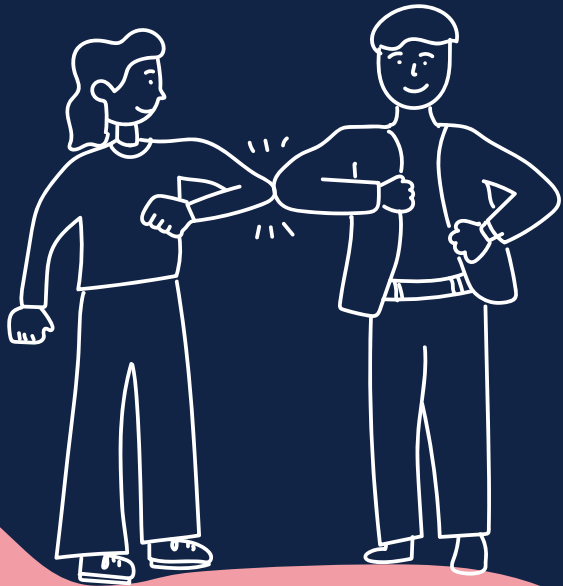


De tu futuro nos ocupamos nosotros.



DE HACERLO
sustentable
TAMBIÉN.

De tu futuro nos ocupamos nosotros.

DE HACERLO sustentable TAMBIÉN.

CAPÍTULO 1

Mensaje del Presidente & CEO de Prudential Seguros

Mensaje del Vice Presidente Ejecutivo & Director de Operaciones de los Negocios Internacionales de Prudential

CAPÍTULO 2

LA EMPRESA

2.1. ¿Quiénes somos?

2.2. Prudential en el mundo

2.3. Prudential en Argentina

2.4. Principios básicos

2.5. Unidades de negocios en Argentina

2.6. Nuestros productos

CAPÍTULO 3

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL REPORTE 2019-2020

3.1. Nuestro camino comprometido con la RSE y la sustentabilidad

3.2. Cuarto Reporte de nuestra gestión sustentable

3.3. Matriz de materialidad

CAPÍTULO 4

NUESTRA GESTIÓN SUSTENTABLE

4.1. Estrategia de RSE & Sustentabilidad

4.2. Pilares estratégicos de gestión sustentable

4.3. Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

4.4. Gobernanza y gestión de la sustentabilidad

4.5. Nuestros grupos de interés

4.6. Espacios de trabajo para la gestión de la sustentabilidad

4.7. Distinciones y Reconocimientos

CAPÍTULO 5

FORTALEZA FINANCIERA

5.1. Prudential Seguros en números

5.2. Gobernanza: la transparencia como eje de nuestro gobierno corporativo

5.3. Ética e Integridad: nuestra manera de hacer negocios

5.4. Prevención de la corrupción

5.5. Política de defensa y fomento de la competencia

5.6. Prevención del fraude y lavado de dinero

5.7. Gestión del riesgo

5.8. Proveedores

CAPÍTULO 6

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

6.1. Nuestros clientes en números

6.2. El seguro de vida: instrumento de protección para nuestros clientes

6.3. Innovación y nuevos desarrollos

6.4. Responsabilidad sobre los productos

6.5. Servicio de atención al asegurado

6.6. Confidencialidad y privacidad de la información

6.7. Acciones de marca, comunicación y posicionamiento

CAPÍTULO 7

ENFOQUE EN EL TALENTO

7.1. Nuestra gente en números

7.2. Nuestros ejes con enfoque en el talento

7.3. El talento, la base de nuestro negocio

7.4. Nuevos talentos: reclutar, participar y acompañar

7.5. Diversidad e inclusión

7.6. Comportamiento ético, canales de diálogo y clima interno

7.7. Ambiente de trabajo saludable y seguro

7.8. Formación y capacitación

7.9. Gestión del desempeño y desarrollo de carrera

7.10. Reconocimientos e incentivos

7.11. Política de remuneraciones

7.12. Conciliación personal-profesional

7.13. Eventos de integración

CAPÍTULO 8

IMPACTO RESPONSABLE

8.1. Nuestro impacto responsable en números

8.2. Impacto en la comunidad

8.3. Impacto en el medio ambiente

CAPÍTULO 9

TABLA DE INDICADORES GRI STANDARDS, ISO 26.000 Y O.D.S.

bienvenidos ▶▶▶

MENSAJE DEL PRESIDENTE & CEO DE PRUDENTIAL SEGUROS

EL FUTURO ES SUSTENTABLE

En este año tan especial de nuestras vidas comparto la **4ta edición de nuestro Reporte de Sustentabilidad** para rendir cuentas a todos los grupos de interés acerca de nuestra gestión económica, social y ambiental del período comprendido entre **julio de 2019 y junio de 2020**, en línea con el reporte financiero y la memoria contable de la compañía en Argentina.

Aún estamos transitando esta pandemia que ha sido un punto de inflexión en nuestras vidas y en la forma de trabajar. Lo que no cambió es nuestra responsabilidad y compromiso con los que desde hace 20 años cumplimos con la misión de Prudential Seguros: “brindar tranquilidad financiera y paz de espíritu a nuestros clientes”. **Hoy más que nunca ratificamos el valor de un seguro de vida, no sólo como un instrumento financiero, sino también como una herramienta de tranquilidad para cada grupo familiar.**

A partir de marzo de 2020 tuvimos que reacomodarnos a este contexto de pandemia, reconfigurando muchas de las interacciones con nuestros grupos de interés, algunas de manera súbita, otras acelerando un proceso que ya veníamos transitando.

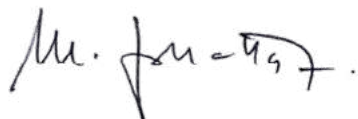
La transformación digital ya era parte de nuestra operatoria. Esto nos permitió una rápida adaptación de la totalidad de los colaboradores de Prudential Seguros al trabajo remoto, sin afectar los vínculos con nuestros clientes, tampoco nuestra actividad comercial. Sin dudas que esta modalidad se consolidará de aquí en adelante.

Supimos acompañar a cada colaborador de Prudential en su bienestar personal y familiar, garantizando la óptima infraestructura de trabajo, pero, sobre todo, manteniendo la motivación y el espíritu de equipo entre todos. También honramos todos los compromisos con nuestros proveedores, inclusive, facilitando condiciones y apoyo ante este escenario marcado por la incertidumbre. De igual manera, reforzamos nuestro compromiso con las dificultades de las comunidades a través de nuestras acciones de responsabilidad social.

Siento que hemos podido estar cerca de nuestros grupos de interés, haciendo que este contexto sea un poco más previsible. Nada de esto hubiera sido posible sin el compromiso y el esfuerzo de cada integrante de Prudential Seguros. A lo largo de este reporte podrán conocer en detalle todas nuestras acciones en respuesta a la pandemia COVID-19, inclusive con el testimonio y la voz de cada protagonista de nuestra organización.

Desde hace más de 140 años a nivel mundial, estamos guiados por nuestros valores y el cumplimiento ético para mantener y cumplir cada promesa y expectativa de los grupos de interés. Somos una compañía en la cual nuestros clientes confían y lo demostramos con cada una de nuestras acciones y decisiones, aún en los momentos más críticos. Porque nos ocupamos del futuro de las personas, y de hacerlo sustentable también.

Con afecto,



Mauricio Zanatta

Presidente & CEO
Prudential Seguros



MENSAJE DEL VICE PRESIDENTE EJECUTIVO & DIRECTOR DE OPERACIONES DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES DE PRUDENTIAL

¿Cómo respondió Prudential al COVID-19 en nombre de sus partes interesadas?

En Prudential, nos guiamos por nuestro propósito, mejorar vidas resolviendo los desafíos financieros de nuestro mundo cambiante, que incluye estar ahí para nuestros colaboradores, nuestros clientes y nuestras comunidades, especialmente en tiempos como estos.

La Compañía cree que todos sus negocios pueden mantener el trabajo remoto y el distanciamiento social por un período indefinido, a la vez que garantiza que las operaciones comerciales críticas se mantengan.

Prudential ha soportado acontecimientos desafiantes e imprevistos a lo largo de sus 145 años de existencia, y esta pandemia no es diferente.

¿Cuál es la importancia de la conducta empresarial responsable para hacer frente a estos tiempos difíciles?

*La principal prioridad de Prudential es la seguridad y el bienestar de nuestros clientes y colaboradores. **Proporcionar protección y tranquilidad** es lo que hacemos. Prudential reconoce los desafíos financieros a los que se enfrentan algunos de nuestros clientes en estos tiempos inciertos y seguimos dispuestos a ayudar, sobre todo a aquellos los clientes que están experimentando dificultades financieras como resultado de COVID-19.*

Mirando hacia el futuro, ¿cuáles son los principales retos para Prudential en términos de sustentabilidad?

*Prudential se compromete a utilizar su **plataforma para liderar el progreso social en los problemas urgentes** a los que se enfrenta nuestro país y nuestro mundo, incluida la crisis climática, los devastadores efectos para la salud y la economía de la pandemia de COVID-19 y la garantía de un futuro en el que el racismo y el trato desigual no tengan ningún lugar.*

*Ser parte de la solución es un imperativo moral y nos convierte en un mejor empleador, socio comunitario y empresa obsesionada con el cliente, ofreciendo **crecimiento para nuestras partes interesadas a largo plazo**.*

Celebramos los esfuerzos de Prudential Seguros para crear valor de largo plazo con sus grupos de interés a través de la publicación del reporte de sustentabilidad.

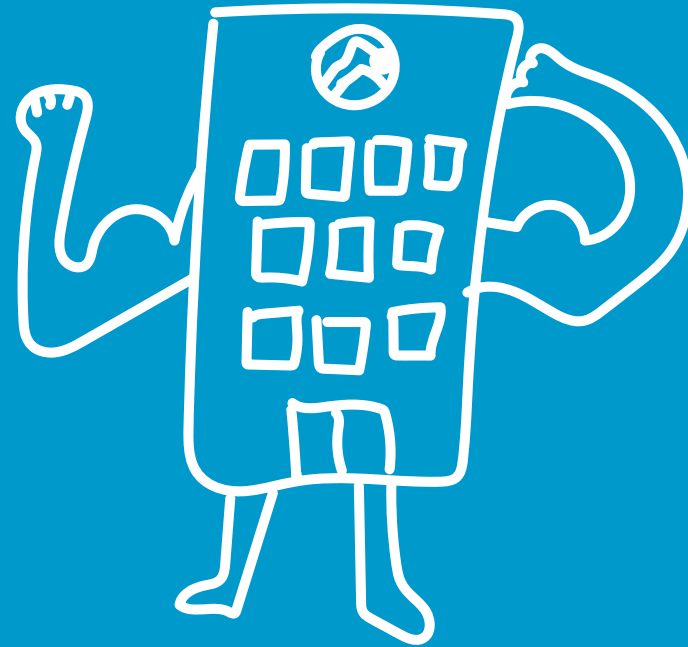
En Prudential, donde sea que hagamos negocios, nuestro objetivo es tener un impacto continuo y positivo en las comunidades que nos rodean.



Scott Sleyster

Vice Presidente Ejecutivo & Director
de Operaciones de los Negocios
Internacionales de Prudential





LA EMPRESA



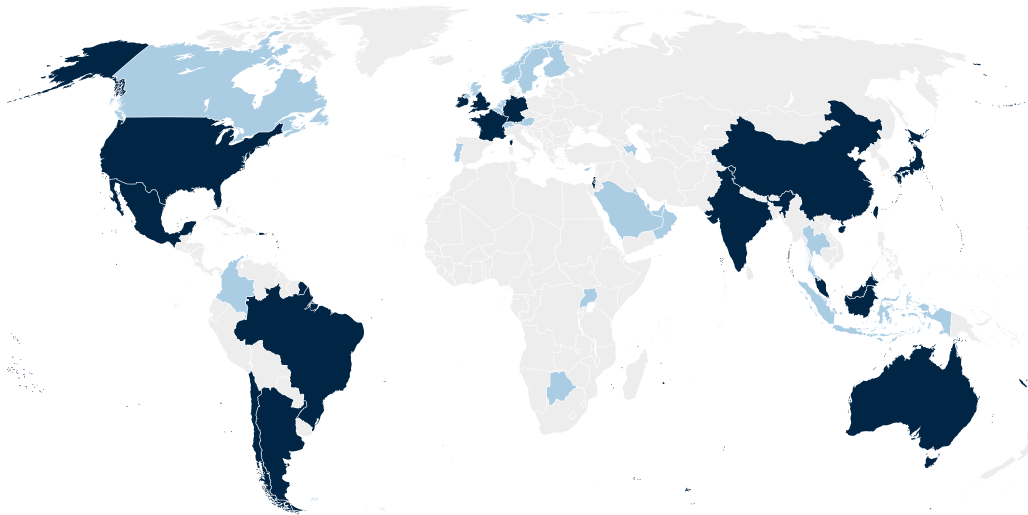
Mirá el video donde los líderes de las distintas unidades de negocios y canales de venta nos cuentan acciones, aprendizajes y desafíos en respuesta al COVID-19.

PRUDENTIAL EN EL MUNDO

Prudential Financial con sede en Newark, Estados Unidos, es una de las instituciones financieras más grandes del mundo. Ofrece una amplia gama de productos y servicios que incluyen seguros de vida, planes de pensión, servicios relacionados con el retiro, fondos mutuos y manejo de inversiones.

Países en los que operamos con presencia de colaboradores, clientes individuales y corporativos.

Países con presencia de clientes individuales y corporativos, sin presencia de colaboradores.



PRUDENTIAL FINANCIAL EN NÚMEROS AL 31.12.2019



MÁS DE 140 AÑOS DE PRESENCIA



50.511 COLABORADORES



PRESENCIA EN 40 PAÍSES ALREDEDOR DEL MUNDO



USD 1.377 BILLONES DE ACTIVOS BAJO GESTIÓN



USD 4.123 BILLONES DE SEGUROS DE VIDA VIGENTES EN TODO EL MUNDO

PRUDENTIAL EN ARGENTINA

A PARTIR DEL 16 DE MARZO 2020, TODOS LOS COLABORADORES TRABAJAN DE FORMA REMOTA. TODAS NUESTRAS OFICINAS Y AGENCIAS PERMANECIERON CERRADAS PRIORIZANDO EL CUIDADO DE LA SALUD.



Oficina central en CABA

8 Agencias:
5 en Buenos Aires
1 en Mendoza
1 en Córdoba
1 en San Juan

20 AÑOS DE PRESENCIA EN EL PAÍS

PRUDENTIAL SEGUROS EN NÚMEROS

	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019	07.2017 06.2018	07.2016 06.2017
Colaboradores	392	383	360	357
Facturación	\$5.943 millones*	\$4.064 millones*	\$1.822 millones	\$1.394 millones
Patrimonio Neto	\$3.404 millones*	\$2.949 millones*	\$944 millones	\$826 millones
Disponibilidades e inversiones	\$25.879 millones*	\$21.189 millones*	\$8.598 millones	\$5.057 millones

* Prudential Seguros a partir de los Estados Contables al 30.06.2020 debe presentar los mismos ajustados por inflación al igual que los saldos comparativos, siguiendo los lineamientos de las normas contables profesionales cómo así también los de su regulador la SSN.

Unidad de negocio Vida Individual

	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019	07.2017 06.2018	07.2016 06.2017
Pólizas vigentes	42.485	43.209	45.634	45.629
Nuevos negocios emitidos	6.340	5.596	6.754	6.824
Participación en mercado de seguros vida individual	19,07%*	18,64%	16,35%	16,71%

* Cifras de Balance Local a Marzo 2020 (Julio 2019 a Marzo 2020)

Unidad de negocio Distribution Partners

	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019	07.2017 06.2018	07.2016 06.2017
Pólizas vigentes	2.153	2.051	1.987	1.429
Nuevos negocios emitidos	1.380	1.092	1.905	1.103
Vidas aseguradas	860.352	242.253	244.117	185.407
Participación en mercado de seguros vida colectivo	1,38%*	1,03%	0,77%	0,7%

* Cifras de Balance Local a Marzo 2020 (Julio 2019 a Marzo 2020)

Canal de venta digital

	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019	07.2017 06.2018
Vidas aseguradas	169	64	24

2.1 QUIÉNES SOMOS

Prudential ayuda a personas y empresas a cuidar y hacer crecer su patrimonio. Este compromiso está basado en una sólida relación con sus clientes, en una marca fuerte y en una compañía formada por profesionales de clase mundial.



Por quinto año consecutivo, Prudential logró el primer lugar del Ranking “Compañías más Admiradas del Mundo” de la Revista Fortune en la categoría “Seguros: Vida y Salud”



Somos uno de los Mejores Lugares para Trabajar en Argentina:

Hemos obtenido en 2019 el puesto 10 en la categoría entre 251 a 1.000 colaboradores en la encuesta Great Place to Work®.



Por sexto año consecutivo, Prudential fue reconocida como una de las compañías más éticas del mundo por Ethisphere.



2.2. PRUDENTIAL EN EL MUNDO



“La persona que trabaja en el ámbito de seguros de vida debería ser un misionero del amor”

John Dryden | Fundador de Prudential 1875



El símbolo de la roca que caracteriza a la empresa, es un ícono de fortaleza, estabilidad, experiencia e innovación desde hace más de un siglo.

Nace en 1875 con el propósito de ayudar a las personas a prepararse para el futuro y proteger el bienestar de sus familias. Con esta convicción, el fundador de la empresa, **John Dryden**, creó opciones accesibles para ofrecerle a la clase trabajadora acceso a los beneficios de un seguro. Con este legado, Prudential ha ayudado durante más de 140 años a millones de personas a prepararse para el futuro y alcanzar sus metas financieras.

Desde sus comienzos ha personificado el significado de su nombre y ha demostrado la fuerza representada por su icónico símbolo de la **Roca de Gibraltar**. Con los años, la empresa se expandió en inversiones y manejo de bienes, abriendo oficinas en Asia, Latinoamérica y Europa, y manteniendo su compromiso de ayudar a personas y organizaciones a alcanzar seguridad financiera. Al convertirse en una de las instituciones financieras más grandes del mundo, Prudential aún permanece fiel a su marca y símbolo icónico de la Roca. **La empresa es conocida alrededor del mundo por su estabilidad y fortaleza financiera.**

En la actualidad, Prudential Financial está presente en más de 40 países y tiene operaciones en Estados Unidos, Asia, Europa y América Latina.

2.3. PRUDENTIAL ARGENTINA

Prudential se estableció en Argentina el 16 de septiembre de 1998 como parte del despliegue internacional de la compañía hacia mercados en desarrollo.

Así nace **Prudential Seguros, comenzando a comercializar seguros de vida el 1º de marzo de 2000**, con la apertura de sus primeras agencias y el inicio de las ventas por parte de sus primeros profesionales Life Planner®, asesores que asisten a clientes actuales y potenciales en la selección de las opciones de producto que mejor cubren sus necesidades en cada etapa de la vida.





2.3.1. 20 AÑOS EN EL PAÍS



Prudential

20
AÑOS

Durante todo el año, todo los días 20 hemos festejado y recordado junto con nuestros colaboradores los 20 años de Prudential en Argentina:

Homenajeamos con un evento especial a aquellos primeros colaboradores que cumplieron sus 20 años y confiaron en Prudential cuando todavía era un sueño, compartimos videos testimoniales donde participaron colaboradores que trabajaron en la compañía y realizamos otras acciones como juegos y trivias.

2.4. PRINCIPIOS BÁSICOS

Los principios básicos de Prudential están representados por su Misión, Visión y Valores.

MISIÓN

Ayudar a nuestros clientes a alcanzar seguridad financiera y paz de espíritu.

VISIÓN

Distinguir a Prudential como líder a nivel mundial en servicios financieros, como socio confiable y proveedor de soluciones innovadoras para acrecentar y proteger el patrimonio.

NUESTROS VALORES

Lo que hacemos es tan importante como la forma en la que lo hacemos. Por eso, nuestros valores son la guía cotidiana en el cumplimiento de nuestro objetivo de negocios.



Dignos de confianza: Mantenemos nuestras promesas y estamos comprometidos a realizar actividades comerciales de manera correcta.



Orientados al cliente: Proporcionamos productos y servicios de calidad que satisfacen las necesidades de nuestros clientes.



Respeto mutuo: Tenemos un enfoque integrador y cooperativo, y las personas con diversas experiencias y talentos pueden colaborar y crecer.



Ganamos con integridad: Nos apasiona ser el líder inigualable del sector gracias al logro de resultados superiores para nuestros clientes, accionistas y comunidades.





2.5. UNIDADES DE NEGOCIOS EN LA ARGENTINA

2.5.1 VIDA INDIVIDUAL

Son seguros de vida individuales que brindan una protección completa al asegurado, para acompañarlo y proteger sus necesidades financieras durante toda la extensión de su cobertura. Son comercializados a través de profesionales Life Planner®, nuestra propia fuerza de ventas. Son asesores altamente capacitados para comprender las necesidades de protección de cada cliente y diseñar planes de seguro a medida.

Su asesoramiento va más allá de la emisión de la póliza, ya que estarán junto al cliente en los momentos más significativos de su vida con el objetivo de adaptar el plan de seguros a cada realidad para proteger lo más importante en la vida de las personas: sus seres queridos.

Los asesores Life Planner® son seleccionados a través de un estricto proceso. Desde su ingreso forman parte de un programa de desarrollo profesional continuo diseñado para establecer las competencias necesarias para su crecimiento.



2.5.2 DISTRIBUTION PARTNERS

Son seguros de vida colectivos comercializados a través de brokers y productores de seguros independientes. Surgen en el marco de la estrategia de crecimiento y diversificación de negocios de Prudential Seguros. El área fue creada en 2013 con la expectativa de cubrir las necesidades de las empresas en lo que respecta a la seguridad para sus empleados. A partir de 2015, comenzó a comercializar seguros de Accidentes Personales y Sepelio, cubriendo casi todo el espectro de seguros de personas. Durante 2016 se desarrolló el canal de venta de Affinity para diseñar productos de seguros adaptados a los requerimientos del nuevo esquema de distribución.

En el 2018 lanzamos el seguro de saldo deudor y, junto con él, seguros de vida simples y sencillos, orientados a clientes de nivel socioeconómico medios y bajos. A través de los cuales, reforzamos nuestra misión de ayudar a que cada vez más clientes logren seguridad financiera y paz de espíritu.



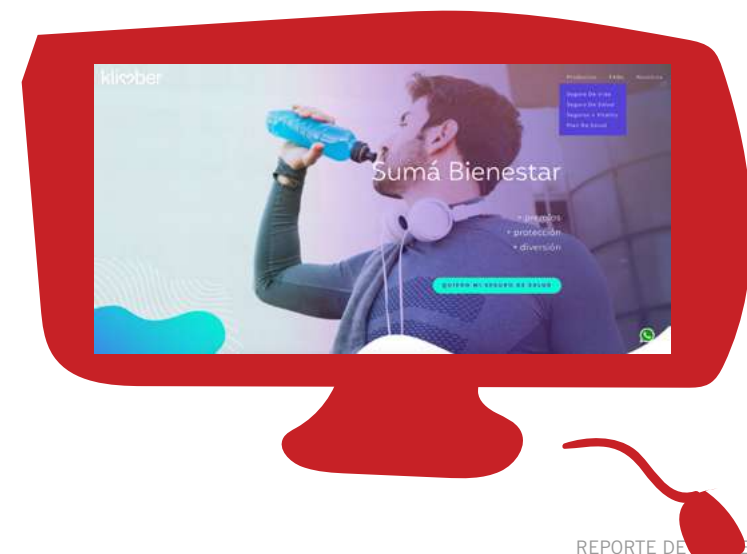
En el año 2020, en contexto de pandemia se realizó la apertura del canal Bancaseguros. Sin embargo, logramos cumplir el objetivo propuesto gracias al aporte de los distintos sectores, y abrir un nuevo canal de distribución para nuestros seguros.

2.5.3 CANAL DE VENTA DIGITAL

Con el propósito de brindar protección a la mayor cantidad de personas y familias de nuestro país, y en búsqueda de una renovación tecnológica, lanzamos en el año 2018 **el canal de venta digital de seguros de vida klimber, una iniciativa de vanguardia para la venta de seguros de vida.** Es una plataforma tecnológica que brinda la posibilidad de contratar un seguro de una manera fácil y dinámica.

En el periodo reportado, estuvimos trabajando para que además, la plataforma Klimber ofreciera la posibilidad de contratar un seguro de salud, y también con la contratación de los seguros de vida y salud, premiar a los asegurados por llevar una vida sana ofreciéndoles el programa Vitality.

klimber®





2.6. NUESTROS PRODUCTOS



Todos nuestros seguros de vida brindan una protección integral y adecuada, aún en situaciones desfavorables e inesperadas como el surgimiento y desarrollo del COVID-19. Ninguno contempla exclusiones relativas a epidemias o pandemias.

2.6.1 SEGUROS PARA PERSONAS

“Seguros de vida pensados según las necesidades de cada familia”.

Este es uno de los conceptos innovadores y diferenciadores de la protección brindada. Cada asesor Life Planner® tiene en cuenta los objetivos, los sueños y el perfil financiero de cada persona en el momento de diseñar la solución más adecuada para cada uno de ellos. Entre los imprevistos que se pueden asegurar se encuentran:

- Fallecimiento del sostén de familia y/o del cónyuge;
- Fallecimiento por muerte accidental;
- Incapacidad total y permanente; Enfermedad terminal; Enfermedad crítica;
- Jubilación insuficiente
- Internación por accidente

Para cubrir todas estas necesidades particulares contamos con los siguientes productos:



PERMANENTE PESOS PLUS: SEGURO DE VIDA PERMANENTE CON CAPITALIZACIÓN

Este producto ofrece una cobertura garantizada por fallecimiento, sin importar el momento en que éste ocurra. También el asegurado está protegido ante un estado de invalidez total y permanente, y podrá elegir realizar el pago de sus primas durante toda la vigencia de la cobertura o por un periodo de tiempo menor.

Además, incluye PruMujer, un plan diseñado especialmente para la mujer. Su propósito es proteger financieramente a la familia de la asegurada, ante imprevistos que pudieran sucederle, con foco en eventos especiales en la vida de la mujer, por ejemplo, el nacimiento y/o adopción de un hijo.

TEMPORARIO PESOS PLUS: SEGURO DE VIDA TEMPORARIO

Es un seguro que se contrata por un período de tiempo determinado. Puede ser renovado y sus beneficios permanecen durante la vigencia de la póliza. Están orientados a necesidades que existen durante un determinado período de tiempo. Ofrece una gran protección durante la vigencia seleccionada con primas accesibles, garantizando cobertura por fallecimiento o invalidez total y permanente.

TAMBIÉN DURANTE EL PERIODO DISEÑAMOS NUEVOS PRODUCTOS.

Sus lanzamientos fueron a partir de agosto de 2020 fuera del alcance de este Reporte:

ÜMA: una plataforma de salud y bienestar que permite realizar consultas médicas virtuales.

Además, cuenta con un servicio de diagnóstico auto asistido (Autonomous) que mediante inteligencia artificial y el ingreso de síntomas a la plataforma, permite tener un diagnóstico presuntivo probable.



Productos de Salud: brindan respaldo ante situaciones de enfermedad o accidente, cubriendo cáncer femenino, cáncer masculino, cáncer Integral, renta diaria por internación por enfermedad o accidente, y cuidados prolongados en el hogar.



Con esta alianza nuestros seguros de vida brindan acceso a Vitality, un programa de bienestar que motiva, a través de premios, a la realización de actividad física y ayuda a generar hábitos saludables para que nuestros asegurados vivan más y mejor.

Somos el primer socio estratégico de Vitality en Argentina, ofreciendo la plataforma como complemento de sus pólizas de vida y salud.

En febrero 2018, Prudential Seguros anunció el acuerdo con Vitality, plataforma tecnológica líder a nivel global que utiliza el poder de los incentivos, los datos y la economía del comportamiento para ayudar a las personas a llevar una vida más sana. El modelo Vitality tiene 22 años de experiencia. Ha sido integrado a diversas compañías de seguros en más de 24 mercados y cuenta con más de 20 millones de miembros. Desde 2019 la plataforma opera con Prudential.

Todos los productos de Vida Individual y Salud emitidos desde el 2 de Marzo de 2020 otorgan acceso al programa de beneficios Vitality, por lo que los asegurados que participan reciben beneficios con foco en la salud, el bienestar y la actividad física.

El programa Vitality usa datos obtenidos por medio de consultas médicas. Las mediciones de presión arterial, glucosa, colesterol y peso sirven para establecer factores de riesgo de salud y determinar un plan de bienestar. La aplicación móvil Vitality brinda datos sobre la



actividad física de los miembros del programa y sobre sus mejoras respecto de su salud, lo que permite dar reconocimientos semanales a quienes cumplan con determinados objetivos. Conforme se cumplan metas específicas, se obtienen puntos para actividades orientadas a desarrollar hábitos sanos. Cuenta con diferentes estatus, Bronce, Plata, Oro y Platino; cuanto más alto sea dicho estatus, más beneficios se obtienen

A partir de esta alianza, Prudential cuenta con permisos de comercialización y otorgamiento de licencias de Vitality a otras aseguradoras o intermediarios del mercado.

En el mes de marzo se realizó el evento de lanzamiento con públicos de interés.





2.6.2 SEGUROS PARA EMPRESAS

Acompañamos a las organizaciones ofreciéndoles la posibilidad de proteger su capital más valioso: las personas. Tenemos soluciones adaptadas a cada necesidad: desde seguros de vida obligatorios hasta aquellos con beneficios especiales para colaboradores o que aseguran la continuidad de un negocio ante algún imprevisto.

SEGUROS DE OBLIGACIONES PATRONALES

Orientados al cumplimiento de los Convenios Patronales y a las obligaciones emergentes de la Ley de Contrato de Trabajo. Por ejemplo: Seguros de Vida Obligatorios, Convenios Colectivos Mercantil, Rural, Pesquero y Ley de Contrato de Trabajo.

SEGURO DE SALUD COLECTIVO

A partir de 2020 comenzamos a proteger a nuestros asegurados con respaldo financiero ante situaciones imprevistas que pudieran afectar su salud.

SEGUROS DE VIDA OPTATIVOS O VOLUNTARIOS PARA EMPRESAS Y GRUPOS

Complementan los seguros de vida obligatorios a través de diferentes modalidades como Múltiplo de Sueldos y Capitales Uniformes, entre otros.

SEGUROS DE SEPELIO PARA EMPRESAS Y GRUPOS

Es una solución que, tanto en la modalidad prestacional (a través de la red de prestadores de servicio en caso de siniestro) o por reintegro (mediante el reembolso del capital contratado en caso de siniestro), les permite a los familiares del asegurado transitar este difícil momento con la calma necesaria.

SEGURO DE ACCIDENTES PERSONALES PARA EMPRESAS Y GRUPOS

Esta cobertura le permite al asegurado estar cubierto por la suma definida en las condiciones particulares de la póliza en caso de sufrir un accidente. Puede ser complementada por diferentes coberturas adicionales, tales como reintegro de gastos médicos y farmacéuticos, fractura de huesos, dislocaciones, quemaduras y discapacidad temporal en el hogar.

SEGURO DE CONTINUIDAD DE NEGOCIOS

Muchas empresas se crearon a base de mucho esfuerzo y sus dueños tienen como objetivo que dicha organización trascienda y brinde un buen estándar de vida a sus familias. Ante un imprevisto, la falta de un adecuado plan de continuidad comercial podría afectar el negocio, ya sea por herederos inexpertos, incertidumbre en los empleados y acreedores o pérdida del valor de mercado de la empresa. Esta solución permite proteger el negocio, asegurando su continuidad.

SEGURO DE EMPLEADO CLAVE

Un empleado clave es aquel cuyo talento, habilidades de conducción y experiencia son vitales para una empresa. Su ausencia podría significar una gran pérdida de dinero para la organización. Este seguro ofrece una solución a medida para anticipar la ocurrencia de este tipo de imprevistos.

SEGURO DE EMPLEADOS EJECUTIVOS

Se trata de beneficios no obligatorios que brinda planes de protección para cubrir financieramente a las familias de ejecutivos de empresas ante imprevistos. Es una opción para brindar un adicional al plan de compensaciones.



PROCESO DE ELABORACIÓN DEL REPORTE



3.1. UN CAMINO COMPROMETIDO CON LA RSE Y LA SUSTENTABILIDAD



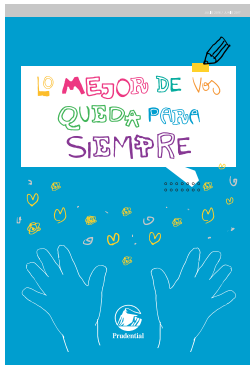
MIRÁ AQUÍ
 La estrategia de sustentabilidad y los reportes de Prudential Financial



A NIVEL CORPORATIVO, DESDE 2011, PRUDENTIAL FINANCIAL RINDE CUENTAS DE SU GESTIÓN SUSTENTABLE A SUS GRUPOS DE INTERÉS CON ALCANCE PARA SU CASA MATRIZ Y SUS OPERACIONES SUBSIDIARIAS EN ESTADOS UNIDOS Y EN EL MUNDO.

3.2. CUARTO REPORTE DE NUESTRA GESTIÓN SUSTENTABLE

Continuamos siendo la única operación internacional de Prudential en reportar su gestión responsable. **Esta publicación es nuestro 4° Reporte de Sustentabilidad. Informa los impactos económicos, sociales y ambientales en Argentina, durante el año fiscal correspondiente al período 01 de julio de 2019 al 30 de junio de 2020.** Está alineado a la presentación del balance contable y financiero de la compañía. Ha sido elaborado siguiendo la Guía G4 Standards del Global Reporting Initiative (GRI) alcanzando la opción "Exhaustiva".



1er Reporte de Sustentabilidad
Julio 2016-Junio 2017

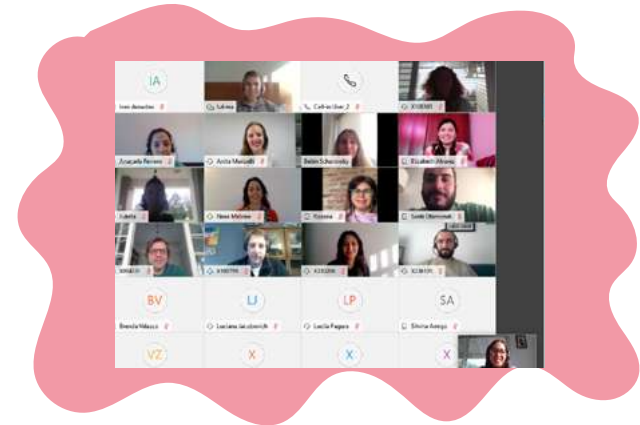


2do Reporte de Sustentabilidad
Julio 2017- Junio 2018



3er Reporte de Sustentabilidad
Julio 2018-Junio 2019

Para su elaboración, conformamos un **Comité Operativo** >>> integrado por colaboradores de distintas áreas de la compañía. Sus contenidos finales fueron validados por el Comité Directivo.



Esta publicación ha sido diseñada nuevamente por **GOTA**, el estudio de comunicación integrante del **Ecosistema de La Usina y la empresa social redACTIVOS**. Es un estudio profesional con valor social, formado por diseñadores, publicitarios y un equipo de creativos con discapacidad intelectual.



Debido al contexto de pandemia, este año no pudimos realizar la **Experiencia Gota** con colaboradores. El material gráfico del reporte se realizó de manera virtual e interna entre el equipo de Gota.



