


**CODIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA
SURA INVESTMENTS CHILE**

Realizado Por	Compliance Analyst	Aprobado Por	Associate Compliance
Proceso	Gestión de Cumplimiento	Subproceso	Gestionar el marco de control interno
Versión	1.0	Fecha Última Versión	20-11-2023

Índice

Contenido

1. Introducción.....	3
2. Objetivo	3
3. Glosario.....	3
4. Alcance.....	3
5. Documento de referencia.....	4
6. Detalle de documento (narrativa)	4
6.1 Responsabilidad corporativa	4
6.2 Gobierno Corporativo.....	5
6.3 Buenas prácticas comerciales.....	5
6.3.1 Idoneidad del producto.....	5
6.1.2 Atención de clientes.....	6
6.1.3 Tratamiento de reclamos.....	6
6.1.4 Marketing y publicidad.....	7
6.1.5 Lineamientos éticos en la oferta de producto.....	8
6.1.6 Asesoría en la oferta de productos.....	8
6.1.7 Transparencia en la oferta de producto.....	8
6.1.8 Protección a nuestros clientes.....	9
6.1.9 Normas específicas-Área comercial.....	9
6.1.10 Gestión del riesgo reputacional.....	11
6.1.11 Privacidad y protección de datos personales e información.....	12
6.1.12 Áreas restringidas.....	12
6.4 Prevención de Delitos.....	12
6.4.1 Modelo de prevención de delitos.....	13
7. Revisión del Documento.....	14
8. Hoja de Modificación.....	15

	ANEXO
	CODIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA SURA INVESTMENTS CHILE

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde a un anexo que se adhiere al Código de Ética Conducta del grupo empresarial Sura, que recoge los valores y principios de la Compañía y entrega pautas de acción a todos sus colaboradores.

2. OBJETIVO

Generar un conjunto de normas y pautas de conducta para que el actuar de todos los colaboradores de Sura Investments se enmarquen en los principios y valores de la Compañía, de manera de evitar incurrir en riesgos o contingencias que puedan afectar su imagen o reputación.

3. GLOSARIO

N/A

4. ALCANCE

El presente anexo es aplicable a todos los colaboradores y directores de las siguientes líneas de negocio

- **Seguros de Vida SURA S.A.**
- **Corredores de Bolsa SURA S.A.**
- **Administradora General de Fondos SURA S.A.**

En su conjunto a dichas empresas se les denominará “Sura Investments Chile” o “la Compañía”.

5. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Tipo	Nombre	Referencia
Ley	Ley 20.393 Responsabilidad penal de las personas jurídicas.	Se establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas, por la comisión de los delitos de cohecho, corrupción entre particulares, administración desleal, delitos informáticos y todos aquellos establecidos en la Ley N° 21.595 (Delitos económicos).
Ley	Ley 19.913 que crea la Unidad de Análisis Financiero	Se crea la UAF y establece los delitos base constitutivos de lavado de activo y financiamiento del terrorismo
Ley	Ley de mercado de valores N°18.045	Regulación de materias relativas a inversión y al manejo de la información confidencial y privilegiada
Norma de Carácter General	NCG N°424 CMF	Estructura y presentación de las normas de conducta de autorregulación.

6. DETALLE DE DOCUMENTO (NARRATIVA)

6.1 RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Con base en el Buen Gobierno Corporativo, la Compañía busca la sostenibilidad de los negocios y del entorno, adoptando iniciativas que garanticen el desarrollo responsable de éstos en el largo plazo.

Estimulamos la innovación y promovemos el desarrollo de nuevos mercados, así como la identificación de oportunidades de creación, crecimiento y expansión de los negocios en los que participamos.

Para lograr lo anterior, aplicamos el criterio de actuación empresarial enfocado en dos grandes directrices:

- **Gestión en los Negocios:** Frente a los públicos de interés de la Compañía, con prácticas en los diversos ámbitos de actuación con dichos grupos para generarles un valor agregado.
- **Desarrollo Social:** Enfocado hacia las comunidades en donde opera la Compañía, participando en proyectos sociales, mediante aportes de carácter institucional y de voluntariado.

