



Política de Relacionamiento con Grupos de Interés

POLITICA DE RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS

Introducción y Objetivos

Esta política recoge los conceptos básicos que deben considerarse en la relación de SURA Asset Management con sus grupos de interés (GI), cimentada en sus Principios Corporativos, los que guían los contenidos y mensajes que se generen en los diferentes escenarios de la organización.

En nuestra Compañía, hemos identificado que uno de los grandes desafíos que enfrenta hoy la industria financiera consiste en integrar los tópicos sociales, ambientales y de Gobierno Corporativo en su modelo de gestión. Por esta razón, nos enfocamos en desarrollar una estrategia de sostenibilidad corporativa, alineada a las directrices de Grupo de Inversiones Suramericana (Grupo SURA), matriz de Sura Asset Management, a partir de la cual hemos abordado compromisos concretos para avanzar en el desarrollo de prácticas y procesos en los diferentes países en los que tenemos presencia como organización, orientados a ratificar nuestro compromiso con una gestión de largo plazo, que fortalezca la confianza con clientes, accionistas, reguladores, proveedores, colaboradores, medios de comunicación, sociedad civil y demás grupos de interés.

En Sura Asset Management buscamos generar valor a todos nuestros públicos, desarrollando compañías rentables y con posiciones relevantes en sus mercados, aspirando a potenciar su valor, crecimiento, eficiencia y sostenibilidad dentro de una actuación responsable.

Nuestro objetivo principal se orienta a la asesoraría de los clientes en la gestión de su futuro financiero, a través de la venta de productos y servicios en pensiones, seguros de vida y fondos mutuos.

Objetivo general

Fortalecer las relaciones con los grupos de interés de la Compañía, con el propósito de favorecer el adecuado desarrollo de los negocios, contribuir al desarrollo sostenible del entorno y consolidar la reputación de la Compañía, con fundamento en los principios que guían las actuaciones de SURA Asset Management.

Objetivos específicos

Los objetivos específicos para fortalecer relaciones con los diversos públicos, son:

.....

- Fortalecer la cadena de valor de la Compañía.
- Aportar a la construcción de opiniones y decisiones que favorezcan el buen desarrollo de los negocios.
- Lograr aprendizajes conjuntos.
- Ejercer un liderazgo positivo y productivo.
- Desarrollar buenas prácticas que permitan mejorar condiciones sociales, económicas o ambientales en el entorno en el que se mueve la empresa.
- Establecer posibles sinergias entre la Compañía y un público específico o entre los públicos directamente.
- Configurar mejores esquemas de negociación.
- Motivar la investigación, el desarrollo y la innovación, como pilares del mejoramiento continuo.
- Consolidar relaciones de largo plazo.
- Convertirse en fuente sólida de conocimiento para el sector en el que se desenvuelve la Compañía y para la sociedad.
- Participar activamente en la construcción de políticas públicas, que favorezcan el bien común en los diferentes países en los que hace presencia la Compañía.
- Consolidar la reputación corporativa.
- Gestionar de manera adecuada y efectiva los riesgos y oportunidades que surgen a partir de las relaciones con los grupos de interés.
- Aportar al desarrollo sostenible de la Compañía y ser reconocida como tal por sus diversos GI.

Grupos de Interés

A partir del año 2014, SURA Asset Management cuenta con un mapeo de grupos de interés desarrollado bajo la norma AA 1000, la cual fue desarrollada por la organización internacional Institute of Social and Ethical Accountability (ISEA) y está diseñada para proveer a las organizaciones de estándares de mejora de la sostenibilidad, alineando la priorización y definición de los grupos de interés en todas las filiales.

Al entender un entorno cambiante, los grupos de interés deberán revisarse con una periodicidad definida, de tal manera que se modifiquen o ratifiquen las partes de interés, así como los propósitos de relacionamiento con cada uno.

En forma general, se entiende por Grupos de Interés a todas aquellas personas que por su vinculación con la Sociedad, tienen interés en su gestión.

A continuación se detallan los grupos de interés definidos por SURA Asset Management:

N°	GRUPO DE INTERÉS	SUBGRUPO	PRIORIZACIÓN	RESPONSABLE
1	Accionistas e Inversionistas	Grupo SURA-Matriz	Prioritario	- VP Finanzas y Desarrollo Estratégico.
		Co-inversionistas	Prioritario	
		Tenedores de bonos	Prioritario	
		Clasificadoras de riesgo	Prioritario	
2	Medios de Comunicación	Prensa Especializada	Prioritario	- Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas.
		Medios Internacionales	Influyente	
		Otros medios relevantes	Influyente	
3	Líderes de Opinión	Líderes de Opinión	Influyente	- CEO. - Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas.
4	Comunidad	Instituciones que impulsan el desarrollo (ONGs /Fundaciones/Aliados)	Prioritario	- VP de Talento Humano y Sostenibilidad. - Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas.
		Sociedad civil	Prioritario	
		Asociaciones Consumidores	Pasivo	
5	Comunidad especializada	Instituciones de Educación superior	Prioritario	- Gerencia de Comunicación y

Versión: 2
 Fecha última actualización: octubre 20, 2015
 Aprobado por: Junta Directiva Acta No. 34
 Área responsable: Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas

N°	GRUPO DE INTERÉS	SUBGRUPO	PRIORIZACIÓN	RESPONSABLE
	(Academia y Gremios)	Centros de investigación-Pensamiento	Prioritario	Relaciones Corporativas.
		Asociaciones Gremiales y Organismos multilaterales	Influyente	
		Competencia	Prioritario	
6	Estado	Reguladores	Prioritario	- CEO. - Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas.
		Autoridades regionales y locales	Prioritario	
7	Público interno	Colaboradores Corporativos SURA AM	Prioritario	- VP Talento Humano y Sostenibilidad.
		Alta Dirección	Prioritario	
		Colaboradores filiales	Prioritario	
		Sindicatos	Prioritario	
8	Clientes	Alto Patrimonio y Prime	Prioritario	- VP Negocios y Desarrollo Comercial.
		Alto Valor	Prioritario	
		Rentas Medias y Masivas	Prioritario	
9	Proveedores	Críticos	Prioritario	- Gerencia de Compras y Sinergias.
		No Críticos	Dependiente	
10	Directores	Directores Independientes	Prioritario	- Legal y Cumplimiento. - Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas.

Alcance y marco de aplicación:

.....

Aplica para SURA Asset Management y sus compañías filiales y subsidiarias.

Lineamientos:

1. Las estrategias y actividades de comunicación con los diferentes grupos de interés tendrán perspectiva de largo plazo y estarán fundamentadas en los Principios Corporativos de Sura Asset Management (Transparencia, Respeto, Responsabilidad y Equidad), y -en general-, en la filosofía de gestión, el Código de Buen Gobierno Corporativo y las disposiciones de ley.
2. Además de los Principios Corporativos, y de acuerdo con los fundamentos éticos de la Compañía, las estrategias de comunicación, como parte del relacionamiento con los grupos de interés deben centrarse en los siguientes criterios:

MARCO DE ACTUACIÓN	ENFOQUE DE LA COMUNICACIÓN
<ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad Corporativa• Construcción de conocimiento• Institucionalidad• Legalidad• Privilegio del interés común• Mejoramiento continuo	<ul style="list-style-type: none">• Abierta• De doble vía• Dinámica• Confiable• Participativa• Coherente• Consistente

3. Las comunicaciones y vinculación con los grupos de interés surgirán de acuerdo al plan estratégico del Presidente de la Compañía y del Comité Ejecutivo (Lataem), hacia los cuales el área encargada de las Comunicaciones Corporativas entrega su aporte en los lineamientos generales.
4. Para dar orden a la comunicación y a las relaciones con los diversos públicos de la organización, la Compañía definirá una estrategia general de comunicaciones y relacionamiento, en el marco de la norma AA 1000, a partir de la cual las áreas involucradas deberán considerar:
 - Objetivos comunicacionales con cada público

- Agenda de temas a tratar, según los grupos de interés
 - Estrategias y acciones específicas a desarrollar
 - Actores que lideran en cada caso
 - Responsabilidades y roles para la gestión de estos contenidos
 - Tiempos de intervención
 - Formas de monitorear las relaciones
5. Dado que el manejo de la comunicación y las relaciones son transversales a toda la organización, esta política y su ejecución debe servir de guía a las diversas áreas de la Compañía. No obstante, las relaciones con cada público, tendrán énfasis en algunas áreas de acuerdo con su rol.
6. Con el propósito de asegurar el buen desarrollo de los negocios, con criterios de sostenibilidad y el posicionamiento reputacional de nuestra compañía, se definirá nuestra presencia y participación estratégica en las dinámicas de opinión y decisión de los territorios donde tenemos presencia, en especial, en aquellas relacionadas con nuestros negocios, en el marco de una actuación socialmente responsable.
7. La gestión de comunicaciones y relaciones corporativas deberá estar enfocada en la proactividad, acercamiento y colaboración a esos públicos, perspectiva de largo plazo y el fortalecimiento de lazos con personas e instituciones estratégicas en los diferentes territorios donde hacemos presencia.
8. Desde la perspectiva de comunicaciones, cuatro grandes ejes de gestión deben guiar las estrategias para fortalecer relaciones con los grupos de interés:
- Entregar más y mejor **información** sobre lo que somos y hacemos a nuestros grupos de interés.
 - Construir conocimiento y fortalecer los procesos de **formación**, de doble vía, con nuestros grupos de interés, partiendo de las buenas prácticas.
 - Generar espacios de diálogo que permitan **retroalimentar** la gestión de la Compañía y del grupo de interés, en la perspectiva del mejoramiento continuo.
 - **Posicionar** la Compañía, a partir de la presencia institucional en momentos y escenarios clave.
-

Versión: 2
Fecha última actualización: octubre 20, 2015
Aprobado por: Junta Directiva Acta No. 34
Área responsable: Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas

9. La Compañía contará con un Comité de Proyección Institucional, con el fin de compartir y **alinear** la información a los **grupos de interés relevantes**, integrado por los responsables de Comunicación Corporativa, Talento Humano y Sostenibilidad, y Desarrollo Estratégico, quienes informarán y compartirán semestralmente sus focos de atención y principales acciones en el ámbito de la comunicación y relacionamiento.

Gobernabilidad:

La presente Política ha sido elaborada por la Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas y ha sido aprobada por la Junta Directiva de la Sociedad.

Divulgación:

La Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas es responsable por que se realice la divulgación de esta Política a los colaboradores de la Compañía, así como de notificar a las áreas que tienen determinadas responsabilidades y funciones bajo la misma.

Actualización:

Esta política será modificada por la Junta Directiva, previo concepto favorable del Comité de Gobierno Corporativo, ante proposición realizada en ese sentido por parte de la Gerencia de Comunicación y Relaciones Corporativas de la Compañía cuando lo considere necesario.