El presente reporte, se puede descargar y/o consultar desde el sitio web: www.prudentialseguros.com.ar



Cualquier consulta y/o sugerencia debe ser dirigida a: pruprotege.argentina@prudential.com

3.3. MATRIZ DE MATERIALIDAD

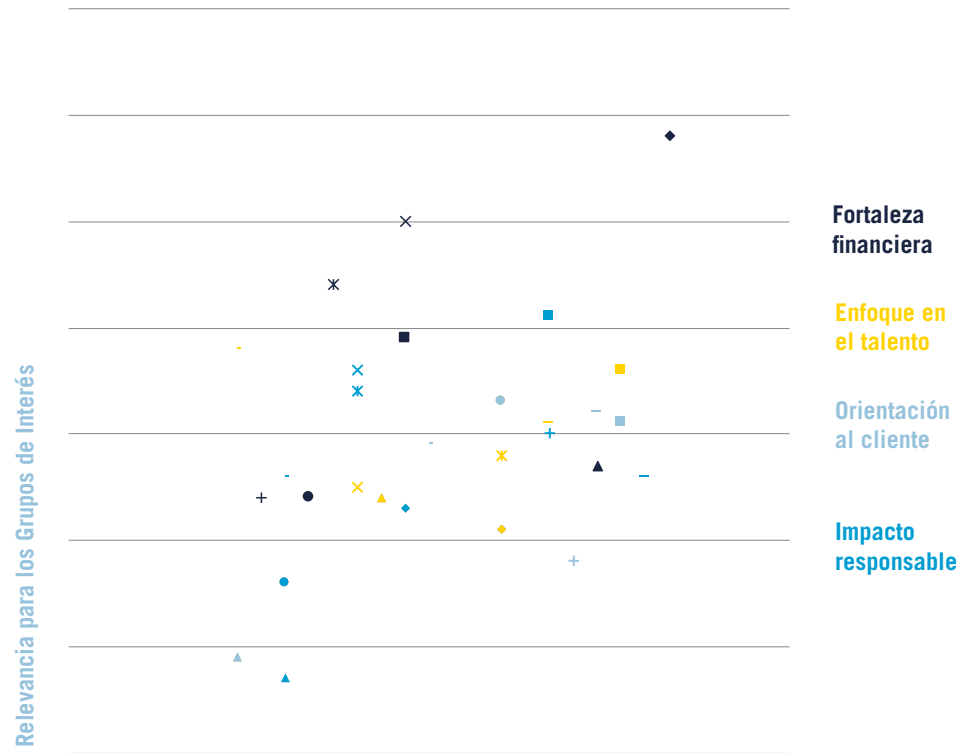
IDENTIFICACIÓN DE TEMAS MATERIALES

- ▶ Documentos sobre tendencias globales del sector
- ▶ Investigaciones de la industria y mejores prácticas del sector,
- ▶ Suplemento sectorial de GRI de servicios financieros,
- ▶ Los reportes de sustentabilidad de Prudential Financial,
- ▶ Entrevistas en profundidad a stakeholders estratégicos,
- ▶ Opinión de los integrantes de Prudential en Argentina.

PRIORIZACIÓN a través de relevamiento de expectativas a grupos de interés.

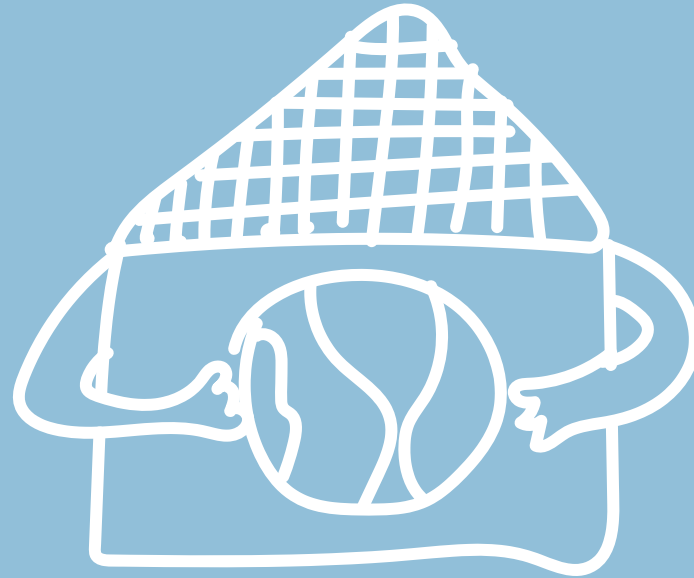
VALIDACIÓN DE LA ALTA DIRECCIÓN

A PARTIR DE TODO ESTE PROCESO DE ANÁLISIS DEL CONTEXTO DE SUSTENTABILIDAD Y EL DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS, CONFORMAMOS LA MATRIZ DE MATERIALIDAD QUE INCLUYE LOS ASPECTOS MATERIALES RELACIONADOS CON LOS 4 PILARES DE NUESTRA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD:



Relevancia para Prudential

- | | |
|--|---|
| ◆ Ética y transparencia en el negocio | ● Servicios de atención al cliente |
| ■ Lucha contra la corrupción | + Gestión de calidad |
| ▲ Solvencia / Desempeño Económico | - Resolución de quejas |
| × Involucramiento de la Alta Dirección en la estrategia de sustentabilidad | - Comunicación y contratos claros y transparentes |
| ✕ Promoción de los derechos humanos | ■ Seguridad y privacidad de datos de los clientes |
| ● Competencia justa | ▲ Innovación y desarrollo en nuevos productos |
| + Gestión del riesgo | ✕ Consumo responsable de recursos naturales y uso eficiente de la energía |
| - Empleo y protección social | ✕ Conformidad ambiental de productos y servicios |
| - Conciliación familia-trabajo | ● Educación ambiental a la sociedad |
| ◆ Formación y desarrollo de colaboradores | + Conciencia Aseguradora |
| ■ Diversidad e inclusión. Igualdad de oportunidades | - Microseguros |
| ▲ Salud y seguridad en el trabajo | - Educación |
| ✕ Formación de empleados en materia de sustentabilidad | ◆ Prevención de la salud |
| ✕ Comunicación y diálogo con empleados | ■ Acceso al empleo |
| | ▲ Donación (Inversión Social) a Organizaciones Sociales |



NUESTRA GESTIÓN SUSTENTABLE

4.1. ESTRATEGIA DE RSE & SUSTENTABILIDAD

La estrategia de sustentabilidad se alinea con nuestro propósito empresarial de “**brindar seguridad financiera y paz de espíritu a nuestros clientes**”. Anhelamos poder acercar protección a la mayor cantidad de personas y familias de nuestro país.

Estamos convencidos que seremos exitosos en alcanzarla en la medida en que podamos crear valor económico, social y ambiental sobre la base de nuestros estándares éticos y las relaciones de calidad con nuestros grupos de interés.

Nuestra estrategia de RSE & Sustentabilidad se propone:

- ▶ fidelizar a los clientes;
- ▶ atraer y retener a los mejores talentos de la industria;
- ▶ atender y adelantarse a regulaciones en materia de sustentabilidad;
- ▶ fortalecer la marca y su reputación;
- ▶ generar los más altos niveles de confianza a los grupos de interés.



NUESTRA GESTIÓN SUSTENTABLE EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Suzanne Klatt

Vice President, Environment & Sustainability Prudential Financial Inc.

¿Cuáles son los principales desafíos para Prudential en términos de sustentabilidad?

“Prudential define la **sustentabilidad** como la forma en que la empresa anticipa y gestiona riesgos y oportunidades futuras para cumplir con sus promesas a largo plazo.

Un desafío para la empresa es evaluar **cuáles son los riesgos y oportunidades ambientales, sociales y de gobierno más importantes**. Para superar este desafío, realizamos una **evaluación de la materialidad en 2018** que identificó y se priorizaron temas de sustentabilidad de acuerdo con la importancia del impacto y la importancia para las partes interesadas a fin de garantizar un enfoque en las cuestiones impactantes que contribuyen a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas**.

Prudential planea llevar a cabo evaluaciones de materialidad cada tres años para asegurar que nuestro establecimiento de objetivos y la presentación de informes estén alineados con los temas y situaciones que representan el mayor riesgo para la empresa”.

¿Cómo ha permitido la estrategia de sustentabilidad de Prudential responder a la pandemia Covid-19?

“Prudential se compromete a utilizar su plataforma para **liderar el progreso social en los problemas urgentes a los que se enfrenta nuestro país y nuestro mundo, incluida la crisis climática, los devastadores efectos para la salud y la economía por la pandemia COVID-19 y la garantía de un futuro de equidad racial**. En Prudential, nos guiamos por nuestro propósito, mejorar vidas resolviendo los desafíos financieros de nuestro mundo cambiante, y eso incluye estar ahí para nuestros empleados, nuestros clientes y nuestras comunidades, especialmente en tiempos como estos”.

4.2. PILARES ESTRATÉGICOS DE GESTIÓN SUSTENTABLE

ORIENTACIÓN AL CLIENTE

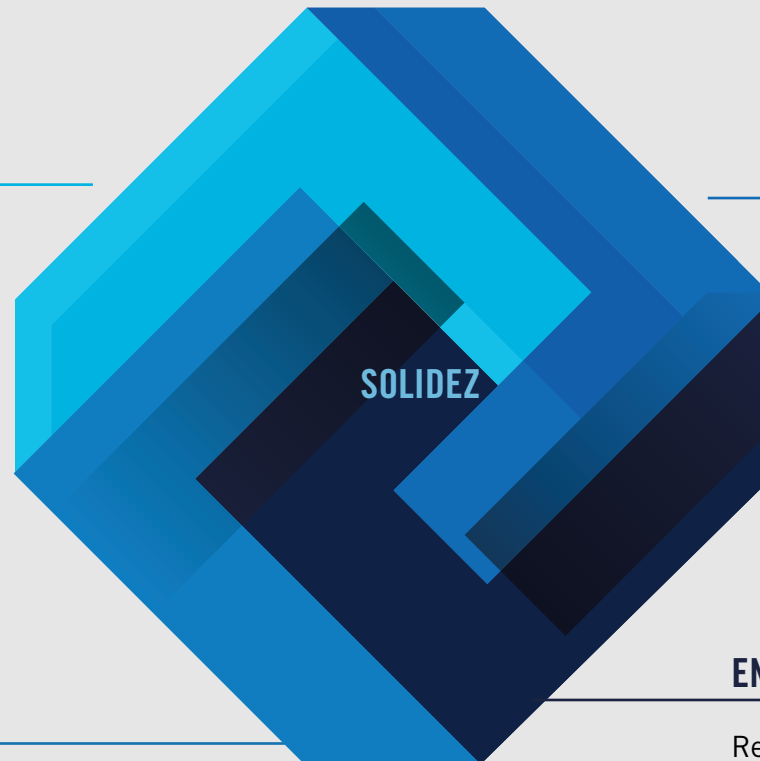


Innovando al generar éxito para los clientes y para una sociedad avanzada.



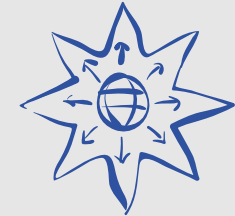
FORTALEZA FINANCIERA

Manejamos riesgos con integridad y disciplinas de probada eficacia.



SOLIDEZ

IMPACTO RESPONSABLE



Compromiso con los grupos de interés para crear éxito compartido e impulsar el progreso en las comunidades.

ENFOQUE EN EL TALENTO



Reclutamiento, participación y retención de talentos diversos para tener éxito hoy y mañana.

NUESTROS PILARES

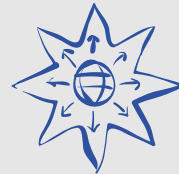
Además, alineados con estos pilares se encuentran nuestros **5 EJES ESTRATÉGICOS** para el período 2015-2020: Desarrollo Comercial & Crecimiento del Negocio, Life Planner® del Futuro, Talento & Staffing, Tecnología & Procesos, Marca & Posicionamiento.



FORTALEZA FINANCIERA

Manejamos riesgos con integridad y disciplinas de probada eficacia.

- Buen desempeño de gobierno con integridad.
- La inversión responsable mantiene los activos trabajando para nuestros clientes.
- La gestión del riesgo impulsa todas nuestras decisiones.
- Equilibramos los rendimientos a corto y largo plazo enraizados en los valores de nuestra empresa.



IMPACTO RESPONSABLE

Compromiso con los grupos de interés para crear éxito compartido e impulsar al progreso en las comunidades en las que operamos.

- Eliminar las barreras a la movilidad financiera y social para todos.
- La participación de los colaboradores fortalece la comprensión y las oportunidades.
- La creación de beneficios mutuos apoya a nuestros clientes y empresas.
- La conciencia ambiental minimiza nuestro impacto en los recursos.



ENFOQUE EN EL TALENTO

Reclutamiento, participación y retención de talentos diversos para tener éxito hoy y mañana.

- La fuerza laboral diversa e inclusiva refleja el mundo en el que hacemos negocios.
- El desarrollo profesional ayuda a los empleados a alcanzar un nivel más alto.
- La eficacia de la vida laboral ayuda a equilibrar ambos mundos.
- La cultura ética refuerza la honestidad y la transparencia.



ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Innovando al generar el éxito para los clientes y para una sociedad avanzada

- La innovación de productos ofrece respuestas inteligentes a las necesidades del cliente.
- El enfoque del cliente crea relaciones y no transacciones.
- Elevando el conocimiento de las finanzas.
- Aumento de la salud financiera impulsa múltiples caminos para todos.

4.3. COMPROMETIDOS CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Trabajamos con el propósito de identificar el impacto y las contribuciones de Prudential Seguros a la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. A partir del análisis de nuestra estrategia de sostenibilidad y la matriz de materialidad pudimos identificar los **8 ODS más prioritarios** y relevantes para nuestra gestión, junto a sus **25 metas específicas**.



NUESTROS ODS ESTRATÉGICOS



NUESTROS ODS RELEVANTES








En el siguiente cuadro presentamos cada uno de nuestros pilares de gestión sustentable, su relación con los aspectos materiales y la correspondencia con ISO 26.000 y las metas de los ODS identificadas.

FORTALEZA FINANCIERA				
ASPECTOS MATERIALES	GRUPO DE INTERÉS	ISO 26.000	ODS	METAS
Solvencia y desempeño económico	Comité de Dirección, Clientes, Accionistas, Brokers de Seguros	Prácticas justas de operación		8.4 8.5 8.8
Competencia justa	Comité de Dirección, Proveedores	Prácticas justas de operación		
Promoción de los DDHH	Todos	DDHH		
Gestión de Riesgos	Todos			
Involucramiento de la Alta Dirección en la estrategia de sustentabilidad	Comité de Dirección	Gobernanza		
Ética y transparencia en el negocio	Todos	Prácticas justas de operación		16.5 16.6 16.7
Lucha contra la corrupción	Comité de Dirección, Colaboradores, Comunidad, Proveedores	Prácticas justas de operación		

ORIENTACIÓN AL CLIENTE				
ASPECTOS MATERIALES	GRUPO DE INTERÉS	ISO 26.000	ODS	METAS
Servicios de Atención al cliente	Clientes	Asuntos de Consumidores		12.2 12.8
Gestión de Calidad				
Resolución de Quejas y Reclamos				
Comunicación y Contratos Claros y Transparentes	Clientes	Asuntos de Consumidores		13.1 13.3
Seguridad y Privacidad de Datos de los Clientes				
Criterios Sociales y Ambientales en el Diseño y Venta de los Productos	Clientes - Medio Ambiente			
Conformidad Ambiental de Productos	Clientes - Medio Ambiente	Cuidado del Medio Ambiente		16.5 16.6 16.12
Innovación en Nuevos Productos y Desarrollo	Clientes	Asuntos de Consumidores		

ENFOQUE EN EL TALENTO				
ASPECTOS MATERIALES	GRUPO DE INTERÉS	ISO 26.000	ODS	METAS
Salud y Seguridad en el Trabajo	Colaboradores y sus familias	Prácticas Laborales		3.6
Conciliación Familia - Trabajo				3.8
Diversidad e Inclusión. Igualdad de Oportunidades	Colaboradores y sus familias	Prácticas Laborales		4.3
Formación y Desarrollo de Colaboradores				4.4
				4.5
Sensibilización y Formación de Colaboradores en materia de Sustentabilidad	Colaboradores y sus familias	Prácticas Laborales		5.4 5.5
Empleo y Protección social	Colaboradores y sus familias	Prácticas Laborales		8.5 8.8
Comunicación y diálogo con colaboradores	Colaboradores y sus familias	Prácticas Laborales y Prácticas Justas de Operación		16.6 16.7

IMPACTO RESPONSABLE					
ASPECTOS MATERIALES	GRUPO DE INTERÉS	ISO 26.000	ODS	METAS	
Prevención de la Salud	Comunidad	Participación activa y desarrollo de la comunidad		3.6	
				3.8	
				3.10	
Acceso a la Educación					4.1
				4.3	
				4.4	
	4.5				
	4.6				
Conciencia Aseguradora Microseguros				8.6 8.10	
Acceso al empleo para personas en situación de vulnerabilidad				10.2	
Inversión Social a Organizaciones Sociales					
Consumo responsable de recursos naturales	Medio ambiente	Cuidado del medioambiente		13.3	
Educación ambiental	Medio ambiente, comunidad colaboradores, clientes				

4.4. GOBERNANZA Y GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

Contamos con un Comité Estratégico y un Comité Operativo de RSE y Sustentabilidad dentro de estructura organizacional para la gobernanza y gestión de la sustentabilidad.

COMITÉ ESTRATÉGICO

Integrado por Gerentes y Directivos de la compañía.

Tiene a su cargo:

- Alinear la estrategia de negocio a la triple línea de resultado.
- Validar la estrategia de RSE y Sustentabilidad para su inclusión en la agenda de los equipos de trabajo
- Relevar y analizar las expectativas de los grupos de interés y la definición de los aspectos materiales.
- Mantener una comunicación constante con el Comité de Dirección para la revisión y aprobación del Reporte de Sustentabilidad.



COMITÉ OPERATIVO

Está compuesto por miembros de las distintas áreas de la compañía que velan por la integración de la sustentabilidad en el modelo de negocio. Son los embajadores de RSE en sus equipos de trabajo, participan del proceso de reporte de sustentabilidad y lideran acciones de RSE y voluntariado en todo el país.

Actualmente contamos con 8 Embajadores de RSE en agencias y 4 en las oficinas centrales cuyo nombramiento es realizado siguiendo un procedimiento escrito de nombramiento de Embajadores RSE.



4.5. NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Trabajamos para establecer relaciones de confianza con nuestros grupos de interés, basándonos en altos estándares éticos y de transparencia, dos pilares fundamentales para nuestra gestión de negocios.



Para responder las expectativas de nuestros grupos de interés, mantenemos un diálogo abierto y fluido con cada una de las partes interesadas. Identificamos sus necesidades para implementar iniciativas, en línea con sus demandas sobre nuestra operación, y los mantenemos informados sobre el desempeño de la compañía.

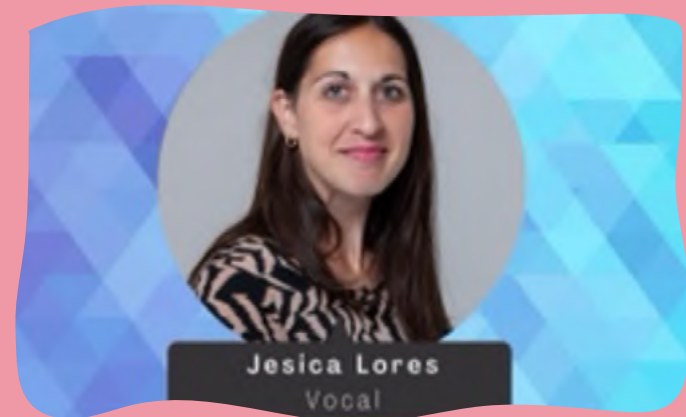
4.6. ESPACIOS DE TRABAJO PARA LA GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

Como parte de nuestra estrategia de relacionamiento con nuestros grupos de interés, participamos en distintos espacios para la gestión de la sustentabilidad trabajando en red e intercambiando experiencias.

- INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE)
- DIVISIÓN RSE Y SUSTENTABILIDAD DE IDEA
- COMITÉ DE SUSTENTABILIDAD DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS EN ARGENTINA (AMCHAM)
- RED DE EMPRESAS POR LA DIVERSIDAD DE LA UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA
- CLUB DE EMPRESAS FAMILIARMENTE RESPONSABLE IAE BUSINESS SCHOOL (CLUB IFREI)
- VALOS RSE MENDOZA
- EMPRESAS RESPONSABLES DE VICENTE LÓPEZ, PROVINCIA DE BUENOS AIRES
- FORO EJECUTIVO DE MUJERES EN SEGUROS (FEMS)



Mauricio Zanatta, nuestro Presidente y CEO, fue reeligido en 2019 como máxima autoridad de AVIRA - Asociación de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina-



Jesica Lores, nuestra Supervisora de Sustentabilidad y Comunicaciones Internas fue nombrada Vocal Titular de la Asociación Civil VALOS para promover una Mendoza sustentable.



4.7. DISTINCIONES Y RECONOCIMIENTOS



GREAT PLACE TO WORK ARGENTINA® 2019

Somos uno de los Mejores Lugares para Trabajar en Argentina: Hemos obtenido en 2019 el puesto 10 en la categoría entre 251 a 1.000 colaboradores en la encuesta Great Place To Work®.

PREMIOS EIKON 2019. REGIÓN CUYO Y BUENOS AIRES

Nuestro Reporte de Sustentabilidad 2017-2018 fue reconocido en la categoría Comunicaciones Financieras, obteniendo el Eikon Oro en Región Cuyo y el Eikon Plata en Región Buenos Aires.



PREMIO AL MEJOR REPORTE SOCIAL DE EMPRESAS

El Foro Ecuménico Social reconoció el Reporte de Sustentabilidad 2018-2019.

DISTINCIÓN POR NUESTRAS ACCIONES CON LA COMUNIDAD

El Municipio de Vicente López nos otorgó una distinción por nuestro compromiso en la localidad.





PREMIO CONCIENCIA 2019

Recibimos dos reconocimientos dentro de la categoría “Seguros” en este periodo, uno por nuestro programa de voluntariado corporativo y otro por el programa “Cuidando lo mejor de vos”.



CONSEJO EMPRESARIO ARGENTINO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE (CEADS)

Recibimos un reconocimiento por parte del CEADS por nuestro compromiso con el ODS 5 “Igualdad de género”, por la iniciativa Capacitación en Discriminación y Acoso.



ONU MUJERES, Programa GANAR-GANAR

Firmamos la declaración de apoyo a los 7 principios para el Empoderamiento de las Mujeres impulsado por ONU Mujeres en Argentina.



PREMIO WEPS ARGENTINA 2019 “EMPRESAS POR ELLAS” DE ONU MUJERES:

Somos una de las 31 empresas finalistas en Argentina.



DISTINCIÓN POR MEJOR GESTIÓN COMERCIAL Y MEJOR GESTIÓN DE SINIESTROS 2019

Por cuarto año consecutivo, la Unidad de Negocios de Vida Colectivo de Prudential Seguros fue distinguida por Aon Hewitt como la aseguradora con la Mejor Gestión de Siniestros, y con la Mejor Gestión Comercial del año 2019.





**FORTALEZA
FINANCIERA**



Hacé click aquí y mirá el video donde Viviana Chaskielberg, nuestra **Directora de Finanzas y Gestión de Riesgos** nos cuenta acciones, aprendizajes y desafíos en respuesta al COVID-19

5.1. PRUDENTIAL SEGUROS EN NÚMEROS

NUESTRO DESARROLLO COMERCIAL Y CRECIMIENTO DEL NEGOCIO

CONCEPTO (en millones de pesos) ¹	07/2019 - 06/2020 Axl ©	07.2018 - 06.2019 Axl ©
Activos Totales	23.777,73	21.942,66
Ventas Totales	5.942,83	4.063,78
Patrimonio Neto	3.404,02	2.948,73
Gastos administrativos y comerciales	2.846,40	2.130,65
Resultado Neto	485,28	552,82
Capital Social	420,50	420,50
Donaciones	23,86	0,38

VALOR COMPARTIDO

El cuadro que se presenta a continuación refleja el Valor Económico Directo Generado, Distribuido y Retenido propuesto por el GRI.

CONCEPTO (en millones de pesos) ¹	07/2019 - 06/2020 Axl ©	07/2018 - 06/2019 Axl ©
Valor económico directo generado (ingresos)	16.203,09	4.836,77
Valor económico directo distribuido (ingresos)	5.471,79	4.300,79
Valor Económico retenido	10.731,29	535,99
Ayudas económicas otorgadas por el gobierno ²	—	—

DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO GENERADO

CONCEPTO (en millones de pesos) ¹	07/2019 - 06/2020 Axl ©	07/2018 - 06/2019 Axl ©
8.1 Personal	1.384,94	983,06
8.1.1 Remuneración directa	1.003,58	710,59
8.1.2 Beneficios	117,57	83,08
8.1.3 Otros	128,22	87,09
8.3 Estado (Impuestos, tasas y contribuciones)	104,15	147,41
8.4 Retribución al capital de terceros	-	-



A partir del aislamiento social, preventivo y obligatorio, el área de Finanzas ha podido adaptarse rápidamente ejecutando todos los procesos de pagos y cobros de manera digital, y digitalizando la documentación, eliminando toda documentación impresa.

Además, logramos una revisión limitada y el Balance Anual completamente auditado coordinándolo digital y virtualmente.

¹ © Prudential Seguros a partir del 30.06.2020 debe presentar sus estados contables ajustados por inflación al igual que los saldos comparativos, siguiendo los lineamientos de las Normas Contables Profesionales cómo así también los de su regulador la S.S.N.

² Prudential Seguros no recibe ninguna ayuda ni contribución económica por parte del gobierno

5.2. GOBERNANZA: LA TRANSPARENCIA COMO EJE DE NUESTRO GOBIERNO CORPORATIVO

El Comité de Dirección es el principal órgano de Gobierno. Ejerce el monitoreo y evalúa el grado de cumplimiento de objetivos, tomando decisiones que, en el corto, mediano y largo plazo, aseguren el logro de los resultados para una gestión sustentable del negocio.

Tiene el rol de identificar y gestionar los impactos, riesgos y oportunidades de carácter económico, social y ambiental.

El Comité de Dirección se reúne quincenalmente en la **Executive Committee Meeting** para abordar los temas estratégicos de la compañía. Además, velan por el cumplimiento de los valores fundamentales que guían nuestra labor cotidiana, según las premisas fundamentadas en el Código de Conducta “Tomando las Decisiones Correctas”

Las preocupaciones importantes en materia de Sustentabilidad son reportadas por la Gerente de Recursos Humanos al Presidente y CEO. Asimismo, se comparten los planes de acción en las reuniones de Directores y Gerentes, integrantes del Comité Estratégico de Sustentabilidad.

HACER LO CORRECTO POR LAS CAUSAS CORRECTAS DEBE SER EL MARCO EN EL CUAL CONDUCCIMOS NUESTRO NEGOCIO CON EL PÚBLICO, NUESTROS CLIENTES Y NUESTROS COLABORADORES

Se consideran temas relevantes y preocupaciones importantes para tratar en el marco del Comité de Dirección: la ética, transparencia y reputación organizacional; la eficiencia operativa del negocio; la minimización de los riesgos de la operación; el servicio al cliente; el impacto en las comunidades; el cumplimiento de objetivos organizacionales; los aspectos relacionados con colaboradores y los temas identificados como relevantes en el análisis de materialidad.

El Comité de Dirección cuenta con el soporte de diversos comités para la gestión del negocio y las relaciones con los grupos de interés, además de definir el alcance y cumplimiento de los procedimientos y políticas de la compañía. Los Comités de apoyo son: Comité de Compliance, Comité de Riesgos, Comité de Sustentabilidad y Comité de Ética.

En el próximo periodo se realizará un proceso de autoevaluación de los Principios de Gobierno Corporativo, conforme lo establece la Resolución SSN N° 1119, publicada en noviembre 2018.

Los integrantes del Comité de Dirección han sido elegidos teniendo en cuenta sus competencias, habilidades, trayectoria y experiencia necesaria para velar adecuadamente los intereses de la compañía.

5.2.1 COMITÉ DE DIRECCIÓN DE PRUDENTIAL SEGUROS

Los miembros del Comité de Dirección son evaluados en el marco del cumplimiento de los objetivos anuales del Plan Estratégico de Prudential Seguros, el cual es compartido y validado por nuestra casa matriz. Trimestralmente se realiza una revisión de resultados con visitas de ejecutivos globales. Una vez por año, el Presidente y CEO asiste en la casa matriz a la reunión de estrategia donde se comparten y validan los objetivos estratégicos de cada subsidiaria.

La remuneración de los miembros del Comité de Dirección se compone de una parte fija mensual y otra variable calculada sobre la base de los resultados económicos-financieros y de los objetivos de desempeño que incluyen metas de sustentabilidad. Además, se agrega un incentivo a largo plazo que consiste en acciones de Prudential. Como parte de su política retributiva también cuentan con un plan de pensión.

NUESTROS DIRECTORES Y GERENTES

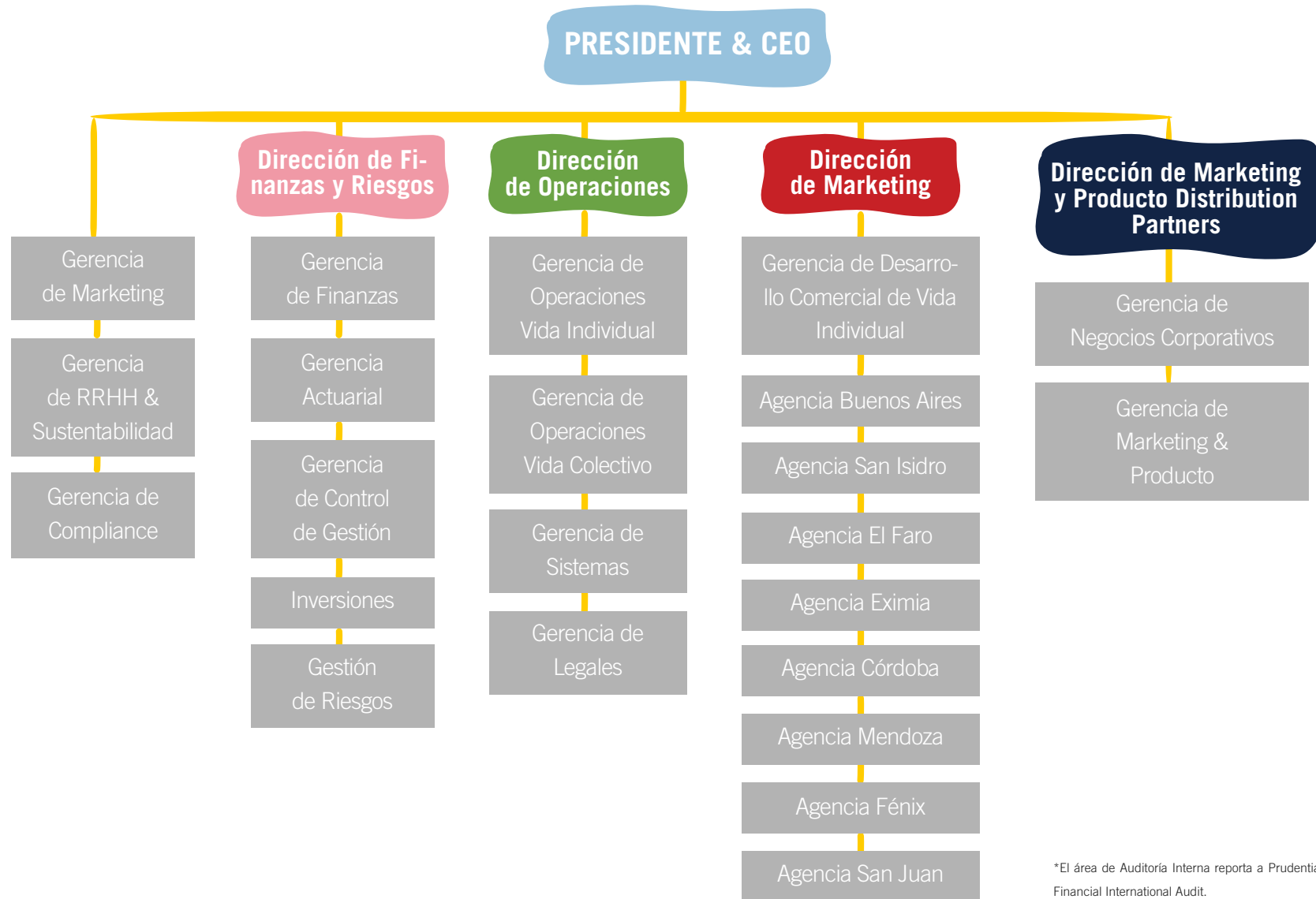
El Presidente y CEO, los Directores y Gerentes se reúnen, cada viernes, en la **Executive Officers Meeting**, para compartir los avances de los proyectos en curso e información relevante del negocio, que luego replican con sus equipos de trabajo.

Las Gerencias de las áreas de soporte que integran este Comité son: Recursos Humanos & Sustentabilidad, Legales, Marketing, Actuarial, Finanzas, Control de Gestión, Negocios Corporativos Distribution Partners, Marketing & Producto Distribution Partners, Operaciones Vida Individual, Operaciones Vida Grupo, Desarrollo Comercial de Vida Individual, Sistemas y Compliance.

A su vez, en la **Agency Managers Meeting** se reúnen mensualmente los Gerentes del área comercial y el Chief Marketing Officer (CMO) para compartir los resultados de ventas de las distintas agencias y estrategias comerciales, entre otras cuestiones.



5.2.2 ORGANIGRAMA



*El área de Auditoría Interna reporta a Prudential Financial International Audit.

5.2.3 CANALES DE DIÁLOGO Y CULTURA DE TRANSPARENCIA

El órgano superior de gobierno y los gerentes comparten información con los colaboradores y fomentan una cultura de transparencia a través de diversos canales de comunicación.

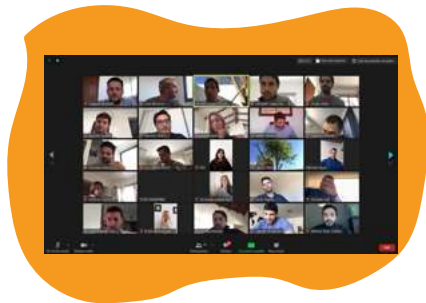
TOWN HALL

Es la instancia trimestral de presentación de resultados financieros e indicadores de la gestión comercial. También se utiliza para compartir novedades importantes del negocio, así como para apalancar diferentes programas y acciones de Sustentabilidad. El Presidente y CEO cierra el encuentro compartiendo su análisis y su visión para el próximo trimestre. La convocatoria se realiza de manera general y abierta.



REUNIÓN DE AGENCIA

Son las reuniones que se realizan en las Agencias (Negocio Vida Individual) todos los lunes y jueves, donde se exponen los resultados de ventas. Asimismo, en estas reuniones, lideradas por cada Gerente de Agencia se comparten novedades de la compañía. En estas reuniones de Agencia, los embajadores de RSE comunican las acciones de RSE & Sustentabilidad a la fuerza de ventas.



Durante la pandemia, estos encuentros continuaron en modalidad virtual y han adquirido mayor importancia para nuestros colaboradores como espacios de diálogo abiertos:

MANAGEMENT MEETING

Es el encuentro de todos los líderes de Prudential, uno en julio y otro en diciembre. Asisten Directores, Gerentes, Supervisores de casa central, Gerentes de Agencia y de Ventas de las agencias de todo el país y los Gerentes y Supervisores Comerciales de Vida Colectivo.

