

**Código de Buen Gobierno**  
Anexo para Suramericana, S.A.  
y sus filiales

## 1. ALCANCE Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente anexo está dirigido a todos los grupos de interés de Suramericana S.A., particularmente a los colaboradores, los integrantes de las Juntas Directivas, Comités, Directorios y proveedores.

Este documento establece el estándar mínimo que en materia de conducta deben cumplir sus destinatarios. En caso de que el estándar regulatorio de cualquiera de las jurisdicciones donde Suramericana S.A. tenga presencia sea más estricto a lo aquí establecido, se deberá dar aplicación a dicho estándar.

## B. REGULACION DE ALGUNOS ASPECTOS ESPECIFICOS REFERIDOS A SURAMERICANA S.A., SUS FILIALES Y SUBSIDIARIAS

### 1. Regalos y atenciones

De acuerdo con el numeral 7º, del Capítulo IV, sobre PRÁCTICAS DE NEGOCIO. ACTUAMOS CON CONVICCIÓN, y con el fin de reforzar la aplicación de este estándar de conducta, así como evitar cualquier acto, real o percibido, de corrupción o conflicto de interés, se amplía en la presente sección lo relativo a la Política de Regalos y Atenciones aplicables para Suramericana S.A.

Se espera el más alto nivel de conducta de parte de todos los administradores, colaboradores y de aquellos terceros con los que Suramericana S.A., sus filiales y subsidiarias, establezcan relaciones comerciales o institucionales.

Para efectos de un mejor entendimiento, de cara al desarrollo de la presente sección, es necesario atender las siguientes definiciones:

**“Atención/es”.** Significa beneficios tales como:

- Invitaciones a consumir alimentos
- Boletos para eventos;
- Transportación y hospedaje.

**“Regalo/s”.** Significa cualquier beneficio (financiero o no) diferente a una “Atención” otorgado por un colaborador de Suramericana S.A. a un tercero o viceversa. Los beneficios también incluyen cualquier prestación de servicios o de bienes a precios menores a los precios del mercado.

**“Servidor Público”.** Se considerarán como tales a las siguientes personas:

- Cualquier Servidor, empleado o persona con cargo oficial, elegido por elección popular o nombrados por el gobierno, incluyendo Servidores en cargos legislativos, administrativos o judiciales de cualquier índole.
- Cualquier persona que ejerza una función pública o actúe en nombre de cualquier gobierno incluyendo órganos de salud gubernamental.
- Cualquier persona que preste sus servicios a organizaciones internacionales como, por ejemplo, las Naciones Unidas o el Banco Mundial.
- Partidos políticos, sus colaboradores o candidatos a cargos de elección popular.
- Empleados de empresas públicas, paraestatales o controladas por el Estado.

**“Empresas de propiedad estatal”.** Se hace referencia a cualquier organismo o empresa en donde el gobierno tiene el control substancial o mayoritario, inclusive si alguna porción del capital social está en manos de otras entidades particulares o dentro del público inversionista; a manera de ejemplo, podemos referirnos a fondos soberanos, fondos de pensiones del Estado, entidades de economía mixta, entre otros.

**“Terceros”.** Terceras personas con las que Suramericana S.A. está realizando negocios; entidades o personas que prestan servicios o actúan en nombre de la Compañía.

Se incluyen como terceros que prestan servicios o actúan en nombre de la Compañía a distribuidores, brokers, intermediarios, agentes, publicistas, corredores, consejeros, consultores, proveedores, subcontratistas, servicios de outsourcing, joint ventures y socios.

### **Obligaciones para los colaboradores**

Está estrictamente prohibido ofrecer, aceptar o comprometerse en cualquier actividad que pueda dar lugar a la percepción de estar aceptando u ofreciendo algún tipo de soborno o estar involucrado en algún acto de corrupción.

Los colaboradores y terceros, no podrán directa o indirectamente, entregar, prometer, pagar, solicitar, requerir o estar de acuerdo en recibir o aceptar cualquier objeto de valor, si al hacerlo:

- Violan el contenido del presente Código de Conducta y Anexo
- Puede ser percibido como un acto de soborno o de corrupción
- Se influencia, pretende influenciar o da la apariencia de influenciar cualquier acto o decisión de alguna persona, incluyendo el sugerir o inducir a hacer u omitir hacer algo; que es o sea deshonesto, ilegal, o bien pueda producir que se pierda la confianza en dicha persona.
- Se lleva a cabo mientras que el receptor oculta la petición, promesa, oferta o Regalo a su empleador
- Haga que el receptor se sienta obligado a hacer algo en favor de Suramericana S.A. o que un colaborador de la Compañía se sienta comprometido a hacer algo en favor de un tercero
- Asegure, mantenga u obtenga un negocio o alguna ventaja en los negocios al inducir a alguien a realizar sus funciones de una manera inapropiada.