6.2 GOBIERNO CORPORATIVO

Un eje esencial en la actuación de la Compañía es la responsabilidad que asumimos con todos nuestros grupos de interés. En este sentido nuestro compromiso es:

- Cumplir con una política empresarial sustentada en sus cuatro principios corporativos y que rigen la conducción de quienes forman parte de la organización: Igualdad, Respeto, Transparencia y Responsabilidad.
- Fortalecer permanentemente el Gobierno Corporativo de la Compañía, ajustando su accionar y difundiendo sus Códigos de Conducta y de Buen Gobierno Corporativo.
- Monitorear y ajustar en forma constante los sistemas de control interno, sobre la base de la supervisión basada en riesgos, siguiendo las directrices correspondientes aplicables.

6.3 BUENAS PRACTICAS COMERCIALES

6.3.1 IDONEIDAD DE PRODUCTOS

En las circunstancias de mercado actuales, los clientes se vuelven cada vez más exigentes y buscan respuestas eficientes a sus necesidades. Es por esto por lo que nuestros productos, servicios y prácticas comerciales se ajustan a las necesidades financieras de los clientes, sus objetivos de inversión, tolerancia a los riesgos, conocimiento y experiencia en materia financiera.

En este contexto y apegándonos a la regulación aplicable, adoptamos Reglas sobre Idoneidad de Productos procurando el desarrollarlo de productos amigables, simples y transparentes.

- Regla 1. Priorizamos el cumplir con las necesidades de nuestros clientes
- Regla 2. La compañía ofrece un valor justo por sus productos
- Regla 3. La compañía explica los riesgos y costos de sus productos y/o servicios

- Regla 4.- La compañía evalúa sus productos y/o servicios, así como sus prácticas de venta
- Regla 5. La compañía trabaja sólo con distribuidores debidamente autorizados por la regulación y sus políticas internas

El detalle de estas reglas se encuentra en el Código de Autorregulación aplicable a los negocios Corredores de Bolsa SURA S.A. y Administradora General de Fondos SURA S.A. publicados en la página web de la Comisión para el Mercado Financiero: www.cmfchile.cl/

6.3.2 ATENCION DE CLIENTES

La compañía cuenta con un modelo de atención a clientes que se basa en una oferta de valor sustentada en cuatro pilares: Asesoría, Productos, Relacionamiento y Servicios. Este modelo está diseñado para aplicar según el segmento y subsegmento en que se defina el nivel de conocimiento de inversión del cliente.

El foco de la compañía son los clientes, por lo tanto, la oferta de valor apunta a dar un servicio de alta calidad centrado en la asesoría, a través de distintos canales de atención, lo que significa siempre acompañar al cliente, conocerlo y ofrecer una recomendación oportuna y orientándolo a tomar decisiones de inversión y protección que le permitan alcanzar sus objetivos financieros.

6.3.3 TRATAMIENTO DE RECLAMOS

Control de Reclamos

La compañía pone a disposición de sus clientes distintos medios y canales para la atención de discrepancias o consultas que pudieran surgir en la relación contractual.

Estas situaciones pueden entenderse como reclamos, los cuales pueden provenir de:

Fuentes internas: Contact Center/chat/formularios de contacto en www.inversiones.sura.cl, Sucursales, vía correo electrónico o postal, consulta reclamo asesor y/o Asociado senior.

Fuentes Externas: SERNAC, CMF (Oficios), Redes Sociales, Línea Directa Mercurio

Internamente la Compañía cuenta con una herramienta R&Q a través de la cual diversas áreas tienen contacto con clientes, dan gestión a reclamos o requerimientos. Mensualmente éstos se

exponen en los Comités de Clientes de la Compañía y en los respectivos directorios con el propósito de recibir retroalimentación y coordinar las acciones de mejora.