Se trabaja con los resultados de la compañía, las expectativas y la rendición de cuentas a accionistas, junto con las novedades de los proyectos estratégicos en curso. Asimismo, en este evento se trabaja con los líderes en acciones y estrategia de RSE & Sustentabilidad





DESAYUNOS CON EL CEO

Es la instancia trimestral donde todos los integrantes de las oficinas centrales tienen la oportunidad de participar de un desayuno con el Presidente y CEO. Se realiza una convocatoria abierta mediante la cual los colaboradores se inscriben para participar y envían sus preguntas para ser respondidas durante el desayuno. Los resultados del encuentro se comparten en la intranet.



Durante el periodo de pandemia, los encuentros se llevan adelante mensualmente con el objetivo de poder dialogar con nuestro CEO y estar más cerca de los colaboradores.



5.3. ÉTICA E INTEGRIDAD: NUESTRA MANERA DE HACER NEGOCIOS

17 ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS



Tema Material:
Ética y Transparencia
en el Negocio

Somos una compañía en la que nuestros clientes confían. Demostramos nuestra responsabilidad como corporación cuando interactuamos con clientes, colaboradores y la comunidad en general.

2020 **WORLD'S MOST
ETHICAL
COMPANIES**
WWW.ETHISPHERE.COM

PRUDENTIAL FINANCIAL INC.
RECONOCIDA ENTRE LAS COMPAÑÍAS MÁS ÉTICAS DEL MUNDO POR
SEXTO AÑO CONSECUTIVO

 MIRÁ MÁS

NUESTRA MANERA DE HACER NEGOCIOS:

- Construimos relaciones a largo plazo con nuestros clientes, ofreciendo sólo aquellos productos y servicios que se adecuan a sus necesidades, poseen un valor justo y respetan las leyes y regulaciones vigentes.
- Fomentamos una cultura con altos valores morales dentro de la compañía, tomando decisiones que se basen en realizar el trabajo correcto, en la forma correcta y en pos de los resultados correctos.
- Nos aseguramos de que los objetivos de cualquier empleado o resultado económico de alguna unidad de negocios no sean más importantes que preservar el nombre y la reputación de Prudential.
- Fomentamos un clima donde todos los empleados pueden actuar con valor, integridad, honestidad y rectitud. Estamos comprometidos en crear una atmósfera que sea libre de discriminación o amenazas de cualquier tipo y donde las diferencias sean respetadas y valoradas.
- Proporcionamos un atractivo ambiente de trabajo donde los empleados pueden aprender, crecer y desarrollarse tanto profesional como personalmente.
- Requerimos los más altos estándares éticos de nuestros colaboradores.
- Expresamos claramente esos estándares, reforzando esto a través de amplios programas de entrenamiento y mostrando un compromiso con las comunidades en donde operamos. Brindamos a nuestros colaboradores recursos para utilizar ante un dilema ético y los alentamos a ofrecer sugerencias.

5.3.1 CANALES DE DIÁLOGO Y CULTURA DE TRANSPARENCIA



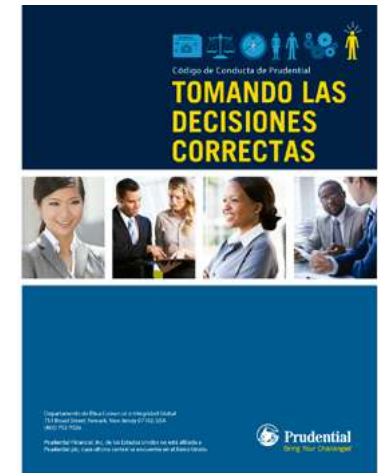
Contamos con una **Gerencia de Compliance** con reporte directo al Presidente & CEO. La Gerencia tiene el objetivo de asegurar que todas las operaciones de Prudential Seguros cumplan con las buenas prácticas comerciales y con todos los requerimientos legales y regulatorios.



Durante el periodo de pandemia, la Gerencia tiene el desafío de mantener un balance que asegure que las decisiones que son tomadas en relación a cambios que lleva el aislamiento, priorizan las necesidades de nuestros clientes y contemplan el contexto actual. En este sentido, lo que no ha cambiado es nuestra esencia de estar orientados a los clientes cumpliendo con las exigencias regulatorias y políticas corporativas.

5.3.2 MANUAL DE ÉTICA

Todos los accionistas, colaboradores y miembros del Directorio están comprometidos en el cumplimiento de los valores y principios empresariales. **El Manual de Ética “Tomando las Decisiones Correctas”, es el código de conducta de Prudential Seguros.** Su propósito es proporcionar a todos los colaboradores la información necesaria para promover las buenas prácticas comerciales en todos los niveles de la organización.



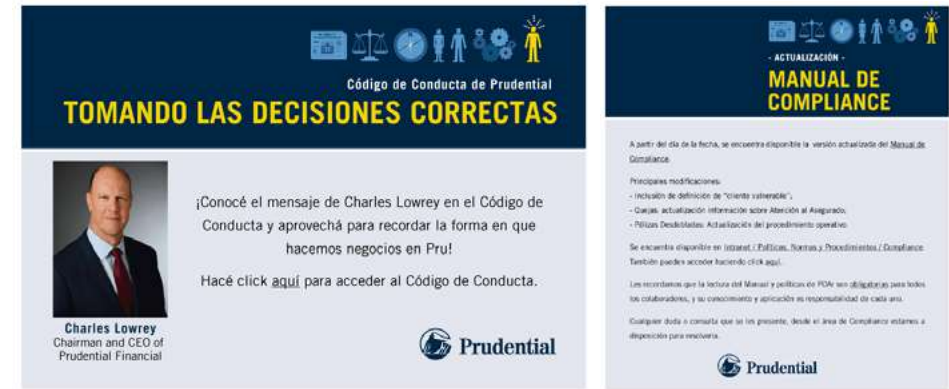
NORMAS	
TOMANDO LAS DECISIONES CORRECTAS	“Making the Right Choices”: Manual de ética, incluye los valores, principios y políticas que debemos seguir por ser empleados de Prudential.
MANUAL DE COMPLIANCE	Manual específico que incluye todos los lineamientos que deben ser respetados y cumplidos por cada uno de los colaboradores.
MANUAL DE PREVENCIÓN DEL FRAUDE	Normas sobre procedimientos y controles para prevenir el fraude.
COMPROMISO ÉTICO DEL ASESOR LIFE PLANNER® Y DE LAS OFICINAS CENTRALES	Lineamientos concretos y específicos para la actividad del profesional Life Planner® y de las Oficinas Centrales.

5.3.3 CÓDIGO DE CONDUCTA

“TOMANDO LAS DECISIONES CORRECTAS”

Nuestro Código de Conducta, plasmado en nuestro manual “Tomando las Decisiones Correctas”, refleja los valores y los comportamientos esperados de cada colaborador al momento de representar a la compañía. Entre sus principios esenciales se destacan:

- Actuar con integridad y tomar decisiones de acuerdo con normas éticas elevadas;
- Comprender y cumplir con la letra y el espíritu de las leyes y los reglamentos que corresponden a nuestras actividades comerciales;
- Fomentar un entorno de trabajo justo, respetuoso y cooperativo;
- Inculcar y mantener la confianza en las relaciones con nuestros clientes, accionistas y socios;
- Comprender que la gestión de riesgos es nuestro negocio y es responsabilidad de cada uno de los empleados de Prudential;
- Comprender que la protección de la información y de los activos es fundamental para cumplir con nuestra obligación con los clientes, empleados, accionistas y con Prudential.



El Manual Corporativo “Tomando las Decisiones Correctas” y el Manual Local de Compliance se entregan a todos los colaboradores cuando ingresan a la compañía, son de lectura obligatoria y forman parte de su capacitación de inducción.



Los colaboradores que ingresan realizan, a través de una plataforma e-learning, una capacitación sobre nuestro Manual Corporativo “Tomando las Decisiones Correctas”. En el período reportado, el **100% de los colaboradores completó la capacitación**. Asimismo, no se registraron incidentes de discriminación.

5 IGUALDAD DE GÉNERO



CAPACITACIÓN CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y EL ACOSO

Prudential tiene tolerancia cero ante la discriminación y el acoso en el lugar de trabajo. Para reforzar este compromiso, en los meses de junio - julio del año 2019, lanzamos una capacitación online obligatoria a todos los colaboradores de todos los niveles jerárquicos para que realicen el curso Prevención de la Discriminación y el Acoso.

En dicha capacitación, los colaboradores aprendieron las diferencias entre discriminación y acoso. Pudieron conocer cómo actuar si observan o sospechan que existe algún comportamiento de este tipo en el lugar de trabajo.

Asimismo, en el período reportado no se registraron incidentes de discriminación.

5.3.4 CANALES DE DENUNCIA

Se alienta a todos los colaboradores a comunicar cualquier conducta o comportamiento que no se encuentre dentro de los estándares éticos de la compañía, incluyendo violaciones a la ley, regulaciones o políticas de la compañía.

Cualquiera que se encuentre inseguro frente a una situación en particular y no sepa cómo resolverla, tiene la posibilidad de pedir el consejo de su Gerente, o bien, de las Gerencias de Recursos Humanos o de Compliance y/o la Oficina de Ética Empresarial.

Las denuncias pueden realizarse en forma anónima para informar acerca de alguna posible violación de nuestras normas y valores. Se cuenta con la **línea local 11-4891-5041** y el mail: denuncias.eticas@prudential.com También contamos con un sistema internacional donde los empleados pueden presentar preguntas, inquietudes o denuncias relacionadas con cuestiones éticas a la **Oficina de Ética Empresarial de Prudential**. El sistema opera por teléfono, a través de la **línea gratuita de denuncias 0800-444-3653** y por Internet a través de www.prudential.ethicspoint.com

Contamos con una **política contra represalias** que busca garantizar que las personas pueden denunciar libremente y que no será utilizado para alguna medida negativa hacia su persona, salvo que la denuncia realizada sea considerada intencionalmente falsa y conducente a error.



Durante el periodo de pandemia, mantuvimos e, incrementamos en nuevos negocios, nuestro esquema de control de calidad en nuevas ventas mediante auditorías o contactos con nuestros clientes para evaluar el servicio de asesoramiento brindado.

5.3.5 MES DE LA ÉTICA: NUESTRO CENTRO DE CONVERSACIÓN

Todos los años, en el mes de marzo, realizamos el **“Mes de la Ética”**, momento en el que se proponen actividades abiertas que refuerzan este concepto con todos los colaboradores, en todos sus niveles.



En marzo de 2020, con el mismo lema de año anterior **“Integridad ante todo, todos los días”**, se realizó una estrategia de comunicación semanal a toda la compañía, con el objetivo de reflexionar junto a los colaboradores sobre el sentido de la ética, resaltar nuestros valores y la importancia de respetar el código compartido.

Al inicio del Mes de la Ética, se entregó un obsequio a todos los colaboradores. Este año fue un **kit de lápiz y lapicera**. Dado el contexto de pandemia, este año tuvimos que suspender las charlas presenciales que realizábamos con todos los colaboradores de la Compañía.

MES DE LA ÉTICA 2020

Como todos ya sabemos, **Marzo es el Mes de la Ética** y como siempre, queremos recordar junto a ustedes algunas cosas importantes en las que debemos estar atentos para garantizar nuestro comportamiento ético:

"Nuestros clientes están primero"

- Poner a nuestros clientes primero, es responsabilidad de todos. **Nuestros clientes quieren y esperan hacer negocios con una compañía honesta, justa y responsable.**
- Confianza e integridad conducen nuestra bien ganada reputación. Cuando ponemos a nuestros clientes en el frente y centro de cada decisión, **podemos lograr la confianza que ellos depositan en nosotros cada día.**
- Nuestros clientes son una parte importante de nuestras conversaciones. En decisiones importantes, les brindamos los mejores intereses. Cuando tomamos decisiones importantes / estratégicas, debemos asegurarnos de preguntarnos **"¿Cómo ayuda esto a nuestros clientes?"**.



5.3.6 CONFLICTOS DE INTERÉS

Manejar conflictos de interés resulta clave para asegurarnos de tomar las decisiones adecuadas para los intereses de la compañía y de nuestros clientes, libres de influencias personales o externas.

Para Prudential Seguros, que sus colaboradores puedan comprender conflictos de interés reales o potenciales es esencial para actuar de la manera correcta; y para hallar una guía por anticipado cuando se enfrentan con cualquier posible situación de conflicto.

Las relaciones comerciales requieren que trabajemos estrechamente con nuestros colegas. Es importante asegurarnos de mantener las relaciones comerciales y no permitir que se interpongan posibles conflictos.

Durante el periodo reportado no tuvimos casos sobre conflictos de interés

5.4. PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN

Tema Material:
Lucha contra la Corrupción

Prudential está comprometida en mantener el más alto nivel de estándares éticos y legales al llevar a cabo sus actividades comerciales. Prudential no tolerará sobornos o actividades que provoquen actos de corrupción

5.4.1 POLÍTICAS Y ACCIONES CONCRETAS PARA COMBATIR LA CORRUPCIÓN

Como organización con sede en Estados Unidos, Prudential, sus filiales y empleados están sujetos a la Ley Estadounidense de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA) -*U.S. Foreign Corrupt Practices Act*- de 1977 que rige las interacciones con funcionarios del gobierno no estadounidense.

La política de Prevención de Soborno y Corrupción aplica a todos nuestros negocios. Su propósito es hacer que los colaboradores, o aquellos que actúan en representación de Prudential, eviten participar en hechos de soborno o corrupción, teniendo estrictamente prohibido ofrecer, pagar, solicitar o aceptar sobornos, comisiones ilegales o pagos de facilitación.

Hemos desarrollado normas y procedimientos internos destinados a prevenir actos de corrupción como por ejemplo, auditorías de diligencia debida, cláusulas específicas en los contratos, certificaciones y señales de advertencia.

Los contratos con proveedores y brokers de seguros incluyen cláusulas de FCPA sus estándares incluyen evaluación de riesgos de proveedores con relación a prácticas de soborno y corrupción.

Con el propósito de asegurar la transparencia de las donaciones efectuadas a organizaciones de la sociedad civil, a través de las **Políticas de Donación de Activos y de Donación con Cargo**, requerimos a cada organización social aliada la presentación anual de una descripción de las autoridades de las comisiones y consejos de administración, declarando que las mismas no son parientes directos de algún funcionario público, ni ejercen u ocupan cargos públicos en cumplimiento de la política anticorrupción y antisoborno de la FCPA.

Los principios básicos de la Política contra la Corrupción y el Soborno son:

- No pagamos sobornos, comisiones ilegales o pagos de facilitación a funcionarios del gobierno, ejecutivos de empresas privadas o a cualquier persona de cualquier parte del mundo, con el fin de obtener negocios o una ventaja inadecuada;
- No pagamos sobornos, comisiones ilegales o pagos de facilitación de forma indirecta a través de agentes, corredores, consultores u otros terceros;
- Evitamos el pago de sobornos a través de otros medios; por ejemplo, comidas, entretenimientos y obsequios que excedan las normas comerciales de Prudential;
- Llevamos libros, registros y controles internos detallados y precisos. No ocultamos sobornos u otros pagos inapropiados a través de arreglos no indicados en los libros, falsificación de libros y registros; o bien, al no documentar correctamente un pago, obsequio u otro beneficio;
- No aceptamos sobornos o comisiones ilegales de nadie de cualquier parte del mundo;
- No se deben utilizar fondos personales para obtener lo que está prohibido en esta política

5.4.2 FORMACIÓN SOBRE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO

En el período reportado el 100% de nuestros colaboradores y Comité de Dirección han completado los cursos de formación online.

El cumplimiento de las políticas antisoborno y anticorrupción es una parte importante de nuestra forma de operar. Para entrenar a nuestros colaboradores en estos principios desarrollamos un programa de capacitación e-learning de dos niveles en toda la empresa:

- **Capacitación básica sobre anti soborno/anticorrupción para todos los colaboradores;**
- **Capacitación intermedia para “empleados claves”,** es decir, aquellos colaboradores que trabajan en cuestiones relacionadas con la anticorrupción o que interactúa con personas o entidades cubiertas por la FCPA;

Estas instancias de formación educan a los participantes acerca del impacto de la corrupción. También explican los esfuerzos de Prudential para llevar a cabo el negocio con integridad y cumplir con todas las leyes anticorrupción y antisoborno aplicables, comprendiendo de esta forma cómo sus conductas pueden impactar en el prestigio de Prudential, y en las comunidades donde operamos.

Hemos implementado nuevas metodologías de monitoreo (Compliance Risk Management Program) con el fin de estar más cerca del negocio y de nuestros clientes, así la Gerencia de Compliance realiza monitoreos de los procesos y testeos de los controles implementados para confirmar el buen funcionamiento de los mismos.

Durante el período reportado uno de los elementos incluidos en el programa ha sido ABC (Anti Bribery and Corruption).

5.4.3 POLÍTICA DE REGALOS Y ENTRETENIMIENTOS

El propósito de esta política es garantizar que los colaboradores eviten conflictos de intereses reales o aparentes al ofrecer o recibir regalos, comidas y entretenimiento.

Los colaboradores deben reportar a la Gerencia de Compliance sobre todos los gastos, incluidos los regalos y entretenimientos, contribuciones políticas, pagos de facilitación y cualquier otro pago que involucre a una Persona Cubierta por la FCPA, independientemente del monto o propósito, y dichos gastos deben registrarse correctamente y con exactitud en nuestros libros y registros.

La política establece las siguientes directrices de cómo actuar:

A REGALOS, COMIDAS Y ENTRETENIMIENTOS

Los empleados podrán ofrecer o recibir ocasionalmente regalos, comidas o entretenimiento de valor moderado, sujetos al cumplimiento con las leyes y reglamentos pertinentes y a los límites internos, aprobación y requisitos de información de la compañía. Sin embargo, no se permite ningún pago u ofrecimiento de valor cuando la intención es asegurar una ventaja comercial inapropiada.

Los empleados deben evitar conflictos de intereses reales y/o aparentes. Está prohibido que los empleados soliciten regalos, comidas y entretenimiento, como así también que ofrezcan o reciban regalos y entretenimiento para/del Auditor Independiente de la compañía, a menos que lo apruebe el Director de Finanzas.

B CONTRIBUCIONES POLÍTICAS Y PAGOS A GOBIERNOS

Está prohibido usar fondos corporativos para realizar contribuciones políticas a Personas Cubiertas por la FCPA. Esto incluye contribuciones a partidos políticos no estadounidenses, partidos oficiales o candidatos.

C PAGOS DE FACILITACIÓN

Está prohibido realizar pagos de facilitación en representación de la compañía.

5.5. POLÍTICA DE DEFENSA Y FOMENTO DE LA COMPETENCIA

Tema Material:
Competencia justa

La política de Prudential Seguros es competir en el mercado, pero siempre respetando las leyes que regulan la competencia.

Nuestros colaboradores no participarán en prácticas que puedan restringir de manera desleal el comercio o que constituyan un comportamiento anticompetitivo.

El fin de esta política es dar a conocer a los empleados de Prudential Seguros el contenido de las leyes de defensa de la competencia vigentes en la República Argentina, como la Ley Nacional 27.442, su reglamentación y/o modificatorias, a fin de permitirles identificar los contextos en que como consecuencia de sus conductas pueden producirse riesgos y explicarles cuales son los pasos que deben seguirse en esos casos. **No se han identificado demandas en el período reportado.**

5.6. PREVENCIÓN DE FRAUDE Y LAVADO DE DINERO

El área de Prevención de Lavado de Dinero, el Oficial de Cumplimiento y el Comité de Prevención de Lavado de Dinero son responsables de controlar e informar operaciones sospechosas al Directorio y a las autoridades competentes en la materia. Como principio general, para Prudential Seguros, conocer a su cliente incluye entender el origen de sus activos y el objetivo comercial de sus operaciones. Para ello, desarrollamos un Manual de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo para ayudar a detectar y abordar potenciales actividades de lavado de dinero y financiamiento del terrorismo según los siguientes principios:

Conocer al cliente. Obtener información importante y relevante del tomador, asegurado y beneficiarios de las pólizas. Incluye entender el origen de sus activos y el objetivo comercial de sus operaciones;

Nunca ignorar una actividad incoherente o impropia que carezca de sentido comercial;

Mantener una mirada atenta sobre el comportamiento, las operaciones y documentación de los clientes.

El área de Prevención de Lavado de Dinero lanza en forma anual un **Plan de Capacitación**, cuyo objetivo es que todos los colaboradores conozcan los temas de la legislación vigente y los procedimientos de la compañía.

La capacitación es obligatoria, en formato online y ha sido respondida por el 100% de los colaboradores activos.

Es firme el compromiso de “tolerancia cero” hacia todo acto fraudulento. Para ello se cuenta con un Manual de normas sobre procedimientos y controles internos para combatir el fraude. Esta herramienta ayuda a detectar, abordar y reportar potenciales actividades de fraude.

También se colabora en entidades colegas mediante la participación en entidades como la Asociación AVIRA.

Desde enero de 2020, la Política de Fraude y sus distintos instrumentos están a cargo de la Gerencia de Compliance.

En diciembre 2019, la capacitación de Prevención y Lucha contra el Fraude, en formato online, fue respondida por el 99% de los colaboradores activos.



5.7. GESTIÓN DEL RIESGO

Tema Material:
Gestión de riesgos

Prudential cuenta con un comité, un área y políticas relacionadas a la Gestión de Riesgos. Su objetivo principal es el de poder identificar, medir y administrar eficazmente los riesgos que pueden afectar la operatoria de la compañía, proteger sus activos y apoyar el logro de los objetivos corporativos.

En ese marco, la compañía realiza anualmente un mapeo y monitoreo de los riesgos estratégicos y operativos, los consolida en un inventario y confecciona un plan a 3 años para realizar el análisis de todos los riesgos así identificados. Dicho plan consiste en la identificación y evaluación de los sub-riesgos asociados a cada riesgo plasmado en el inventario, la verificación de la efectividad de los controles que existen y el análisis del riesgo residual, de modo tal de identificar mejoras y/o nuevas actividades de control que ayuden a mitigar los riesgos existentes.

El **Comité de Riesgos** está presidido por el CEO e integrado por el resto de los integrantes del directorio y miembros de la primera línea gerencial, entre los que se incluyen el Chief Audit Officer y el Chief Compliance Officer. Entre sus funciones está la definición del perfil de riesgo de la organización y en ese sentido, asegurarse la evaluación e implementación de las políticas, mecanismos y procedimientos de identificación, medición y mitigación de riesgos de la compañía, así como recomendar las medidas o ajustes que considere necesarios para la reducción del perfil de riesgo definido.

El comité se reúne de forma trimestral, con el objetivo de abordar los temas más sobresalientes del trimestre y anticiparse a las actividades y desafíos de periodos futuros.



Durante el 2020 trabajamos con todos los sectores operativos para revisar y adecuar los controles de aquellos procesos que debieron ser modificados a raíz del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio debido al contexto de pandemia.

Proteger la información personal es una prioridad para Prudential

Desde 2015 contamos con una política de **privacidad de la información**. Su objetivo es garantizar el resguardo de los datos provistos por los clientes y/o empleados. La gestión de la información de las personas es esencial para nuestra actividad, por lo que toda información es procesada y protegida con controles estrictos para garantizar cualquier pérdida de datos, accesos no autorizados y/o uso indebido de dicha información.

Generamos una cultura de riesgos a través de cursos de formación y capacitación:

El 100% de los colaboradores realizó la capacitación online “Privacidad de la Información”

5.8. PROVEEDORES

Contamos con un Código de Conducta y Ética para Proveedores que fija reglas claras en lo concerniente a las políticas y criterios de contratación de proveedores.

5.8.1 PROVEEDORES EN NÚMEROS

	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019	07.2017 06.2018
Cantidad de proveedores activos	456	422	233
Cantidad de compras y contrataciones (cantidad de operaciones)	445	421	122
Volumen total de compras [\$]	\$354.379.167,08	\$ 121.782.483	\$14.801.783
% de proveedores que firmaron el Código de Conducta y Ética para proveedores	100%	100%	100%
% de proveedores locales	100%	100%	100%
Inversión en compras inclusivas	\$1.518.236,09	\$ 1.316.046,87	\$578.067
% de compras inclusivas del total de compras realizadas por la compañía	0,42%	1,08%	3,90%

* No se incluyen servicios, alquileres, y expensas de oficinas. Durante el periodo reportado el área de compras continua a incorporando nuevos rubros en su gestión.

AYUDAMOS A NUESTROS PROVEEDORES A CUMPLIR Y MEJORAR SUS PRÁCTICAS LABORALES A TRAVÉS DE UNA POLÍTICA DE PAGO PREFERENCIAL A 15 DÍAS A PROVEEDORES DE MANO DE OBRA INTENSIVA (MOI)

Tema Material:
Promoción de los Derechos Humanos
Competencia Justa
Gestión del Riesgo
Diversidad e Inclusión



5.8.2 POLÍTICA DE COMPRAS: CRITERIOS DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

Contamos con una Política de Compras y Contrataciones que establece el procedimiento formal para las compras, evaluación y selección de proveedores en pos de una gestión responsable de nuestra cadena de suministro.

Nuestros proveedores reciben un trato justo y equitativo durante el proceso de oferta y compra, y las decisiones se toman sobre la base de criterios de selección claros.



En el 2020, durante el primer mes del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio se anticiparon los pagos de salarios a proveedores, y luego se respetaron todos los plazos de pago desde esa fecha.

Adaptamos todos los servicios contratados para garantizar su continuidad en la organización, implementando nuevas formas de pago como cheque electrónico y pago a cuentas virtuales.



NUESTRO COMPROMISO DE GESTIÓN SUSTENTABLE CON LA CADENA DE VALOR SE BASA EN 3 PILARES FUNDAMENTALES



TRANSPARENCIA Y PRÁCTICAS ÉTICAS

en la selección y adjudicación de nuestros proveedores a partir de la solicitud de documentación para la evaluación de riesgos del proveedor.



CLARIDAD

en los criterios de selección y contratación de proveedores.



DIVERSIFICACIÓN Y COMPETENCIA JUSTA DEL NEGOCIO

para alcanzar una sana competencia durante el proceso de oferta y compra de nuevos o renovación de contratos.

NUESTRO PROCESO DE COMPRAS COMPRENDE LAS SIGUIENTES ETAPAS:

1

PEDIDO DE COMPRA

Es la petición o requerimiento realizado por el área solicitante al Departamento de Compras y Facilities con el fin de obtener una cantidad determinada de material o un servicio en un momento dado.



2

SOLICITUD DE COTIZACIONES Y SELECCIÓN DE PROVEEDOR

Se tienen en cuenta los criterios de: precio, plazo de entrega, condición de pago, calidad comprobada y evaluación del riesgo del proveedor.

Para algunos rubros, tenemos identificados proveedores inclusivos que respondan al pedido de compra a realizar, priorizando su selección y brindando oportunidades de empleo. Para proveer servicios e insumos en nuestras agencias en el interior del país, buscamos y seleccionamos proveedores de la zona geográfica, promoviendo la economía y el empleo local.

3

PRESENTACIÓN DE DOCUMENTACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROVEEDOR

Se evalúa al proveedor teniendo en cuenta sus aspectos técnicos, económicos y evaluación del riesgo incluyendo aspectos de su comportamiento comercial y aspectos éticos: cláusulas que prevean obligaciones por Ley Estadounidense de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA), confidencialidad y privacidad. Corresponsable Due Diligence del proveedor (si aplica) en virtud de la Política de FCPA y en cumplimiento de norma OFAC (Política que prohíbe realizar transacciones que involucren activos provenientes de actividades ilícitas, de lavado de dinero o financiación del terrorismo).

Desde Junio 2018 todas las nuevas compras y contrataciones de Prudential se gestionan íntegramente desde Compras sin excepción (previo análisis y validación de la documentación presentada por cada proveedor).



4

SEGUIMIENTO, AUDITORÍA Y CONTROL DEL PROVEEDOR

Para evaluar la calidad del servicio, el Departamento de Compras y Facilities realiza una evaluación de los proveedores críticos semestralmente, tal como requieren las políticas de control y evaluación de Vendor Governance. Para aquellos proveedores de Mano de Obra Intensiva (MOI) mensualmente el Departamento de Compras y Facilities realiza auditorías y control de la documentación legal requerida no emitiendo pagos sin la presentación de la misma.

Es importante destacar que contamos con una Política de Pago Preferencial a 15 días para que los proveedores puedan cumplir y mejorar sus prácticas laborales.

A partir de 2020 el armado de legajos se hace de forma digital.

5.8.3 COMPRAS INCLUSIVAS Y LOCALES

El área de Compras de la compañía trabaja identificando qué compramos y qué servicios e insumos pueden suministrar proveedores inclusivos o empresas sociales. De esta forma, desarrollamos relaciones con proveedores pertenecientes a proyectos que generen valor social o ambiental como Movimiento Darte, Red Activos, Media Pila, Juno, En Buenas Manos, Gota, Proactiva Asociación Civil, Yo También ONG, Magia Inclusiva, Artecurea, entre otras.

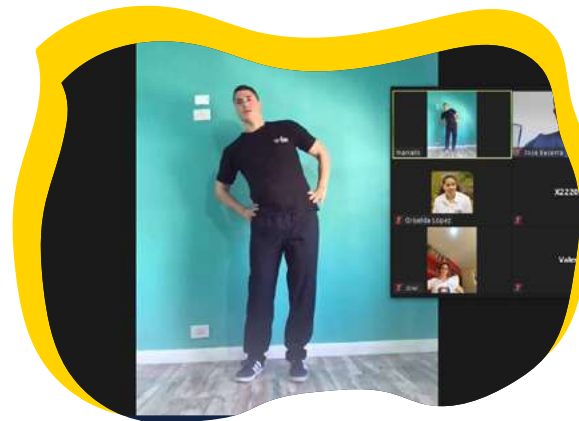
Además, la totalidad de nuestros proveedores son locales. Para proveer servicios e insumos en nuestras agencias en el interior del país, buscamos y seleccionamos proveedores de la zona geográfica, promoviendo la economía y el empleo local.



100%
PROVEDORES LOCALES

\$1.518.236,09
INVERSIÓN EN COMPRAS INCLUSIVAS

↗ **0,42%** Porcentaje de compras inclusivas del total de compras realizadas por la empresa



5.8.4 CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA PARA PROVEEDORES

Desde 2016, contamos con un **Código de Conducta y Ética** dirigido exclusivamente a Proveedores, aspirando a que cumplan y obedezcan con el mismo nivel de compromiso y cumplimiento a las normas comerciales responsables y éticas que posee Prudential Seguros.

El Código es de cumplimiento obligatorio para todos nuestros proveedores y está basado sobre las dimensiones de triple impacto: económica, social y ambiental. Constituye una parte importante y esencial de los valores de la empresa, que promueve y cuenta con la aplicación de normas jurídicas, éticas y ambientales.

PRÁCTICAS ÉTICAS EN TODAS LAS OPERACIONES COMERCIALES:

Anticorrupción, conflictos de interés, antimonopolio, competencia justa y confidencialidad de la información.

PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS Y LABORALES:

Diversidad e inclusión, promoción de trabajo decente, prevención del trabajo forzado e infantil, libertad de asociación, discriminación, salud y seguridad, políticas de compensación.

PRÁCTICAS DE CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE:

Medición de consumos energéticos, reciclado y gestión de residuos.

VENDOR GOVERNANCE

MARCO DE GESTIÓN

La compañía, para realizar sus actividades de negocio, elige llevar a cabo ciertas funciones con personal en relación de dependencia y otras a través de la contratación de servicios a proveedores externos, siendo conscientes que tercerizar funciones puede generar ciertos riesgos.

Estos riesgos pueden tener impactos:

Con el cliente: Deficiencias en la prestación del servicio, incumplimiento de contrato;

Regulatorios: Incumplimiento de normas regulatorias o legislación vigente;

Financieros: Incremento de costos, pérdidas, contingencias;

Reputacional: Impacto en la marca o imagen de la compañía.

OBJETIVOS

De acuerdo con los riesgos planteados, Vendor Governance establece como sus objetivos de gestión:

→ Asegurar que el riesgo de operar con proveedores externos esté correctamente evaluado y gestionado

→ Concientizar, entrenar y dar soporte a la compañía para la selección y gestión de la relación con proveedores externos.

En virtud de cumplimiento de las **Políticas de Vendor Governance**, anualmente, se realizan las capacitaciones para todos los colaboradores que manejan y contratan proveedores.

También realizamos reuniones con los colaboradores para actualizarlos con toda la información correspondiente a los proveedores. Asimismo, desde el área de Compras realizamos todas las altas de proveedores, con el objetivo de poder garantizar la correcta evaluación de las empresas con las que trabajamos.



DESDE EL ÁREA DE COMPRAS Y FACILITIES, SE LE APLICA LA PRÁCTICA DE SOLICITUD DE DOCUMENTACIÓN AL 100% DE LOS PROVEEDORES QUE NOS BRINDAN EL SERVICIO DE MOI (MANO DE OBRA INTENSIVA).

5.8.5. EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES A PROVEEDORES

Identificamos aquellos proveedores que prestan servicios críticos en nuestra compañía y en nuestro nombre a través del mapeo de proveedores críticos, implementamos prácticas que nos permiten trabajar para una cadena de valor responsable promoviendo prácticas laborales decentes.

Para ello, solicitamos a aquellos proveedores de mano de obra intensiva, es decir, personal de proveedores tercerizado o subcontratado que ingresan regularmente a las instalaciones de Prudential Seguros, la presentación de documentación laboral y de seguros en forma mensual.

Cada gerencia es responsable de realizar el seguimiento de la presentación de documentación. Para promover estas prácticas con nuestros proveedores, **contamos con una Política de Pago Preferencial a 15 días para que estos proveedores puedan cumplir y mejorar sus prácticas laborales.** Prudential Seguros se reserva también el derecho de realizar auditorías, ya fuera con personal de Prudential Seguros o mediante auditorías externas realizadas por la empresa que designemos a tal efecto.



Desde mediados de marzo 2020 todas nuestras oficinas están cerradas. Sin embargo, hemos mantenido los compromisos con nuestros proveedores de mano de obra intensiva, que son quienes se vieron más afectados por el contexto, abonando sus servicios mensuales y rediseñando sus tareas para colaborar con otras actividades.

5.8.6. EVALUACIÓN EN FUNCIÓN DE CRITERIOS RELACIONADOS CON LA REPERCUSIÓN SOCIAL Y PREVENCIÓN DE LA CORRUPCIÓN

Esperamos que los proveedores que actúan en nuestro nombre compartan los valores y normas éticas de nuestra compañía, ya que sus prácticas comerciales impactan directamente en nuestra reputación y nuestra forma de hacer negocios.

Por eso, **promovemos el compromiso de los proveedores con nuestras políticas de prevención de corrupción y soborno.**

Los proveedores de servicios externos y los empleados de las empresas pueden informar cualquier acto de corrupción o cualquier comportamiento cuestionable a través de nuestros espacios de cumplimiento y denuncia: la línea de ayuda sobre ética o por correo electrónico o correo postal.

Con los proveedores que, por su prestación de servicios, son considerados críticos por su alto riesgo se firman contratos con cláusulas anticorrupción y se realiza el procedimiento de debida diligencia antes de avanzar en la contratación o utilizar los servicios del proveedor.

El **proceso de debida diligencia** está diseñado para identificar y evaluar los potenciales riesgos de corrupción de un tercero.

De este modo, para evaluar y crear efectivamente el perfil de riesgo del proveedor, contamos con un procedimiento interno para identificar y documentar los planes de acción para mitigar el riesgo de corrupción y los requisitos de control pos-contratación. Es un proceso que no aplica al total de las compras y contrataciones, sino a un porcentaje que depende del nivel de riesgo que se evalúa en conjunto con el área de Compliance, y no depende de un tipo de servicio y/o alcance específico.

