clientes potenciales, colaboradores, accionistas, asesores y proveedores, calidad de la información y la continuidad del negocio.

Sólo el personal autorizado tendrá acceso a los datos personales y éstos sólo podrán ser revelados para un propósito legítimo, previa autorización por escrito del cliente, cliente potencial, colaborador, accionista, asesor o proveedor.

La violación a lo señalado puede conllevar acciones legales incluyendo la terminación de la relación laboral o bien acciones por parte de los terceros afectados o de las autoridades competentes.

En caso detectes alguna violación a lo aquí estipulado deberás de reportarlo de manera inmediata al área de Legal y Cumplimiento.

Derechos de Autor (copyrights)

Es de suma importancia para la protección de la propiedad intelectual propia y de otras empresas el proteger los Derechos de Autor o Copyrights. La descarga sin permiso de música, publicaciones, videos u otro software protegidos por derechos de autor es ilegal y va en contra de las políticas de SURA.

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, salvo lo que dispongan las leyes aplicables en materia de derechos de autor.

Cualquier trabajo desarrollado por colaboradores, contratistas o proveedores dentro del marco de su empleo con SURA, es propiedad de la compañía. Cuando se trate con contratistas o proveedores externos, se deberá comprobar que existe un acuerdo apropiado que cubra su trabajo. Asimismo, todo trabajo que pueda ser objeto de cualquier derecho de propiedad intelectual deberá ser revelado inmediatamente al área de Legal y Cumplimiento para su registro.

La violación a los derechos de propiedad intelectual o industrial, incluyendo la revelación de secretos pudiera estar tipificado como delito en las legislaciones aplicables.

No acatar esta política puede tener como consecuencias medidas disciplinarias, que pueden incluir la terminación de la relación laboral.

Uso de recursos

Como colaboradores de SURA Perú todos dependemos del uso de los recursos que nos son proporcionados el debido desarrollo de las actividades, funciones y responsabilidades inherentes de cada puesto.

Todos los recursos de la compañía (herramientas de trabajo, incluyendo viajes y viáticos) deben ser destinados a usarse en actividades o negocios relacionados con SURA Perú.

Todos somos responsables de proteger el mobiliario, equipo y otros activos de la compañía contra pérdidas, daños, uso inapropiado, abusos o robo. Así mismo, es imprescindible mantener un estricto control de gastos y costos, así como hacer eficiente el manejo de estos recursos.

Dentro de los recursos propiedad de SURA Perú se encuentran los sistemas de mensajería electrónica cuyo uso está destinado a la estricta realización de las funciones inherentes a cada puesto o cargo, por lo que solamente se podrá hacer uso de los sistemas de mensajería electrónica y de Internet para actividades personales de una manera mesurada y dentro de lo razonable.

Debido a que los mensajes de correo electrónico se transmiten a través de comunicaciones de red, las cuales son inseguras por naturaleza, debe entenderse que el correo electrónico no es considerado como un medio seguro para el envío de Información Confidencial. Si tienes dudas, consulta con el área de Tecnología de Información (TI) cómo puedes enviar este tipo de información.

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 con el negocio.

En ningún momento se podrá hacer uso de la identificación de acceso/contraseña, cuenta o dispositivos de autenticación de otra persona, ni dejar a la vista el usuario o contraseña a fin de que pueda ser utilizado por terceros, ya que se expone al usuario autorizado a asumir la responsabilidad por acciones que la otra persona llevó a cabo con la contraseña.

El incumplimiento de lo señalado podrá acarrear medidas disciplinarias, tomemos en consideración que todos los colaboradores de SURA Perú brindan autorización a la compañía para el monitoreo y supervisión de lo señalado, con lo cual el uso irregular de los mensajes de correo electrónico puede ser detectado y sancionado.