Con el fin de identificar oportunidades de mejora en toda la cadena de valor del cliente, la Compañía lleva a cabo las siguientes acciones:

- **Evaluar** las encuestas de satisfacción e **identificar** los **problemas más críticos**.
- **Generar indicadores** de cumplimiento de control de reclamos.

6.3.4 MARKETING Y PUBLICIDAD

Los negocios de Sura Investments Chile tienen como objeto social los Servicios de Inversión, por lo que son altamente regulados y el tema de publicidad no es la excepción. En este contexto, existen reglas estrictas para ejercer la publicidad, por lo que la Compañía establece los siguientes lineamientos generales para la conducción en esta materia:

- Todo el material publicitario y material de ventas debe ser claro y veraz. No contendrá información falsa o inexistente sobre los productos o servicios que la compañía ofrece.
- La Información de precios, productos y servicios debe ser proporcionada a los clientes en igualdad de condiciones, evitando entregarla de manera clandestina o preferente.
- Ningún colaborador hará o prometerá ofertas en nombre de la Compañía que no hayan sido ofrecidas de manera institucional.
- Ningún colaborador deberá alentar a terceras personas, como agentes, consultores o subcontratistas, a realizar cualquier tipo de actividad comercial que esté prohibida por la ley.
- Todo el material destinado a publicitar los productos o servicios de la Compañía deben seguir los lineamientos establecidos por la compañía y ser preferentemente revisado por el área de Cumplimiento antes de su publicación.
- Toda la publicidad o promoción hecha por la compañía se elabora según lo indicado en el Código Chileno de Ética Publicitaria que emite el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria: [Código Chileno de Ética Publicitaria – CONAR](#)
- Tratándose de cualquier información o publicidad que hace referencia a los Fondos, sus características, rentabilidades, beneficios, atributos, comparativa entre fondos, o que en general publicite a los fondos, deberá ser enviada a más tardar el día anterior

a su publicación al área de Cumplimiento para su revisión y posterior envío de un ejemplar al regulador de conformidad con la regulación aplicable.

6.3.5 LINEAMIENTOS ÉTICOS EN LA OFERTA DE PRODUCTOS

La ética aplicada a las ventas puede no ser la ruta más rápida para el éxito; cortar camino y dejar de lado la ética es casi siempre una vía más expedita hacia la riqueza, pero es una cuestión efímera y muy peligrosa. La compañía considera que vender con la conciencia limpia provoca, a largo plazo, mejores resultados económicos.

6.3.6 ASESORÍA EN LA OFERTA DE PRODUCTOS

La Compañía establece los siguientes lineamientos generales para la actividad de ventas:

- **Cuidar la reputación.** Actuando con integridad, aplicando los principios corporativos.
- **Representar la marca.** La Compañía antepone la ética en su actuar.
- **Generar confianza.** Brindando un servicio de excelencia y calidad con enfoque ético.
- **Rechazar comportamientos irregulares.** Actuando con cero tolerancia a intentos de fraude, o malas prácticas.

6.3.7 TRANSPARENCIA EN EL OFRECIMIENTO DE PRODUCTOS

La Compañía establece que la información que se ponga a disposición de los clientes, sea lo suficientemente clara, completa y oportuna a fin de que éstos puedan tomar decisiones fundadas en la contratación de nuestros productos y servicios.

Para lograr lo anterior se aplicarán los siguientes lineamientos generales:

- Reducir asimetrías de información, proporcionando una adecuada difusión de aquella información considerada como suficiente para tomar decisiones fundadas.
- Fomentar el acceso del público a los productos financieros que ofrece la compañía de una manera general y homogénea, alineados a las necesidades y perfil de las personas.
- Promover el desarrollo de buenas prácticas comerciales.

6.3.8 PROTECCIÓN A NUESTROS CLIENTES

En cumplimiento de la regulación aplicable para la protección de los consumidores y en el genuino interés de la Compañía en sus clientes, SURA Investments Chile cuenta con procedimientos diseñados para la provisión de productos y servicios acordes a la regulación correspondiente.