En el período comprendido entre el 07/2019 a 06/2020, no se rescindió a ningún proveedor por no cumplir con las evaluaciones correspondientes.



ORIENTACIÓN AL CLIENTE



Hacé click aquí y mirá el video donde Javier Castro Peña, nuestro Director de Operaciones y Lucas Peyrani, nuestro Gerente de Marketing y Desarrollo Estratégico Digital nos cuentan acciones, aprendizajes y desafíos en respuesta al COVID-19



6.1. NUESTROS CLIENTES EN NÚMEROS

UNIDAD DE NEGOCIO VIDA INDIVIDUAL

42.485

PÓLIZAS VIGENTES

6.340

NUEVOS NEGOCIOS EMITIDOS



19,07%

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE SEGUROS VIDA INDIVIDUAL*

UNIDAD DE NEGOCIO DISTRIBUTION PARTNERS

2.153

PÓLIZAS VIGENTES

1.380

NUEVOS NEGOCIOS EMITIDOS



860.352

VIDAS ASEGURADAS

1,38%

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE SEGUROS VIDA COLECTIVO*

CANAL DE VENTA DIGITAL

169

VIDAS ASEGURADAS



* Cifras de Balance Local a Marzo 2020 (Julio 2019 a Marzo 2020)

6.2. EL SEGURO DE VIDA: INSTRUMENTO DE PROTECCIÓN PARA NUESTROS CLIENTES

Prudential se focaliza en mejorar el valor para los clientes, así como en aumentar el valor que la empresa obtiene de sus negocios.

Ponemos el centro en comprender las necesidades de los clientes:

MODELO DE VENTAS

Basado en necesidades

Nuestro concepto diferenciador es diseñar planes de seguro ajustados a las necesidades individuales de cada uno de nuestros clientes.

Asesoramos a través de profesionales altamente calificados: Life Planners®

El **seguro de vida** surge, originalmente, del espíritu de ayuda mutua y la necesidad de cada familia de proteger a sus seres queridos y asegurarles un futuro de tranquilidad. En el caso del **negocio de seguros de vida individual**, los profesionales **Life Planner®** tienen en cuenta objetivos, sueños y el perfil financiero de cada persona en el momento de pensar la solución más adecuada.

La misma filosofía se aplica al **negocio de seguros de vida colectivo**. A través de un trabajo conjunto con nuestros **brokers y/o productores de seguros**, brindamos a nuestros clientes planes de seguro que se ajusten mejor a las necesidades de sus colaboradores y grupos de personas.



Los seguros de vida tienen la mirada puesta principalmente en el largo plazo, pero en el contexto de pandemia, además de ser un instrumento financiero se convirtieron en una herramienta de tranquilidad.

En este contexto pudimos ofrecer nuestros productos y servicios de manera remota, garantizando el contacto directo y continuo de nuestros asesores con los clientes.



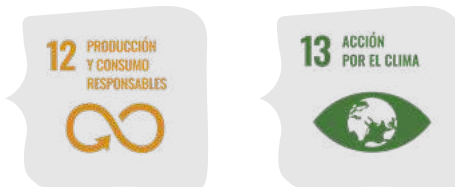
La transformación digital ya era parte de nuestra operatoria y desde el año 2018 contamos con un canal de venta digital de seguros de vida y salud



Asimismo con la alianza con Vitality, somos el primer seguro de vida en el país que premia a nuestros asegurados por cuidarse y llevar una vida sana.

6.3. INNOVACIÓN Y NUEVOS DESARROLLOS

Tema Material:
Innovación en Nuevos Productos y Desarrollo;
Criterios Sociales y Ambientales en el Diseño y Venta de
Productos; y
Conformidad Ambiental de Productos



A medida que buscamos nuevas oportunidades de crecimiento, es fundamental mantenernos enfocados en la ejecución exitosa de nuestros negocios.

Las innovaciones y los desarrollos alcanzados son parte de los ejes estratégicos de nuestra operación en el país. Para mantenernos a la vanguardia del mercado, y más aún en este contexto, trabajamos permanentemente para ofrecer productos y servicios innovadores que nos permitan optimizar diferentes procesos de la gestión, brindar una mejor atención a clientes y reducir los impactos ambientales del negocio.



A principios de 2020, lanzamos la herramienta e-Recruiting, una plataforma de reclutamiento que permite pasar de la gestión manual a la digital. Este proyecto disminuyó notablemente el uso de papel y permitió continuar con el proceso de reclutamiento en un contexto de distanciamiento social.



Actualmente estamos trabajando en proyectos de Marketing Automation, con el objetivo de brindar mejor atención a nuestros clientes y darle soporte a nuestra fuerza de ventas.



6.3.1. VIDA INDIVIDUAL:



6.3.1.1. VENTA A TRAVÉS DE TABLET

Desde 2017 venimos impulsando el uso de herramientas digitales por parte de nuestra fuerza de ventas.



6.3.1.2. CALCULADORA DE NECESIDADES

Continuamos ofreciendo la “calculadora de necesidades”, herramienta que calcula el monto de dinero necesario para proteger el futuro de una familia.

A través de respuestas a preguntas simples, la plataforma reúne la información y determina la cantidad de dinero para cubrir necesidades que una familia debería tener en cuenta a la hora de contratar un seguro de vida. Una vez concluido el análisis, se brinda la oportunidad de ser contactado por un profesional Life Planner® para que lo asesore posteriormente en función de la información obtenida.

En el período reportado, ingresaron a la Calculadora Online 11.900 Usuarios Únicos (vs. 6.157 en el período anterior).

De esos usuarios, 55 completaron el proceso y enviaron sus datos a Atención al Asegurado, resultando en 7 ventas.



6.3.1.3. ACCESO A CUENTAS

Es un canal esencial en nuestro relacionamiento con los clientes. Permite acceder a la información de pólizas, gestionar certificados y conocer el estado de pagos

En el periodo reportado, implementamos la póliza electrónica y su aceptación a través del sitio de clientes. Estamos implementando también la APP de Acceso a Clientes, un nuevo canal que permitirá aceptar los documentos de la póliza y realizar cambios de datos del cliente.

Resultados de Impacto 01 de julio 2019 a 30 de junio 2020:

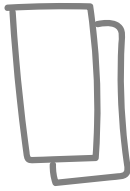
Al 30 de junio de 2020 se registraron 14.900 usuarios (20.105 pólizas) en el sitio de clientes, número que representa el 50% de nuestra cartera activa.

160.000 cartas dejaron de imprimirse, lo que significa un menor consumo de papel equivalente a 180.000 hojas, con un ahorro estimado de \$6.000.000



El 1 de febrero del 2019 se implementó el proyecto de e-Enmiendas, el cual consiste en la aprobación de las enmiendas generadas para casos de post issue a través de la Web de Acceso a Clientes.

Al período reportado, se aceptaron por la web 274 enmiendas.

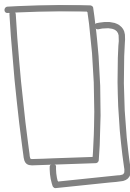


6.3.1.4. APLICACIONES CON MATERIALES DE MARKETING Y ENTRENAMIENTO

Los profesionales Life Planner® pueden acceder en formato digital a los materiales de marketing, institucionales y de entrenamiento relacionados a su carrera profesional.

En el periodo reportado, el 88% de nuestros profesionales Life Planner® ha utilizado las aplicaciones. (vs. 86% del período anterior)

Con el desarrollo de esta nueva aplicación, avanzamos en el objetivo de **“Camino a Papel Cero”**, al dejar de imprimir nuevos folletos de marketing entregables al cliente, centralizando todo el material en formato digital.



6.3.1.6. PÓLIZA ELECTRÓNICA

Reemplazamos la póliza en papel por una digital. Las pólizas se generan en formato PDF, disponibles para el cliente en la página de Acceso a Clientes de la Compañía. A finales del 2019 se implementó la póliza digital para las pólizas generadas por reemplazo o conversión de una ya existente.

De esta manera, la totalidad de las pólizas emitidas son digitales.

Hasta el período reportado, llevamos subidas 9.600 pólizas.

También desarrollamos la aceptación de la póliza a través de la página web de acceso a clientes. De esta forma las pólizas pueden aceptarse vía web y el profesional Life Planner® también puede organizar la gestión de su cartera de clientes.

Al período reportado, se aceptaron por la web 5.308 pólizas.



6.3.1.5. SOLICITUD ELECTRÓNICA

El objetivo es integrar los datos de la solicitud electrónica con el sistema core de la compañía, eliminando procesos manuales de carga de datos.

A partir de los avances implementados desde 2016, en febrero de 2018 logramos que **todas las nuevas solicitudes de seguro ingresen en forma automática al sistema.**

Durante 2019, implementamos la integración entre E-application y Sales Report con el fin de agilizar y hacer más eficientes nuestros procesos. De esta forma, automatizamos la carga del reporte de ventas que se completa semanalmente en las agencias.

También lanzamos Jet Issue, una solución para responder al cliente de forma inmediata. Esta herramienta permite suscribir automáticamente, para reducir los tiempos de emisión y generar eficiencia en las tareas diarias de la Gerencia de Operaciones de Vida Individual.

En enero de 2020, se implementó la **Fase 2 de Jet Issue**. Su objetivo es incrementar la suscripción automática. Los nuevos ajustes incluyeron la actualización de campos en E-application, simplificación de preguntas, nuevas opciones de respuesta predeterminadas, y ajustes de reglas.

Al período reportado, esta nueva herramienta Jet Issue permitió suscribir en forma automática un total de 297 solicitudes (julio 2019-marzo 2020).

De esta manera, evitamos la doble carga de datos y optimizamos la emisión punta a punta.

La inversión realizada en el último período fue de AR\$ 1.680.000, llevando un acumulado total de AR\$ 15.680.000 en los últimos 5 años.



6.3.2 DISTRIBUTION PARTNERS



6.3.2.1. BROKER ONLINE

La **herramienta broker online** ha tenido avances significativos. La mejora implementada fue el desarrollo de un acceso directo para los clientes en donde se le brinde la posibilidad a cada empleado de completar su designación de beneficiarios.

Por el momento se otorgó esta herramienta a dos grandes clientes, habiéndose completado 4.796 designaciones online de vida colectivo y 4.146 designaciones de vida obligatorio.

Esto ha generado la automatización del proceso y, por consiguiente, la reducción de la impresión de los formularios.

Resultados del período:

26 productores y brokers de seguros se han dado de alta en Brokers Online

La plataforma cuenta con un total de **329 usuarios**, que incluyen contratantes, colaboradores de Prudential, productores y brokers de seguros, siendo 190 usuarios representantes de las dos últimas categorías.



CONVENCIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL DE BROKERS Y PRODUCTORES DE SEGUROS

Evento anual al que asisten aquellos brokers y/o productores de seguros que han alcanzado los objetivos de negocio de vida colectivo. La XIV Convención Nacional se celebró del 5 al 7 de Noviembre de 2019 en Iguazú, Misiones y la XIII Convención Internacional se realizó del 16 al 19 de Septiembre de 2019 en Madrid, España.



6.3.2.2. IMPLEMENTACIÓN DE NUEVOS SISTEMAS



Implementamos mejoras para la automatización del proceso de bajas automáticas, comisiones y generación de certificados, evitando errores humanos y mejorando los tiempos de gestión. Además, considerando el contexto de restricciones debido a la pandemia, aumentamos el periodo de gracia en otros 30 días para certificados Affinity sin pago de primas.



SISE 3G:

En agosto 2018 cambiamos el sistema administrador de pólizas por un sistema más moderno, flexible y con mayor agilidad a la hora del lanzamiento de los productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Durante el último período nos dedicamos a la mejora de la herramienta, para conseguir el máximo beneficio y calidad de nuestra operación, y lograr que cada vez más personas cuenten con una herramienta que les brinde tranquilidad financiera ante las adversidades.

WORKFLOW DE EMISIÓN

En 2017 implementamos un Workflow que integra los **pedidos para proceder a la emisión de la póliza**. Interactúa con el sistema administrador de pólizas, ganando en agilidad y confiabilidad de información. Permite realizar seguimiento de calidad de las emisiones y medición de tiempos según los parámetros previstos.

Almacena los legajos digitalizados de las pólizas, eliminando así la impresión de estos en un 100%.

PROYECTO RPA

A través de la robotización buscamos un mayor impacto en la efectividad de nuestros procesos cotidianos gracias a la reducción de tiempos de ejecución de tareas rutinarias, optimización de costos operativos, aumento de la productividad y reducción de la carga operativa de Operaciones.

En 2020 concretamos la primera etapa del proyecto de automatización que abarca la facturación de nóminas de nuestros negocios.



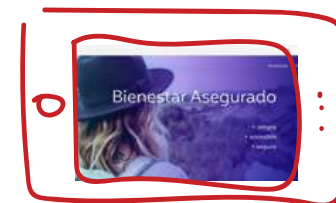
6.3.3. CANAL DE VENTA DIGITAL:



Klimber, plataforma tecnológica que brinda la posibilidad de contratar seguros de una manera fácil y dinámica, 100% online. **Como novedad del período, se incorporó a la plataforma un seguro de vida que paga ante un diagnóstico de enfermedad grave y la posibilidad de contratar un seguro de salud.**

También, para los seguros de vida y salud, se ofrece el programa Vitality.

La plataforma, utiliza una tecnología disruptiva, basada en Machine Learning, que permite ofrecer un mejor servicio, adaptado a las necesidades de los usuarios. De esta manera, se logra que muchas más personas puedan acceder a la cobertura que realmente necesitan, de manera simple y en sólo unos minutos.



6.4 RESPONSABILIDAD SOBRE LOS PRODUCTOS

Comunicación y Contratos Claros y Transparentes;
Criterios Sociales en el Diseño y Venta de Productos; y
Gestión de Calidad



Desarrollamos, comercializamos y gestionamos responsablemente nuestros productos enfocándonos en los clientes y sus necesidades. Cumplimos nuestras promesas y actuamos con integridad en todo momento.

6.4.1. ACUERDO DE SERVICIO Y GESTIÓN DE SINIESTROS

Contamos con acuerdos de servicio de calidad, tanto para la unidad de negocio vida individual como para vida grupo, que garantizan el cumplimiento del contrato con clientes. Permiten responder a nuestros asegurados en el menor tiempo posible y con la eficaz gestión del pago del siniestro con los beneficiarios.

Acuerdo de Servicio Vida Individual

Dictamen de siniestros en 48 horas desde la recepción completa del legajo. Los profesionales Life Planner® acompañan a la familia en todo momento para que la gestión del siniestro no sea una preocupación.

En el periodo reportado, la compañía recibió 73 denuncias de siniestros de sus operaciones de Vida Individual.



Debido al Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio, flexibilizamos los procesos de envío de documentación para asegurados y beneficiarios, tanto en procesos de reclamos en curso como para nuevas denuncias

Acuerdo de Servicio Vida Grupo:

Pago de siniestros en tres días desde la recepción completa del legajo.

En el periodo reportado, la compañía recibió 2071 denuncias de siniestros de sus operaciones de Vida Grupo.



Durante el periodo, se flexibilizó la aceptación de documentación digital para las denuncias de siniestros.

6.4.2. AUDITORÍAS EN LA VENTA DE PRODUCTOS MASIVOS / SPONSORS:

La unidad de negocios Vida Grupo Masivos comercializa sus productos a través de los sponsors. Antes de emitir las pólizas realizamos una auditoría de las llamadas realizadas por los sponsors chequeando la aceptación por parte del cliente y que el producto haya sido efectivamente vendido. De esta manera, protegemos la reputación de la marca en cada mercado.

En el período reportado, contamos con dos sponsors para acciones de telemarketing. Se recibieron 991 ventas, siendo auditadas el 82% de las mismas.

Gracias a esta práctica, 162 ventas no fueron emitidas (16% del total), evitando multas en el período reportado.



6.4.3. UNDERWRITING: FLEXIBILIZACIÓN DE LOS REQUISITOS

El proceso de suscripción del seguro de vida considera miles de variables de riesgo. Generalmente, estas variables se dividen en varias categorías, incluyendo la edad, las medidas físicas (altura / peso, lectura de la presión arterial, pruebas de líquidos corporales actuales y electrocardiograma), historial médico y/o de enfermedad, comportamientos de riesgo y riesgo financiero.

El área de Underwriting de nuestra Gerencia de Operaciones Vida Individual, como así también la Gerencia de Actuarial, mantienen una sólida función de investigación y desarrollo en la que los directores y aseguradores médicos monitorean los cambios en el comportamiento demográfico o aquellos en los que la medicina pueda tener un impacto en los resultados de mortalidad y morbilidad y hacer cambios en las guías de aseguramiento según sea apropiado.

Por eso, en algunas ocasiones los requisitos de las pólizas pueden generar exclusión. Es importante tarifar adecuadamente en cuanto a los riesgos que tiene la vida de esa persona.

A partir de este análisis, **flexibilizamos algunos requisitos que reflejan los criterios sociales incorporados en el diseño y venta de nuestros productos. Esto demuestra las mejoras relativas a los temas de salud y seguridad de los clientes en torno a los productos.**



TELEUNDERWRITING:

Fuimos la primera compañía de seguros en implementarlo en Argentina en 2013. Consiste en un servicio que ayuda al área de Underwriting para alcanzar apropiadamente la clasificación del riesgo. En 2017 se extendió la gestión de Teleunderwriting para Incrementos de clientes en pólizas existentes (hasta entonces exclusivo para nuevas pólizas). De esta forma, cuando un cliente solicita un incremento de cobertura en su póliza vigente, según la edad y monto, puede ser evaluado mediante la declaración de Salud tomada en forma telefónica.

En el año 2018 incluimos la opción de Teleunderwriting para pólizas de Vida Colectivo, beneficiando a grandes empresas a un proceso de suscripción simplificado para sus empleados.

Finalmente, desde Julio de 2018, la gestión de Teleunderwriting es realizada en forma directa por Suscriptores de Riesgos del área de Underwriting. Esto redundo en mayor calidad de información relevada durante la entrevista telefónica, y en muchos casos reducción de requisitos adicionales (como informes médicos, copia de estudios, entre otros). Durante 2019 se consolidó la gestión de Teleunderwriting realizada exclusivamente por Suscriptores del área. La recopilación de datos que se logran obtener durante estas entrevistas telefónicas ha demostrado ser muy eficiente tanto en términos de precisión y relevancia para la correcta evaluación de los casos, como en el acortamiento de los tiempos de emisión, dado que se evitan clarificaciones, enmiendas y otros requisitos posteriores.



En 2020, durante los primeros meses del aislamiento, se incrementó la cantidad de gestiones de Teleunderwriting, llegando a un promedio de 300 casos mensuales. Hoy estos valores se han estabilizado nuevamente y continuamos contactando a los clientes en forma telefónica para completar las preguntas requeridas para la evaluación de su solicitud.

BENEFICIO POR MUERTE ACCIDENTAL PARA EXTRAPRIMAS C & D

En junio de 2019 se comunicó la posibilidad de ofrecer la cobertura de beneficio por muerte accidental a aquellos clientes que tuvieran una cobertura de vida extraprimada, hasta Clase D inclusive. Así, ofrecemos una mayor flexibilidad para el armado de soluciones adaptadas a la necesidad de cada cliente.

POLÍTICA DE CÚMULO DE CAPITAL:

En 2017 se incrementaron los topes de montos no médicos (de Usd 250.000 a Usd 300.000) y el rango de edad (de 45 a 49 años) para simplificar los requisitos de asegurabilidad. A partir de esta actualización, los casos que se encuentran en la franja de mayor concentración de clientes, pasan a suscribirse sólo con declaración jurada de salud o teleunderwriting (entrevistas de suscripción por teléfono) en lugar de exámenes médicos.

MATRIMONIO IGUALITARIO:

Siempre mantuvimos una política inclusiva, habilitando la asegurabilidad sin restricciones, a grupos familiares en los que la pareja/ matrimonio son personas del mismo sexo.

VIGENCIA DEL EXAMEN MÉDICO / INFORME DE INSPECCIÓN:

A partir del año 2013, se extendió la vigencia, tanto de los exámenes médicos (de 3 a 6 meses) como de los Informes de Inspección (de 6 meses a 1 año).

HISTORIAS CLÍNICAS DEL CLIENTE POR E-MAIL:

A partir del 2016 se formalizó la posibilidad de enviar en copia/ fotocopia, no solo los estudios médicos provistos por el propuesto asegurado, sino también las historias clínicas gestionadas con sus médicos tratantes.

COBERTURA ADICIONAL ENFERMEDADES CRÍTICAS POR EXTRA PRIMA:

A partir del 2015, se extendió la viabilidad de ofrecer esta cobertura adicional a casos con extra primas mayores que tenían mayor riesgo de vida (la extra prima máxima habilitada pasó de ser Clase B, a Clase D), generando así un mayor número de clientes habilitados para acceder a este beneficio.

FLEXIBILIZACIÓN DEL PRODUCTO “PRUDENTIAL FUTURO”:

En septiembre del año 2015, se implementaron distintas facilidades para la comercialización de este producto: se eliminaron los requisitos de asegurabilidad para dependientes económicos (hijos y amas de casa), se flexibilizó el límite de affordability, es decir, el cálculo de los ingresos del cliente de acuerdo al seguro que va a pagar y, por último, se amplió la extra prima máxima aceptada para este plan.

MARIHUANA:

En febrero del 2014 y tras un minucioso trabajo de análisis e investigación, se flexibilizó la política de requisitos de selección aplicable a personas con antecedente de consumo de marihuana. Esto redundó en una clasificación de los riesgos ajustada según la antigüedad del antecedente, cantidad de consumo y edad del propuesto asegurado, es decir aquella persona que está aspirando a tener un seguro de vida. También se implementó un nuevo cuestionario de drogas para completar por el solicitante.

6.5. SERVICIO DE ATENCIÓN AL ASEGURADO

Servicio de Atención al Cliente;
Manejo de Quejas y Reclamos; y
Gestión de Calidad



Contamos con un área de Servicio de Atención al Asegurado que reporta a la Gerencia de Operaciones Vida Individual. Atiende y administra las consultas y reclamos; pedidos de información y asesoramiento en general que presenten los tomadores de seguros, asegurados, beneficiarios y/o derechohabientes.

Asimismo, contamos con otros canales de atención al asegurado en el caso de haber contratado un servicio por medio de su empleador y/o empresa a través de un seguro colectivo, que reporta a la Gerencia de Operaciones Vida Grupo.



SEGURO DE VIDA INDIVIDUAL

(en caso que hayas contratado un seguro a través de un asesor Life Planner ®)

Personas - Empresas



0-800-777-PRUD (7783)

Lunes a Jueves de 9 a 18 hs
y Viernes de 9 a 15hs



atencionalasegurado@prudential.com

O bien podés contactarte con tu asesor Life Planner ®

SEGURO DE VIDA COLECTIVO

(en caso que hayas contratado un servicio por medio de tu empleador / empresa)

Grupos de Personas en Empresas

Accidentes Personales – Salud



0-800-888-5080

Lunes a Jueves de 9 a 18 hs
y Viernes de 9 a 15hs



atencionvidagrupo@prudential.com



Contacto Web

www.prudentialseguros.com.ar



Correo postal

Av. Leandro N. Alem 855, 5° piso – CABA



Facebook e Instagram

/PrudentialSeguros

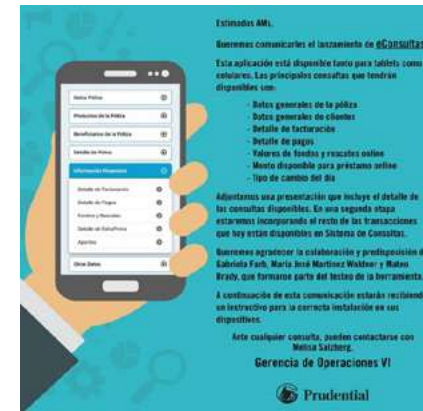
6.5.1. GESTIÓN DE CALIDAD

Trabajamos con el firme objetivo de garantizar la calidad del servicio brindado:

- Las consultas realizadas por nuestros clientes a través de las distintas vías son respondidas dentro de las 24hs.
- En los casos que no tengamos respuesta para solucionar o responder sus inquietudes, informamos al cliente y mantenemos el contacto continuo;
- Orientamos a nuestros clientes sobre la carga del pago por Seguro de Vida en AFIP y SIRADIG;
- Mantenemos informado a los profesionales Life Planner® sobre cualquier contacto o gestión que realizan sus clientes;
- Garantizamos la confidencialidad de los datos durante todo el proceso de resolución de consultas, quejas y reclamos;
- Para la seguridad de nuestros clientes, realizamos grabación de todas llamadas entrantes y salientes; Disponemos de asesores telefónicos de lunes a jueves en la franja horaria de 9 a 18 hs y viernes en la franja horaria de 9 a 15hs.
- Ofrecemos canales de contacto como e-mail y web de acceso 24hs todos los días del año; por teléfono realizamos los siguientes cambios para agilizar los tiempos y brindar un mejor servicio: cambios de domicilio, pedido de duplicado de póliza, aportes adicionales y cambios de frecuencia o fecha de débito.

Consultas resueltas por la Gerencia Operaciones Vida Individual a clientes externos

2019						2020					
jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun
322	297	372	507	399	457	762	798	603	735	628	705



NUEVA APP E-CONSULTAS PARA FUERZA DE VENTAS

Para seguir brindando un mejor servicio a nuestra fuerza de ventas, Operaciones Vida Individual lanzó esta App para responder consultas sobre nuestros asegurados, se puede: consultar sobre datos generales de la póliza, de los clientes, detalle de pagos y facturación, entre otros.

Consultas resueltas por la Gerencia Operaciones Vida Grupo a clientes externos

2019						2020					
jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun
265	272	233	251	208	144	196	455	177	380	168	201



Durante este periodo se aceptaron las designaciones de beneficiarios en formato digital, acompañado del documento del asegurado por e-mail. Además, para evitar el traslado de los clientes, se habilitaron las comunicaciones directas con nuestros Customers.

6.5.2. QUEJAS Y RECLAMOS

En cumplimiento de la Resolución SSN N°1138/2018, contamos con el Servicio de Atención al Asegurado. Está compuesto por un Responsable Titular y un Asistente. Su propósito es atender los reclamos de los clientes y asegurados, brindar las explicaciones correspondientes y, en caso de ser necesario, resolver los casos planteados por los clientes.

Quejas y reclamos relevadas y resueltas por la Gerencia Operaciones Vida Individual en el periodo reportado:

	01 JULIO 2019 A 30 JUNIO 2020	01 JULIO 2018 A 30 JUNIO 2019
RECLAMOS DE SERVICIO	34	25
RECLAMOS DE VENTA	8	13
TOTAL	42	38

Quejas y reclamos relevadas y resueltas por la Gerencia Operaciones Vida Grupo en el periodo reportado:

	01 JULIO 2019 A 30 JUNIO 2020	01 JULIO 2018 A 30 JUNIO 2019
RECLAMOS DE SERVICIO	12	16
RECLAMOS DE VENTA	61	205
OTROS	17	-
TOTAL	90	221

Cantidad de reclamos atendidos en el período (por canal) y Cantidad de reclamos resueltos en el período (por canal) para cada una de las unidades de negocio:

Período 01 julio 2019 a 30 junio 2020*	Línea Telefónica		Correo Electrónico		Contacto Web	
	Seguro de Vida Individual	Seguro de Vida Colectivo	Seguro de Vida Individual	Seguro de Vida Colectivo	Seguro de Vida Individual	Seguro de Vida Colectivo
Cantidad de reclamos atendidos	13	2.275	24	614	2	0
Cantidad de reclamos resueltos	13	2275	24	614	2	0

*Los reclamos vía Correo Postal y Facebook no han representado un volumen significativo en el periodo, se incluyen dentro del total de reclamos pero no han sido diferenciados.

6.5.3. ACCIONES ADICIONALES PARA BRINDAR UN MEJOR SERVICIO A LOS CLIENTES:

SEGURO DE VIDA INDIVIDUAL

→ **Encuestas a clientes existentes por incrementos/conversiones:** Se realizan encuestas telefónicas a clientes existentes que hacen recompras (nuevas póliza, incrementos y conversiones) para verificar la calidad del servicio y el buen entendimiento de los productos;

→ **Encuestas de bienvenida a nuevos clientes:** relevamiento online a nuevos clientes para evaluar la calidad del proceso de venta con el fin de detectar irregularidades.

→ **Contactos para actualizar la base de datos de clientes:** con el fin de mantener activa comunicación con nuestros clientes

→ **Proceso de reasignación de pólizas:** Ante la desvinculación o renuncia de alguno de nuestros profesionales Life Planner®, hemos desarrollado un proceso de reasignación con el objetivo que nuestros clientes tengan siempre, además de la posibilidad de contactarse con el área de Servicio de Atención al Asegurado, una cara visible con quien tener contacto directo ante cualquier necesidad. A partir de 2020, estas comunicaciones se informan a través de la web de clientes.

Medición de Satisfacción del Cliente:



SEGURO DE VIDA INDIVIDUAL

Tanto en las encuestas de incrementos-conversiones como en la de nuevos clientes, medimos la satisfacción en cuanto al servicio brindado por Prudential.

Los resultados unificados tomando el período reportado (julio 2019 a junio 2020) son los siguientes:

	2019 - 2020		2018 - 2019		2017 - 2018	
Calificación	%	%	%	%	%	%
Excelente	630	71%	547	55%	410	55%
Muy bueno	211	24%	344	35%	276	37%
Bueno	37	4%	92	9%	53	7%
Regular	7	1%	7	1%	2	0%
Malo	6	1%	0	0%	1	0%
Total	891	100%	990	100%	742	100%

Las calificaciones que arrojan como resultado "regular y malo" son derivadas al profesional Life Planner® con copia a sus líderes correspondientes para que puedan realizar un seguimiento de los casos particulares.

6.6. CONFIDENCIALIDAD Y PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN



Tema Material:
Seguridad y Privacidad de
Datos de los Clientes

El éxito de Prudential Seguros depende de la confianza de nuestros clientes y empleados en el uso apropiado de la información confidencial que nos confían. La divulgación no autorizada o inapropiada de información confidencial puede originar responsabilidad para el empleado y la compañía o ubicarla en desventaja comercial.

Contamos, dentro de la Gerencia de Sistemas, con el área de Seguridad Informática que vela por el cumplimiento de los procedimientos y políticas de seguridad de la información.

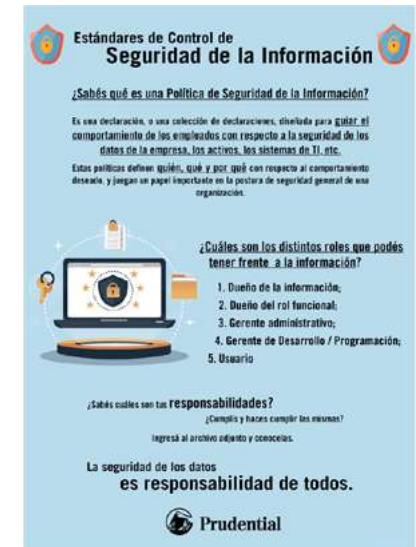
Realiza anualmente capacitaciones en formato e-learning alcanzando al 100% de los colaboradores.

Asimismo, **no hemos recibido durante el ejercicio ningún reclamo de incidente de seguridad de la información por parte de nuestros clientes.**



Nuestros clientes y empleados son muy valiosos, al igual que su derecho a la privacidad:

- Debe asegurarse el acceso a la información confidencial. La información a la que se puede acceder mediante su computadora debe estar protegida, al igual que los expedientes de clientes u otra información de estos. Los empleados deben proteger la información confidencial;
- La información puede utilizarse sólo para los fines comerciales de Prudential Seguros;
- Los clientes pueden solicitarnos no utilizar sus datos personales con el fin de informarles sobre otros productos o servicios que ofrece la Compañía o un tercero. Antes de intercambiar información con este fin, Prudential Seguros debe asegurarse que el cliente no haya solicitado que no se revele dicha información.



Nuestro equipo de seguridad informática desarrolló un gran número de proyectos en pos de garantizar la seguridad de la información en el nuevo contexto de trabajo remoto.

6.7. ACCIONES DE MARCA, COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO

Tema Material:
Conciencia aseguradora;
Servicios de atención al cliente.



Con el objetivo de promover un mayor conocimiento de la marca, llevamos adelante las siguientes acciones con los asegurados actuales y/o potenciales.



En el contexto de la pandemia COVID-19, trabajamos para cuidar a nuestros asegurados, dando consejos sobre cómo evitar la propagación del virus; implementamos en nuestro sitio web un espacio de detección temprana de síntomas del COVID-19; mantuvimos una comunicación fluida a través de nuestros canales de comunicación y permanecemos cerca de nuestros clientes a través de nuestra fuerza de ventas, con el fin de llevarles tranquilidad en este difícil contexto, como así también participamos en notas periódicas en este sentido.

ESTAMOS CON VOS.

Quiero que sepas que, como siempre y hoy más que nunca, Prudential está con vos. Todos, sin distinción de posiciones dentro la compañía, estamos abocados a darte el servicio por el que confiaste alguna vez en nosotros y lo seguís haciendo día a día.

Nuestro compromiso va más allá de lo material: en este momento tan movilizante para todos, la vida cobra un sentido distinto, aún más fuerte. Y estar seguro de que los que más querés están protegidos incluso por fallecimiento a causa de una pandemia, como sucede con nuestros productos, te aporta una tranquilidad que pocas herramientas financieras pueden darte: la de saber que ellos van a estar bien.

Como argentinos, tenemos una gran responsabilidad: sabemos de crisis y de enfrentar la adversidad. Una vez más, estamos siendo puestos a prueba. De nosotros depende salir adelante, cuidando a nuestra gente, siguiendo las recomendaciones de referentes sanitarios y cumpliendo con las normas que las autoridades gubernamentales de todos los niveles del Estado han implementado para que esta pandemia no se propague.

Te pido que, si tenés dudas o preguntas respecto de tu póliza, te comuniques con tu asesor Life Planner @, nos llames al 0800 777 7783 (PRUD) o nos envíes un e-mail a atencionalasegurado@prudential.com. Estamos para ayudarte.

¡Gracias por seguir confiando en Prudential!

Mauricio Zanatta - Presidente y CEO
Prudential Seguros

Prudential Seguros

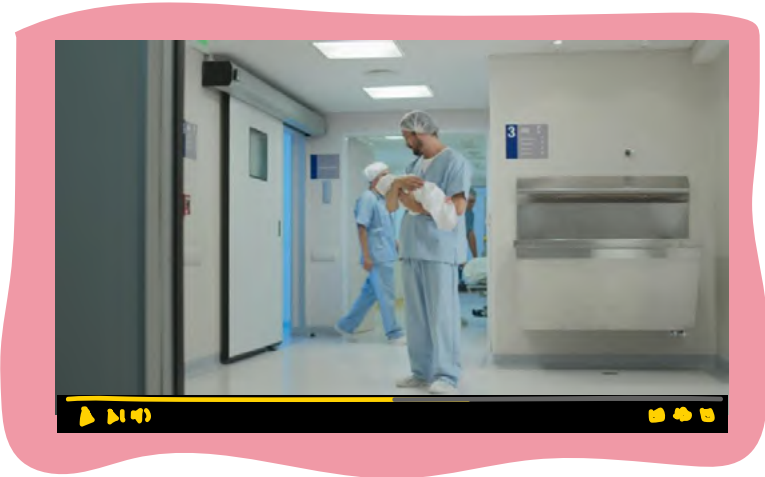
www.prudentialseguros.com.ar



COVID-19
EVALUÁ TU RIESGO
DE MANERA ONLINE
con nuestro **ChatBot**



6.7.1. ACCIONES DE MARCA



6.7.1.1. CAMPAÑA PUBLICITARIA

Lanzamos una nueva campaña publicitaria basada en el lema “Que tu única preocupación sea disfrutar. Del futuro nos ocupamos nosotros”.

