

## **POLÍTICA MARCO DE GESTIÓN DE RIESGO Y CRISIS REPUTACIONAL**

### **1. Introducción**

En el Grupo Empresarial SURA, la percepción que tienen sobre las Compañías los diversos grupos de interés con los que estas se relacionan, es considerado un activo fundamental para el cumplimiento de sus objetivos estratégicos. Una situación de desprestigio o exposición pública negativa, sea cierta o no, respecto de las Compañías y sus prácticas de negocios, entre otros eventos, podría ocasionar impactos y afectaciones en las relaciones con los diferentes grupos de interés. Por tanto, se requiere de un manejo disciplinado y riguroso en la comunicación, para mitigar estos efectos e incluso para convertir estas situaciones en oportunidades para fortalecer la reputación corporativa.

El presente documento establece los lineamientos y define el marco de actuación general para la prevención y gestión de eventos que puedan ocasionar un riesgo reputacional y escalar hasta convertirse en crisis.

Si bien esta política se centra en clarificar cómo abordar el riesgo desde la perspectiva reputacional, los lineamientos, procedimientos y, en general, cualquier gestión que se realice en esta materia, deberá estar alineada con el Sistema Integral de Gestión de Riesgos de las Compañías, previendo que un riesgo materializado, de cualquier naturaleza, tiene el potencial de convertirse en un riesgo o crisis reputacional.

### **2. Alcance y marco de aplicación**

Los lineamientos marco son aplicables para todas las Compañías que integran el Grupo Empresarial SURA. Cada una de ellas desarrollará en mayor detalle procesos y protocolos internos, articulados con los lineamientos del Grupo, según las necesidades de cada una de las jurisdicciones y unidades de negocio.

### **3. Lineamientos generales**

Los siguientes lineamientos deben ser tenidos en cuenta para gestionar de manera efectiva las amenazas y los riesgos de tipo reputacional a los que se enfrentan las Compañías:

- Todas las decisiones encaminadas a atender una situación de riesgo o de crisis reputacional se deberán tomar bajo criterios éticos, basados en los principios corporativos de la Organización y sus códigos de Buen Gobierno Corporativo.
- La Junta Directiva y Alta Dirección de cada una de las Compañías deberán asegurar la asignación y disponibilidad de los recursos humanos, físicos, financieros y tecnológicos necesarios para prevenir y gestionar adecuadamente el riesgo reputacional al que están expuestas las Compañías.
- Las Compañías deberán velar por cumplir los lineamientos y mecanismos generales establecidos en este documento, y aquellos con alcance de Grupo Empresarial que lo complementen, de acuerdo con la naturaleza de cada negocio.
- En cada Compañía, la gestión de riesgo reputacional deberá estar enmarcada y articulada con el Sistema de Gestión Integral de Riesgos, con el fin de actuar efectiva y oportunamente frente a cualquier riesgo con potencial de afectar la reputación de las Compañías.
- Las Compañías deberán contar con una estructura y procesos internos que permitan gestionar de una manera adecuada los riesgos reputacionales a los que están expuestas. Así mismo, deberán definirse las instancias internas (como el Comité de Mitigación de Riesgos "COMIR") responsables de mantener vigente el marco de actuación y los procesos asociados, así como prevenir y atender de manera oportuna y efectiva los eventos de riesgo y crisis reputacional que se presenten.
- Las Compañías realizarán su debida diligencia para evitar que cualquier evento de riesgo materializado escale a un riesgo reputacional o incluso alcance un nivel de crisis.
- Las Compañías deberán identificar y empoderar a los empleados y equipos con la autoridad para gestionar eventos de riesgo reputacional. Igualmente, deberán desplegarse estrategias de divulgación que permitan desarrollar en todos los empleados una cultura del cuidado de la reputación. Estos, a su vez, tienen la responsabilidad de conocer cuál es su rol durante la atención de eventos de riesgo reputacional, según lo definido por los equipos que lideran estos temas en cada una de las Compañías.

- Las Compañías deberán definir voceros principales y suplentes, quienes deberán formarse periódicamente, siguiendo los lineamientos definidos para el cuidado de la marca y el manejo de situaciones que potencialmente puedan generar un impacto reputacional.
- Durante la atención de eventos de riesgo y crisis reputacional, ningún colaborador está autorizado para entregar información, sobre esa situación particular, a medios de comunicación o grupos de interés. Únicamente los voceros designados podrán pronunciarse oficialmente en nombre de la Compañía, previa validación y autorización de los COMIR, o la instancia que sea creada para cumplir el propósito de mitigación de riesgos.
- Particularmente, el nivel corporativo de las Compañías del Grupo Empresarial deberá asegurar entre sus negocios la coordinación del trabajo de mantenimiento y la respuesta frente a eventos reputacionales. Los negocios deberán escalar a su respectivo equipo Corporativo aquellos eventos que por su impacto y por su potencial de afectar a otros negocios, se defina relevante comunicar y gestionar en este nivel.
- La información asociada a las situaciones de riesgo reputacional y su correspondiente gestión es considerada de carácter confidencial.
- La información contenida en este documento deberá estar disponible para todos los empleados de las Compañías.

#### **4. Actores e instancias del Sistema de Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional**

Cada Compañía deberá contar con una estructura organizacional que apoye la gestión del riesgo reputacional e incorpore los lineamientos generales, las metodologías y otros estándares definidos. Los siguientes son actores clave en este proceso:

##### **Instancias de intervención**

###### **a. Junta Directiva**

Aprueba las políticas de gestión de riesgo y crisis reputacional, y promueve el establecimiento de mecanismos que garanticen su cumplimiento.