Todo colaborador que se percate de la posibilidad de cualquier demanda o acción legal que involucre o pudiere involucrar a alguno de los negocios de la Compañía, deberá informarlo de inmediato al área Legal para su pronta atención.

No se deberá firmar ni recibir notificaciones judiciales, emplazamientos, oficios u otro documento legal enviado a la compañía por cualquier autoridad, en estos casos se deberá notificar al área Legal para la gestión correspondiente.

De igual manera, en caso de funcionarios que acudan a la realización de cualquier diligencia, ésta deberá canalizarse y ser atendida por el área Legal.

En cualquier caso, también se deberá notificar al área de Cumplimiento para dar seguimiento al cumplimiento requerido.

6.3.9 NORMAS ESPECÍFICAS – AREA COMERCIAL

La gestión de todo colaborador que compone la fuerza de ventas de la compañía está basada en el conocimiento de sus productos, la capacitación permanente y la orientación al logro de los objetivos de la empresa.

La Compañía establece los siguientes lineamientos generales en esta materia:

- Informar a los clientes sobre el alcance, características, límites y condiciones de cada uno de los contratos que se celebran por su intermedio.
- Asesorar a los clientes o a sus beneficiarios oportuna y transparentemente derivado de cualquier requerimiento que pudieran solicitar.

Asimismo, la Compañía establece las siguientes **normas básicas** para el logro de los objetivos comerciales:

- Trabajar en forma exclusiva para la compañía en lo que respecta al cumplimiento de sus funciones y tareas específicas de su cargo.

- Participar en todas las actividades de entrenamiento y capacitación asignadas por la compañía.
- Desarrollar sus actividades con la mayor diligencia, buena fe, compromiso y sentido de la responsabilidad.
- Utilizar únicamente las herramientas y documentación proporcionadas y autorizadas por la Compañía para la función comercial.
- Asesorar e informar a los clientes en forma fidedigna y veraz respecto de los productos y servicios de la Compañía.
- No hacer afirmaciones engañosas y/o improcedentes de su condición profesional y función dentro de la Compañía.
- Anteponer siempre los intereses legítimos del cliente y de la Compañía por encima de los intereses personales o beneficios propios.
- Abstenerse de utilizar cualquier método de competencia desleal durante el desempeño de su función.
- Se considerará competencia desleal:
 - El incitar y/o engañar al cliente a prescindir de un producto o servicio contratado con una compañía competidora que actúe en el mercado, para contratar uno con la Compañía.
 - No respetar los contratos comerciales previos que otro agente de la Compañía mantenga con un cliente, con el fin de obtener la contratación de un nuevo producto o servicio.
- Informar al Cliente sobre las consecuencias de proporcionar datos inexactos o falsos en la contratación de los productos y servicios con la Compañía, así como de omitir cualquier información o circunstancia que pudiera afectar la determinación correcta de las condiciones de una póliza o contrato.
- Informar al área de Cumplimiento de la Compañía respecto a aquellas solicitudes en las que, a su entender, el cliente declare datos no fidedignos, confusos, o que difieran de la realidad.
- No realizar, escribir, suscribir o firmar declaraciones o notas de cualquier tenor y naturaleza en nombre de, y/o por cuenta y orden del cliente.

- No enviar por correo, ni hacer uso de claves personales de clientes, actuales y potenciales y/o de otros funcionarios para acceder al sistema informático de la Compañía.
- Presentar documentación con la firma auténtica del cliente.
- Mantener la confidencialidad de cualquier información relacionada con la contratación de un producto o servicio por parte del cliente, mayormente al tratarse de información sensible de estos.
- No ofrecer al cliente reducciones, bonificaciones, descuentos o cualquier otra ventaja que no sea legalmente posible y que no haya sido debida y formalmente autorizada por la Compañía.
- Cumplir, aplicar e informar al cliente en tiempo y forma, respecto de las políticas de cobranza establecidas por la compañía.
- Reportar a través de la Línea Ética: [Línea Ética de SURA AM \(sistemaetico.com\)](http://Línea Ética de SURA AM (sistemaetico.com)), cualquier conducta que no se ajuste a los principios, normas y obligaciones mencionadas en el Código de Conducta de la Compañía y sus anexos.