La alta dirección de Suramericana S.A. y cada una de sus filiales y subsidiarias es responsable de monitorear los riesgos que tengan que ver con actos de corrupción o soborno.

### **Reglas para regalos y atenciones dirigidos u ofrecidos a/por particulares**

Debe darse estricto cumplimiento a las reglas establecidas en materia de Regalos y Atenciones con el objeto de evitar la percepción o materialización de eventos de soborno, actos de corrupción o situaciones que conlleven la causación de un conflicto de intereses. De acuerdo con lo anterior, los Regalos y Atenciones ofrecidos o aceptados tienen que ser razonables en cuanto a costo, cantidad y frecuencia. Adicionalmente, se encuentra estrictamente prohibido ofrecer o recibir Regalos o Atenciones cuando involucren actividades, productos o servicios que puedan llegar a ser considerados contrarios al orden público, las buenas costumbres o que vayan en contra de los Principios corporativos de Suramericana S.A. Los Regalos y Atenciones deben ser acordes a lo establecido en las leyes aplicables y dentro del contexto de los estándares de la industria, no pudiendo dar lugar a conflictos de interés a quienes se les ofrece.

La recepción u ofrecimiento de Atenciones deberá ser aprobada por el jefe inmediato quién deberá verificar el propósito de la misma y determinar que con éste no se dé lugar a un conflicto de interés real o percibido. En caso de que existan dudas, deberá consultarse con el Comité de Ética de la Compañía.

En ningún caso, podrá recibirse dinero en efectivo o cualquier tipo de equivalente, como por ejemplo, cheques de viajero, monederos electrónicos, monedas o metales preciosos. Asimismo, no se podrán recibir Regalos o Atenciones en el domicilio particular.

Los colaboradores que tengan alguna duda en cuanto a si un Regalo o Atención cumple con las presentes disposiciones deberán consultarlo con el Comité de Ética de la Compañía.

En caso de que el Regalo exceda los parámetros aquí establecidos, deberá ser devuelto al remitente, informándosele sobre la existencia y exigibilidad de este lineamiento. En caso de no ser posible su devolución, serán entregados al área de Talento Humano y/o a la Fundación SURA para su donación, informándose, en todo caso, al remitente acerca de dicha situación.

Tratándose de viajes nacionales a convenciones o eventos académicos que sean pagados por proveedores, se deberá contar con la aprobación del Jefe Directo y, en aquellos eventos en que se estime pertinente, del Comité de Ética. Si la invitación consiste en un evento internacional, deberá ser aprobado por el CEO respectivo (en caso de tratarse de una filial o subsidiaria) o del Vicepresidente correspondiente (cuando corresponda a un colaborador de la oficina corporativa).

En todo caso, para otorgar esta autorización, deberá tenerse en consideración:

- La importancia, relevancia y beneficio de la actividad académica para la Compañía;
- El hecho de que con la participación no se genere un mensaje confuso (real o presunto) a un proveedor o a cualquier grupo de interés, en el sentido de que éste está favoreciendo o se podrá favorecer de alguna manera en su relación con la Compañía;
- Que el evento y la invitación no sea dirigida en forma exclusiva y privada a la Compañía si no a un conjunto abierto de clientes del Proveedor actual o potencial;
- Que el valor de la inscripción del evento no resulte exorbitante o desproporcionado;
- Un mismo colaborador no deberá asistir a más de dos eventos al año ofrecidos por el mismo Proveedor, ni a más de tres eventos en total de distintos proveedores en un mismo año. Cualquier colaborador podrá asistir a eventos de carácter académico que se realicen en su ciudad y a los que sea invitado por un Proveedor actual o potencial.

Están estrictamente prohibidos los viajes pagados por Proveedores con fines exclusivamente recreativos.

### **Reglas para regalos y atenciones dirigidos u ofrecidos a/por servidores públicos**

Está estrictamente prohibido ofrecer Regalos y Atenciones a Servidores Públicos. Todas las excepciones deberán ser analizadas y autorizadas por el Comité de Ética respectivo.

En caso de recibir un Regalo o Atención por parte de un Servidor Público se debe comunicar inmediatamente al Jefe Inmediato y consultar con el Comité de Ética la posibilidad de aceptar el mismo.