Estuvo compuesta por 3 comerciales de TV: “Nursery”, “Moto” y “Mudanza” y dos comerciales de radio: denominados “Bebé” y “Heladera”. También contó con adaptaciones específicas para comunicación en vía pública y digital. La campaña tuvo un amplio impacto medios de comunicación tradicionales y digitales.

Con esta campaña publicitaria, además de elevar el reconocimiento de nuestra marca, contribuimos a incrementar la conciencia aseguradora en la sociedad en general.

6.7.1.2. SPONSOREOS INSTITUCIONALES

- **San Isidro Club (SIC)**, uno de los clubes de rugby más reconocidos del país, que representa a su vez los valores de pasión, trabajo y respeto mutuo que la compañía quiere transmitir hacia sus asegurados y potenciales clientes.
- **AmCham, la Cámara de Comercio de los Estados Unidos en Argentina**, que realiza actividades orientadas al mundo empresario, uno de los públicos objetivos de nuestra compañía;
- **Aniversario de Comercio y Justicia**, uno de los diarios más reconocidos de la provincia de Córdoba



6.7.1.3. ACTIVACIONES DE MARCA

6.7.1.3.1 ACCIONES DE INVIERNO

Durante julio y agosto de 2019 estuvimos presentes en los principales centros de esquí del país como Cerro Catedral, Cerro Chapelco y Las Leñas. Brindamos descuentos exclusivos para los asegurados de pólizas individuales y colaboradores.



6.7.1.3.2 ACCIONES DE VERANO

Durante enero y febrero, estuvimos presentes en las playas de Pinamar, Cariló y Punta del Este.

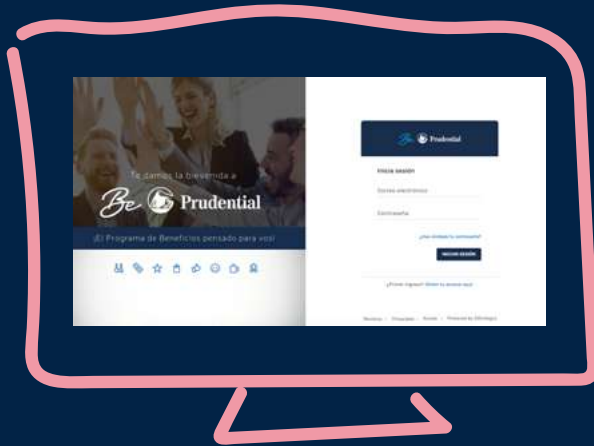
En Pinamar y Cariló, además de contar con presencia de marca en los Paradores El Pájaro y Neruda para brindar beneficios a clientes de seguros individuales y colaboradores, **realizamos nuevamente la acción “Embolsá Pinamar”**. Esta iniciativa se trabajó en alianza con distintas organizaciones, generándose oportunidades laborales para personas con discapacidad haciéndose eco de la Ordenanza Municipal 4102/12, que establece la prohibición de la entrega y/o venta de bolsas plásticas en supermercados. Asimismo, adaptamos el programa educativo **“Cuidando lo mejor de vos”** que realizamos en escuelas primarias durante el año a un formato aplicable a los paradores en cuestión, donde invitamos a los niños presentes a jugar y a divertirse mientras aprenden sobre valores, cuidado personal, entre otros temas.



6.7.2. PROGRAMA DE BENEFICIOS:



Ofrecemos una plataforma de beneficios con descuentos exclusivos a nuestros clientes y colaboradores. **BePrudential** cuenta con 8.657 usuarios registrados, habiendo sumado en el último período 2.515 nuevos usuarios. También contamos con una App para descargar en el celular llamada Be Prudential Beneficios.



6.7.3. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

6.7.3.1. COMUNICACIONES EXTERNAS

Gestionamos nuestra activa participación en publicaciones periódicas por parte de voceros autorizados como así también por medio de la difusión de las novedades corporativas.

Entre las acciones más destacadas del período se encuentran las actividades de marca en ciudades de veraneo y centros de esquí, así como también reconocimientos a diversas áreas de la compañía, presentación del Reporte de Sustentabilidad, lanzamiento de Vitality en Argentina, y, durante el contexto de pandemia, nuestro activo rol en la comunicación de nuestra respuesta hacia nuestros grupos de interés.



6.7.3.2.

REDES SOCIALES

Nuestra estrategia en redes sociales tiene como objetivo dar a conocer la compañía y, a la vez, interactuar de una manera más cercana con los clientes actuales o potenciales.

Se comparten contenidos sobre productos comercializados, novedades de la compañía y temáticas de RSE & Sustentabilidad, al tiempo que se contestan consultas de diversa índole.

Acompañamiento en redes sociales en el periodo reportado:

¡ALCANZAMOS MÁS DE 5 MILLONES DE PERSONAS!



INSTAGRAM:

@PrudentialSeguros: **1.142 seguidores**



FACEBOOK:

/PrudentialSeguros: **6.032 seguidores**



LINKEDIN:

/Prudential Seguros: **17.451 seguidores**



YOUTUBE:

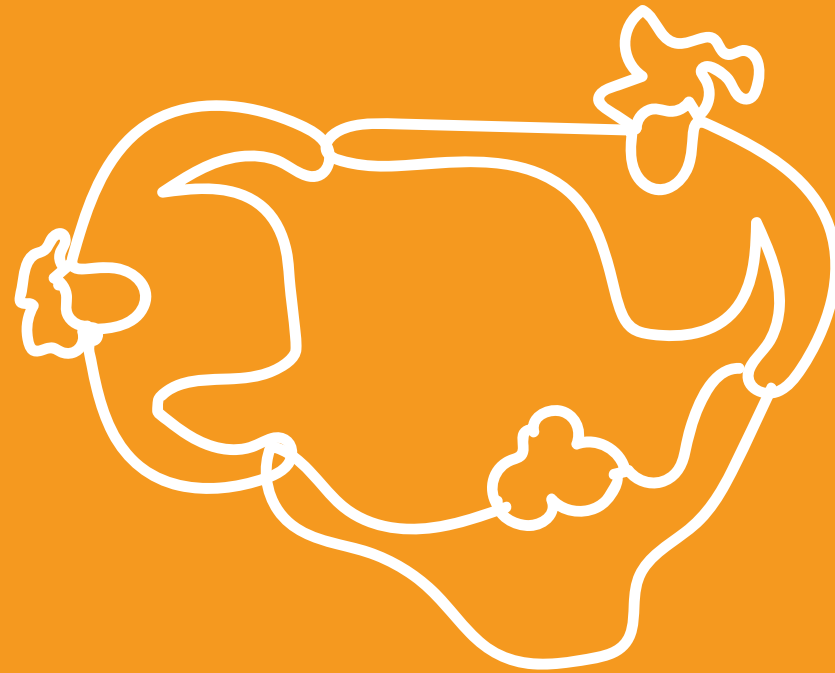
/Prudential Seguros: **373 suscriptores**



SITIO WEB

Nuestro sitio web se constituye como canal de comunicación con los grupos de interés de la compañía. Cuenta con un acceso para que clientes individuales consulten información básica de su póliza y para que los brokers y productores de seguros operen online, como así también la posibilidad de comprar online un seguro de vida.





ENFOQUE EN EL TALENTO



[Hacé click aquí y mirá el video](#)
donde Paula Payá, nuestra Gerente de Recursos Humanos & Sustentabilidad nos cuenta acciones, aprendizajes y desafíos en respuesta al COVID-19

7.1. NUESTRA GENTE EN NÚMEROS

LA DIVERSIDAD Y EL PROFESIONALISMO DE NUESTROS EQUIPOS DE TRABAJO CONSTITUYEN LA BASE DE NUESTRO TALENTO.



Tema Material:
Empleo y Protección Social
Diversidad e Inclusión

	2019-2020		2018-2019		2017-2018	
COLABORADORES	392	205	383	210	360	205
	187	108	173	37	155	50
EDAD PROMEDIO	41,26		40,93		40,47	
RANGO DE EDAD	HASTA 30 AÑOS					
	8%	8%	9%	9%	11%	11%
	5,6% (22)	2% (8)	4,7% (18)	4,7% (18)	4% (16)	6% (22)
	31 - 45 AÑOS					
	62%	62%	61%	61%	60%	60%
	29,3% (115)	32,9% (129)	28,7% (110)	32,4% (124)	28% (101)	32% (116)
MÁS DE 45 AÑOS						
30%	30%	30%	30%	29%	29%	
12,8% (50)	17,3% (68)	11,7% (45)	17,7% (68)	11% (38)	19% (67)	

Aclaración: Se incluyen en estos datos los colaboradores de la compañía, no teniendo en cuenta a los colaboradores tercerizados que son 5, ni tampoco los pasantes que totalizan 9, 100% mujeres.

LIDERAZGO Y DIVERSIDAD DE GÉNERO:

CANTIDAD DE MUJERES

	2019-2020		2018-2019		2017-2018	
COMITÉ EJECUTIVO DE DIRECCIÓN	1	20%	1	20%	1	20%
POSICIONES GERENCIALES	7	54%	6	50%	6	54%
MANDOS MEDIOS	17	71%	15	56%	14	58%

EL 60% DE LAS POSICIONES DE LIDERAZGO ESTÁN CUBIERTAS POR MUJERES



COLABORADORES SEGÚN UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y GÉNERO:

Buenos Aires



	2019-2020		2018-2019	
DOTACIÓN TOTAL	41,3% (162)	37,5% (147)	39,2% (150)	40,7% (156)
INGRESOS	19	13	24	39
EGRESOS	7	22	8	41

Mendoza



	2019-2020		2018-2019	
DOTACIÓN TOTAL	2,8% (11)	4,9% (19)	3,1% (12)	4,7% (18)
INGRESOS	1	2	2	3
EGRESOS	2	1	3	9

Córdoba



	2019-2020		2018-2019	
DOTACIÓN TOTAL	2,1% (8)	7,4% (29)	1,8% (7)	6,8% (26)
INGRESOS	1	5	3	9
EGRESOS	0	2	0	2







San Juan



	2019-2020		2018-2019	
DOTACIÓN TOTAL	1,5% (6)	2,6% (10)	1% (4)	2,6% (10)
INGRESOS	2	3	1	1
EGRESOS	0	3	0	0

ROTACIÓN DE COLABORADORES POR GÉNERO Y RANGO ETARIO

	2019-2020		2018-2019		2017-2018	
	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS	EGRESOS
TOTALES	46	43	82	63	64	49
HASTA 30 AÑOS	11	17	13	8	17	5
31 A 45 AÑOS	33	23	64	45	45	34
MÁS DE 45 AÑOS	2	3	5	10	2	10

	2019-2020			
	INGRESOS		EGRESOS	
TOTALES	46		43	
HASTA 30 AÑOS		11		17
	8	3	4	13
31 A 45 AÑOS		33		23
	13	20	8	15
MÁS DE 45 AÑOS		2		3
	2	0	3	0

OTROS INDICADORES:

	2019 - 2020	2018 - 2019	2017 - 2018
DOTACIÓN BAJO CONVENIO COLECTIVO DE TRABAJO	286	277	267
COLABORADORES AFILIADOS AL SINDICATO DE SEGUROS	24	22	18
COLABORADORES CON DISCAPACIDAD	1	1	1
COLABORADORES DE NACIONALIDAD EXTRANJERA	11	13	6

**ANTIGÜEDAD PROMEDIO:
7 AÑOS**

7.2. NUESTROS EJES CON ENFOQUE EN EL TALENTO

El sentido de nuestro trabajo está vinculado con la concepción de nuestro producto, ya que no vendemos sólo seguros de vida, sino “protección”.

Este concepto está atravesado por cada uno de nuestros valores y se refuerzan en las distintas etapas del colaborador en la compañía.



Damos la oportunidad de contribuir con las comunidades donde operamos a través de **acciones de voluntariado corporativo**.

Brindamos a nuestros colaboradores beneficios para **equilibrar su vida personal y laboral**.

Fomentamos un ambiente de trabajo que aliente a todos los colaboradores a conducirse con **integridad, honestidad y justicia** en el cumplimiento de sus funciones.



7.3. EL TALENTO, LA BASE DE NUESTRO NEGOCIO

Fomentamos un ambiente de trabajo que aliente a todos los colaboradores a conducirse con integridad, honestidad y justicia en el cumplimiento de sus funciones.

“Hacer lo correcto por las causas correctas debe ser el marco en el cual conducimos nuestro negocio con el público, nuestros clientes y nuestros colaboradores”.

Contamos con una **cultura interna de puertas abiertas y vocación de servicio**, que promueva un buen clima de trabajo, basado en valores, respeto y comportamientos como denominadores en común para impulsar el liderazgo interno y el desarrollo del talento. Una cultura de trabajo dinámica basada en objetivos que impulsa la flexibilidad y otorga espacio para que cada **colaborador sea dueño de su propio desarrollo.**

Formamos equipos diversos, y capacitamos en forma constante abriendo oportunidades de desarrollo y crecimiento, con beneficios para conciliar el trabajo y la vida personal como así también la oportunidad de contribuir con las comunidades donde operamos a través de acciones de voluntariado corporativo.



Ofrecemos a nuestros colaboradores una **propuesta de valor** que trabaja sobre diferentes ejes: beneficios, equilibrio entre la vida laboral y personal, capacitación y desarrollo, respeto a los derechos humanos, buen clima laboral y canales de diálogo abiertos.



Supimos acompañar a cada colaborador de Prudential en su bienestar personal y familiar, garantizando la óptima infraestructura de trabajo, pero, sobre todo, manteniendo la motivación y el espíritu de equipo entre todos.



7.4. NUEVOS TALENTOS: RECLUTAR, PARTICIPAR Y ACOMPAÑAR

Tema Material: Empleo y Protección Social



7.4.1. RECLUTAMIENTO Y BIENVENIDA

Contamos con dos políticas de Reclutamiento:

1. Proceso de Reclutamiento de la Fuerza de Ventas del negocio de Vida Individual. Se realiza por referidos. Es responsabilidad de los Gerentes de Agencia reclutar a sus Gerentes de Venta y de estos últimos de reclutar profesionales Life Planner® para cada agencia.
2. La Gerencia de Recursos Humanos es responsable de los procesos de reclutamiento de las áreas de soporte y de la unidad de negocio Distribution Partners de la compañía.

En todos los procesos de reclutamiento, se busca que exista coherencia entre las expectativas de los candidatos y sus perfiles profesionales y personales con los valores corporativos de nuestra organización.

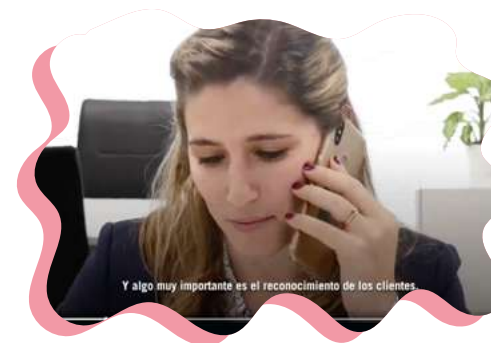
7.4.1.1. PROCESO DE RECLUTAMIENTO DE LA FUERZA DE VENTAS DEL NEGOCIO DE VIDA INDIVIDUAL.

El desarrollo de la carrera de profesionales Life Planner® es exclusiva de Prudential Seguros. Son profesionales altamente capacitados para diagnosticar y resolver problemas de protección financiera. Su asesoramiento no termina con la entrega de la póliza. Están junto al cliente en los momentos más significativos de su vida para que pueda modificar sus necesidades de protección, a fin de adaptar la solución a su nueva realidad.



A principios del año 2020, comenzamos a utilizar la herramienta e-Recruiting, una plataforma de reclutamiento que permite pasar de la gestión manual a la digital, la cual permitió continuar con el proceso de reclutamiento en el contexto de pandemia.

En el período reportado ingresaron 24 colaboradores, 17 para desarrollar su carrera como profesionales Life Planner® y 7 nuevos colaboradores como Gerentes de Venta.



Ma. José Martínez Waldner que nos cuenta qué es ser profesional Life Planner®

7.4.1.2. PROCESO DE RECLUTAMIENTO DE LAS ÁREAS DE SOPORTE Y UNIDAD DE NEGOCIO DISTRIBUTION PARTNERS

Proceso liderado por la Gerencia de Recursos Humanos, que de acuerdo al perfil requerido analiza la estrategia de reclutamiento.

Nuestra política de reclutamiento contempla las siguientes instancias:

- **Entrevista con Recursos Humanos:** se realiza con el objetivo de conocer al candidato, presentar la compañía y conocer sus expectativas profesionales;
- **Entrevista con la línea:** el candidato es entrevistado por el responsable de la búsqueda. En el caso que la posición lo requiera, se incluye en el proceso una evaluación técnica o examen del nivel de inglés;
- **Entrevista con el Gerente del área o Director si aplica:** el Gerente del área entrevista al/los finalista/s del proceso, y según sea la posición puede participar de la última entrevista el Director responsable al que reporta dicha Gerencia;
- **Con el / los candidato / s finalistas se avanza en las instancias de exámenes pre ocupacionales y psicotécnico.**
- Con la decisión de la línea, Recursos Humanos evalúa en términos de equidad la oferta salarial y las condiciones de ingreso confeccionando la **carta oferta** con la aprobación de la línea involucrada.



Buscamos el desarrollo de nuestros colaboradores y brindar oportunidades de crecimiento interno por eso, contamos con un Proceso de Job Posting. Se aplica en función del perfil buscado y se acuerda con la línea si es válido aplicarlo en el proceso a iniciar. Se comunica a toda la compañía detallando el puesto y la Unidad de Negocio para la cual se realiza la búsqueda.



Implementamos un procedimiento de ingresos virtuales y la Gerencia de Recursos Humanos estuvo trabajando para el lanzamiento en noviembre 2020 de onboarding digital, que tiene por objetivo mejorar la experiencia de los nuevos ingresos a través de un proceso ágil, digital, fácil y seguro donde el proceso de admisión y la presentación de documentación es 100% online.

En el periodo reportado, de las 17 búsquedas de personal efectivo realizadas para nuestras áreas de soporte y la unidad de negocios vida colectivo, 11 de ellas se realizaron de manera interna y 5 por consultora.



PROGRAMA DE PASANTÍAS

Su objetivo es brindar una práctica profesional en el área comercial de la compañía a jóvenes que están estudiando las carreras de: Administración de Empresas, Comunicación, Marketing / Comercialización.

Las principales responsabilidades de los jóvenes que participan del Programa son:

- ▶ Colaboración en el armado de propuestas a clientes
- ▶ Colaboración en tareas administrativas generales
- ▶ Administración y organización de Cartera de Clientes

A través del Programa buscamos atraer talento otorgando a los jóvenes una primera experiencia laboral.

7.4.2. PROGRAMA DE INDUCCIÓN



Se denomina **“Two-Day Commitment”** y está destinado a todos los ingresos de la compañía. Es **un programa realizado en 2 jornadas completas con un total de 15 horas de inducción**. Se planifica una agenda anual, reservando para este acontecimiento todos los primeros lunes y martes de cada mes.

Durante el día, cada Director tiene a su cargo la presentación formal de su Dirección y las Gerencias que la componen. Los nuevos ingresos también se adentran en la misión, visión y valores de Prudential Seguros, la estructura y organigrama, los productos comercializados, la estrategia y pilares de RSE & Sustentabilidad.



Debido al contexto de aislamiento, transformamos el “Two-Day Commitment” en un encuentro virtual de dos horas y media, que incluye una presentación global de la compañía por parte de nuestro CEO y de los principales líderes.



7.4.3. PROGRAMA DE INDUCCIÓN ESPECÍFICA

Una vez que el colaborador se incorpora a su nueva posición, es recibido por su superior, responsable de completar la **inducción específica al puesto**, donde se le transmiten los lineamientos específicos del área, sus procedimientos y los procesos que se vinculan con otras áreas de la compañía.

En el caso de nuestra fuerza de ventas de Vida Individual, los profesionales Life Planner® tienen un mes dedicado exclusivamente a capacitarse sin tener que realizar ventas. Luego realizan un **Plan de Entrenamiento** intensivo durante sus dos primeros años de carrera y re-entrenamientos periódicos en función de sus estadios de carrera. Se forman y se capacitan para vender seguros de vida según las necesidades de cada cliente, comprenden la industria y aprenden en profundidad la forma de hacer negocios de nuestra compañía.

Este proceso nos convierte en una compañía con un gran diferencial en la industria de seguros y en el mercado, formando la mejor fuerza de ventas para brindar calidad de servicio y atención personalizada al cliente, garantizando la misión y los valores corporativos de nuestra marca.



En el contexto de pandemia, estas inducciones son realizadas por los líderes de manera virtual.



7.5. DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Creemos firmemente que el talento viene en todos los colores, género, origen, religión, orientación sexual y capacidad física imaginable.

Visión:

La diversidad y la inclusión son esenciales para atraer talento, forma parte de nuestra cultura, nuestro desempeño empresarial y nuestra identidad corporativa.

La Diversidad como Propuesta de Valor:

- La Diversidad e Inclusión mejoran el éxito comercial de Prudential:
- Permitiendo atraer a los mejores candidatos;
- Aprovechando plenamente las capacidades de todos los colaboradores, fomentando nuestro talento y haciendo del mismo un diferenciador estratégico;
- Asegurarnos de conectarnos con todos los segmentos del mercado global;
- Fortaleciendo nuestra reputación y marca.

Estrategia:

Impulsar la conciencia, los procesos, los compromisos y los resultados para asegurar que Prudential alcance su visión en Diversidad e Inclusión.



VIDEO DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN



Tema Material:
Empleo y Protección Social
Diversidad e Inclusión.
Igualdad de Oportunidades

7.5.1. LAS ACCIONES POR LA GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN EN PRUDENTIAL SEGUROS

Impulsamos acciones para atraer la diversidad en los equipos de trabajo e implementamos una gestión inclusiva para promover todas las formas de diversidad, basadas en la no discriminación y en el respeto.

Desde hace cinco años, formamos parte de la **Red de Empresas por la Diversidad** un espacio de trabajo en la Argentina que desarrolla y promueve la diversidad y la inclusión dentro de las organizaciones empresariales, y las acompaña en la implementación de sus políticas.

Es una iniciativa colectiva conformada por organizaciones empresariales, académicas y civiles, con sede en la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella.

En el periodo reportado, nos sumamos a las campañas de comunicación impulsadas por el espacio, a los workshops y asambleas de miembros. En mayo 2020, compartimos nuestra estrategia de diversidad & inclusión con las empresas miembro.



EJES DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

JÓVENES

► Compartimos **búsquedas laborales a las Organizaciones de la Sociedad Civil** aliadas para brindar oportunidad de un primer empleo formal a jóvenes participantes de los programas en estas entidades.



PERSONAS DE MÁS DE 45 AÑOS

► Atraer talentos y hacer participar de los procesos de búsqueda de empleo a personas mayores de 45 años que, por diversos motivos, se encuentran buscando trabajo.



PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Consideramos importante brindar oportunidades de inclusión laboral a personas con discapacidad, para lo que llevamos a cabo las siguientes acciones:

- **Formación:** Talleres de formación y sensibilización brindados a colaboradores sobre discapacidad;
- **Compras Inclusivas:** Impulsamos las compras inclusivas a emprendimientos productivos brindando oportunidades de empleo a personas con discapacidad;
- **Inversión Social:** Trabajamos en alianza junto con organizaciones de la sociedad civil, comprometidos con la temática. En el periodo reportado hemos trabajado junto con la Asociación Civil La Usina.
- **Oportunidades de aprendizaje y empleo a personas con discapacidad:** Programa de Prácticas Educativas Jóvenes con Discapacidad Intelectual

En 2019 recibimos seis jóvenes con discapacidad intelectual. En 2020 el programa continuó de manera remota con seis jóvenes del Curso de **Formación para el Empleo de la Facultad de Psicología y Psicopedagogía de la Universidad Católica Argentina.**

Ellos realizan prácticas educativas en puestos reales de trabajo, en las áreas de Operaciones Vida Individual, Operaciones Vida Colectivo, Recursos Humanos, Compras, Distribution Partners, Finanzas y Marketing.



IGUALDAD DE GÉNERO

Promovemos:

- ▶ Programa Conciliación Familia-Trabajo;
- ▶ Igualdad de Oportunidades de desarrollo y camino de carrera;
- ▶ Capacitación a colaboradores sobre Discriminación y Acoso (Puede encontrarse más información sobre este punto en el Capítulo Fortaleza Financiera).



En 2020, Prudential Seguros junto a un grupo de compañías de seguros formamos parte del Laboratorio de Innovación impulsado por Access to Insurance Initiative (A2ii) y Reos Partner con el apoyo de la Superintendencia de Seguros de la Nación para impulsar iniciativas de género en el sector asegurador.



Participamos activamente del Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros (FEMS) que reúne empresas de seguros para reflexionar y compartir prácticas en materia de equidad de género e igualdad de oportunidades en la industria.



LIDERAZGO FEMENINO EN PRUDENTIAL SEGUROS: CONTAMOS CON EL 60% DE MUJERES EN POSICIONES DE LIDERAZGO



Hemos manifestado nuestro compromiso con el Programa Ganar-Ganar “La Igualdad de género es un buen negocio” de ONU Mujeres firmando la carta de declaración de apoyo de los líderes empresariales de los 7 Principios para el Empoderamiento de las Mujeres.

En el periodo reportado, hemos comenzado a trabajar en la elaboración del Plan de Acción y **somos una de las 31 empresas finalistas del Premio WEPs Argentina 2019 “Empresas por Ellas”**. En febrero 2020, recibimos un evaluador externo que realizó una visita técnica a la empresa para validar la información brindada en el cuestionario sobre la aplicación de los **Principios de Empoderamiento de las Mujeres**



7.6. COMPORTAMIENTO ÉTICO, CANALES DE DIÁLOGO Y CLIMA INTERNO

Tema Material:
Empleo y Protección Social
Comunicación y Diálogo con
Colaboradores



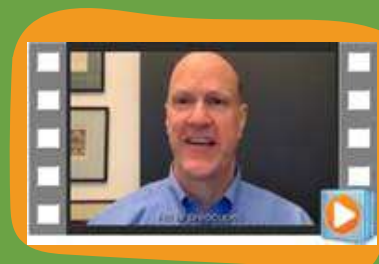
Fomentamos un ambiente de trabajo con política de puertas abiertas y alentamos a todos los colaboradores a conducirse con integridad, honestidad y justicia en el cumplimiento de sus funciones.

Desde el comienzo de la pandemia, desde el área de comunicación interna se impulsó una estrategia de comunicación para mantener a nuestros equipos informados, contenidos, motivados y conectados desde sus casas.

La estrategia de comunicación en contexto de pandemia tuvo 3 pilares estratégicos:

- 1 Cuidado y prevención
- 2 Contención
- 3 Agradecimiento y motivación

Desde nuestra casa matriz, se compartieron videos de nuestro CEO global, Charles Lowrey, donde brindaba todas las semanas un mensaje a todos los colaboradores de Prudential en el mundo.



Asimismo, al comienzo de la pandemia a nivel global se impulsó una encuesta por Covid-19 a todas las filiales de Prudential con el objetivo de conocer cómo se encontraban los colaboradores, qué necesitaban, entre otros aspectos. A partir de ella, se elaboró un plan de acción para brindar contención a nuestros colaboradores.

Desde el comienzo del periodo de aislamiento, nuestro Presidente & CEO envía todos los días viernes un e-mail que comparte con los líderes de la organización con un mensaje motivacional a los equipos para estar cerca de cada uno de los colaboradores en este contexto.

Durante los primeros meses de aislamiento, realizamos videos motivacionales para mantener a nuestros colaboradores conectados: mostrando lo positivo de estar en casa y cómo disfrutábamos esos días en familia, videos de agradecimiento de los líderes a sus equipos, saludos por el día del trabajador, día de la patria, día de la familia, entre otros.



7.6.1. LÍNEA DE DENUNCIAS ÉTICAS

Contamos con una **Línea de Denuncias Éticas** a nivel nacional y a nivel Corporativo. La Oficina de Ética Empresarial de la compañía (Enterprise Business Ethics Office) cuenta con líneas de ayuda globales y un recurso universal en línea para que los empleados de todo el mundo puedan obtener asesoramiento sobre asuntos éticos o para que informen preocupaciones éticas ante esta oficina con más facilidad.

Puede encontrarse más información sobre este punto en la referencia **5.3.4. Mecanismos de Denuncias en el Capítulo Fortaleza Financiera**.

7.6.2. ENCUESTA DE COMPROMISO Y ENCUESTA GREAT PLACE TO WORK®

A nivel internacional la compañía lanzó una nueva herramienta denominada: **Employee Engagement Survey** que mide el nivel de compromiso de nuestros colaboradores. Es anual y se implementa de manera automatizada a través de una plataforma propia que le permite a nuestros líderes trabajar en forma directa con los resultados de sus equipos.

En el periodo reportado, las áreas han trabajado en los planes de acción de la encuesta realizada en el mes de junio 2019.



Debido al contexto de pandemia, la encuesta del año 2020, se ha realizado en el mes de septiembre fuera del alcance de este reporte.

ENCUESTA GREAT PLACE TO WORK® ARGENTINA

En 2019 participamos de GPTW®, encuesta de gestión de clima y cultura organizacional, y la implementamos de **manera complementaria a nuestro proceso interno de Employee Engagement Survey**.

Ser parte de la Encuesta de Great Place To Work® nos permite medir y evaluar la percepción que nuestros colaboradores tienen de Prudential Seguros en cinco categorías clave para nosotros: credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y camaradería.

En noviembre 2019, obtuvimos el puesto 10 en el segmento de empresas de entre 251 y 1000 empleados; y nos llenó de orgullo ser una de las 10 mejores empresas para trabajar en la Argentina.

Asimismo, entre el 16 y el 30 de junio 2020 invitamos por segundo año consecutivo a nuestros colaboradores a participar nuevamente de la encuesta GPTW® Argentina 2020 cuyos resultados serán comunicados en 2021.



7.6.3. MAILING

A través de la casilla de Comunicación Interna “Conectados” se comparte la información relevante del negocio, las novedades de la compañía, los cambios organizacionales y de estructura y las novedades de cumpleaños, nacimientos, recategorizaciones y reconocimientos.



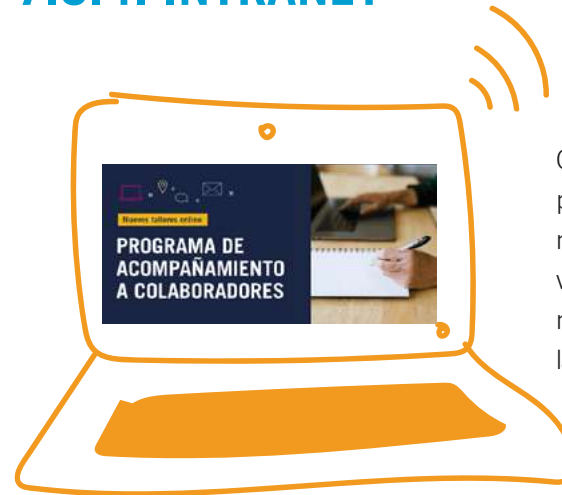
En el contexto de aislamiento, compartimos mediante la casilla “Conectados” información de importancia para nuestros colaboradores relacionada al COVID-19: medidas de prevención, nuevos beneficios, mensajes del CEO, entre otros.

A través de la casilla “Prudential Protege” se comparten todas las acciones relacionadas con las acciones de RSE & Sustentabilidad.

En el periodo reportado rediseñamos la identidad visual de las piezas de comunicación interna.



7.6.4. INTRANET



Contamos con una intranet con disponibilidad de información útil para nuestros colaboradores y que, a la vez, es un medio de navegación con novedades de la compañía acerca de las distintas áreas.



En la intranet creamos un espacio con información para nuestros colaboradores sobre Covid-19: medidas preventivas, charlas y talleres, beneficios relacionados a temática, entre otros.



7.6.5. ENTREVISTAS DE SEGUIMIENTO NUEVOS INGRESOS

La Gerencia de Recursos Humanos realiza el seguimiento de los nuevos ingresos de la compañía a partir del cumplimiento de los 6 meses de ingreso. El objetivo es conocer cómo se siente la persona respecto de la tarea que realiza, la relación con su jefe y su equipo de trabajo, así como también si se han cumplido las condiciones acordadas a su ingreso.

7.6.6. ENTREVISTAS DE EGRESO

La Gerencia de Recursos Humanos realiza las entrevistas de cierre para poder tener la visión de la persona que se va de la compañía respecto de su experiencia, de aquellas cosas que destaca de la empresa y aquellas en las que identifica áreas de mejora. Luego, con la información relevada se comparte con los Gerentes y Directores para que puedan tomar conocimiento de los comentarios recibidos.



7.7. AMBIENTE DE TRABAJO SALUDABLE Y SEGURO

Tema Material:
Salud y Seguridad en
el Trabajo



Generamos espacios de trabajo saludables que incluyen la concientización y el desarrollo de espacios comunes higiénicos.

En el periodo reportado, llevamos adelante la renovación de la Agencia San Juan, la ampliación de la Agencia Córdoba e inauguramos una oficina en el piso 12 del edificio de Alem 822 con una nueva forma de trabajar. Realizamos una inversión de **\$17.153.560,60** en las remodelaciones de espacios de trabajo.

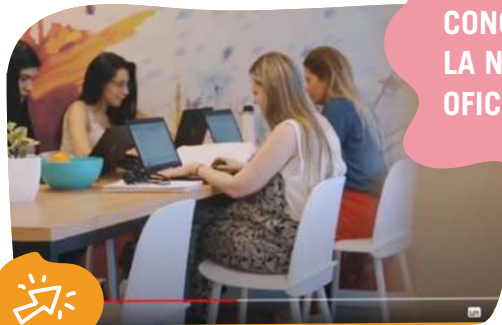
Siguiendo el concepto que hemos informado en el periodo anterior, las nuevas oficinas fueron remodeladas con los objetivos de **modernizar la imagen de nuestros espacios de trabajo, lograr un uso más eficiente del espacio y renovar el equipamiento y prepararnos para una nueva forma de trabajo móvil**. Se crearon espacios con usos múltiples, un salón de espacio abierto, área de café, área de impresión y salas de reuniones y entrenamiento.

Se puso el foco en **cumplir con objetivos orientados a la sustentabilidad**: reducir la cantidad de papel utilizado y contar con iluminación LED para favorecer el ahorro del consumo de la energía, sistemas presmatic para ahorro de agua y sistemas de reducción de inyección de agua en inodoros.

Todos nuestros espacios de trabajo están equipados con cocina con heladera y máquina de café, dispenser de agua, bebidas como leche, té, mate cocido, elementos para almorzar como cubiertos, platos y condimentos. **Instalamos en todas nuestras oficinas y agencias del país desfibriladores y capacitamos** a nuestros colaboradores en su uso y en RCP. Asimismo, ubicamos el kit de emergencia junto con el desfibrilador.

En oficinas centrales, contamos con un área llamada **“relax room”** para que los colaboradores puedan distenderse y relajarse durante la jornada de trabajo. Inauguramos un **“lactario”** para que las mamás puedan tener un espacio cómodo para poder continuar con la alimentación de sus bebés sin sobresaltos y fomentando la vuelta al trabajo.

En octubre 2019, inauguramos una **nueva oficina en el piso 12** del edificio de Alem 822, **bajo el concepto de trabajo móvil con puestos de trabajo no asignados y espacios de reunión informales**. La oficina fue diseñada para cambiar la forma de trabajar e incorporando áreas de dispersión y actividad física: cuenta con vestuario, bicicleta fija, aro de basket, sillones, entre otros.