6.3.10 GESTIÓN DEL RIESGO REPUTACIONAL

La Compañía comparte sus objetivos de negocio y una filosofía en la manera de alcanzarlos, y mantiene unidad de marca entre sus empresas filiales, lo que las vincula estrechamente en la manera de proyectarse a los diferentes públicos interesados en nuestro Grupo.

Esta situación fortalece la imagen de la Compañía, pero de igual manera la coloca en una exposición generalizada de riesgos reputacionales. Por ello, la Compañía exige una articulación en la gestión de estos riesgos, para lograr su mitigación y control de manera efectiva.

La reputación no necesariamente se basa en la realidad, es una combinación de percepción y la experiencia de relacionamiento sobre asuntos como el desempeño general de la organización, sus prácticas de negocio, la gestión del talento humano, la calidad de sus productos y servicios, su liderazgo, compromiso social, entre otros aspectos. Se puede afirmar que la reputación es la suma total de la percepción individual de cada uno de los grupos de interés.

En este contexto, la Compañía cuenta con un Manual Marco de Gestión de Riesgos y Crisis de Reputación, la cual define los criterios generales para el manejo del prestigio de sus negocios ante situaciones críticas que involucren a nuestra marca, su reputación o a nuestros colaboradores.

Todos los colaboradores de la Compañía tienen el deber de reportar inmediatamente al área de Comunicaciones Corporativas y sostenibilidad, en caso de que identifiquen, cualquier evento con potencial de ocasionar un evento o crisis reputacional.

6.3.11 PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES E INFORMACIÓN

La Compañía establece como prioridad la confidencialidad y seguridad de la información referente a los datos personales de sus clientes. En este sentido, debemos administrar con el debido tratamiento la información confidencial a la que tengamos acceso.

6.3.12 AREAS RESTRINGIDAS

En cumplimiento a lo establecido en la Ley N°18.045 las actividades de intermediarios de valores y las de las personas que dependen de dichos intermediarios, que actúen como operadores de mesa de dinero, realicen asesorías financieras, administración y gestión de inversiones y en especial adopten decisiones de adquisiciones, mantención o enajenación de instrumentos para si o para clientes, se realizarán en forma separada, independiente y autónoma, de otras actividades que se desarrollen en el área del negocio. Para ello se aplicarán medidas físicas, administrativas y lógicas que apoyen en el cumplimiento de la seguridad y confidencialidad de la información de la Compañía y sus clientes.

6.4 PREVENCIÓN DE DELITOS

Es un compromiso fiduciario de la Compañía en relación con sus clientes, por lo que es prioridad no verse involucrada ni vinculada a actividades delictivas, que afecten la confianza del mercado y la reputación de la marca.

6.4.1 MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS (LEY N°20.393)

La compañía ha implementado un Modelo de Prevención de Delitos (en adelante, MPD) que establece los lineamientos para la prevención de los delitos de lavado de activos, financiamiento del terrorismo, cohecho a funcionario público nacional o extranjero, receptación, corrupción entre particulares, negociación incompatible, administración desleal, apropiación indebida, delitos informáticos y todos aquellos que sean incorporados por la Ley N°21.595 que sanciona los delitos económicos.

El MPD es un sistema orientado en la organización, administración y supervisión de medidas preventivas para el desarrollo de las actividades, procesos y transacciones de la Compañía sensibles a los delitos sancionados en la ley, cuyo objeto es promover un ambiente de transparencia.

Las principales directrices del diseño del MPD están contenidas en el “Manual de Prevención de Delitos Ley N° 20.393” de la Compañía, mismo que ha sido aprobado por el Directorio.