### **Sanciones**

Las faltas a lo señalado en la presente política pueden traer como consecuencia sanciones de carácter administrativo o penal, independientemente del daño reputacional que dichas faltas le puedan generar a la Compañía. En adición a las sanciones antes señaladas, cualquier colaborador que sea sorprendido en prácticas de corrupción o quebrantando los principios contenidos en la presente política se verá afectado mediante las acciones disciplinarias contempladas en las leyes laborales aplicables, el Contrato de Trabajo y el Reglamento Interno de Trabajo.

## **2. LIBRE COMPETENCIA**

Las actividades que involucren la limitación de la competencia, la restricción del comercio y otras prácticas con propósitos monopólicos, anticompetitivos o desleales cuya intención es dominar el mercado, en forma poco profesional o ilegal, pueden violar las leyes antimonopolio y de competencia económica.

Estas prácticas pueden afectar la reputación de la Compañía y la capacidad de llevar a cabo sus negocios.

### **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 la Compañía;
- Acuerdos de Estandarización, entendiendo por tales, aquellos que tienen por objeto 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 los clientes, distribuidores y proveedores, se debe evitar directa o indirectamente:

- 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.

#### **Asociaciones de carácter Gremial:**

Las asociaciones de carácter gremial, desempeñan funciones políticas, realizan actividades para sus miembros y desarrollan actividades regulatorias y económicas.

La participación en asociaciones de comercio es legal, sin embargo, puesto que involucra contactos con competidores, las asociaciones gremiales también generan un riesgo para la libre y leal competencia cuando las actividades de las asociaciones gremiales van más allá del propósito para la cual fueron creadas, generando acuerdos con la competencia en determinadas materias sensibles o prohibidas.

En ese sentido, es importante que todos los colaboradores que participen, en nombre de Suramericana S.A., sus filiales y subsidiarias en agremiaciones, identifiquen y conozcan que estas no podrán:

- Promover o ejecutar acuerdos y actos contrarios a la libre competencia;
- Repartir la participación de mercados o establecer pactos en licitaciones o concursos, entre otros;
- Influir en el comportamiento y las opiniones de sus asociados, frente a aspectos que afectan el desempeño del mercado;
- Realizar acuerdos para la fijación directa de precios, condiciones de venta o comercialización.

Cuando se participe en reuniones con asociaciones gremiales no se deberán sostener discusiones formales o informales relacionadas con estos temas.

Es muy importante entender que ciertas decisiones de las entidades gremiales podrían ser consideradas como restrictivas a la libre competencia, por ejemplo, podemos mencionar:

- Aquellos eventos en que la pertenencia a la entidad sea establecida como necesaria e indispensable para participar en una actividad económica;

- Cuando los requisitos de entrada a la asociación no sean objetivos o resulten discriminatorios;
- Cuando se establezca la obligación de suministrar información comercial detallada y sensible;
- Cuando se pacten restricciones en materia de publicidad, diferentes a aquellas determinadas por la Ley;
- Cuando se establecen códigos o acuerdos que regulan precios y otras prácticas comerciales que limitan la libertad de competir.

Para mayor claridad, enunciamos a continuación algunos de los asuntos que normalmente se pueden tratar y discutir en el ámbito de las asociaciones de carácter gremial:

- Proyectos normativos en curso, propuestas sobre los mismos y sus implicaciones para la industria;
- Estrategias de seguimiento y participación en las iniciativas regulatorias;
- Información general relacionada con nuevos desarrollos técnicos, ideas e inventos (si es pública);
- Datos estadísticos, investigaciones de mercado y estudios de la industria en general, en el entendido que estas estadísticas sean del conocimiento público.

Como recomendación, es importante conocer con anticipación el orden del día que se desarrollara en las reuniones gremiales en las cuales se participa. Si en la reunión se incluyen temas inadecuados, según se describe en los párrafos anteriores, los colaboradores deben abstenerse de participar en la reunión o, si es el caso, abandonar la misma, solicitando se registre su retiro.

Cualquier inquietud referida a los asuntos mencionados, deberá ser canalizada con el Comité de Ética respectivo.

### **Reglas antimonopolio:**

En aquellos eventos en que las filiales y subsidiarias de Suramericana S.A. ostenten una posición dominante en un mercado, deberán tomarse todas las medidas tendientes a evitar que la Compañía pueda incurrir en una práctica que pueda dar lugar al abuso de dicha posición. No existe una regla precisa para determinar cuándo una compañía ostenta una posición dominante en el mercado. Sin embargo, cualquier evento en el que se presente una participación de mercado que exceda el 50% del mismo será siempre, por sí misma, evidencia de una posición dominante. Una posición dominante de mercado también podría configurarse en aquellos eventos en que exista una brecha importante entre la participación de mercado de una compañía y las participaciones de sus competidores. En ese sentido, hasta una participación de mercado relativamente pequeña podría llegar a ser considerada una posición dominante.