CONOCÉ
LA NUEVA
OFICINA



Debido al contexto de pandemia, nuestros colaboradores se encuentran trabajando desde el mes de marzo 2020 desde sus casas con una modalidad 100% remota. Todas las oficinas en Argentina han permanecido cerradas con el objetivo principal de cuidar la salud de nuestros colaboradores.

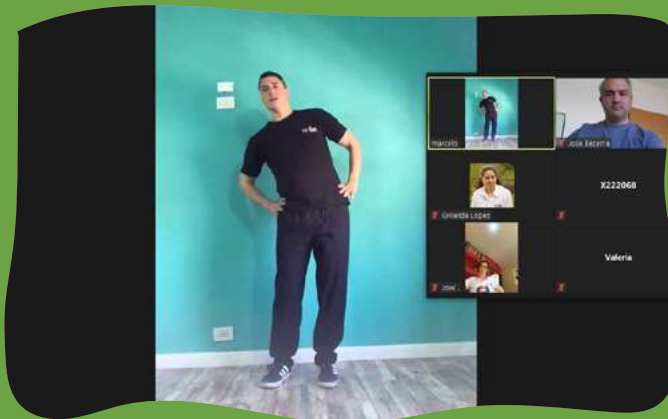




EN PANDEMIA, EL PRINCIPAL EJE FUE EL CUIDADO DE LA SALUD DE LOS COLABORADORES EN SUS CASAS:

Por eso, realizamos las siguientes campañas y acciones impulsadas por la Gerencia de Recursos Humanos alineados a la propuesta de beneficios corporativos bajo el concepto de Be you Be Pru: PruWellness

- ▶ **Acciones de comunicación interna** con medidas preventivas para evitar el virus y saber cómo actuar en caso de contagio.
- ▶ **Vacunación antigripal** en las casas de los colaboradores.
- ▶ **Entrega de kit de higiene, prevención y primeros auxilios** en la casa de todos los colaboradores



- ▶ Le llevamos **la silla de la oficina a la casa de todos aquellos colaboradores** que la solicitaron y a los nuevos ingresos.
- ▶ **Programa de asistencia telefónica con profesionales** a los colaboradores con 3 ejes: psicológico, nutricional y maternidad-lactancia. La plataforma brinda acceso a los colaboradores a talleres online sobre bienestar, hábitos saludables, manejo del stress, entre otros
- ▶ **Pausas activas, automasajes y meditación via streaming** desde casa todos los días de la semana
- ▶ **Charlas online sobre bienestar** para mantener la mente sana durante el periodo de aislamiento dictada por profesionales
- ▶ **Acciones para promover en los colaboradores hábitos saludables y la actividad física** mientras están en sus casas

ADEMÁS, EN EL PERIODO REPORTADO REALIZAMOS:

Campaña de Donación Voluntaria de Sangre:

Dos veces al año realizamos campañas de donación voluntaria de sangre en nuestras oficinas y agencias de Buenos Aires y Mendoza. En el periodo reportado, se realizaron en los meses de octubre y noviembre de 2019.

Trabajamos en alianza junto al Centro Regional de Hemoterapia de la Fundación Swiss Medical, Centro Regional de Hemoterapia de Mendoza y el Hospital de Niños Ricardo Gutiérrez y la Asociación Civil Dale Vida.

La compañía comunica, a través de la casilla de mail Conectados, cuando un colaborador requiere dadores de sangre para familiares.

Durante el período, **76 colaboradores donaron sangre** en el marco de esta iniciativa y durante el aislamiento, en el mes de mayo 2020, **concientizamos a través de una charla sobre la importancia de la donación voluntaria de sangre en tiempos de pandemia y nos sumamos a la carrera virtual de la ONG Dale Vida:** realizamos un sorteo junto con Vitality para aquellos colaboradores, que durante ese semana, se sumaban al desafío de correr por la donación voluntaria de sangre.



INDICADORES DE SALUD

	2019 - 2020	2018 - 2019	2017 - 2018
CANTIDAD DE ACCIDENTES REGISTRADOS	0	1	1
DÍAS PERDIDOS POR ACCIDENTE	0	5	2
TASA DE ACCIDENTE	0,00	0,20	0,28
DÍAS PERDIDOS POR ENFERMEDAD	2.009	1.464	2.533
TASA DE ENFERMEDAD	538 (días perdidos por persona)	492 (días perdidos por persona)	704 (días perdidos por persona)

7.8. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Tema Material:
Formación y Desarrollo
de Colaboradores



Nuestros programas de formación y capacitación están orientados a mejorar los conocimientos y el desarrollo de las habilidades necesarias para el crecimiento profesional de nuestros colaboradores y del negocio mismo. Contamos con dos políticas de entrenamiento, formación y capacitación:

1. Formación y capacitación para las áreas de soporte y la unidad de negocio de Vida Colectivo de la compañía a cargo de la Gerencia de Recursos Humanos.
2. Formación y capacitación para la unidad de negocio Vida Individual de la compañía a cargo de la Gerencia de Marketing y las propias Agencias.

7.8.1. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA LAS ÁREAS DE SOPORTE Y UNIDAD DE NEGOCIO VIDA COLECTIVO ▶▶▶

Invertimos en la capacitación continua y la actualización técnica de nuestros profesionales en las diversas áreas de desempeño:

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA LAS ÁREAS DE SOPORTE Y UNIDAD DE NEGOCIO VIDA COLECTIVO

INVERSIÓN TOTAL EN CAPACITACIÓN Y DESARROLLO	2019-2020	2018-2019		
	\$ 2.157.752,60	\$ 1.204.356,00		
SEGÚN JERARQUÍA	Horas totales	Promedio	Horas totales	Promedio
ANALISTA/ADMINISTRATIVO/EJECUTIVO COMERCIAL	1.436	13	1.821	14
COORDINADOR/SUPERVISOR/GTE. VIDA COLECTIVO	792	25	703	19
GERENTE	422	28	540	36
DIRECTOR	55	14	117	20
TOTAL	2.705		3.181	
SEGÚN GÉNERO				
MUJERES	1.754	16	2.166	17
HOMBRES	951	16	1.015	16
TOTAL	2.705		3.181	



DURANTE EL PERIODO DE AISLAMIENTO, NUESTROS COLABORADORES CONTINUARON FORMÁNDOSE Y ADQUIRIENDO HABILIDADES DE MANERA VIRTUAL Y REMOTA.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN CORPORATIVA INTERNACIONAL:

Son programas que dicta la corporación. La sede de estas actividades es nuestra casa matriz situada en Newark. **Son programas dictados para niveles de supervisión en adelante y están orientados a habilidades de Liderazgo, Coaching y Mentoring.**

Para la participación, se requiere la realización de manera previa de ciertos assessments sobre los que luego se trabaja durante el programa y la corporación asigna un coach que luego realizará el seguimiento de los temas vistos y de su aplicación por parte del participante. En ciertas áreas específicas, la casa matriz realiza eventos anuales donde se comparten las mejores prácticas sobre temas específicos y participan todos los colegas de diferentes operaciones, pero que también se capacita sobre aspectos de Gerenciamiento y Liderazgo.



Debido al contexto de pandemia, este año fueron realizados de manera virtual.

CAPACITACIÓN A DEMANDA:

Brindamos **formación externa a nuestros colaboradores respondiendo a los requerimientos técnicos o necesidades de desarrollo particulares**, tal es el caso de cursos de sistemas informáticos, de actualización en temas de prevención de lavado de dinero y activos, legales, compliance, cursos de herramientas de Office y herramientas blandas.





MES DEL TALENTO:

Programa anual cuyo propósito es trabajar desde el área de Talento en temas estratégicos, con un calendario de acciones que incluyen charlas inspiradoras y talleres abiertos.

En Septiembre de 2019, el eje de trabajo estuvo ligado a la metodología Agile. Se hizo foco en trabajar con el compromiso de la gente, crear equipos de alto rendimiento, construir una organización que aprenda y lograr que toda la compañía sintonice en qué es Agile

Trabajamos con la consultora Agile Cooking y se dictaron 3 encuentros de 1 hora y media.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN CON FOCO EN COLABORADORES:

Se trabaja a partir de diferentes temáticas vinculadas a las competencias de Liderazgo (las siete competencias definidas por nuestra casa matriz) y por grupos jerárquicos. Proponemos que la participación a los cursos esté dada por un acuerdo de cada participante con su jefe por temas de capacitación y desempeño o bien por cuestiones vinculadas a desarrollo.

Durante el período reportado se dictaron diferentes talleres con las siguientes temáticas:

Autoliderazgo Di Tella

El objetivo del taller estuvo orientado a darle herramientas a los participantes para que puedan desarrollar la capacidad de autoliderarse, afianzarse y expandirse para luego poder lograr liderar a otros.

El mismo fue dictado por Mariano Bergman durante una hora y media y participaron 57 colaboradores.

Espacio Conexión

Programa creado por Gestión Compartida que tiene por objetivo promover un ambiente propicio para el desarrollo de negocios, formación profesional y networking nucleando a las empresas más importantes de la región. Prudential Seguros es parte de este networking siendo uno de los sponsors.

Las temáticas que fueron abordadas fueron liderazgo a distancia, feedback y feed-forward, comunicación efectiva, entre otras.

Cada uno de los talleres tuvieron de duración una hora y participaron 46 colaboradores.



Para brindar herramientas y habilidades para el liderazgo a distancia realizamos los siguientes talleres virtuales:

¿CÓMO LIDERAR Y ACOMPAÑAR A EQUIPOS VIRTUALES?

IAE Business School Universidad Austral

El foco de este taller estuvo dado en brindar algunas **recomendaciones para conciliar esta nueva forma de trabajo virtual** y conciliar el trabajo en casa junto con la oficina. Del mismo modo, se hizo foco en brindar herramientas para manejar las emociones no solo del equipo sino también las del propio líder. **Este taller constó de una hora y media y fue dictado por Patricia Debeljuh y Germán Debeljuh. Al mismo participaron 66 líderes.**

LIDERANDO CONVERSACIONES VIRTUALES

Universidad Torcuato Di Tella

En este taller se brindaron **herramientas para poder adaptarse del mejor modo al nuevo estilo de trabajo** y como acompañar a los equipos en esta nueva modalidad haciendo hincapié y siempre dándole importancia a los intercambios conversacionales. **El taller fue dictado por Yael Romano, el cual duró una hora y media y participaron 64 personas.**

CLASES DE INGLÉS:

Los colaboradores pueden postularse a participar previa autorización de sus Supervisores y Gerentes. Se analiza cada solicitud en función de un cupo asignado por año y de las prioridades de posiciones que requieren el idioma para su puesto de trabajo.

Las clases se dictan en horario laboral y son cursos de 2 horas semanales.

Durante el periodo reportado han participado de las clases de inglés 87 colaboradores y en 2020 los cursos se han dictado de manera virtual.

PROGRAMA EJECUTIVO DE SEGUROS DE PERSONAS AVIRA – UCA:

Desde Prudential evaluamos postulaciones de los equipos todos los años junto con los Gerentes (de acuerdo a potencial de desarrollo y desempeño destacado) para participar de este programa con el objetivo de poder brindar herramientas de desarrollo y conocimiento de la industria y del negocio.

Durante el periodo reportado, 5 colaboradores de Prudential han completado el primer tramo del Programa de Especialización en Seguros de Personas (PESP).

El programa emite un certificado de cursada y el costo de participación está a cargo de Prudential Seguros.

CAPACITACIÓN TÉCNICA POR ÁREAS Y PRODUCTOS

En las áreas técnicas, tienen acciones de capacitación específicas, dado que la adquisición del conocimiento específico del negocio es lo que permite gestionar casos, evaluar riesgos realizar proyecciones y lograr un desarrollo de carrera interno; así como conocer con mayor detalle los productos que comercializan las diferentes unidades de negocio e informar sobre las nuevas iniciativas comerciales.



7.8.2. FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA LA FUERZA DE VENTAS UNIDAD DE NEGOCIO VIDA INDIVIDUAL

Contamos con un Plan de Capacitación Anual formando la mejor fuerza de ventas para brindar calidad de servicio y atención personalizada al cliente, garantizando la misión y los valores corporativos de nuestra marca.



Ejecutamos todos nuestros programas de entrenamiento a partir de junio 2020, en modalidad 100% virtual.

*Además, en el mes de marzo 2020, comenzamos a desarrollar material de capacitación destinado a toda nuestra Fuerza de Ventas denominado “**Cápsulas online de Entrenamiento**”.*

Se trata de un envío periódico vía e-mail a los Life Planners®, Sales Managers y Agency Managers, donde desarrollamos contenido relacionado con temáticas de interés para la Fuerza de Ventas. Algunos de los temas fueron: Vitality, reuniones virtuales, redes sociales, productos de Salud, entre otros.



FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA LA FUERZA DE VENTAS UNIDAD DE NEGOCIO VIDA INDIVIDUAL				
INVERSIÓN TOTAL EN CAPACITACIÓN Y DESARROLLO	2019-2020		2018-2019	
	\$ 3.322.349		\$ 2.714.709	
SEGÚN JERARQUÍA	Horas totales	Promedio	Horas totales	Promedio
GERENTES DE AGENCIA	392	49	355	44
GERENTES DE VENTA	2.234	89	888	39
PROFESIONALES LIFE PLANNERS®	10.060	57	16.718	82
TOTAL	12.686		17.961	
SEGÚN GÉNERO				
MUJERES	3.369	66	4.026	77
HOMBRES	9.317	59	13.935	76
TOTAL	12.686		17.961	

DESARROLLAMOS LOS SIGUIENTES PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO:

FIRST TRAINING PROGRAM (FTP):

Formación a cargo del Gerente de Agencia destinada al nuevo Profesional Life Planner®, se dicta en las agencias y tiene una duración de un mes.

BASIC TRAINING PROGRAM (BTP):

Jornada de capacitación que debe cursar todo Profesional Life Planner® durante los primeros dos años de carrera. Se dicta todos los jueves en las agencias; consta de 26 unidades y 5 módulos bajo la temática “Tema Libre”.



ON TAP TRAINING:

Es la modalidad de entrenamiento para profesionales Life Planner® On Tap, es decir, los nuevos asesores Life Planner® que se encuentran en sus primeros 24 meses de carrera.

A través de este programa, reciben un entrenamiento intensivo de calidad durante todo ese tiempo, ajustado a las medidas de las necesidades individuales.

TRAINING BUSINESS INSURANCE:

Tiene como objetivo mejorar las habilidades para la venta de seguros corporativos de los profesionales Life Planner® con más de 6 meses de antigüedad.

ADVANCED TRAINING PROGRAM (ATP):

Capacitación especialmente diseñada para profesionales Consulting y Senior Consulting Life Planner® que aborda temas de relevancia vinculados al mercado del seguro de vida.



CONTINUAMOS DESARROLLANDO LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA GERENTES:

AGENCY MANAGERS TRAINING PROGRAM:

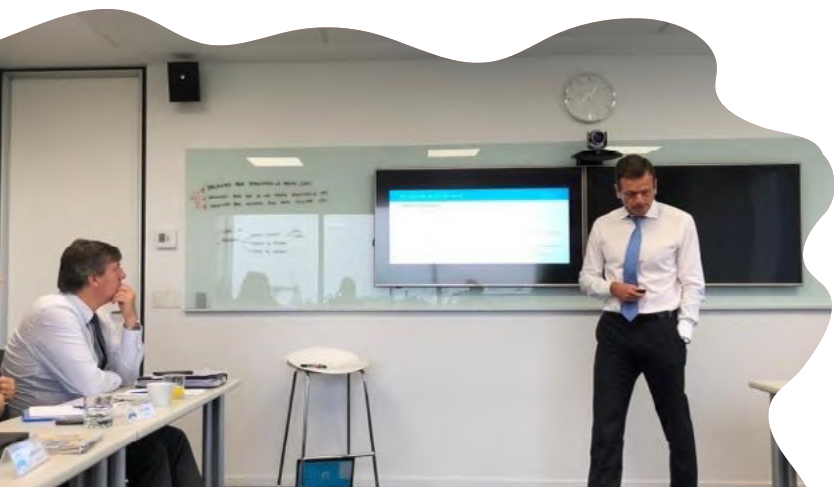
En el marco de este programa, en el período reportado, desarrollamos dos instancias de capacitación:

Workshops: el objetivo es entrenar a los Agency Managers en las competencias clave de su posición para mejorar su desempeño.

Coaching on the Field (COF) con el objetivo experimentar un espacio entrenamiento conjunto donde, como resultado, los participantes puedan:

- Diagnosticar en la práctica el estado actual de las competencias clave.
- Recolectar hechos observables para cada una de las competencias clave.
- Entrenar algunas de las competencias clave seleccionadas, comenzando por diagnosticar.

Se desarrollaron en varias sesiones a lo largo del período reportado facilitadas por Agustina Palazzolo, de AZZHR Training & Consulting.



SALES MANAGERS TRAINING PROGRAM:

El objetivo es entrenar a los nuevos Sales Managers en las competencias clave de su posición para mejorar su desempeño.

La capacitación a cargo de Agustina Palazzolo, de AZZHR Training & Consulting.

NUEVO!

CLÍNICAS DE COACHING:

Es el nuevo segmento de capacitación para los Sales Managers de carrera. Se trata de una clínica de casos, una práctica entre los Sales Managers en su rol de líderes coaches, cuyo objetivo principal es compartir casos, buenas prácticas y trazar juntos planes de acción para mejorar las brechas de desempeño de cada caso.

PARTICIPACIÓN



Gabriela Bordato, nuestra Gerente de Desarrollo Comercial de Vida Individual, fue oradora en LAMP México, encuentro orientado a líderes de la industria financiera y del seguro donde asisten más de 3.000 profesionales, y brindó una charla sobre “¿Cómo lograr que tu equipo alcance el máximo potencial?”.

NUEVAS PROPUESTAS DE ENTRENAMIENTO DISEÑADAS JUNTO AL ÁREA RSE & SUSTENTABILIDAD PARA NUESTRA FUERZA DE VENTAS:

ENTRENAMIENTO SOBRE LA ENFERMEDAD CÁNCER:

Por tercer año consecutivo, dimos un entrenamiento sobre la enfermedad para nuestra fuerza de ventas. En el mes de octubre 2019, en el marco del Día Mundial de la Lucha contra el Cáncer de Mama, la capacitación fue brindada por un médico especialista en la temática y miembro de la **Asociación Argentina de Oncología Clínica (AAOC)**.

En la segunda parte de la capacitación contamos con una charla de la **Fundación Donde Quiero Estar**, en la cual reflexionamos sobre cómo hablar con un beneficiario con la enfermedad y realizamos una acción de voluntariado armando kits de pintura, que luego fueron utilizados en las salas de quimioterapia por pacientes.



WORKSHOPS:

WORKSHOP 3W

Tiene como objetivo reconocer a los asesores Life Planner® que sobresalen en su esfuerzo de proteger tres o más familias semanalmente, a través de un alto estándar de continuidad.

Cada Workshop propone un nuevo destino, nacional o internacional, jornadas de entrenamiento y actividades recreativas para fortalecer los lazos del equipo.

Califican como miembros del Club 3W aquellos asesores Life Planner® que alcanzan una continuidad mínima de 30 semanas de 3 ventas semanales. Así como también aquellos Gerentes de Ventas y Agencia que cumplan con los requisitos.

El 31° Workshop Club 3W tuvo lugar del 20 al 23 de Noviembre de 2019 en Florianópolis, Brasil al que asistieron 22 calificados.



El 32° Workshop Club 3W fue planificado para realizarse del 20 al 22 de Mayo de 2020 en la provincia de Salta, y poseía 24 participantes calificados, fue cancelado debido al contexto de pandemia. Se llevará a cabo en el mes de noviembre 2020 en un formato virtual con el propósito de reconocer a los calificados de manera original con actividades, oradores, regalos y catering a domicilio.



CLUB A+:

El objetivo del Workshop es compartir conocimientos, consejos y experiencias entre nuestros asesores Life Planner® más experimentados que hayan alcanzado la categoría Consulting o Senior Consulting. La participación de los mismos queda sujeta a cumplir con requisitos de persistencia de pólizas y negocios.

El último workshop tuvo lugar en el Hotel Hilton Pilar, Buenos Aires, en el mes de octubre de 2019 con la participación de 8 asesores Life Planner®.



WORKSHOP FIELD MANAGERS:

El objetivo de este workshop es reconocer a aquellos gerentes que logren performance destacadas en el reclutamiento y lanzamiento de nuevos profesionales Life Planner®.

La primera edición del Workshop tuvo lugar en el Hotel Pampas de Areco el pasado 19 y 20 de Septiembre de 2019. Calificaron al mismo 7 Sales Managers y 2 Agency Managers.

LA MESA REDONDA DEL MILLÓN DE DÓLARES (MDRT):

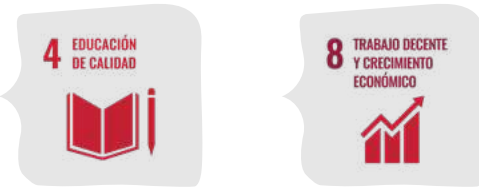
Es la más importante asociación de profesionales de la industria del seguro de vida del mundo.



En el periodo comprendido por este reporte se suspendió la reunión presencial programada para junio 2020, y se reprogramó de forma virtual del 3 al 7 de Agosto 2020 por lo que incluiremos el detalle de la actividad en el nuestro próximo reporte.

7.9. GESTIÓN DEL DESEMPEÑO Y DESARROLLO DE CARRERA

Tema Material:
Formación y Desarrollo
de Colaboradores



Promovemos una cultura de trabajo dinámica basada en objetivos que impulsa la flexibilidad y otorga espacio para que cada uno colaborador sea dueño de su propio desarrollo.

Contamos con dos políticas de desarrollo de carrera:

1. Desarrollo de Carrera para las áreas de soporte y la unidad de negocio de Distribution Partners, a cargo de la Gerencia de Recursos Humanos;
2. Desarrollo de Carrera para la unidad de negocio Vida Individual de la compañía, a cargo de la Gerencia de Marketing. Respecto de la Fuerza de Ventas, existen dos caminos posibles de desarrollo, por un lado la carrera de Profesional Life Planner®, y por otro, las carreras Gerenciales.



7.9.1 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO PARA LAS ÁREAS DE SOPORTE Y LA UNIDAD DE NEGOCIO DE DISTRIBUTION PARTNERS

7.9.1.1. SISTEMA DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO:

Cada colaborador establece entre 3 y 5 objetivos de trabajo para el año que luego serán consensuados y validados con su supervisor inmediato.

El sistema de fijación de objetivos permite establecer, metas de cumplimiento, criterios de medición y un porcentaje de peso relativo. Este proceso se lleva adelante en el mes de febrero, se revisa en julio y se cierra en diciembre con la evaluación final de desempeño y objetivos.

Evaluaciones	2019 - 2020		2018 - 2019	
CATEGORÍA LABORAL				
EJECUTIVOS	100%	100%	100%	100%
GERENTES	100%	100%	100%	100%
COORD / SUPERVISOR / GTECOMERCIAL DISTRIBUTION PARTNERS	93%	100%	100%	100%
ADM / ANALISTA / EJECUTIVO COMERCIAL DISTRIBUTION PARTNERS	93%	94%	100%	100%

Para el cálculo se consideran aquellos colaboradores que hayan sido evaluados al 31/12/2019 periodo en el que se cierre la evaluación de desempeño de la compañía.

7.9.1.2. PLANES DE DESARROLLO:

Diseñamos planes de desarrollo de los niveles Directivos y de los Gerentes identificados como ocupantes de posiciones críticas. Se trabaja en el armado de un plan acorde a las necesidades, que luego será validado por Recursos Humanos Corporativo y será el eje de trabajo durante el año.

Respecto de las demás posiciones, trabajamos con Planes de Desarrollo basados en necesidades concretas así también bajo el concepto del autodesarrollo como pilar para el crecimiento, para que cada integrante tenga herramientas para crecer, donde el principal interesado en este proceso es el colaborador.

Nuestra metodología de trabajo es la regla de 55, 25, 20. Y todo colaborador que aplique a un pedido de recategorización deberá acompañar este proceso de su Plan de Desarrollo lo que le permita trabajar en los requerimientos que le demandará la nueva posición. **En el periodo reportado, hemos llevado a cabo 45 reuniones de desarrollo acompañado a diferentes colaboradores a gestionar sus planes que luego serán validados con su supervisor.**

Por otro lado, trabajamos con herramientas de assessments y consultores especializados en nuestro Centro de Desarrollo: **Pru Development Center** para contar con informa-

ción más concreta al momento de trabajar con cada persona en su plan, basándonos en sus fortalezas y áreas de oportunidad.

Durante el periodo reportado, 4 personas han realizado estas evaluaciones, postulados para este proceso por sus gerentes y presentados ante el Comité Ejecutivo durante 2 sesiones de calibración.

Luego de la evaluación, cada colaborador cuenta con el feedback de la consultora externa y a partir de allí comienza a trabajar con su líder y con Recursos Humanos en el diseño de acciones concretas de acuerdo a los resultados alcanzados.

Nuestro Centro de Desarrollo tiene como fin darle continuidad a un proyecto de trabajo que hemos comenzado en el periodo anterior y cuyo fin es identificar talento interno que permita el éxito de nuestra estrategia de negocio.

De la planta Gerencial actual, **el 70% ha crecido dentro de la compañía** atravesando diferentes planes de rotación interna y ocupando diferentes posiciones de analistas a subgerencias. El 30% restante ingresó con una posición gerencial provenientes de otras compañías.

7.9.1.3. CAMINO DE CARRERA:

Es el plan de carrera que rige los procesos de recategorización formales de la compañía que se evalúan en cada año en los meses de marzo y septiembre. Tiene por objetivo:

- ▶ Ayudar a crear una cultura orientada hacia el desarrollo.
- ▶ Involucrarnos personalmente en el éxito profesional de nuestros colaboradores y de la compañía.

Nuestra organización promueve el desarrollo de carrera de sus colaboradores. El crecimiento en Prudential es progresivo y se basa en el desempeño demostrado, el dominio de las competencias y el compromiso del colaborador.

Los Caminos de Carrera proveen las herramientas para que cada colaborador pueda mejorar su desempeño actual y se prepare para desempeñarse en nuevos roles o puestos.

Los Caminos de Carrera en Prudential Seguros son:

- Caminos de Carrera para Analistas: Analista Junior, Analista Semi Senior y Analista Senior.
- Caminos de Carrera de Management: Coordinador, Supervisor, Subgerente, Gerente y Director.

Durante el período se han promocionado 21 Colaboradores a posiciones de Analistas, Mandos Medios y Subgerencias.

7.9.2. DESARROLLO DE CARRERA PARA LA FUERZA DE VENTAS UNIDAD DE NEGOCIO VIDA INDIVIDUAL

DESARROLLO DE POSICIONES GERENCIALES EN AGENCIA:

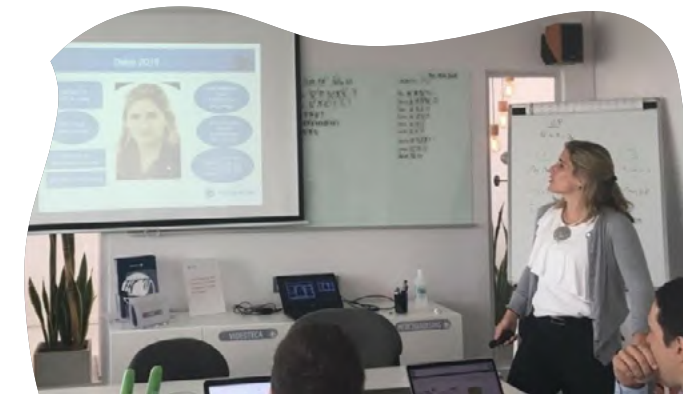
Cambio de Carrera es el programa para evaluar competencias de liderazgo y posibilidad de cambios de carrera para posiciones gerenciales en Agencias.

En el período reportado, un Life Planner® y un Sales Manager comenzaron a desempeñarse como Agency Managers.

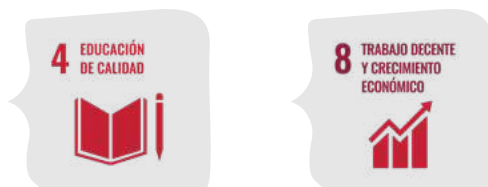
DESARROLLO DE CARRERA DE PROFESIONALES LIFE PLANNER®:

El Career Path tiene por objetivo establecer una categorización de los asesores Life Planner® de acuerdo a su experiencia en el negocio. Ese análisis se realiza a través de la medición de determinados resultados acumulados y vigentes.

En el período reportado, tuvimos 2 cambios de categoría de profesionales Life Planner®.



7.10. RECONOCIMIENTOS E INCENTIVOS



Los resultados de nuestro negocio se ven reflejados gracias a la consolidación de equipos de trabajo que se orientan al cliente, fomentan la confianza y toman las decisiones correctas basadas en el respeto y ganando con integridad ofreciendo a nuestros clientes productos innovadores y calidad de servicio para la protección de las familias.

Por eso, **reconocemos el esfuerzo, compromiso, resultados y el buen desempeño de nuestros colaboradores** de nuestras oficinas centrales y las unidades de negocio Distribution Partners y Vida Individual.

En este sentido, debemos diferenciar las prácticas de reconocimiento por Unidad de Negocios, así como las aplicables a nuestras áreas de soporte.



7.10.1 RECONOCIMIENTOS E INCENTIVOS PARA LA FUERZA DE VENTAS DE LA UNIDAD DE NEGOCIO VIDA INDIVIDUAL

7.10.1.1. CEREMONIA LIFE PLANNER® CAREER PATH:

Esta práctica se realiza desde el comienzo de la actividad comercial, habiendo alcanzado en el periodo reportado 2 cambios de categoría de profesionales Life Planner®.

Cada vez que el profesional Life Planner® crece en su carrera y pasa de una categoría a la siguiente, se le realiza una ceremonia en su agencia y se invita a participar a sus familiares directos.

Es una ceremonia donde se distingue el desarrollo profesional de nuestros asesores Life Planner® y un momento único que comparten haciendo partícipe a sus familias también.

7.10.1.2. PRESIDENT TROPHY CONVENTION (PTC):

Es una convención de reconocimiento e incentivo hacia nuestra fuerza de ventas de vida individual que se realiza una vez al año a la que califican aquellos profesionales Life Planner® que cumplan con ciertos requisitos de resultados de ventas.

Los asesores Life Planner® son acompañados en el viaje por su familia para que puedan compartir y festejar este momento tan importante en la carrera profesional. Todos los años califica aproximadamente el 30% de la fuerza de ventas y el evento congrega a más de 100 personas por año.



En el periodo reportado, la Convención fue cancelada debido a las restricciones asociadas a la pandemia de COVID-19. Se reconoció a los calificados con un premio monetario y el envío a sus casas de una PTC Box del evento con material comunicacional, reconocimientos y regalos por los méritos alcanzados



7.10.1.3. PRUDENTIAL INTERNATIONAL INSURANCE CONFERENCE (PIIC):

Es una convención anual en la que se reconoce a los calificados de la fuerza de ventas de cada operación de Prudential alrededor del mundo. Los profesionales Life Planner® calificados viajan con sus familias para recibir el reconocimiento y festejar juntos los logros alcanzados.

En el periodo reportado esta Convención se celebró en el mes de julio de 2019 en el Hotel Marina Bay Sands, en Singapore y asistieron 5 profesionales Life Planner®, 1 Sales Manager, 1 Agency Manager y 2 Distribution Partners.

7.10.1.4. CLUB 3W:

Este programa tiene por objetivo reconocer a los asesores Life Planner® que sobresalen en su esfuerzo de proteger 3 o más familias semanalmente, a través de un alto estándar de continuidad.

Asimismo, este programa comprende la participación en dos Workshops que además de un viaje tiene un espacio destinado a actividades de entrenamiento.



7.10.1.5. KIYO SAKAGUCHI GOLDEN HEART AWARD:

Es un premio que se creó en marzo de 2002 en la memoria de Kiyo Sakaguchi, el creador del modelo Life Planner®. El premio está diseñado para reconocer a los profesionales Life Planner® que se destacan en su forma de hacer negocios y que mejor ejemplifica el verdadero espíritu de “Planificación de Vida”

En julio de 2019, en Prudential Seguros distinguimos a nuestro Consulting Life Planner® Cristian Cafarelli, de Agencia San Isidro, quien colabora como voluntario con la Asociación Tiempo de Hacer, Centro de Prevención de la Desnutrición Infantil y Desarrollo Humano CONIN MERLO que recibió a través del premio otorgado UDS 10.000 para brindar atención médica y nutricional de los niños que asisten al centro.

7.10.1.6. CONCURSO DE VENTAS:

Reconocemos a aquellos asesores Life Planner® que han alcanzado los objetivos de los concursos de venta reportando la cantidad de aplicaciones solicitadas y cumpliendo con el requisito de emisión estipulado.



7.10.1.7. LIFE PLANNER® DEL MES:

Todos los meses distinguimos al Profesional Life Planner® que haya emitido la mayor cantidad de pólizas en ese período.

7.10.2 RECONOCIMIENTOS E INCENTIVOS PARA LAS ÁREAS DE SOPORTE Y LA UNIDAD DE NEGOCIO DE DISTRIBUTION PARTNERS

Dentro de lo que entendemos como reconocimiento e incentivos, existen dentro de la compañía diferentes prácticas que aplican a los colaboradores:

7.10.2.1. PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO “GENTE DE VALOR”



Se implementa desde el año 2013 y se compone de 3 ejes:

> **Alto Rendimiento:** Reconoce y premia el logro de resultados destacados tanto en la labor diaria como en asignaciones especiales.

El premio consiste en la entrega de un reconocimiento al colaborador mediante el cual podrá optar por el canje de una experiencia a elección.

En el periodo reportado, este premio ha sido otorgado a 35 colaboradores pertenecientes a 12 gerencias.

> **Personalidad del Año:** Reconoce y premia al empleado que se haya destacado por buen desempeño sostenido, actitud y valores, colaboración con otras áreas, trabajo en equipo, crecimiento y desarrollo profesional.

El reconocimiento es anual, el colaborador elegido como “Personalidad del Año” será premiado con la asistencia como invitado a la President Trophy Convention con un acompañante todo pago por la compañía.

En el período reportado, fue reconocida **Laura Cresta de la Gerencia Actuarial.**



El evento PTC ha sido suspendido y estará disfrutando de su premio cuando se celebre el próximo evento

> **¡Hay Equipo!** Reconoce y premia el logro de resultados destacados tanto en la labor diaria como en asignaciones especiales.

Reconoce y premia al trabajo en equipo, logro de resultados grupales destacados.

El premio consiste en la coordinación de una jornada outdoor, remeras grupales de felicitación y queda a elección del equipo ganador dónde realizar el evento con todo pago a cargo de la compañía.

Durante el período mencionado no se entregó este reconocimiento.

7.10.2.2. RECONOCIMIENTO A GERENTES OFICINA CENTRAL:

El Comité Ejecutivo reconoce por sus logros en el año y por la representación de los valores de la compañía a un Gerente. Quien obtenga este reconocimiento es invitado a participar de la PTC con un acompañante, todo pago por la compañía.

La selección es realizada en forma directa por el CEO y en el periodo reportado fue elegida **Jimena Tassara, Gerente de Actuarial**



su viaje quedó suspendido debido a la pandemia, ya que no se celebró el evento

7.10.2.3. ELECCIÓN DEL STAFF DE LA PRESIDENT TROPHY CONVENTION:

Todos los años, en la preparación del evento el área de Marketing y responsable del mismo, realiza la selección de 3 colaboradores de las áreas de soporte que formarán parte del staff de organización del evento y quiénes tendrán a su cargo la gestión de diferentes tareas tanto en los meses previos, como durante el evento.