Competencia Económica y Reglas Antimonopolio

Acuerdos entre competidores

En general dentro de los principios de competencia económica se prohíben estrictamente los siguientes acuerdos entre competidores:

- Rebajas, descuentos, márgenes de ganancias, costos o cualquier otro mecanismo para fijar precios de productos y servicios;
- Compartir mercados, contratos para asignar o dividir clientes, territorios geográficos o segmentos de mercado, incluyendo la manipulación de licitaciones en el cual los competidores, sean designados para ganar la misma;
- Acuerdos para limitar la producción de algún bien o servicio;
- Boicots colectivos, tales como decidir conjuntamente con un competidor si se negocia o no se negocia con cualquier otra compañía;
- Intercambio de información comercial que no sea pública, o bien compartir con la competencia secretos e información de negocios comercialmente sensibles para SURA Asset Management (p. ej., información sobre el mercado, datos de costos y cifras sobre capacidad y volumen)
- Acuerdos de Estandarización. Estos acuerdos tienen como objetivo, establecer un estándar en relación a la definición de los requisitos técnicos o de calidad que deben cumplir los competidores sobre ciertos productos o procesos actuales o futuros.

Acuerdos con Clientes, Distribuidores o Proveedores

Respecto a las relaciones con nuestros clientes, distribuidores y proveedores, se debe evitar directa o indirectamente:

- El mantenimiento de precios de reventa. Los acuerdos entre un vendedor y un distribuidor para fijar el precio al cual el distribuidor (p. ej., intermediario independiente) debe revender o anunciar un producto
- Condicionar la compra de un producto o servicio, a la compra de otro producto o servicio
- Restricciones territoriales, asignación de clientes, restricciones sobre los tipos de producto o cualquier otro tipo de división de mercados;
- Negocios u ofertas de clientes específicos

Uso del lenguaje

Una pobre elección de palabras puede hacer que una actividad perfectamente legal parezca sospechosa, incorrecta o engañosa, por lo cual, en cualquier contacto o comunicado con terceros, como competidores (reuniones de asociaciones, comunicados de prensa, anuncios y material promocional), se debe evitar que el lenguaje utilizado pueda ser confundido y de la impresión de una intención para involucrarse en conductas anticompetitivas.

Asociaciones de carácter Gremial

Cuando participes en reuniones con asociaciones gremiales no deberás tener discusiones formales o informales relacionadas con precios individuales, estrategias de fijación de precios, descuentos o condiciones de venta.

Tú Sí puedes discutir:

- Legislación nueva o propuesta y sus implicaciones (legales o comerciales);
- Información general relacionada con nuevos desarrollos técnicos, ideas e inventos (si es pública);
- Datos estadísticos, investigación de mercado y estudios de la industria en general, en el entendido que estas estadísticas sean del conocimiento público.

Insiste en que la asociación gremial en la que representas a SURA te envíe con anticipación la agenda de cualquier reunión. Si en la reunión se exponen temas inadecuados, como se describe en los párrafos anteriores, abandona la reunión o conversación de inmediato y pide que se registre tu salida. Consulta con el área de Legal y Cumplimiento cuando hayas asistido a una reunión en donde estos temas inadecuados fueran a ser o hayan sido discutidos.

Reglas antimonopolio

Si alguna de las empresas de SURA Perú tuviera una posición dominante en ciertos mercados, no puede abusar de esta posición. No hay una regla precisa para determinar cuándo una compañía tiene una posición dominante, sin embargo, una participación de mercado que exceda el 50% es, por sí misma, evidencia de una probable posición dominante. El hallazgo de una posición dominante también se puede hacer si existe una brecha importante entre la participación de mercado de una compañía y las participaciones de sus competidores. Hasta una participación de mercado relativamente pequeña (p. ej., 30%) se puede considerar una posición dominante.

Adquirir poder de mercado a través de una competencia legítima o a través de productos superiores, visión para los negocios o antecedentes históricos es totalmente permisible y legal, sin embargo, ciertas prácticas pueden crear responsabilidad cuando una compañía tiene una posición dominante o poder en ciertos mercados.

Derivado a lo anterior no podemos:

- Condicionar la compra de un bien o servicio a la compra de otro producto o servicio distinto;
- Discriminar al aplicar diferentes precios o condiciones comerciales, transacciones o clientes equivalentes o al aplicar las mismas condiciones comerciales a transacciones o clientes diferentes;

El Área de Legal y Cumplimiento debe proporcionar orientación si surgen dudas acerca de si ciertas operaciones o actividades cumplen o no con los requisitos de los principios de competencia económica. En última instancia, es tu responsabilidad garantizar que tus acciones y ética en los negocios cumplan con las políticas contenidas en este documento.