Adquirir poder de mercado a través de una competencia legítima o a través de mejores productos y servicios, visión para los negocios o antecedentes históricos es totalmente permisible y legal. Sin embargo, ciertas prácticas pueden dar lugar a responsabilidades particulares, cuando una compañía tiene una posición dominante en ciertos mercados. Derivado a lo anterior no se puede:

- 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, a transacciones o clientes equivalentes o diferentes.

El Comité de Ética 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.

### **3. PARTICIPACIÓN EN JUNTAS DIRECTIVAS Y ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN DE FUNDACIONES, CORPORACIONES, UNIVERSIDADES, GREMIOS:**

Los miembros de las Juntas Directivas de las Compañías y los colaboradores de las mismas, deberán informar a la Sociedad, a través de la Junta Directiva los primeros, y de su jefe inmediato, los segundos, acerca de su participación a título personal, en otras Juntas o Consejos de empresas comerciales o entidades sin ánimo de lucro.

### **4. COMITÉS DE ÉTICA Y LÍNEA ÉTICA:**

La Compañía contará con un Reglamento del Comité de Ética y de la Línea Ética que regulara los aspectos fundamentales de su funcionamiento, el cual hará parte integrante del presente documento como un Anexo.

### **5. CÓDIGO DE ÉTICA DEL AUDITOR INTERNO:**

La Compañía cuenta con un Código de Ética del Auditor Interno el cual abarca los principios corporativos y los principios propios del auditor interno, además de las reglas de conducta que son relevantes para la profesión y práctica de la auditoría interna.

Este Código hacer parte integrante del presente Código mediante un Anexo.

### **6. CÓDIGO DE CONDUCTA PARA PROVEEDORES:**

Suramericana S.A. cuenta con un Código de Conducta que entrega las orientaciones para el relacionamiento con los proveedores de las Compañías.

Todos los proveedores de la Compañía deberán tener acceso a la Línea Ética de la Compañía.

Este Código hacer parte integrante del presente Código mediante un Anexo.

### **7. PROPIEDAD INTELECTUAL:**

Es de suma importancia proteger y respetar la propiedad intelectual propia y de Terceros.

La descarga sin permiso de música, publicaciones, videos, software o cualquier otro elemento protegidos por derechos de autor es ilegal y va en contra de las políticas de Suramericana S.A.

No acatar esto puede tener como consecuencias medidas disciplinarias y las consecuencias establecidas en las leyes laborales aplicables, el respectivo Contrato de Trabajo y en el Reglamento Interno de Trabajo, si aplica, de la respectiva Compañía. 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. La violación a los derechos de propiedad intelectual o industrial, incluyendo la revelación de secretos pudiera estar tipificado como delito en las legislaciones aplicables.

Cualquier trabajo desarrollado por colaboradores, contratistas o proveedores dentro del marco de la relación contractual con la Compañía, deberá ser definido como propiedad de la Compañía. Cuando se trate de contratistas o proveedores externos, se deberá regular adecuadamente esta situación en los contratos y acuerdos celebrados. Asimismo, todo trabajo que pueda ser objeto de cualquier derecho de propiedad intelectual deberá ser revelado inmediatamente al área de Legal para su gestión o registro.

La Compañía cuenta con una Política de Propiedad Intelectual la cual hace parte integrante del presente Código, vía Anexo.

## **ANEXOS**

1. Política Marco Antifraude y Anticorrupción.
2. Manual para la Prevención de Lavado de Activos.
3. Procedimiento para la Resolución de Situaciones de Conflictos de Interés.
4. Política de Gestión de Proveedores y Compras.
5. Política de Privacidad y Tratamiento de Datos Personales.
6. Política de Propiedad Intelectual del Grupo Empresarial SURA.
7. Reglamento del Comité de Ética.
8. Reglamento de la Línea Ética.
9. Políticas para la Gestión de Reputación: Relacionamiento con Grupos de Interés y Gestión de Marca del Grupo Empresarial SURA.
10. Código de Ética del Auditor Interno.
11. Código de Conducta para Proveedores.



## **Código de Buen Gobierno**

Anexo para Suramericana, S.A.  
y sus filiales