El MPD comprende las siguientes acciones generales:

- Identificar las actividades o procesos que impliquen riesgo de conducta delictiva.
- Establecer protocolos y procedimientos para prevenir y detectar conductas delictivas.
- Asignar responsables en la aplicación de protocolos.
- Prevenir evaluaciones periódicas por terceros independientes y mecanismos de perfeccionamiento o actualización a partir de tales evaluaciones.

El Sistema de Prevención de Delitos, que se compone de:

- Matrices de Riesgos potenciales en la comisión de delitos y los controles mitigantes correspondientes.
- Políticas y procedimientos para la oportuna y correcta actuación en caso de materializarse algún riesgo relacionado con delitos señalados en la regulación aplicable.

El Encargado de Prevención de delitos reporta semestralmente al Directorio de la Compañía lo respectivo a las medidas y planes implementados en la presentación de delitos contemplados en la Política respectiva.

Sanciones

En caso de que un colaborador de la Compañía incumpla las disposiciones y principios del Modelo de Prevención de Delitos, será sancionado. Tales sanciones podrán incluir amonestaciones verbales, escritas con copia a su carpeta personal o con copia a la Dirección del Trabajo competente. Las mismas infracciones a las obligaciones impuestas precedentemente darán lugar a la caducidad del contrato de trabajo cuando, por su gravedad o reiteración, dicha exoneración sea pertinente, sin perjuicio que la Compañía deba denunciar a las autoridades competentes los hechos constitutivos de delito.

Difusión del Modelo de Prevención de Delitos

La Compañía contempla en su plan anual de capacitaciones, aspectos relacionados con el MPD. El Encargado de Prevención de Delitos, con el apoyo del área de Cumplimiento y la Gerencia de Talento Humano estará a cargo de la programación y ejecución de este plan.

Denuncias

La Compañía tiene establecido un Procedimiento de Denuncias cuyo objetivo es canalizar todas las denuncias recibidas a través de la Línea Ética [Línea Ética de SURA AM \(sistemaetico.com\)](http://Línea Ética de SURA AM (sistemaetico.com)), relacionadas al incumplimiento del Código de Conducta y sus anexos, así como de las políticas internas de la Compañía.

7 REVISIÓN DE DOCUMENTO

El documento tendrá vigencia de 1 año con periodicidad de revisión o actualización del anual. No obstante, las actualizaciones pueden ser en un tiempo menor, de acuerdo a los cambios funcionales realizados en el proceso.

8. HOJA DE MODIFICACIÓN

HOJA DE MODIFICACIÓN

Nº	Modificaciones efectuadas	Fecha	Realizado por (Área / Nombre colaborador)	Revisado y aprobado (Nombre cargo)
1	Creación del documento	2012	Área de Cumplimiento, Joaquín Del Real Larraín	Los respectivos directorios de las empresas de SURA Asset Management Chile
2	Actualización a Formato Corporativo	Enero - 2013	Área de Cumplimiento, Claudia Mestre Domke	Oficial de Cumplimiento

3	Cambio de Agencia de Valores SURA S.A. por Corredores de Bolsa SURA S.A.	12 - 04 - 2013	Área de Cumplimiento, Claudia Mestre Domke	Oficial de Cumplimiento
4	Cambio de GRUPO SURA a SURA ASSET MANAGEMENT (SUAM) y actualización de Competencias.	22 - 04 - 2013	Área de Cumplimiento, Claudia Mestre Domke	Oficial de Cumplimiento
5	Se retira sigla SUAM.	10 - 05 - 2013	Área de Cumplimiento, Claudia Mestre Domke	Oficial de Cumplimiento
6	Actualización: Se incorpora Política Relaciones con Funcionarios Públicos.	31 - 07 - 2014	Área de Cumplimiento, Claudia Mestre Domke	Oficial de Cumplimiento
7	Actualización y Reorganización de diversas Políticas, en coordinación con las áreas responsables. Modificación de la Política del Informante Oportuno por la Política de Línea Ética y su fortalecimiento a través del documento. Se agrupa la Prevención de Corrupción, considerando las Políticas de Donaciones, Regalo e Invitaciones, y Relación con Funcionarios Públicos.	31-08-2015	Área de Cumplimiento Raimundo Hoyos Valdés	Oficial de Cumplimiento y Encargado de Prevención de Delitos
8	Reorganización de temas tratados en 8 grupos principales. Alineamiento del Código local con el Código de Conducta del Grupo SURA y de SURA Asset Management. Actualización de 7 a 5 las Competencias SURA. Reemplazo de "SURA Chile" por SURA Asset Management Chile.	02-11-2016	Área de Cumplimiento Raimundo Hoyos Valdés	Oficial de Cumplimiento y Encargado de Prevención de Delitos

	Incorporación de la Gestión del Código de Ética y Conducta, liderado por Comité de Ética. Inclusión de Sanciones por incumplimiento del Código.			
9	<p>Actualización de</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Regla de Idoneidad N°3 y del capítulo de Regalos e Invitaciones indicando la forma de proceder para el rechazo de un regalo o invitación. 2. Incorporación de tratamiento de reclamos de clientes y medición de la satisfacción sobre su gestión. 3. Complemento en Política de Inversiones Personales sobre el especular en la inversión. 4. Reemplazo concepto de softdollar por servicios no remunerados y se ajustan los criterios para la recepción de estos. 	18-07-2018	Área de Cumplimiento	<p>Oficial de Cumplimiento y Encargado de Prevención de Delitos</p> <p>Directorios</p>
10	<p>Actualización de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incorporación nuevos de Delitos Ley 20.393 2. Reorganización Punto Modelo Prevención del Delito 3. Eliminación Punto Modelo Prevención de Lavado de Activo y Financiamiento del terrorismo, por no ser vinculante al Código de ética y Conducta de Sura. Asset Management 4.- Incorporación mención proceso de licitaciones en 	13-02-2019	<p>Valeria Cofré Sepúlveda Jefe Ética y Cumplimiento</p> <p>Diego Kother Kraemer Abogado Fiscalía</p> <p>Jorge Cochache Paredes Analista de Cumplimiento</p>	<p>César Soto Cavieres Joaquín del Real</p> <p>Encargados de Prevención de Delitos</p> <p>Directorios</p>

	punto 5 (Administración conflicto de Interés)			
11	<p>1. Se modifica el alcance, quitando AFP Capital.</p> <p>Se actualiza modelo de Competencias Corporativas, de acuerdo a definición 2019-2023.</p> <p>Se profundiza en la definición de información privilegiada.</p> <p>Se incorpora como miembro del Comité de Ética, el Encargado de Legal y Cumplimiento Corporativo de SURA Asset Management</p>	20/02/2020	Valeria Cofré Sepúlveda Jefe Ética y Cumplimiento	<p>Joaquín del Real</p> <p>Encargado de Prevención de Delitos</p> <p>Directorios</p>
12	1. Se modifican restricciones de regalos e invitaciones de acuerdo a la política regional	10/07/2021	Valeria Cofré Sepúlveda Jefe Ética y Cumplimiento	<p>Joaquín del Real</p> <p>Encargado de Prevención de Delitos</p> <p>Directorios</p>

13	Actualización anual Se modifica el canal de denuncias	13/07/2022	Valeria Cofré Sepúlveda Jefe Ética y Cumplimiento	Joaquín del Real – Carola Erlbaum Encargados de Prevención de Delitos Directorios
13	Actualización anual Se adhiere al código de conducta regional.	20/11/2023	Robin Zuin Associate, Compliance Graciela Saldaña Compliance Analyst	Luis Fernando Pacheco, Oficial de cumplimiento Encargado de prevención de delitos de Seguros de vida. Daniela Soto, Oficial de Cumplimiento Encargada de prevención de delitos Corredora de bolsa. Robin Zuin, Oficial de cumplimiento y encargado de prevención de delitos Administradora general de Fondos Sura