Idoneidad de Productos

En las circunstancias de mercado actuales, los clientes se vuelven cada vez más exigentes y buscan respuestas eficientes a sus necesidades, por ello nuestros productos, servicios y prácticas comerciales deben corresponder a las necesidades reales de los clientes.

A continuación, te presentamos las Reglas de Idoneidad de Productos, las cuales debes aplicar de una manera profesional en tu día a día:

SURA Perú pretende cumplir con las necesidades de sus clientes.

Únicamente promovemos productos y servicios que cumplan con las necesidades reales del cliente y con los objetivos, apetito de riesgo, conocimiento, experiencia y situación financiera de éste. Debemos asegurarnos si el cliente quiere el producto y los servicios que le estamos ofreciendo para cubrir sus riesgos o para acumular riqueza o bien mantener su capital. Nuestros productos deben ser fáciles de comprender para el cliente.

SURA Perú 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.

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, eleva el valor justo desde la perspectiva del cliente. El cliente debe comprender lo que está comprando.

SURA Perú explica los riesgos y costos de sus productos y/o servicios

Debemos revelar y explicar 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.

La asesoría debe ser a la medida de cada uno de nuestros clientes, para que sean capaces de comprender las posibles consecuencias finales o a largo plazo.

SURA Perú trabaja sólo con asesores debidamente autorizados por la regulación y sus políticas internas.

Sólo podemos seleccionar a candidatos que tengan la experiencia profesional y competencias adecuadas en base a habilidades y experiencias.

Es necesario que antes de vender los productos y servicios que ofrecen las empresas de SURA Perú, todos los asesores estén formados y debidamente certificados ante el regulador correspondiente.

SURA Perú controla que los asesores no formados o sin certificación, ofrezcan al público en general productos y servicios de la compañía y, en su caso, existen medidas disciplinarias para desalentar dichas acciones.

Marketing y Publicidad

Existen reglas muy estrictas sobre la publicidad que realiza SURA Perú a través de cualquier medio por lo que es importante atender las siguientes recomendaciones:

- Todo el material publicitario y material de ventas debe ser claro y veraz. No contendrá información falsa o exagerada de los productos o servicios que SURA Perú ofrece, **ni tampoco garantiza rendimientos futuros a menos que la naturaleza del producto así lo establezca.**
- La información sobre precios, productos y servicios debe ser proporcionada a los clientes y colaboradores de tal forma que se evite cualquier apariencia de que dicha información fue dada de manera clandestina o preferente.
- Los colaboradores no podemos prometer o hacer ofertas en nombre de SURA Perú que no hayan sido ofrecidas de manera institucional.
- Los colaboradores no podemos alentar a terceras personas como agentes, consultores o subcontratistas a realizar cualquier tipo de actividades comerciales que estén prohibidas por la ley.
- Todo el material destinado a publicitar los productos o servicios de SURA Perú debe ser previamente aprobado por las áreas de Legal y Cumplimiento y por los reguladores cuando fuera necesario.

Control de Libros, Registros y Obligaciones Contractuales

Todos los comunicados y registros comerciales de la compañía deben ser claros, verdaderos y exactos. Los colaboradores responsables de crear y conservar los registros financieros de las empresas de SURA Perú deben hacerlo de acuerdo con los requisitos legales aplicables y prácticas contables generalmente aceptadas.

Los controles y prácticas contables deben asegurar que las operaciones de las empresas de SURA Perú 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.

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 suscribir promesas contractuales, compromisos, contratos, adendas o cualquier otro documento equivalente, en nombre de cualquiera de las empresas de SURA Perú sin la evaluación y aprobación del área de Legal y Cumplimiento. Únicamente esta área puede aprobar acuerdos que no sean estándares de SURA Perú debido a las posibles implicaciones legales por cambios mínimos en tales acuerdos.

Si observas alguna omisión, inexactitud o falsificación en relación con los registros contables, comerciales o legales de alguna de las empresas de SURA Perú o la información que los respalda, comunícalo inmediatamente a tu jefe directo o al área de Legal y Cumplimiento para lo cual podrás utilizar la Línea Ética.