**b. Comité de Riesgos de Junta Directiva o quien tenga la responsabilidad de hacer seguimiento a la gestión de riesgos en cada Compañía**

Apoya a la Junta Directiva mediante dos acciones principales: validar que existen los lineamientos y procedimientos adecuados para la gestión del riesgo reputacional, y analizar los eventos de riesgo reputacional materializados que sean de nivel alto y crítico.

**c. Comité de Auditoría de Junta Directiva o quien tenga la responsabilidad de los asuntos de auditoría**

Supervisa e informa a las Juntas Directivas sobre la aplicación efectiva de las políticas de Gestión de Riesgos, lo cual incluye la Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional.

**d. Comité de Mitigación de Riesgo Reputacional (COMIR)**

Es responsable de los dos ejes que componen el Sistema de Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional: gestión y mantenimiento del sistema, y atención de eventos. Es la instancia que articula a los distintos actores que se involucran en el análisis y la atención de los eventos.

Se recomienda que esta instancia esté conformada por representantes de las áreas de Riesgos, Comunicaciones y Asuntos Legales, o las áreas que ejerzan estas funciones en cada Compañía. Preferiblemente, el COMIR deberá estar integrado por empleados que desempeñen cargos de segundo o tercer nivel jerárquico.

- El COMIR Corporativo de Grupo Empresarial: define los lineamientos para la Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional del Grupo Empresarial y se involucra en la gestión de eventos de alto impacto y con una potencial afectación material a todo el Grupo Empresarial.
- COMIR Corporativo de Suramericana y COMIR Corporativo SURA de AM: están encargados de la revisión periódica de los eventos de riesgo de nivel medio, alto o crítico que reporten sus respectivas filiales; en estas últimas situaciones, se involucra de manera prioritaria en su gestión. Además, deberá garantizar, a nivel corporativo y de sus filiales, la actualización permanente de los aspectos que componen el sistema, tales como manuales, matrices de riesgos, sistematización de casos y formación.

- **COMIR de las localidades o negocios:** cada Compañía deberá conformar una instancia encargada de la planeación, estructuración y administración del Sistema de Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional a nivel de cada negocio o localidad, por lo que identificará las necesidades puntuales, según el contexto en cada caso. Este comité deberá seguir los lineamientos hechos por el equipo corporativo de la filial correspondiente.

#### **e. Comité de Crisis**

Es la instancia encargada de tomar las decisiones y articular los equipos que permitan gestionar los eventos que, por su impacto, hayan alcanzado un nivel crítico.

Este Comité deberá integrarse por empleados de las Compañías que desempeñen cargos de primer y/o segundo nivel jerárquico.

### **Áreas que participan**

#### **a. Áreas de Comunicaciones**

Su función consiste en el acompañamiento al negocio y a los corporativos, liderando la definición de la estrategia de comunicación ante eventos de riesgo reputacional o crisis.

Particularmente, el área de Comunicaciones de Grupo SURA tendrá un rol integrador en la Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional de las diferentes Compañías, no solo en la gestión y el mantenimiento, sino en la prevención y la atención de casos que puedan afectar a las Compañías y al Grupo Empresarial.

#### **b. Áreas de Riesgos**

Son los responsables de velar por la estructuración y correcta implementación de un Sistema de Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional, al tiempo que acompañan a las Compañías en la evaluación y gestión de eventos.

**c. Áreas de Asuntos Legales**

Acompañan el análisis de las situaciones de riesgo reputacional, para identificar y gestionar posibles impactos legales que puedan surgir.

**d. Áreas de negocio afectadas**

Son responsables por alertar de manera oportuna a las instancias definidas por cada Compañía en cualquier evento con el potencial de ocasionar una situación de riesgo o crisis reputacional y participar activamente de la gestión de los eventos de riesgo.

**e. Empleados**

Todos los empleados son responsables de cumplir los lineamientos estipulados en esta política y seguir los procedimientos definidos en el Manual de Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional y sus anexos. Así mismo, deberán notificar de manera oportuna a las instancias definidas, cualquier situación de riesgo o crisis reputacional.

Adicionalmente deberán abstenerse de dar declaraciones en nombre de la Compañía y divulgar información asociada a las situaciones de riesgo reputacional y su correspondiente gestión.

**f. Áreas de Auditoría**

Evalúan el Sistema de Control Interno en torno a la Gestión del Riesgo Reputacional de las Compañías.

**5. Gobernabilidad**

La aprobación de la presente Política está a cargo de la Junta Directiva de Grupo SURA y de las Juntas Directivas de cada una de las Compañías que hacen parte del Grupo Empresarial SURA. Cualquier modificación deberá ser aprobada por estos mismos órganos, en atención a los lineamientos de Grupo SURA.

## **6. Divulgación y actualización**

Esta política se divulgará con todos los empleados y con los grupos de interés de las Compañías que se deban conocer estos lineamientos. La actualización se realizará según los cambios organizacionales, disposiciones legales u otros aspectos que puedan afectar los lineamientos aquí descritos.

## **7. Documentos de apoyo**

Corresponden al Manual de Gestión de Riesgo y Crisis Reputacional del Grupo Empresarial y sus respectivos anexos, así como los documentos que complementan y detallan la gestión de las Filiales.