Para ser parte del staff se busca que los integrantes demuestren poseer una “marcada vocación de servicio”, compromiso, trabajo en equipo, adaptación, capacidad de trabajo bajo presión, flexibilidad y proactividad. Esta práctica se lleva a cabo desde los inicios de la Compañía. La aprobación final del Staff está validada con el Presidente & CEO.

Ser parte del Staff PTC tiene un gran impacto para los elegidos y es una práctica que permite generar compromiso y un gran sentido de pertenencia con la compañía por tratarse de una experiencia que permite “vivir” la cultura y compartir los logros con los calificados y sus familiares.



Debido a la pandemia el reconocimiento a estos colaboradores quedó suspendido, y recibieron en sus casas la Box PTC.



7.11. POLÍTICA DE REMUNERACIONES

Ofrecemos a nuestros colaboradores compensaciones económicas justas, equitativas y competitivas.

Contamos con un modelo de compensaciones basado en el **Sistema de Grading y Comparación Salarial**.

Lo que permite el Sistema de Grading es el análisis de la **equidad interna**, que complementa el análisis de equidad externa versus el mercado. En Prudential Seguros, el valor de los salarios es igual tanto para hombres y mujeres. Asimismo, el foco está en la atracción y retención de talentos y poder vincular el salario con el sistema de gestión del desempeño, buscando un mayor compromiso de los colaboradores con los objetivos de la Compañía, como así también una **focalizada actitud hacia los resultados**.

En función de los resultados de la evaluación de desempeño y cumplimiento de objetivos, establecidos a través del **Sistema de Gestión del Desempeño**, contamos con un bono para todos los colaboradores efectivos con una antigüedad de al menos 6 (seis) meses al momento de la evaluación.

Finalizado el proceso de desempeño, la compañía determina, en función de los resultados económicos y financieros del año, el **Factor Compañía**, un porcentaje que adiciona un plus al bono definido de cada colaborador.

Respecto al modelo de remuneración de la Fuerza de Ventas, su compensación está compuesta por un salario fijo y una remuneración variable vinculada a las comisiones por las ventas realizadas y por el mantenimiento de las pólizas en el tiempo



Tema Material:
Empleo y
Protección Social



Durante el contexto de pandemia, la compañía ha llevado adelante las siguientes acciones:

- ▶ Sin despidos y compensaciones retenidas al 100%.
- ▶ Salarios y compensaciones correspondientes al mes de marzo 2020 y aguinaldo correspondiente al mes de junio 2020 pagados con algunos días de anticipación.
- ▶ Aumento salarial correspondiente al mes de abril 2020 según lo programado en el presupuesto y sumando a los sueldos los \$4.000 correspondientes al Decreto 14/2020.
- ▶ Se realizaron los aumentos salariales correspondientes al mes de marzo 2020 y no se aplicaron reducciones salariales para nuestra fuerza de ventas.
- ▶ Financiamiento para la adquisición y compra de computadoras/notebooks personales. Asimismo, durante el periodo reportado la compañía realizó la compra de notebooks para aquellos colaboradores de áreas de soporte que no poseían y fueron entregadas en el mes de septiembre 2020, fuera del alcance de este reporte.
- ▶ Mejoras en la cobertura de salud (medicina prepaga) y de la cobertura de seguro de vida.
- ▶ Abono del servicio de internet por recibo de sueldo para todos los colaboradores a partir del mes de abril 2020.
- ▶ Adicionales para garantizar el promedio de las comisiones para la fuerza de venta.
- ▶ Incentivos de ventas con el objetivo de mejorar los ingresos de la fuerza de venta en el contexto.

7.12. CONCILIACIÓN PERSONAL-PROFESIONAL

Tema Material:
Conciliación
Familia-Trabajo



El sentido de nuestro trabajo está estrechamente vinculado con la concepción de nuestro producto, no vendemos sólo seguros de vida, sino “protección”. Este concepto, está atravesado por cada uno de nuestros valores y se refuerzan en cada una de nuestras prácticas.

Para nuestra compañía, contar con políticas de trabajo flexibles es una prioridad, para que nuestros colaboradores puedan alcanzar un balance entre la vida laboral y personal, disfrutando de la vida y compartiendo junto a los que más quieren.

7.12.1. NUESTRO PROGRAMA DE BENEFICIOS



DURANTE EL PERIODO REPORTADO, LA GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS LANZÓ EL NUEVO PROGRAMA DE BENEFICIOS “BE PRU, BE YOU”:

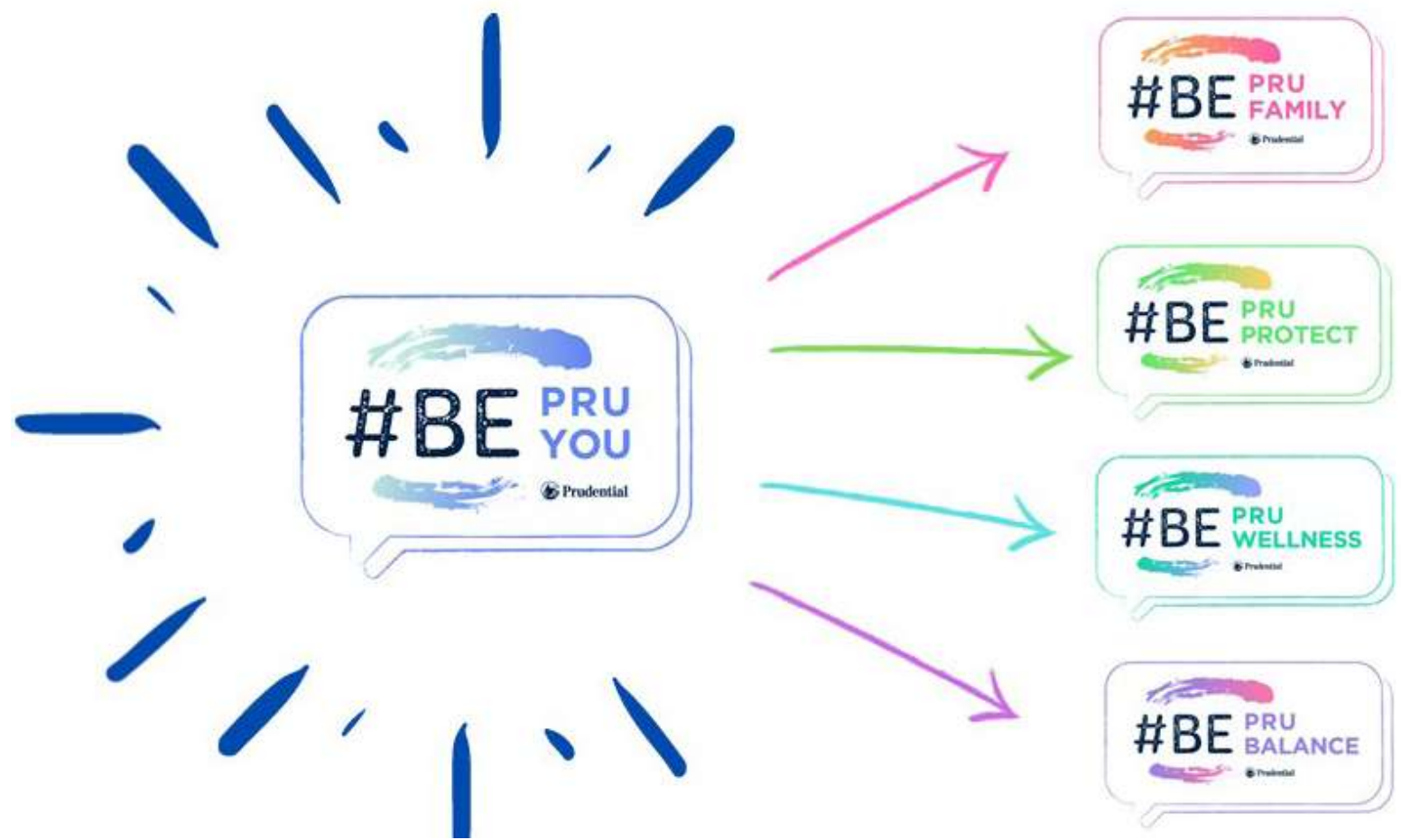
En PRU, sé VOS, con tu impronta, co-construyendo con los demás y dando lo mejor de vos.

Este nuevo programa de beneficios fue lanzado el 21 de octubre de 2019 en el marco del Día del Seguro y celebramos todos juntos nuestro día con actividades, juegos, sorpresas, sorteos y regalos.



LOS 4 PILARES DEL NUEVO PROGRAMA DE BENEFICIOS SON:

MIRÁ EL VIDEO DEL NUEVO PROGRAMA DE BENEFICIOS





Durante el periodo de aislamiento, incorporamos y readaptamos beneficios acompañando a los colaboradores para que puedan trabajar desde sus casas cómodos y tranquilos, cuidando y priorizando en este contexto su salud y su mente.

En el punto 7.7 Ambiente Seguro y Saludable de este capítulo del Reporte desarrollamos las acciones y beneficios frente al COVID implementadas para cuidar la salud de nuestros colaboradores trabajando desde sus casas; y también en el punto 7.11 Política de Remuneraciones compartimos otras acciones implementadas en este contexto para estar cerca de nuestros colaboradores.



PARA QUE PUEDES DISFRUTAR DE LO QUE TE GUSTA

- **Trabajo Remoto:** Brindamos la posibilidad de flexibilizar la semana laboral, permitiendo trabajar en forma remota desde el hogar hasta 2 (dos) días por semana.
- **Horario Flexible:** nuestros colaboradores pueden elegir ingresar desde las 7am y 10 am.
- **Punto para el viernes:** Es flexible el horario de egreso, los colaboradores pueden trabajar hasta las 15hs todos los viernes del año.
- **Bonus Track:** 5 días hábiles adicionales de vacaciones a los que otorga la Ley o proporcional a la fecha de ingreso.
- **Cumple Flex:** Regalamos el día de tu cumple o un día libre dentro del mes para que lo disfruten en lo que más quieran.
- **Fin de año en PRU:** todos los años brindamos alguna propuesta diferente para las semana de las fiestas, para que nuestros colaboradores puedan disfrutar de más días libres.
- **Días por estudio:** aquellos colaboradores que estudian tienen hasta 15 días por año calendario.



Todos nuestros colaboradores se encuentran trabajando desde sus casas y los beneficios de flexibilidad siguen vigentes. Con el objetivo que nuestros colaboradores puedan descansar y disfrutar de sus vacaciones, hemos comunicado que el plan de vacaciones 2019 se acumula al plan de vacaciones pendientes y no vence al 31/12/2020.

Prudential a nivel mundial lanzó la Iniciativa Take a Day Off para que del 11 de mayo al 30 de junio los colaboradores puedan tomarse 1 día libre para ellos en tiempos de pandemia.



PROMOVEMOS HÁBITOS SALUDABLES QUE NOS AYUDEN A ALCANZAR NUESTRO BIENESTAR

- **Cobertura Médica OMINT y OMINT ASSISTANCE** para vos y tu grupo familiar primario. Check up anual para colaboradores.
- **Pausas Activas en la oficina 1 vez por semana** para colaboradores de oficinas centrales y 1 vez por mes en agencias.
- **Masajes In Company: Con la ONG En Buenas Manos**, nuestros colaboradores de las oficinas centrales pueden disfrutar los días miércoles de los masajes realizados por personas con discapacidad visual.
- **Vitality app:** otorgamos la suscripción bonificada para todos nuestros colaboradores
- **Nutricionista In Company:** Contamos con la visita de especialistas en nutrición en nuestras oficinas: cada 15 días en las oficinas centrales y 1 vez al mes en agencias.
- **Alimentación saludable:** En todas las oficinas, los días lunes recibimos a nuestros colaboradores con frutas y cereales.
- **Gimnasios: 35% de descuento para los planes vigentes de Megatlón**, extensible a familiares directos, se descuenta por recibo de sueldo.



Como hemos compartido en el punto 7.7 Ambiente Seguro y Saludable de este capítulo del Reporte, nuestra prioridad durante este contexto es cuidar la salud de nuestros colaboradores. Para eso, desde el área de beneficios repensamos nuestras propuestas para que nuestros colaboradores se mantengan activos y saludables desde sus casas:

- **Programa de Asistencia al Empleado:** con cobertura de 3 módulos, nutrición, psicología y Maternidad/Lactancia para colaboradores y sus familias.
- **Acceso a plataforma con talleres online, alimentación saludable, mindfulness, manejo del estrés, entre otros.**
- **Talleres de Bienestar charlas relativas a mejorar tu calidad de vida.**
- **Pausas activas, meditación y automasajes vía streaming con la ONG En Buenas Manos** donde nuestros colaboradores pueden realizar toda la semana 2 clases por día.
- **Mejoras en los planes de OMINT para el colaborador y su grupo familiar**



SABEMOS LO IMPORTANTE QUE ES TU FAMILIA

→ Programa Nacimiento - Cuidador Primario

→ **Dulce espera:** trabajo remoto 3 veces por semana desde el 7° mes de embarazo.

→ **Pru Care:** licencia paga de 1 mes, luego de los 3 meses de licencia por ley.

- **Retorno Paulatino sin reducción salarial**
- **Lactarios In Company:** nuestras oficinas centrales cuentan con espacios limpios y seguros para que las mamás puedan continuar con la lactancia mientras regresan a la oficina.
- **Programa Nacimiento - Cuidador secundario:** Otorgamos 10 días hábiles de licencia.
- **Licencia especial extendida por internación de bebé recién nacido:** 15 días de licencia para cuidador secundario.
- **Licencia por adopción:** Se iguala a las licencias de cuidador primario/secundario
- **Vuelta al cole:** Nuestros colaboradores cuentan con medio día libre para acompañar a sus hijos al primer día de clases
- **Licencia para acompañamiento adultos mayores:** Nuestros colaboradores cuentan con 1 semana al año para cuidar a un adulto mayor de la familia que lo necesita.

Diversidad: Estos beneficios fueron pensados apalancados en la estrategia de Diversidad & Inclusión de Prudential Seguros para que todos nuestros colaboradores se sientan parte. Por eso, se diseñaron beneficios para acompañar a los cuidadores primarios y secundarios en la crianza de sus hijos pero también para aquellos colaboradores que tienen adultos mayores en sus familias y necesitan estar cerca de ellos.



	2019-2020		2018-2019		2017-2018	
N. de empleados	Licencia por Paternidad	Licencia por Maternidad	Licencia por Paternidad	Licencia por Maternidad	Licencia por Paternidad	Licencia por Maternidad
Que ejercieron su derecho a baja por licencia	3	7	6	7	2	7
Que retornaron al trabajo al finalizar la licencia por nacimiento	3	7	6	7	2	7



PENSAMOS EN TU FUTURO Y EN TUS FINANZAS

→ **PSPP – Prudential Stock Purchase Plan**– tal como se llama internamente, es un plan voluntario que presenta Prudential Financial, que ofrece la oportunidad de comprar acciones ordinarias con un 15% de descuento.

Este plan le da al colaborador la oportunidad de ser accionista de Prudential Financial, Inc. -con un importante descuento- y de esta manera, beneficiarse con el éxito de la compañía. Pueden participar todos aquellos colaboradores efectivos con 12 meses de antigüedad independientemente de su jerarquía. Las contribuciones pueden ser entre un 1% y un 10% de las ganancias elegibles.

→ **Beneficio para colaboradores con póliza de Prudential:** Aquellos colaboradores que hayan adquirido una póliza a través del canal de Vida Individual vigentes al 30 de noviembre de cada año, se le bonifican 2 cuotas de las pólizas en las que el empleado sea tomador y asegurado simultáneamente.

→ **Seguro 24 sueldos:** A través de nuestro producto de Seguro de Vida Colectivo, todos los empleados de la compañía cuentan con el beneficio (sólo por ser colaboradores y mientras continúen su relación laboral).

→ **Seguro para cónyuge (12 sueldos)** para asegurar al cónyuge con precios preferenciales. Ofrecemos un seguro de vida para cónyuges de colaboradores, a través de la línea de productos de Vida Colectivo, mientras continúe la relación laboral.



→ **Seguro de Sepelio:** Cobertura de gastos de sepelio por muerte del colaborador. Ofrecemos este seguro, a través de la línea de productos de Vida Colectivo, mientras continúe la relación laboral.

→ **Seguro de Sepelio familiares** a muy bajo costo. Ofrecemos este seguro, a través de la línea de productos de Vida Colectivo, mientras continúe la relación laboral.

→ **Suscripción digital y tarjeta Club La Nación – Bonificada.** Nuestros colaboradores tienen acceso digital a todos los diarios y revistas de Club La Nación y pueden disfrutar de los descuentos de la tarjeta.

→ **Máquina de Snacks:** En nuestras oficinas, los colaboradores cuentan con un monto de dinero mensual de carga para disfrutar los snacks de la máquina mientras están en la oficina.

→ **BE Prudential:** Ofrecemos a nuestros colaboradores los descuentos de la App Be Prudential para clientes que cuenta con una amplia red de comercios en todo el país.

→ **Convenios con Universidades:** Para promover el desarrollo y perfeccionamiento de nuestra gente, contamos con una Política de Cursos de Posgrado y, asimismo, les acercamos convenios corporativos con algunas entidades educativas de renombre para facilitar el acceso con descuentos a los programas y carreras.



Durante el periodo de pandemia, acercamos a nuestros colaboradores de CABA y Buenos Aires descuentos para hacer sus compras sin salir de sus casas:

Bimbo: con entrega de productos a domicilio

Smart Order: plataforma para comprar productos no perecederos, de higiene y limpieza con envío a domicilio.

La Abuela Emma: proveedor de alimentos saludables con envío a domicilio.

Asimismo, lanzamos el beneficio de Club La Nación para que nuestros colaboradores puedan disfrutar de descuentos y de lecturas de diarios y revistas mientras están en sus casas.

Además en este contexto, a aquellos colaboradores que tenían seguro de vida individual les bonificamos las 2 cuotas en el mes de mayo y junio, en lugar de que sea en los meses de fin de año.

7.12.2. ATENCIONES AL PERSONAL

Acompañamos a nuestros colaboradores en momentos importantes de sus vidas y les otorgamos una gratificación y compartimos con los demás colaboradores los hitos de sus vidas personales.

PREMIOS ANIVERSARIO:



Durante la fiesta de fin de año, reconocemos la permanencia en la compañía a aquellos empleados que tienen 5, 10 y 15 años en Prudential. Se les otorga un regalo junto con un diploma recordatorio del aniversario.

En el periodo reportado, reconocimos en un evento especial a los primeros colaboradores que cumplieron 20 años en Prudential Seguros: compartieron un almuerzo entre todos junto con nuestro Presidente & CEO y se emocionaron con un video que sus familias les grabaron.



NACIMIENTOS:



Brindamos un reintegro por presentación de la compra de productos por nacimiento.

CASAMIENTOS:



Otorgamos una gratificación en dinero como regalo de casamiento.

DÍA DEL SEGURO



En línea con nuestra estrategia de diversidad e inclusión, en 2019, hemos reemplazado el regalo del día de la madre y del día del padre, por una celebración que nos incluye a todos: el Día del Seguro que se conmemora el 21 de octubre y obsequiamos a todos los colaboradores una mochila.

DÍA DE LA SECRETARIA



: Saludamos y obsequiamos en su día a las 3 asistentes del Directorio y 2 recepcionistas de nuestras oficinas centrales.

7.13. EVENTOS DE INTEGRACIÓN

BRING YOUR CHILDREN TO WORK:

Durante el mes de diciembre de 2019, **más de 240 niños de 1 a 12 años, hijos de colaboradores de las oficinas centrales y las agencias**, conocieron el lugar de trabajo de sus papás y compartieron una tarde de actividades bajo el concepto de sustentabilidad.

Los niños realizaron actividades con propósito vinculadas al cuidado del planeta y al arte y recibieron la visita de Papá Noel. Para las actividades trabajamos en Buenos Aires con la ONG Artecurea; en Córdoba con Lego, en San Juan con la empresa social Juno y en Mendoza con una empresa social donde los niños a través del arte aprendieron a cuidar el planeta.





JUBILACIÓN:

Para aquellas personas que están por jubilarse, organizamos un agasajo especial como reconocimiento por los años trabajados y por el fin de la etapa laboral. Se invita también a su familia.

En el periodo reportado, no tuvimos colaboradores que finalizaran su etapa laboral en Prudential.

FERIA DE NAVIDAD CON EMPRENDEDORES SOCIALES:

Invitamos a nuestros colaboradores de las oficinas centrales y de todas las agencias de Buenos Aires a recorrer las ferias navideñas, donde organizaciones sociales agrupadas a través de la Asociación Civil Proactiva expusieron sus productos e invitamos a los colaboradores a comprar productos inclusivos.

EVENTO PRESENTACIÓN VITALITY A COLABORADORES:

Se realizaron eventos en Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y San Juan donde presentamos a nuestros colaboradores Vitality. Durante los eventos, los colaboradores pudieron conocer más sobre el funcionamiento de la plataforma y su lanzamiento.



FIESTA DE FIN DE AÑO:

Todos los años realizamos un cocktail en Buenos Aires, en Córdoba y en Mendoza para festejar el cierre del año con nuestros colaboradores. Este evento es la ocasión para entregar el reconocimiento por aniversario, hacer un brindis y el cierre a cargo de nuestro Presidente & CEO quien da unas palabras alusivas

En este periodo, hemos decidido suspender los festejos, debido al fallecimiento de nuestro colaborador, Patricio Oucinde, Senior Consulting Life Planner® en el mes de noviembre 2019.

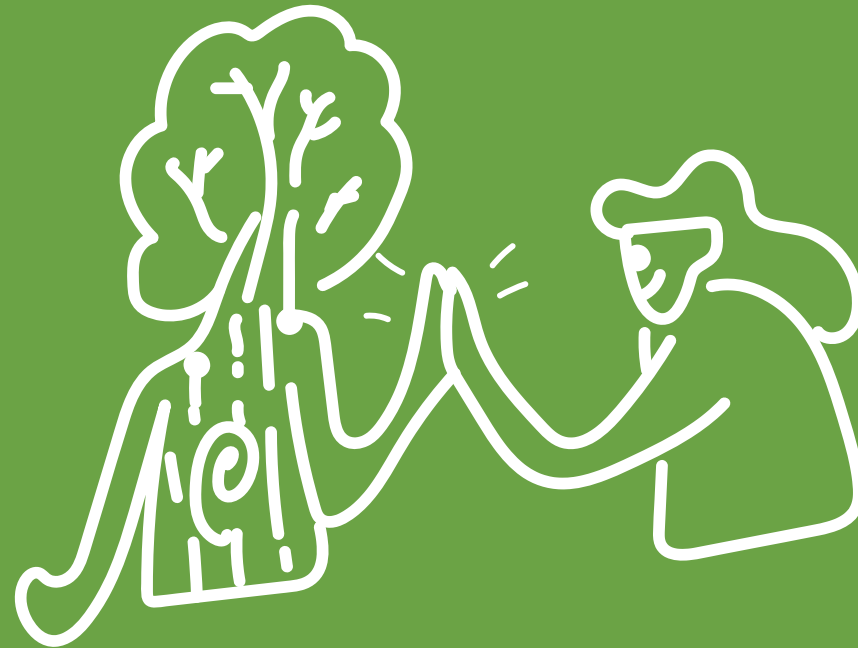
CIERRE DEL AÑO Y BRINDIS CON EL COMITÉ EJECUTIVO:

Realizamos un brindis de cierre de año previo a las fechas festivas de diciembre y aprovechar el evento para hacer sorteos de diferentes premios, como electrodomésticos y órdenes de compra. Participan de los sorteos todos los colaboradores efectivos de la compañía.

ALMUERZO DE FIN DE AÑO POR ÁREAS:

La compañía invita a almorzar por áreas de trabajo a todos los colaboradores de las áreas de soporte en agradecimiento por el trabajo realizado durante el año.





IMPACTO RESPONSABLE



Hacé click aquí y mirá el video donde Jessica Lores, nuestra Supervisora de RSE, Sustentabilidad y Comunicaciones Internas nos cuenta acciones, aprendizajes y desafíos en respuesta al COVID-19

8.1. NUESTRO IMPACTO RESPONSABLE EN NÚMEROS



	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019	07.2017 06.2018	07.2016 06.2017
Programas con la comunidad *	\$23.613.064,00	\$2.361.052,00	\$1.228.653,00.-	\$808.284,00.-
Grant Fundación Prudential Financial “Centro de Oficios” Asociación Civil Pequeños Pasos	USD 10.000.-	USD 10.000.-	USD 10.000.-	USD 10.000.-
Organizaciones e instituciones sociales aliadas	27	32	24	20
Personas involucradas en el Programa de Voluntariado Corporativo	245	289	345	253
	206 colaboradores (53% del total de empleados) y 39 familiares han participado en 30 proyectos de voluntariado	253 colaboradores (66% del total de empleados) y 36 familiares han participado en 33 proyectos de voluntariado	255 colaboradores (70% del total de empleados) y 90 familiares han participado en 38 proyectos de voluntariado	172 colaboradores (47% del total de empleados) y 81 familiares han participado en 21 proyectos de voluntariado.
Horas dedicadas al Programa de Voluntariado Corporativo	876 horas totales	815 horas totales	863 horas totales	675 horas totales
	783 horas laborales	448 horas laborales	644 horas laborales	400 horas laborales

* Incluye inversión en la comunidad realizada en el periodo julio 2019 a junio 2020: Programas de inversión social con siete organizaciones sociales y donaciones COVID-19 a la Campaña Argentina Nos Necesita y Seamos Uno. Programas educativos: “Cuidando Lo Mejor de Vos” y “Prudential Seguros va a la Universidad”, Premio Kiyo Sakaguchi Golden Heart Award 2019, y Programa de voluntariado corporativo con acciones realizadas en alianza con instituciones sociales en el periodo reportado.



DONACIONES COVID-19 -CERCA DE NUESTRA COMUNIDAD

Al comienzo del aislamiento y hacia final del mes de marzo, efectuamos la **donación de \$19,5 millones** a las siguientes iniciativas para paliar la emergencia sanitaria y alimentaria en nuestro país:

\$12 millones a la Campaña **#ArgentinaNosNecesita** de la Cruz Roja Argentina para la compra de equipamiento, insumos y reactivos para la detección del Coronavirus.

También **nos comprometimos con la iniciativa Seamos Uno**, donando **\$7,5 millones**, para la entrega de **7.500 cajas con alimentos no perecederos**, artículos de higiene y desinfección a familias en situación de vulnerabilidad social de la Provincia de Buenos Aires.



8.2. IMPACTO EN LA COMUNIDAD



Tema Material: Acceso a la Educación
Prevención de la Salud
Inclusión Laboral y Acceso al Empleo



El lema de nuestras acciones de RSE y Sustentabilidad es **PruProtege**: “buscamos acercar protección a la mayor cantidad de personas y familias de nuestro país”.

Trabajamos en **tres ejes de trabajo** para promover la movilidad social y prosperidad económica del país:

- Fortalecimiento de la educación,
- Prevención de la salud
- Acceso al empleo.

Contamos con un programa de voluntariado corporativo mediante el cual anualmente realizamos una convocatoria de proyectos. A partir del 2018, nos propusimos impulsar y trabajar para ser generadores de conciencia aseguradora en las futuras generaciones a través de dos programas educativos con la comunidad: **Cuidando Lo Mejor de Vos y Prudential Seguros Va a la Universidad.**

8.2.1. PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA

En alianza con 7 organizaciones de la sociedad civil, **acompañamos iniciativas en las zonas donde estamos presentes: Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y San Juan**



Hacé click aquí y mirá cómo en el primer semestre 2020 continuamos brindando apoyo a la comunidad a través del programa de inversión social y voluntariado corporativo virtual.



Frente a la pandemia, sabíamos que el principal objetivo era estar cerca de las organizaciones sociales, sus destinatarios y la comunidad. Por eso, continuamos colaborando con las organizaciones de nuestro programa de inversión social privada.

8.2.1.1. LOS PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA EJECUTADOS EN EL PERIODO SON:



Programa de Capacitación (2 talleres de 8 encuentros cada uno) a 20 Emprendedoras y acompañamiento de 10 emprendimientos familiares facilitando microcréditos junto a la **Asociación Civil Mujeres 2000** en Tigre.



Programa de acompañamiento para la inclusión laboral de personas con discapacidad y el fortalecimiento de los procesos productivos junto a la empresa social **Red Activos y del estudio creativo GOTA**, de la **Asociación Civil La Usina**.



Programa de acompañamiento mediante el otorgamiento de 6 becas para jóvenes de la Escuela Secundaria Madre Rafaela en San Fernando junto a la **Fundación Reciduca**.



Programa de becas para evitar la deserción escolar en nivel secundario destinadas a 7 jóvenes junto a la Fundación Fondo de Becas para Estudiantes, **FONBEC**, en la provincia de Mendoza.



Programa para generar espacios de formación para niños y jóvenes de la provincia de Córdoba junto a la **Fundación Efteta**.



Programa para brindar asistencia al cuidado paliativo de los beneficiarios de la Casa de la Bondad de la **Fundación Manos Abiertas, delegación San Juan**.



Programa de inclusión laboral a través de la apertura de un Centro de Oficios, que tiene por objetivo promover la salida al mercado de trabajo de jóvenes mediante el aprendizaje de distintos oficios. El proyecto se implementa junto a la **Asociación Civil Pequeños Pasos** en la localidad de Loma Hermosa en San Martín, Provincia de Buenos Aires.

Este proyecto es un programa de articulación público-privada y parte de su financiamiento proviene de un fondo de **USD 10.000 otorgado de forma ininterrumpida desde el año 2017 por la Fundación Prudential de Estados Unidos**.

Además, a través del **Premio Kiyo Sakaguchi Golden Heart Award 2019 otorgado a la Asociación Tiempo de Hacer, Centro de Prevención de la Desnutrición Infantil y Desarrollo Humano CONIN MERLO** colaboramos para la atención médica y nutricional de los niños que asisten al centro.



8.2.2. PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Nuestro Programa de Voluntariado Corporativo se implementa a través de una **Convocatoria de Proyectos de Voluntariado**, que promueve el involucramiento de los colaboradores y sus familias en actividades solidarias para comunidades vulnerables, próximas a nuestra zona de influencia. Los colaboradores presentan iniciativas de voluntariado relacionadas a nuestros ejes de trabajo con la comunidad: educación, salud y empleo.

Proponemos a los colaboradores distintas actividades de voluntariado, respondiendo a su diversidad de intereses para ayudar. Los principales proyectos acompañados abordan temáticas de pintura y refacción, apoyo escolar, dictado de talleres de formación, campaña de donación voluntaria de sangre y colectas, entre otras actividades.

A TRAVÉS DEL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO, EN EL PERÍODO REPORTADO COLABORAMOS CON 27 ORGANIZACIONES SOCIALES MEDIANTE EL INVOLUCRAMIENTO DE NUESTROS COLABORADORES EN 30 PROYECTOS DE VOLUNTARIADO.

 MIRÁ MÁS



NUESTROS VOLUNTARIOS AYUDAN DESDE CASA

Frente al aislamiento, rediseñamos nuestro programa de voluntariado.

Habíamos recibido a comienzos del año 2020, 37 proyectos de voluntariado propuestos por colaboradores para ayudar a distintas ONGs.

Frente al cambio de necesidades por parte de las organizaciones y sus beneficiarios, y teniendo en cuenta el actual contexto de cuarentena abrimos nuevas **oportunidades de voluntariado para ayudar y colaborar con las organizaciones que nuestros colaboradores habían presentado:**

Entre las actividades que desarrollamos con voluntariado virtual: escucha empática a través de la plataforma Aquí Estoy, llamados telefónicos para brindar acompañamiento a adultos mayores, dictado de talleres virtuales sobre atención al cliente a emprendedores, entrevistas simuladas y talleres de capacitación a jóvenes en búsqueda de oportunidades laborales, videos tutoriales para jóvenes en búsqueda de empleo, participación en jornadas de formación online sobre medio ambiente, campaña virtual por el día del niño, carrera virtual por la donación voluntaria de sangre, entre otras.



INTERNATIONAL VOLUNTEER DAY CHALLENGE GRANT

La Fundación 180° Educar para el Cambio, Fundación Effeté y la Asociación Civil Dale Vida recibieron cada una, en el mes de mayo 2020, un grant de USD 1.000 para contribuir con su misión institucional.

Este grant lo otorga la Fundación Prudential de Estados Unidos en reconocimiento a las organizaciones con las que Prudential en Argentina ha llevado adelante acciones de voluntariado en el marco del Global Volunteer Day 2019.



Los proyectos de voluntariado corporativo fueron:

En temáticas educativas

Organizaciones aliadas:

- ♥ Fundación Effeté, Córdoba
- ♥ Fundación 180° Educar Para el Cambio, Córdoba
- ♥ Fundación Vivienda Digna, Buenos Aires
- ♥ Fundación Córdoba Mejora, Córdoba
- ♥ Fundación Artecuro
- ♥ Fundación FONBEC, Mendoza
- ♥ Fundación Empate, Córdoba

En temáticas de salud

Organizaciones aliadas:

- ♥ Fundación Aikén, Buenos Aires
- ♥ Fundación de Hemoterapia Swiss Medical, Buenos Aires
- ♥ Asociación Civil Dale Vida, Buenos Aires
- ♥ Asociación Tiempo de Hacer, Buenos Aires
- ♥ Fundación Donde Quiero Estar, Buenos Aires.

En temáticas de acceso al empleo

Organizaciones aliadas:

- ♥ Fundación Forge, Buenos Aires
- ♥ Fundación Reciduca, Buenos Aires
- ♥ Asociación Civil Mujeres 2000, Buenos Aires
- ♥ Asociación Civil Cascos Verdes, Buenos Aires
- ♥ Asociación Civil Pequeños Pasos, Buenos Aires
- ♥ Municipio de San Isidro, Buenos Aires
- ♥ Asociación Civil Peregrina, Buenos Aires

Además, sumando el compromiso de los voluntarios, realizamos colectas junto a:

Organizaciones aliadas:

- ♥ Fundación Dale Tu Mano, Buenos Aires
- ♥ Proyecto Mochi, Buenos Aires
- ♥ Fundación Ruta 40, Buenos Aires y Mendoza
- ♥ Comedor Infantil de la Asociación Civil Tarcisio, Mendoza



Nuestros voluntarios brindaron escucha empática para ayudar a personas durante el aislamiento social, preventivo y obligatorio:

Organizaciones aliadas:

- ♥ Aquí Estoy – Programa de escucha empática a personas que lo necesitan
- ♥ Municipio de Vicente López – Programa de acompañamiento adultos mayores

8.2.3. PROGRAMAS EDUCATIVOS

Tema Material: Conciencia Aseguradora

En nuestro país, por diferentes cuestiones culturales, la noción de contar con un seguro de vida es limitada.

En el Plan Nacional Estratégico del Seguro 2012-2020 (PlaNES), la Superintendencia de Seguros de la Nación ha definido como uno de los **principales ejes de trabajo el desarrollo de una mejor cultura aseguradora en la población.**

Además, este tema es destacado como importante por nuestros grupos de interés en la matriz de materialidad y, al mismo tiempo, el **ODS 8 en su meta 10 clama por “fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para alentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos”.**

Nuestro compromiso es generar conciencia aseguradora en nuestra comunidad.

En el periodo reportado, continuamos desarrollando los dos programas educativos alineados a nuestro **compromiso con las futuras generaciones en pos de generar conciencia aseguradora y de cuidar la vida.**




Comprometidos en continuar transmitiendo esta temática con las futuras generaciones.

Nuestro programa de conciencia aseguradora “**Cuidando Lo Mejor de Vos**” se readaptó y diseñamos una plataforma virtual para que los alumnos y docentes puedan seguir aprendiendo sobre el cuidado de la vida y la salud con la escuela y desde sus casas.



En el periodo reportado, se trabajó en el armado y contenido de la plataforma, y se lanzó en octubre 2020, fuera del alcance de este reporte, en la exposición virtual **Viví Sustentabilidad** -del 19 al 22 de octubre 2020- donde participan empresas y organizaciones con sus programas educativos con las futuras generaciones.



 CONOCÉ MÁS SOBRE EL PROGRAMA CUIDANDO LO MEJOR DE VOS:

8.2.3.1. PROGRAMA “CUIDANDO LO MEJOR DE VOS”

El programa educativo persigue el propósito de trabajar junto a las futuras generaciones para generar conciencia sobre la protección y el cuidado de la vida aportando a los alumnos contenidos vinculados con la protección, hábitos saludables y valores, por medio de estrategias didácticas diseñadas especialmente para dicho fin.

El programa consiste en un taller lúdico didáctico, orientado a alumnos de cuarto, quinto y sexto grado de escuelas primarias públicas y privadas. Involucramos a los colaboradores para la convocatoria de escuelas, articulamos con dos municipios para compartir contenidos valiosos para los niños, y llevamos la marca Prudential Seguros a las escuelas para que los chicos tomen conciencia, a través del juego, de la importancia de cuidar su vida.

Para la implementación este programa hemos trabajado con un grupo de especialistas en educación para estructurar los contenidos y darles la fundamentación pedagógica que acompañarán las enseñanzas de la escuela. Las actividades del programa son implementadas por un equipo de talleristas y capacitadores preparados para este desafío. El programa pretende dejar capacidad instalada. Por eso, los niños reciben un cuadernillo y pueden ingresar a nuestro sitio Web para seguir respondiendo preguntas y jugando en familia. Además trabajamos con los docentes con la guía de planificación docente para que continúen desarrollando en el aula los contenidos de este programa educativo.



En el período reportado, el programa alcanzó 36 escuelas, promoviendo el cuidado de la vida en 4.597 niños y niñas y 248 docentes.

El programa Cuidando Lo Mejor de Vos también estuvo presente en Viví Sustentabilidad 2019 donde cientos de alumnos de escuelas públicas y privadas de CABA pudieron experimentar la conciencia aseguradora a través del programa.



Frente al contexto de aislamiento y pandemia, diseñamos “Cuidando Lo Mejor de Vos” en formato online a través de la plataforma virtual cuyos resultados compartiremos en el próximo reporte de sustentabilidad 2020-2021.



8.2.3.2. PROGRAMA “PRUDENTIAL SEGUROS VA A LA UNIVERSIDAD”

Se busca compartir con alumnos y docentes contenidos valiosos para la comunidad educativa universitaria, generando un espacio de aprendizaje y conciencia social.

El Programa persigue el propósito de generar conciencia sobre la protección y el cuidado de la vida en las futuras generaciones de profesionales universitarios.

De esta manera, dialogamos e interactuamos con los estudiantes junto con profesionales y directivos de la Compañía las siguientes temáticas:

- ▶ **Conciencia Aseguradora:** Invitamos a los alumnos a reflexionar sobre la importancia de cuidar la vida y la planificación financiera. Los alumnos pueden calcular qué valor tiene su vida a través de la utilización de un dispositivo Web.
- ▶ **Oportunidades laborales para trabajar en nuestra compañía**

En el período reportado, el programa alcanzó a 210 estudiantes de 6 universidades y durante los meses de aislamiento, hemos realizado las charlas en formato virtual.



8.3. IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE

Uso Sostenible de Recursos y Energía
Educación Ambiental
Criterios Ambientales en el Diseño y
Venta de Productos; y
Conformidad Ambiental de Productos



Estamos comprometidos con la preservación y la protección del medio ambiente. Nuestra estrategia denominada “Camino a Papel Cero” comprende distintas iniciativas para reducir el impacto ambiental, según dos grandes ejes:



USO SOSTENIBLE DE RECURSOS Y EDUCACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



CONFORMIDAD AMBIENTAL DE PRODUCTOS

8.3.1. USO SOSTENIBLE DE RECURSOS Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

Estamos comprometidos en combinar rendimiento económico y cuidado del ambiente, haciendo un uso eficiente de los recursos en nuestras instalaciones y actividades diarias.

En el mes del medio ambiente, realizamos dos actividades online junto con la Asociación Civil Cascos Verdes y con el Mini FEFF -Programa Internacional de Cine Ambiental de la Patagonia- para los colaboradores y sus familias con el propósito de generar conciencia sobre el cuidado del planeta:



USO RESPONSABLE DEL AGUA:

En nuestras oficinas centrales y en las remodelaciones de las nuevas agencias hemos instalado sistemas Presmatic para ahorro de agua y sistemas de reducción de inyección de agua en inodoros con el objetivo de fomentar un uso responsable del agua.



EFICIENCIA ENERGÉTICA:

Fomentamos el consumo racional de la energía.

En nuestras oficinas centrales, **el 100% de los artefactos de luz son luminarias led.** Además, tenemos sectorizado los circuitos eléctricos, lo que permite iluminar sólo los sectores ocupados, disminuyendo el tiempo de encendido de las luces. También hemos modificado los horarios de limpieza de manera de mantener las luces apagadas durante la noche.



En el periodo reportado que estuvimos en las oficinas desarrollamos campañas internas y en redes sociales para la sensibilización, difusión y promoción de buenas prácticas ambientales entre nuestros colaboradores y medimos el consumo de energía en todas nuestras instalaciones.

Luego, continuamos sensibilizando para que nuestros colaboradores y sus familias hagan un uso racional de la energía desde sus casas y los invitamos a participar de jornadas de formación online que realizamos para el mes del medioambiente en junio 2020.





DISMINUCIÓN DEL USO DEL PAPEL:

Invertimos e implementamos distintas prácticas con el objetivo de reducir y reciclar papel:

Impresoras con PIN: Todas nuestras instalaciones cuentan con impresoras con PIN, evitando la impresión y fotocopiado excesivo, y protegiendo la privacidad de la información del personal y de nuestros clientes.



RECICLADO

Reciclado de Papel: Contamos con un servicio de papel confidencial para su destrucción y posterior reciclado. En alianza con Shred-It, proveedor de dicho servicio, reciclamos papel de nuestras operaciones.

Reciclado de Tapitas para la Fundación Garrahan: Tenemos en las oficinas centrales un lugar específico para el acopio de las tapitas plásticas.

Eliminación de Vasos de Plástico: En todas nuestras instalaciones contamos con vajilla de losa y hemos eliminado los vasos de plástico descartable.

Separación de Residuos: Todas nuestras instalaciones cuentan con dos tipos de tachos para separar los elementos reciclables. Capacitamos a nuestros colaboradores sobre la correcta disposición final de los residuos.



Sensibilizamos y capacitamos a nuestros colaboradores y sus familias en separación de los residuos y reciclado de plásticos a través del armado de ecobotellas en sus casas.



RECICLADO A TRAVÉS DE LAS DONACIONES DE MOBILIARIO DE LA COMPAÑÍA:

Reciclamos el mobiliario y los bienes en desuso debido al recambio de los espacios de trabajo de oficinas de Casa Central y las agencias.

Contamos con una Política de **Donación de Activos** con el siguiente procedimiento: El área de Compras & Facilities o el área de IT, según corresponda, debe identificar los activos objeto de donación. El área de Finanzas procede a nivel contable a la baja en el inventario de la compañía. Finalmente, el área de RSE & Sustentabilidad contacta y coordina con la Organización Social que recibe la donación.

En el período reportado, hemos donado activos a las siguientes organizaciones de la sociedad civil: Fundación Vivienda Digna en Prov. de Buenos Aires y Fundación Manos Abiertas Casa de la Bondad, delegación San Juan.



Imágenes del mobiliario donado por Prudential Seguros en la sede de la Fundación Manos Abiertas – Casa de la Bondad debido a la remodelación de la Ag. San Juan.

8.3.2 CONFORMIDAD AMBIENTAL DE PRODUCTOS

Nuestros servicios no se materializan en ningún producto físico. La contratación del seguro se realiza mediante el **proceso de “envío y entrega de la póliza”**, el cual supone un documento con la firma del cliente.

En ese documento se plasma la promesa de pago en caso de siniestro. **Desde junio de 2018 en Prudential Seguros es 100% digital (en lo que respecta a nuevos negocios) logrado a través de la implementación de póliza electrónica.**

Las siguientes iniciativas implementadas por las áreas de operaciones de las dos unidades de negocio, han permitido eliminar los formatos físicos por los digitales:



Los procesos fueron digitalizados y los pedidos de envío de documentación digital se han flexibilizado para poder brindar el mejor servicio al asegurado y continuar garantizando las operaciones del negocio en pandemia con los colaboradores trabajando 100% en modalidad remota.

INICIATIVAS SEGUROS DE VIDA INDIVIDUAL

➤ **Venta a través de la tablet**, como herramienta digital que acompaña en el proceso de ventas de seguro de vida individual con nuestros clientes;

➤ **Solicitud Electrónica:** Consiste en que la carga de la solicitud de datos del cliente sea electrónica. Actualmente, se carga la solicitud de manera electrónica pero al momento del periodo reportado no hemos eliminado totalmente la utilización de papel ya que nos siguen enviando las solicitudes físicas.

➤ **Póliza Electrónica:** Consiste en reemplazar la póliza en papel por una digital. Esta implementación permite disminuir la cantidad de impresiones en la empresa y los envíos a través de servicios de logística, con la consecuente disminución de dióxido de carbono.

➤ **Acceso a Cuentas Vida Individual:** El objetivo es que el cliente acceda través de nuestro sitio Web a la información online de sus pólizas. Se realizaron diversas campañas para fomentar la registración. A Junio de 2020, el 50% de nuestros clientes ya se encontraba registrado correctamente.

Durante los primeros meses del 2020 se implementó la interfaz entre Acceso a Cuentas y Visual Time, lo que permite que las modificaciones de datos personales que realiza el cliente, se actualicen de manera automática en el sistema.



➤ **App con materiales de marketing y entrenamiento:** Herramienta que permite a nuestra fuerza de ventas de Vida Individual acceder en formato digital a los materiales de marketing e institucionales y a todos los materiales de entrenamiento. La compañía ha dejado de imprimir nuevos folletos de marketing entregables al cliente, centralizando todo el material en formato digital.

➤ **Digitalización de documentos y solicitud de información al Cliente vía mail:** Todos los documentos que ingresan a Operaciones Vida Individual son digitalizados. Todos los sectores utilizan la imagen para trabajar y no el físico. Esto asegura el correcto direccionamiento de la información al sector que corresponde y también la confidencialidad de los datos de nuestros asegurados, dado que de acuerdo a la carátula con que se digitaliza la documentación, hay restricción de acceso a los distintos usuarios.

➤ **Envío de cartas a la Web de Clientes** A través del portal Acceso a Cuentas los clientes pueden acceder a las cartas con información sobre sus pólizas.

➤ **Eliminación de vouchers físicos para pagos** A partir de julio 2018 se generó un nuevo circuito digital entre Operaciones Vida Individual & Finanzas a través del cual se envían las órdenes de pago junto con los datos correspondientes -transferencias y cheques- de manera 100% digital.

➤ **Devolución a través del canal** A partir de abril 2018 las devoluciones de última prima y diferencias a favor por variación del tipo de cambio, se realizan a través del mismo medio de pago de donde se realizó el cobro original.

➤ **Envío de Certificados de Ingresos Brutos a través de Acceso a Cuentas** A partir de marzo 2018 los certificados de IIBB generados para nuestros clientes se suben a la página web de acceso a clientes evitando la impresión y el envío postal.

➤ **E-enmiendas:** El 1 de febrero del 2019 se implementó el proyecto de e-Enmiendas, el cual consiste en la aprobación de las enmiendas generadas para casos de post issue a través de la Web de Acceso a Clientes.

➤ **E-consultas:** En 2020, para brindar un mejor servicio a nuestra fuerza de ventas, Operaciones Vida Individual lanzó esta App para responder consultas sobre nuestros asegurados, a través de la cual se puede: consultar sobre datos generales de la póliza, de los clientes, detalle de pagos y facturación, entre otros.



INICIATIVAS SEGUROS DE VIDA COLECTIVO

➤ **Envío de Pólizas por e-mail Accidentes Personales:** Todas las pólizas emitidas son enviadas a nuestro grupo de brokers y productores de seguros por e-mail.

100 % brokers y productores de seguros reciben la póliza vía e-mail.

➤ **Envío de Facturas por e-mail - Operaciones Vida Colectivo:** Todos los meses, el área de Operaciones Vida Grupo actualiza la información de cada póliza con la nómina de empleados vigentes y procede a facturarla, emitiendo las facturas correspondientes. Estas facturas, junto a las nóminas facturadas, son enviadas vía e-mail, evitando así la impresión en papel y el envío de las mismas.

100 % brokers y productores de seguros reciben la factura vía e-mail.

➤ **Envío de Cartas a clientes por e-mail - Operaciones Vida Colectivo:** A nuestros clientes del canal masivos, en caso de contar con su mail, le enviamos la póliza, certificado de cobertura y notificación de baja de su cobertura vía email.

➤ **Digitalización solicitudes de emisión /documentos desde punto de entrada:** Con la implementación del WorkFlow de emisión, se guarda en forma digital el 100 % de los legajos de pólizas y sus documentos adjuntos.

➤ **Incentivo a captura de mail de asegurados para reducir el consumo de papel.** Adaptamos las solicitudes físicas para hacer más notorio el pedido de mail y resaltando los beneficios en lo referido a velocidad de recepción de la documentación vía mail. En forma paralela, diseñamos campañas de incentivos varios para vendedores a fin de reforzar el concepto.





Prudential

TABLA DE INDICADORES GRI STANDARDS, ISO 26.000 Y O.D.S.

TABLA DE INDICADORES GRI STANDARDS, ISO 26.000 Y O.D.S.

El Reporte de Sustentabilidad julio 2019 - junio 2020 ha sido elaborado de conformidad con la opción “Exhaustiva” siguiendo las recomendaciones de la Guía GRI Standards de la Iniciativa de Reporte Global (GRI).

Asimismo, la estrategia de gestión de la compañía ha tomado como referencia las siete materias fundamentales establecidas por la Norma ISO 26.000 de Responsabilidad Social y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

Para la elaboración de la tabla de indicadores se ha utilizado como referencia la Guía “GRI G4 Guidelines y la ISO 26.000: 2010 How to use the GRI G4 Guidelines and ISO 26000 in conjunction” y la Guía SDG Compass.

Estándares GRI	ISO 26.000	Página
CONTENIDOS GENERALES		
102-1 Nombre de la organización		3
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios		15-21
102-3 Ubicación de la sede central		10
102-4 El número de países en los que opera la organización y los nombres de los países en los que lleva a cabo las operaciones más significativas o relevantes para los temas tratados en el informe de sostenibilidad que se abordan en la memoria.		9
102-5 Propiedad y forma jurídica		Prudential Seguros en su forma jurídica es una Sociedad Anónima.
102-6 Mercados que sirve la organización	6.3.10; 6.4.1-6.4.2;	10
102-7 Determine el tamaño de la organización	6.4.3; 6.4.4; 6.4.5;	10
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	6.8.5; 7.8	88-136
102-9 Describa la cadena de suministro de la organización		56
102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro		Durante el periodo no hubo cambios significativos en el tamaño, estructura y propiedad de la compañía ni cambios significativos en la cadena de suministro.
102-11 Principio o enfoque de precaución		55
102-12 Iniciativas externas		34-35
102-13 Afiliación a asociaciones		35
102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4.7; 6.2; 7.4.2	3-6
102-15 Impactos, riesgos y oportunidades principales		3;55
102-16 Valores, principios, estándares y normas de la organización	4.4; 6.6.3	14
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas		46-54

102-18 Estructura de Gobernanza	6.2; 7.4.3; 7.7.5	
102-19 Delegación de autoridad		41-43
102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales		
102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales		24-25
102-22 Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.		Antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno de los cinco integrantes del Executive Committee: un integrante ocupa la posición desde el año 1999, otro ejecutivo desde el año 2013 y dos integrantes del Comité desde enero de 2017. El Presidente & CEO de Prudential Seguros ocupa su posición actual desde noviembre del año 2010.
102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno		41-43
102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		41-43
102-25 Conflictos de intereses		50
102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	6.2; 7.4.3; 7.7.5	
102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		41-43
102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno		
102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales		27-32
102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo		55
102-31 Frecuencia con que el órgano superior de gobierno analiza los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.		41-43
102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		El reporte de sustentabilidad es validado por el CEO & Presidente de Prudential
102-33 Proceso para comunicar preocupaciones críticas al máximo órgano de gobierno		55
102-34 Naturaleza y número total de preocupaciones críticas		55
102-35 Políticas de remuneración		
102-36 Procesos para determinar la remuneración.		Las políticas de remuneración y las acciones realizadas en el contexto de pandemia en cuanto a la temática se encuentran en el punto 7.7 del capítulo enfoque en el talento de este Reporte. Además, los elementos de la retribución de la alta gerencia están compuestos por: Salario Base, Salario Variable por desempeño, incentivos de largo plazo en acciones de la compañía. No aplican los reembolsos. No se otorgan primas o incentivos de contratación. Se definen objetivos anuales y en función de su alcance se establece el pago de la remuneración variable. Se otorga a la Alta Gerencia la posibilidad de participar de un Plan de Pensión. Cada uno de los participantes puede aportar, según defina, hasta el 8% del excedente de SMSA y la compañía espeja el valor de la contribución para generar un fondo para acompañar a la Alta Gerencia en el momento del retiro.
102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	6.2; 7.4.3; 7.7.5	
102-38 Calcular la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización con la retribución total anual media de toda la plantilla.		La relación entre ambos parámetros fue de 1421% para el periodo reportado.
102-39 Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla		La relación entre el incremento de la retribución total anual de la persona mejor pagada y el incremento de la retribución total anual mediana de toda la plantilla fue de 1,22 para el periodo reportado.

102-40	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.		
102-41	Acuerdos de negociación colectiva		34-35
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	5.3	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés		25;34-35
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados		25
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados		40
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema		24
102-47	Lista de temas materiales		25
102-48	Reexpresión de la información		No hubo reexpresiones
102-49	Cambios en la elaboración de informes	5.2;7.3.2; 7.3.3;	No hubo cambios significativos.
102-50	Periodo objeto de la memoria	7.3.4; 5.3; 7.5.3;	Desde el 01/07/2019 al 30/06/2020
102-51	Fecha del último informe	7.6.2	El periodo del Reporte de Sustentabilidad 2018-2019 fue desde el 01/07/2018 al 30/06/2019.
102-52	Ciclo de elaboración de informes		Las presentaciones se realizarán anualmente según año fiscal correspondiente.
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe		24
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI		Esta edición del Reporte de Sustentabilidad ha sido elaborado siguiendo los Estándares GRI, en su versión "Exhaustiva".

ASPECTOS ECONÓMICOS

201-Desempeño Económico

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	6; 7.3.1; 7.4.3;	40
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	7.7.3; 7.7.5	Información no disponible
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes		42
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno		40

202-Presencia en el Mercado

103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29
103-3	Evaluación del enfoque de gestión		
202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local lugares donde opera la organización	6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4; 6.8.1-6.8.2	Todos los salarios de los colaboradores de Prudential se encuentran por encima del SMVM. El salario inicial estándar supera en un 39% el SMVM.
202-2	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local donde opera la organización	6.4.3; 6.8.1-6.8.2; 6.8.5; 6.8.7	El 100% de los altos directivos son locales. Es decir, residen en las zonas geográficas donde trabajan y nacieron en el país. Los Altos directivos son aquellos que ocupan posiciones de Gerencia, Directores y CEO.

203-Impactos económicos indirectos

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6; 7.3.1; 7.4.3;	25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	7.7.3; 7.7.5	
203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados		10;56;69;104
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	6.3.9; 6.6.6; 6.6.7; 6.7.8; 6.8.1-6.8.2; 6.8.5; 6.8.7; 6.8.9	40;56;139

204-Prácticas de adquisición

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6; 7.3.1; 7.4.3;	25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	7.7.3; 7.7.5	
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales		56
205-Anticorrupción		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.6.1-6.6.2; 6.6.3;	25; 27-29
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.6.6	
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	6.6.1-6.6.2; 6.6.3	
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	6.6.1-6.6.2; 6.6.3; 6.6.6	51-53
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	6.6.1-6.6.2; 6.6.3	No hubo casos de corrupción en el período

ASPECTOS AMBIENTALES

301- Materiales

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		La cantidad de resmas utilizadas en las oficinas en este periodo fue 1.208 unidades. Debido al contexto de aislamiento desde el mes de marzo 2020, el trabajo de digitalización de procesos se aceleró para lograr trabajar en modalidad "Papel Cero".
301-2 Insumos reciclados		149
301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado		

302- Energía

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
302-1 Consumo energético dentro de la organización	6.5.4; 6.5.5	En el periodo reportado hubo un consumo total de 340.054 kWh en las oficinas administrativas de Prudential, las cuales representan el 50% de la superficie de oficinas utilizadas por la compañía.
302-2 Consumo energético externo		No se ha realizado el cálculo en este periodo.
302-3 Intensidad Energética		
302-4 Reducción del consumo energético		148
302-5 Reducciones de los requisitos energeticos de los productos y servicios		Dado a la naturaleza de las operaciones de Prudential Seguros, este indicador no aplica para la organización.

303- Agua

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
303-1 Extracción de agua por fuente	6.5.4	No se ha realizado el cálculo del consumo de agua en nuestras oficinas.
303-2 Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua		
303-3 Agua reciclada y reutilizada		148

304- Biodiversidad

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas		Dado a la naturaleza de las operaciones de Prudential Seguros, este indicador no aplica para la organización.
304-2 Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad		
304-3 Hábitats protegidos o restaurados		
304-4 Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones		

305- Emisiones

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.5.3;6.5.4; 6.5.5;	25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	6.5.6	

305-1 Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (Alance 1)		No se ha realizado el cálculo de emisiones de alcance 1.
305-2 Emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero al generar energía (Alance 2)	6.5.3;6.5.4; 6.5.5;	Las emisiones de alcance 2 consideradas incluyen el total de consumo de energía eléctrica de las oficinas administrativas de Prudential. En este periodo fue de 142, 82 toneladas de CO2 equivalente.
305-3 Otras emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero (Alance 3)	6.5.6	Las emisiones de alcance 3 consideradas fueron las derivadas de los vuelos nacionales e internacionales por viajes de trabajo. En total se realizaron 230 viajes resultando 79,35 ton de CO2 equivalente. Se utilizó el sistema de cálculo provisto por la página web de la Organización de Aviación Civil Internacional.

306- Efluentes y Residuos

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino	6.5.3	El vertido de aguas de las instalaciones de Prudential está conformado en su totalidad por efluentes sanitarios. Todas las instalaciones se encuentran conectadas a la red cloacal.
306-2 Residuos por tipo y método de eliminación		149
306-3 Derrames significativos		
306-4 Transporte de residuos peligrosos		Dado a la naturaleza de las operaciones de Prudential Seguros, estos indicadores no aplica para la organización.
306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías		
307- Cumplimiento Ambiental		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	4.6	
307- 1 Incumplimiento de las leyes y regulaciones ambientales		No se han percibido sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental en el período reportado.

ASPECTOS SOCIALES

401- Empleo

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29;91
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	6.4.3; 6.4.4; 6.8.7	88-90
401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		127-132
401-3 Permiso parental		131

402- Relaciones Trabajador Empresa

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29;91
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
	6.4.3	
402-1 - Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales		En relación al tipo de cambio organizacional, la compañía lo notifica en un plazo de tiempo razonable. Asimismo, contamos con un plan de continuidad de negocios ante situaciones de emergencia.

403- Salud y Seguridad en el Trabajo

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29;91
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad		BCP - Plan de siniestros. La compañía tiene un comité para la continuidad del negocio que contempla un plan de seguridad y salud para los empleados. El 100% tiene representación.
403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional relacionadas con el trabajo por región y por sexo	6.4.6; 6.8.8	107
403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad		Los trabajadores de Prudential Seguros no realizan actividades que impliquen un riesgo de contraer enfermedades. Somos inspeccionados por la ART. Estamos en categoría 2; de "riesgo bajo".
403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos		No Aplica: No es función del Sindicato garantizar la seguridad sino de la Superintendencia de Riesgos de Trabajo. Somos inspeccionados por la ART. Estamos en categoría 2; de "riesgo bajo".

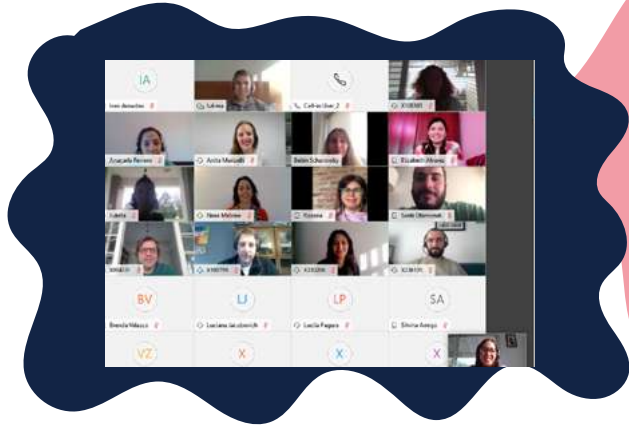
404-Formación y enseñanza

103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.4.7; 6.8.5	25; 27-29;91
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
404-1 Media de horas de formación al año por empleado	6.4.7	108-117
404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	6.4.7; 6.8.5	
404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional desglosado por sexo y por categoría profesional	6.4.7	118-120
405-Diversidad e igualdad de oportunidades		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.2.3; 6.3.7; 6.3.10;	
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.4.3; 6.4.4	25; 27-29;91
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		

405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	6.2.3; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3	42;89
405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4	No se establecen diferencias salariales por género.
406-No discriminación		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.3.6; 6.3.7; 6.3.10;	25; 27-29;46
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	6.4.3	
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		48-49
407- Libertad de asociación y negociación colectiva		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.3.3; 6.3.4; 6.3.5;	25; 27-29;57-61
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	6.3.8; 6.3.10; 6.4.5;	
407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	6.6.6	No se produjeron actividades de la empresa en las que el derecho o la libertad de asociación o el derecho de acogerse a convenios colectivos puedan infringirse. Respecto de los proveedores existen cláusulas de responsabilidad laboral.
408- Trabajo Infantil		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29;57-61
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.7; 6.3.10; 6.6.6;	No se han identificado centros y proveedores con un riesgo de explotación infantil en el período reportado. Nuestro código de conducta establece que la Compañía considera totalmente inaceptable el trabajo infantil o la explotación de otros grupos vulnerables.
408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos con trabajo infantil	6.8.4	
409- Trabajo Forzoso		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		25; 27-29;57-61
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.10; 6.6.6	No se han identificado centros y proveedores con un riesgo de trabajo forzoso en el período reportado. Respecto de los proveedores existen cláusulas de responsabilidad laboral. Nuestro código de conducta establece que la Compañía espera que los proveedores, y quienes ellos subcontraten, respeten los derechos de sus empleados y cumplan la legislación pertinente, las disposiciones y las directivas de los países en los que operan. Ello incluirá salarios, beneficios y condiciones de trabajo.

413-Comunidades locales		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.3.9; 6.5.1-6.5.2;	25; 27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	6.5.3; 6.8	
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo		139-147
413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	6.3.9; 6.5.3; 6.8	Prudential Seguros por la naturaleza de su negocio, no genera impactos negativos sobre las comunidades locales.
414- Evaluación social del proveedor		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6; 7.3.1; 7.4.3;	25; 27-29;57-61
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	7.7.3; 7.7.5	
414-1 Nuevos proveedores que se seleccionaron utilizando criterios sociales	6.3.5; 6.6.1-6.6.2; 6.6.6; 6.8.1-6.8.2; 7.3.1	Se evalúa al proveedor teniendo en cuenta sus aspectos técnicos, económicos y evaluación del riesgo incluyendo aspectos de su comportamiento comercial y aspectos éticos: cláusulas que prevean obligaciones por Ley Estadounidense de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA), confidencialidad y privacidad. Correspondiente Due Diligence del proveedor (si aplica) en virtud de la Política de FCPA y en cumplimiento de norma OFAC (Política que prohíbe realizar transacciones que involucren activos provenientes de actividades ilícitas, de lavado de dinero o financiación del terrorismo). Desde Junio 2018 todas las nuevas compras y contrataciones de Prudential se gestionan íntegramente desde Compras sin excepción (previo análisis y validación de la documentación presentada por cada proveedor).
414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas		No hubo impactos sociales negativos en la cadena de suministro
415- Política Pública		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.6.1-6.6.2; 6.6.4	25;27-29; 46
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos		53
416- Salud y Seguridad del cliente		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6; 7.3.1; 7.4.3;	25;27-29
103-3 Evaluación del enfoque de gestión	7.7.3; 7.7.5	

416-1 Evaluación de los impactos en la salud y la seguridad de las categorías de los productos y servicios	6.7.1-6.7.2; 6.7.4; 6.7.5; 6.8.8	No se registraron incumplimientos, multas ni incidentes durante el período reportado. El 100% de nuestros productos son evaluados en impactos en salud y seguridad.
416-2 Incidentes de incumplimiento relacionados con los impactos de productos y servicios relacionados	4.6; 6.7.1-6.7.2; 6.7.4; 6.7.5; 6.8.8	
417- Marketing y etiquetado		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	25;27-29
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
417-1 Requisitos para la información y etiquetado de productos y servicios	6.7.1-6.7.2; 6.7.3; 6.7.4; 6.7.5; 6.7.9	Los productos comercializados y sus costos son aprobados por la Superintendencia de Seguros de la Nación en cumplimiento de las legislaciones y regulaciones vigentes. No se registran casos de incumplimientos en el período reportado.
417-2 Incidentes de incumplimiento en relación con la información y etiquetado de productos y servicios	4.6; 6.7.1-6.7.2; 6.7.6	
417-3 Incidentes de incumplimiento en relación con las comunicaciones de marketing	4.6; 6.7.1-6.7.2; 6.7.3; 6.7.4; 6.7.5; 6.7.9	
418- Privacidad del cliente		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.7.1-6.7.2; 6.7.7	25;27-29;80
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
418-1 Número de reclamos fundamentados sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes		Prudential Seguros cumple con la ley 25.236 de datos personales y la base de datos se encuentra inscrita en el Registro Nacional de Base de datos para su efectiva protección
419- Cumplimiento socioeconómico		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.3.6; 6.6.1-6.6.2; 6.8.1-6.8.2	25;27-29;46
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
419- Incumplimiento de leyes y reglamentos en el área social y económica		No hubo incumplimientos



Agradecemos la colaboración del Comité Operativo del Reporte de Sustentabilidad 2019-2020 que participó activamente en la elaboración de este cuarto informe.



Dado el periodo de cobertura de este Reporte (julio 2019-junio 2020) decidimos ilustrar muchas de nuestras acciones con material fotográfico de Prudential Seguros previo al Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio.

CONTANOS TU OPINIÓN

Tu opinión sobre el Reporte de Sustentabilidad 2019-2020 nos ayuda a seguir creciendo en nuestra rendición de cuentas.



Por eso, te invitamos a que nos escribas a:
pruprotege.argentina@prudential.com

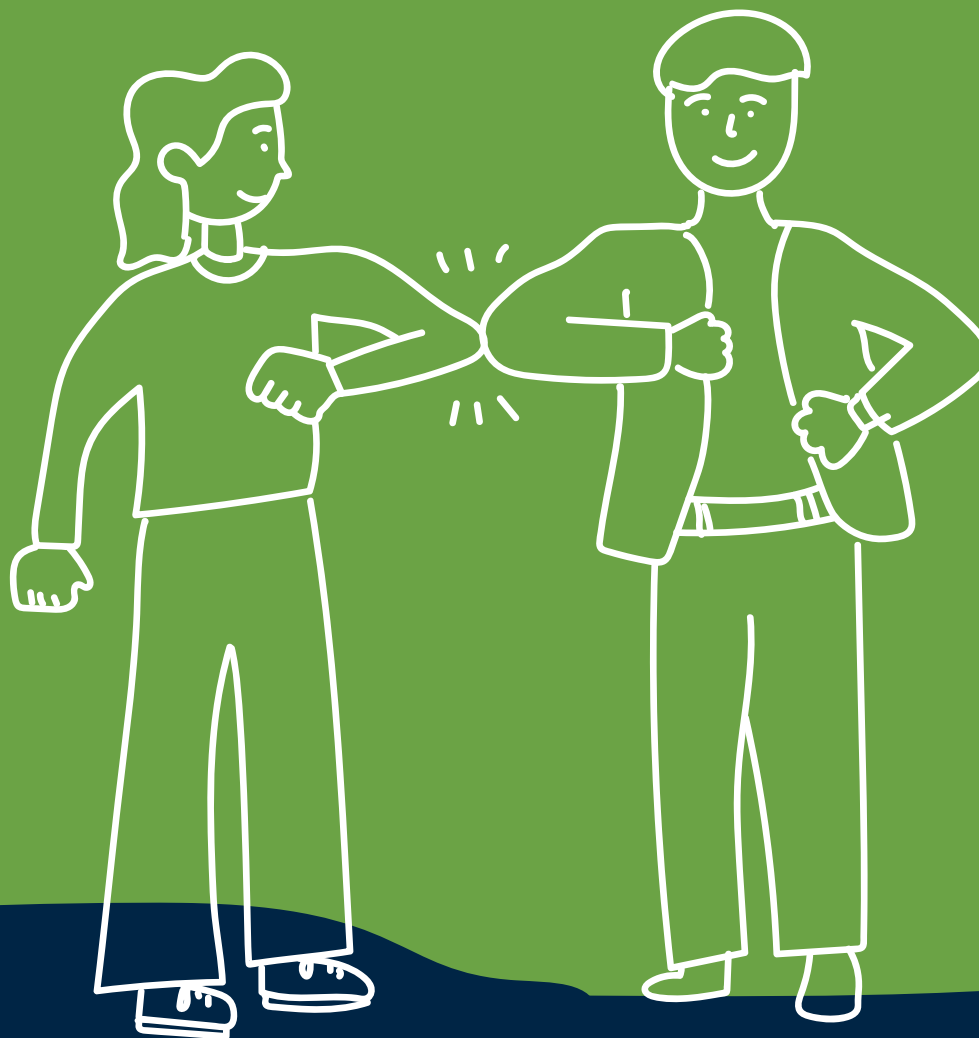
y nos cuentes tus sugerencias y expectativas sobre este documento; y a que también visites nuestro sitio web **www.prudentialseguros.com.ar** para conocer más sobre la empresa, nuestras unidades de negocios y nuestras prácticas de sustentabilidad.

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2019-2020

Coordinación General
RSE & Sustentabilidad Prudential Seguros
www.prudentialseguros.com.ar

Asesoramiento conforme a la Guía GRI Standards
SMS - San Martín, Suarez y Asociados
www.sms.com.ar

Producción y Diseño
GOTA
Estudio de Comunicación de La Usina Asociación Civil.
www.somosgota.com



Prudential Seguros S.A.

Vida Individual
Atención al asegurado: 0800-777-7783
Email: atencionalasegurado@prudential.com

Vida Grupo
Atención al asegurado: 0800-777-5080
Email: atencionvidagrupo@prudential.com

    Prudential Seguros

www.prudentialseguros.com.ar



Nº de inscripción en SSN
0694

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN