

De tu futuro nos
ocupamos nosotros.

DE HACERLO
sustentable
TAMBIÉN

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2020-2021



EN ESTE REPORTE DE SUSTENTABILIDAD
CONTRIBUIMOS CON LA VISIBILIZACIÓN DE
ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL.
ADEMÁS DE CONOCER NUESTRA GESTIÓN SUSTENTABLE,
DIMOS ESPACIO GENERANDO MATERIAL AUDIOVISUAL
PARA QUE PUEDAN COMPARTIR SUS CAUSAS.



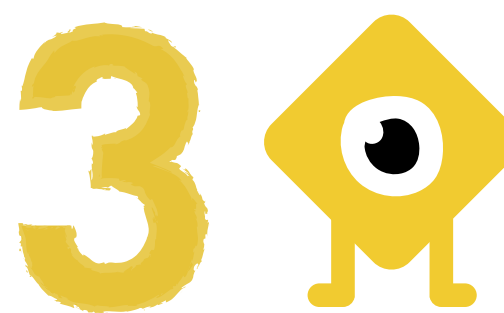
Mensaje del CEO

Mensaje del Presidente & CEO de Prudential Seguros



La Empresa

- 2.1. Quiénes somos
- 2.2. Prudential en el mundo
- 2.3. Prudential en Argentina
- 2.4. Nuestro propósito
- 2.5. Unidades de negocio en la Argentina
- 2.6. Nuestros productos



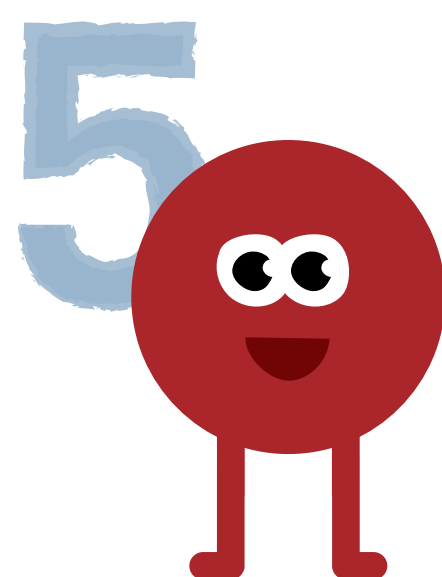
Proceso de Elaboración del Reporte

- 3.1. Un camino comprometido con la RSE y la sustentabilidad
- 3.2. Quinto Reporte de nuestra gestión sustentable
- 3.3. Matriz de materialidad



Nuestra Gestión Sustentable

- 4.1. Estrategia de RSE & Sustentabilidad
- 4.2. Nuestros pilares estratégicos
- 4.3. Comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (O.D.S.)
- 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



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



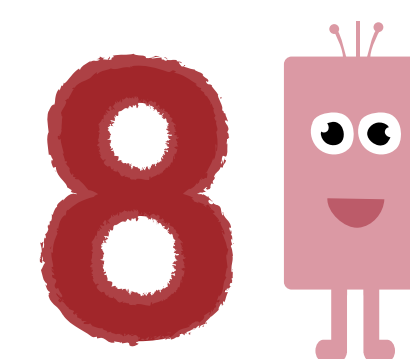
Orientación al Cliente

- 6.1. Nuestros clientes en números
- 6.2. Nuestros Seguros: Un 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



Enfoque en 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



Impacto Responsable

- 8.1. Nuestro impacto responsable en números
- 8.2. Impacto en la comunidad
- 8.3. Impacto en el medio ambiente



Tabla de Indicadores

- 9.1. Tabla de indicadores GRI STANDARDS, ISO 26.000 y O.D.S.

MENSAJE DEL PRESIDENTE & CEO DE PRUDENTIAL SEGUROS

INNOVAMOS PARA CUIDAR A LAS PERSONAS

Otro año más tengo el gusto de compartir una nueva **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 2020 y junio de 2021**, en línea con el reporte financiero y la memoria contable de la compañía en Argentina.

Cada día validamos nuestro propósito **“mejoramos vidas para solucionar los desafíos financieros de un mundo en constante evolución”**. Estos tiempos de pandemia que aún estamos transitando, han ratificado que **nuestros seguros son un instrumento financiero pero, sobre todo, una herramienta de tranquilidad**.

Este contexto nos obliga a entender con mayor profundidad las necesidades y expectativas de clientes actuales y potenciales, así como acelerar nuestros procesos de transformación digital para estar cada vez más cerca de ellos. Esto se traduce en **soluciones de seguros más flexibles, procesos más simples para su obtención y mecanismos ágiles para la gestión de sus pólizas**, entre otros aspectos. **Nuestras estrategias comerciales están cambiando radicalmente y somos conscientes de ello**.

Tampoco nuestra forma de trabajar es la misma. Estos tiempos han generado transformaciones profundas en las vidas de cada integrante de Prudential. Allí estuvimos en todo momento, dando nuevas respuestas a sus necesidades en pos de su bienestar personal y familiar. Por eso me enorgullecen los excelentes resultados obtenidos en el Ranking Anual de Mejores Empresas para Trabajar™ en Argentina de Great Place to Work®. Más aún celebro la alta valoración de las mujeres de la compañía que se reflejó en el ranking sectorial de aquella entidad.

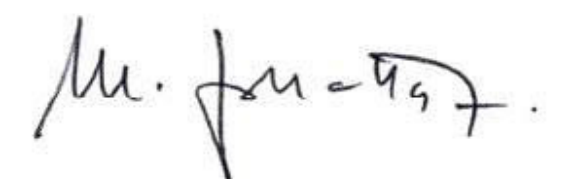
Este último logro confirma los esfuerzos en este período para formalizar la estrategia de diversidad & inclusión de Prudential en Argentina para asumir un rol proactivo en la promoción de oportunidades de empleo e igualdad para personas pertenecientes a los grupos más vulnerables de nuestra sociedad.

Transformación digital, innovación, diversidad, son algunas de las premisas que guían nuestra relación con los grupos de interés, inclusive nuestras acciones de responsabilidad.

Por eso decidimos en esta ocasión, colaborar en la publicación de este Reporte con la **visibilización de organizaciones de la sociedad civil** con las que venimos trabajando: aliados que cumplen una loable labor en estos tiempos difíciles, que nos ayudan a ser una mejor empresa.

Desde hace 146 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**.

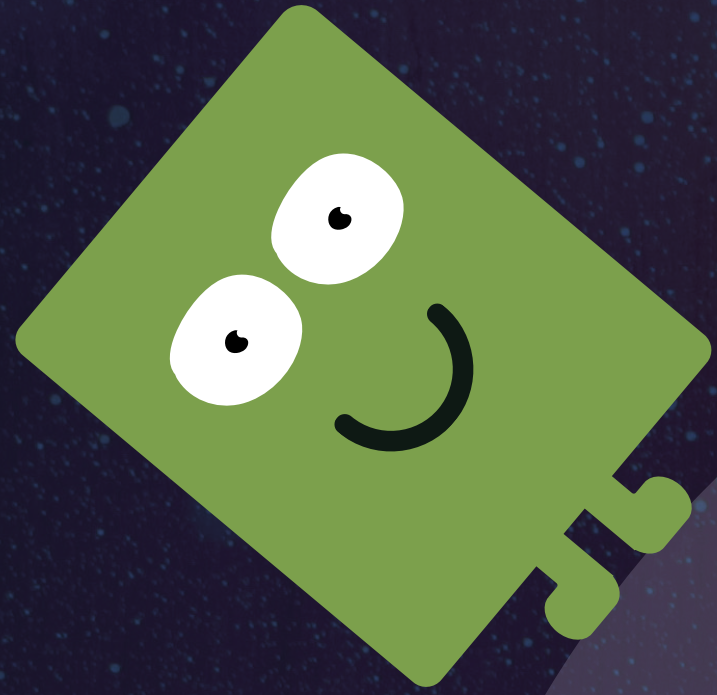
Con afecto,

Mauricio Zanatta
Presidente & CEO Prudential Seguros

LA EMPRESA

2

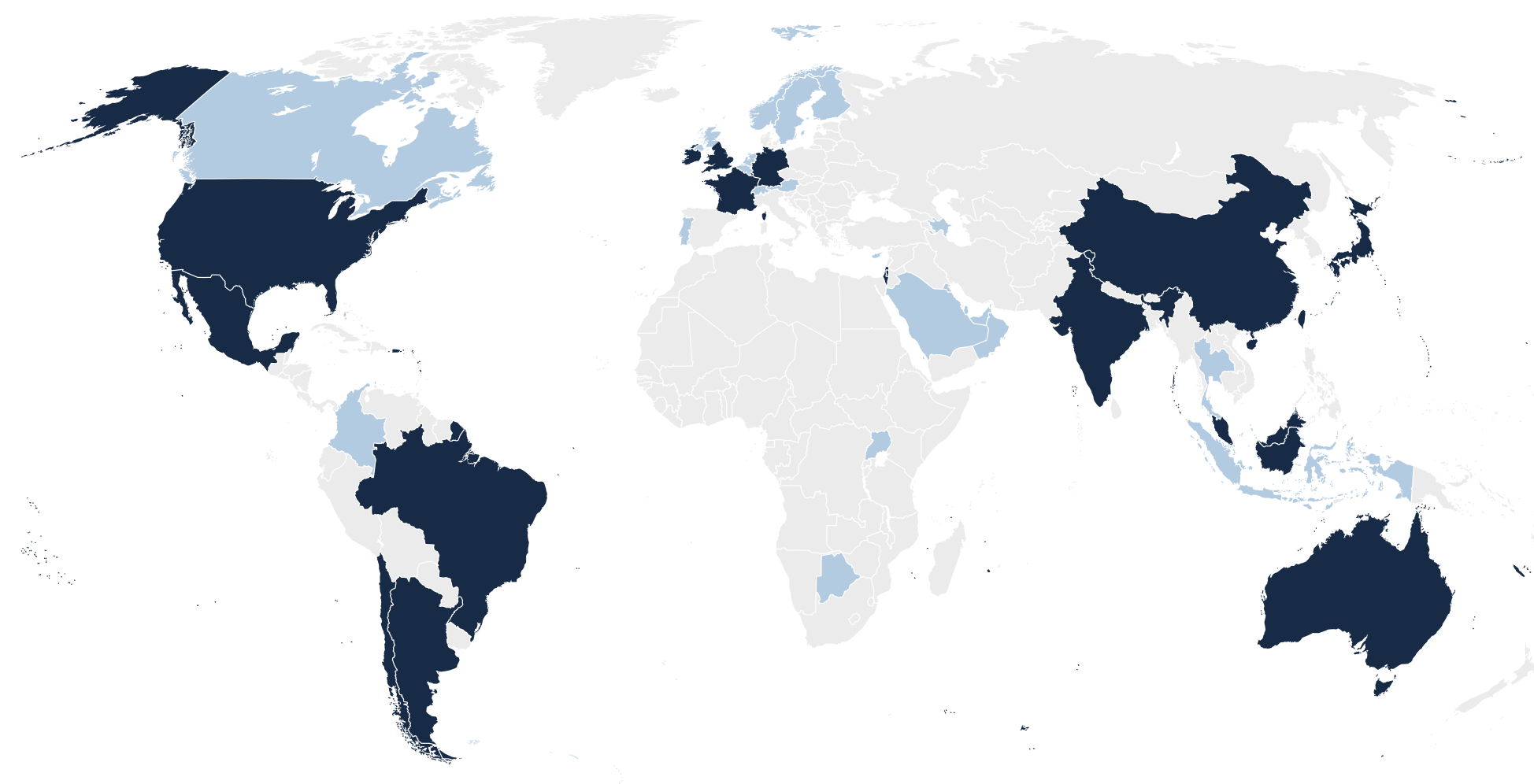


PRUDENTIAL EN EL MUNDO

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 como 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



146 AÑOS DE PRESENCIA



MÁS DE 41.000 COLABORADORES Y ASOCIADOS EN VENTAS EN TODO EL MUNDO



PRESENCIA EN MÁS DE 40 PAÍSES ALREDEDOR DEL MUNDO



USD 1.73 BILLONES DE ACTIVOS BAJO GESTIÓN



USD 4 BILLONES DE SEGUROS DE VIDA VIGENTES EN TODO EL MUNDO



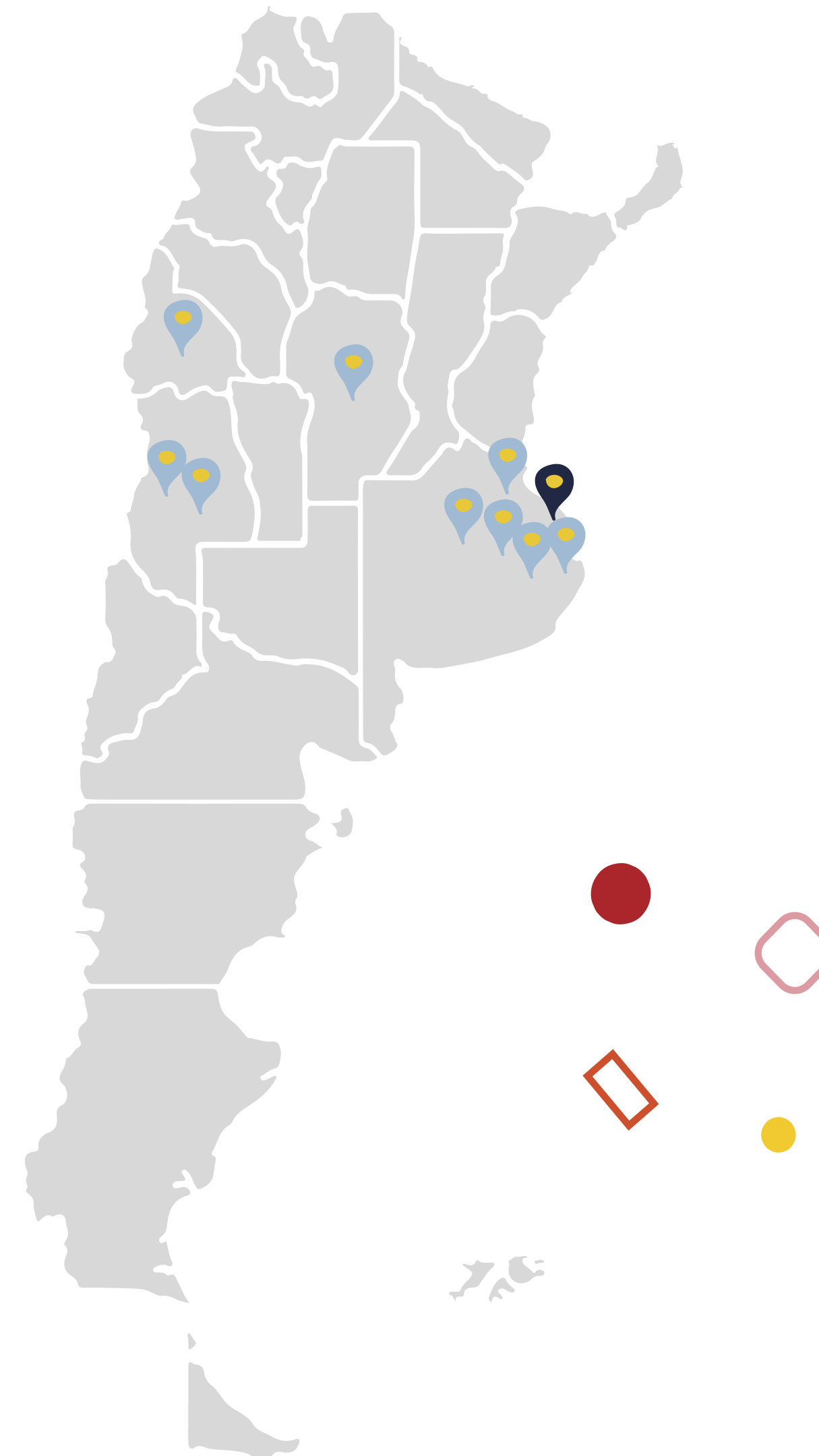
PRUDENTIAL EN ARGENTINA

Prudential Seguros ofrece seguros de vida y de salud en Argentina. Forma parte de Prudential Financial, Inc.

AL MOMENTO DE ELABORAR ESTE REPORTE NOS ENCONTRAMOS REDISEÑANDO LA NUEVA FORMA DE TRABAJAR QUE INCLUYE NUEVOS ESPACIOS DE TRABAJO FLEXIBLES Y COLABORATIVOS EN NUESTRAS OFICINAS CENTRALES Y AGENCIAS.

EN FEBRERO 2021, EN EL MARCO DEL PROYECTO DE EXPANSIÓN DE LA COMPAÑÍA, INAUGURAMOS NUEVAS AGENCIAS:

- EN BUENOS AIRES: DELTA Y LOS ROBLES
- EN CIUDAD DE CÓRDOBA: MAGNA Y CÓNDROR.



Oficina central en **CABA**

9 Agencias:
 5 en Buenos Aires
 1 en Mendoza
 2 en Córdoba
 1 en San Juan

PRUDENTIAL SEGUROS EN NÚMEROS

21 AÑOS DE PRESENCIA EN EL PAÍS



	07.2020 06.2021	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019
Colaboradores	363	392	383
Facturación	\$8.861 millones*	\$5.943 millones*	\$4.064 millones
Patrimonio Neto	\$4.778 millones*	\$3.404 millones*	\$2.949 millones
Disponibilidades e inversiones	\$40.151 millones*	\$25.879 millones*	\$21.189 millones

* Los Estados Contables de Prudential Seguros al 30.06.2021 deben ser presentados ajustados por inflación, al igual que los saldos comparativos, siguiendo los lineamientos de las normas contables profesionales cómo así también los de la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN).

UNIDAD DE NEGOCIO DISTRIBUTION PARTNERS

	07.2020 06.2021	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019
Pólizas vigentes	2.146	2.153	2.051
Nuevos negocios emitidos	719	1.380	1.092
Vidas aseguradas	1.122.318	860.352	242.253
Participación en mercado de seguros vida colectivo (dato a junio 2020)	1,96%*	1,38%	1,03%

* Cifras de Balance Local a Marzo 2021 (Julio 2020 a Marzo 2021)

UNIDAD DE NEGOCIO VIDA INDIVIDUAL

	07.2020 06.2021	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019
Pólizas vigentes	42.770	44.485	43.209
Nuevos negocios emitidos	4.613	5.431	5.596
Participación en mercado de seguros vida individual (dato a junio 2020)	17,33%*	19,07%	18,64%

* Cifras de Balance Local a Marzo 2021 (Julio 2020 a Marzo 2021)

CANAL VENTA DIGITAL DE SEGUROS DE VIDA

	07.2020 06.2021	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019
Vidas aseguradas	12.613	169	64

2.1 QUIÉNES SOMOS

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



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



Por séptimo año consecutivo, como una de las **compañías más éticas del mundo por Ethisphere Institute**.



EN ARGENTINA, FUIMOS RECONOCIDOS POR

El premio prestigio seguros como la **3era** aseguradora del mercado argentino en el rubro vida y distinguidos en la categoría atributo Sustentable.



SOMOS UN GRAN LUGAR PARA TRABAJAR RECONOCIDOS POR GREAT PLACE TO WORK® ARGENTINA Y RECIBIMOS ESTAS DISTINCIONES:

Por segundo año consecutivo, **somos uno de los Mejores Lugares para Trabajar™ en Argentina 2021**



Somos uno de los **Mejores Lugares para Trabajar™ en Argentina** en el sector “**Servicios Financieros y Seguros**”.



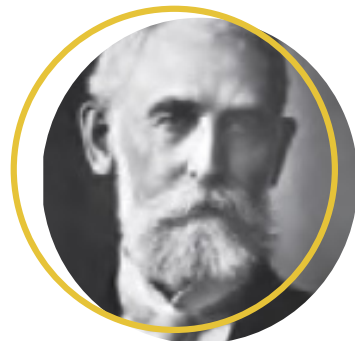
Obtuvimos la **Certificación de Great Place to Work® en Argentina**: un reconocimiento a la calidad de nuestra cultura organizacional.



Somos uno de los **Mejores Lugares para Trabajar™ 2021 para Mujeres en Argentina** en la categoría entre 251 a 1.000 colaboradores; y por segundo año consecutivo, fuimos una de las empresas finalistas del **Premio WEPs “Empresas por Ellas” de ONU Mujeres Argentina**.



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

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.



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.

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 EN ARGENTINA

Prudential Seguros se estableció en Argentina el **16 de septiembre de 1998**. Comenzó oficialmente su **actividad comercial en marzo de 2000**, con la apertura de sus primeras agencias y el inicio de las ventas por parte de sus **asesores Life Planner®**, profesionales que asisten a clientes actuales y potenciales en la selección de opciones de producto que mejor cubran sus necesidades en cada etapa de la vida. En 2013, incorporó una nueva línea de negocios: **Distribution Partners**.

En 2018, Prudential Seguros fue la **primera compañía de seguros de vida en ofrecer sus seguros en forma online** (www.klimber.com) y, recientemente, junto con sus seguros de vida y de salud, brindamos a nuestros asegurados acceso al programa Vitality (<https://vitality.com.ar/>), la mayor plataforma de bienestar a nivel global, que ofrece premios por realizar actividad física y llevar una vida saludable.



2.4 NUESTRO PROPÓSITO

EN PRUDENTIAL MEJORAMOS VIDAS PORQUE SOLUCIONAMOS LOS DESAFÍOS FINANCIEROS DE UN MUNDO EN CONSTANTE EVOLUCIÓN.

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.

NUESTRO MARCO CULTURAL

Mientras avanzamos, nos comprometemos a cumplir con **nuestras aspiraciones:**



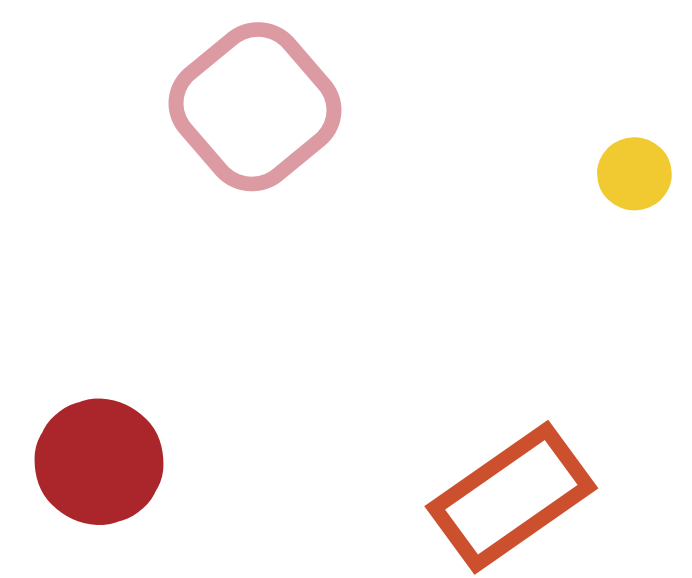
2.5 UNIDADES DE NEGOCIO EN LA ARGENTINA

2.5.1 VIDA Y SALUD INDIVIDUAL

Son seguros 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.



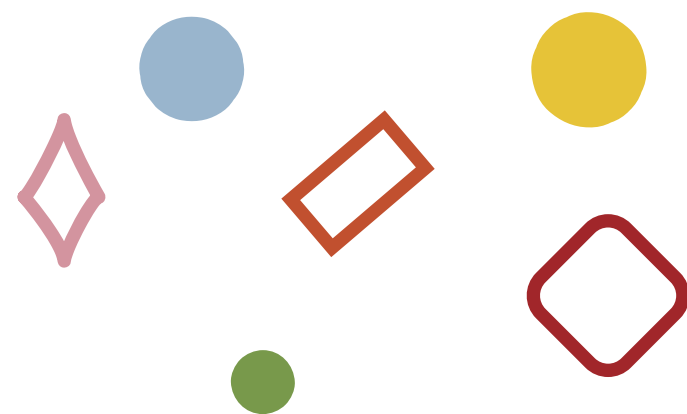
2.5.2 DISTRIBUTION PARTNERS

Creada en 2013 con la expectativa de cubrir las necesidades de las empresas en lo que respecta a la seguridad para sus empleados. A través del canal de brokers y productores independientes, ofrece seguros de vida colectivos, con el objeto de cubrir las obligaciones patronales emanadas de los contratos de trabajo.

A partir de 2015, en línea con la estrategia de crecimiento y diversificación de negocios de Prudential Seguros, 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**, a través del cual se diversificó el canal, ofreciendo seguros de baja complejidad, en forma directa al cliente final.

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.

En el año 2020, en contexto de pandemia se realizó la apertura del **canal Bancaseguros**.

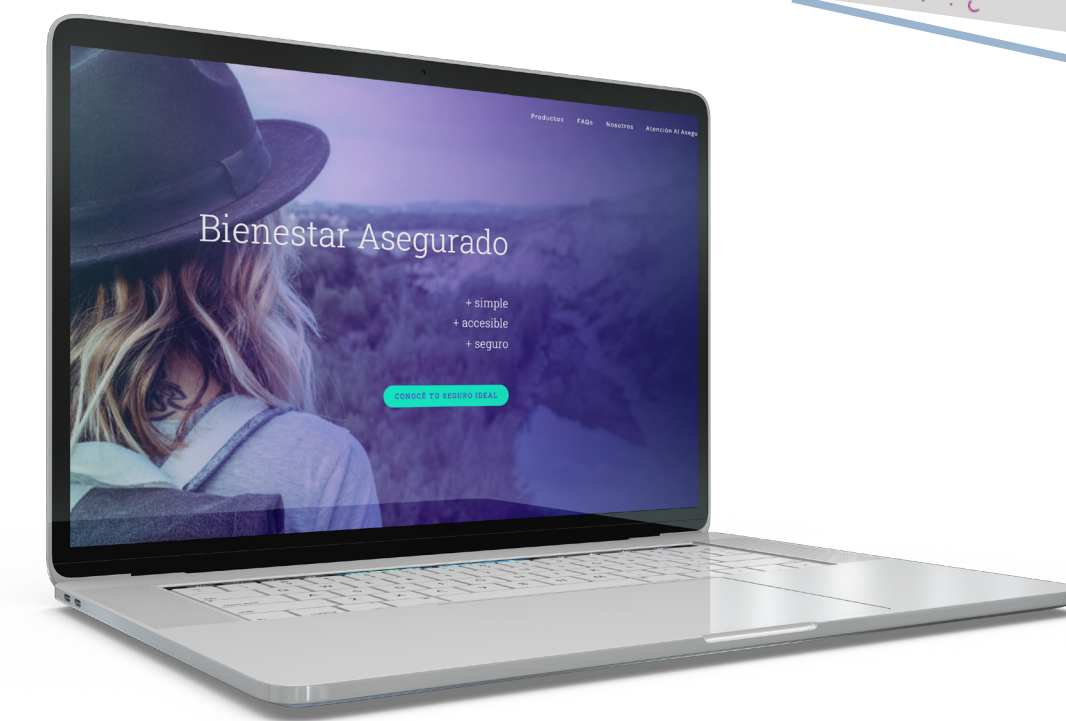


2.5.3 CANAL DE VENTA DIGITAL

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

Comenzamos ofreciendo seguros de Vida Individual. En Marzo de 2020, sumamos la venta de seguros de Salud. En ambos casos se incluye el programa Vitality, de manera de incentivar y premiar a los asegurados a llevar una vida más sana.

A partir de junio 2021, la plataforma Klimber ofrece la posibilidad de **contratar seguros de Accidentes Personales** con opciones tanto de corto plazo, como anuales renovables.



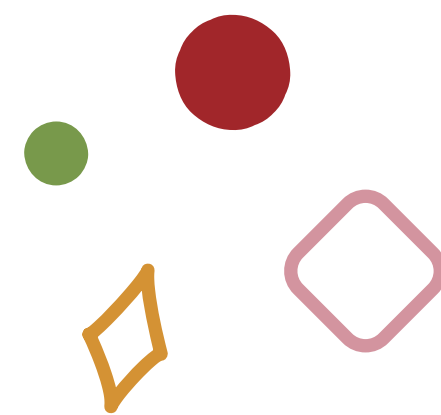
2.6 NUESTROS PRODUCTOS

SEGUROS DE PERSONAS

2.6.1 SEGUROS DE VIDA INDIVIDUAL



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.



“SEGUROS DE VIDA PENSADOS SEGÚN LAS NECESIDADES DE CADA PERSONA”.

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.

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:

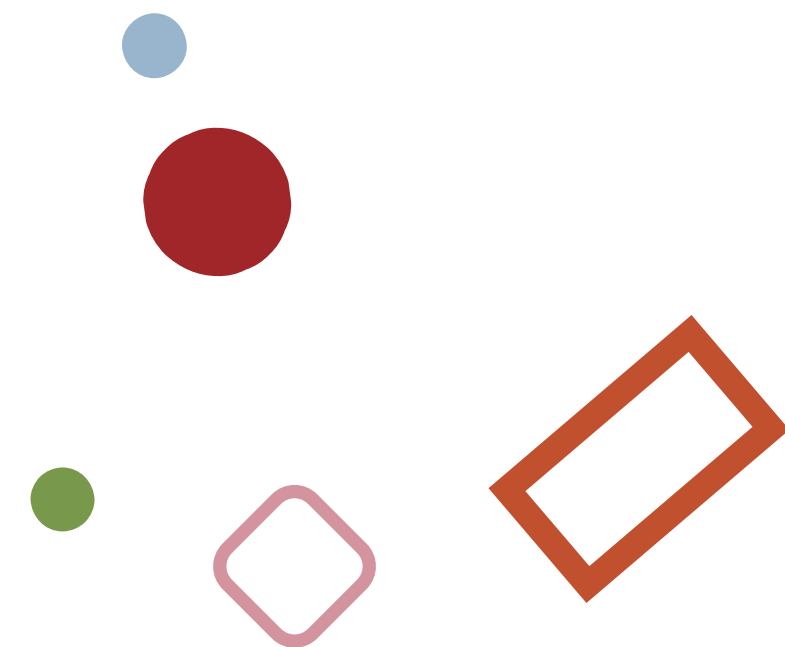
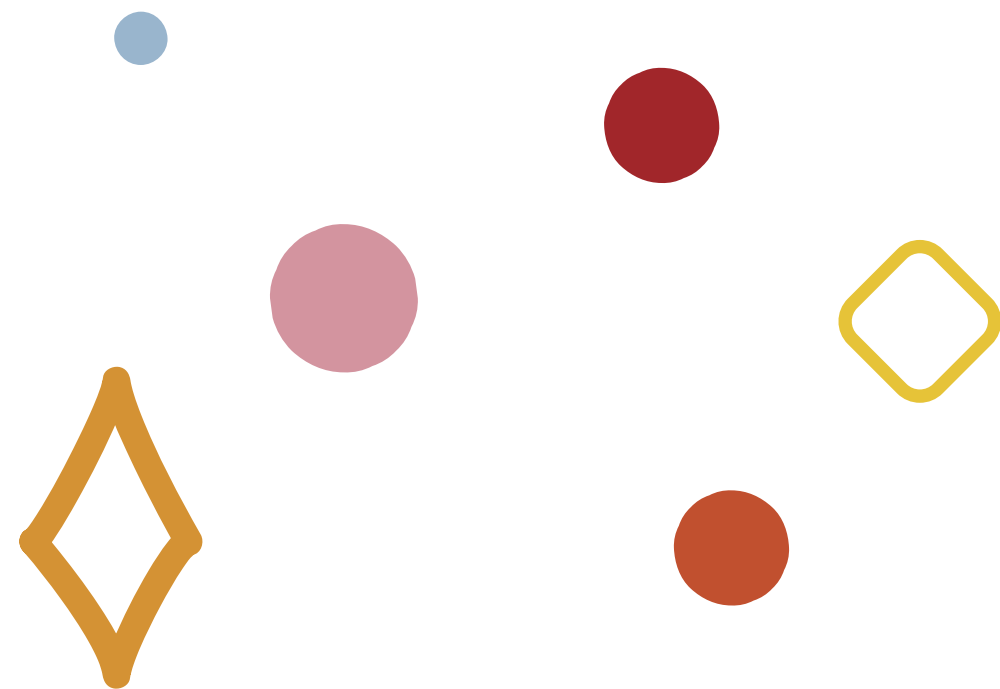
PERMANENTE PESOS PLUS: SEGURO DE VIDA PERMANENTE CON CAPITALIZACIÓN

Este producto ofrece una cobertura garantizada por fallecimiento, sin importar el momento en que 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. Asimismo, brindan la posibilidad de generar ahorro mediante aportes adicionales a una cuenta destinada a tales fines.

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, garantizando cobertura por fallecimiento o invalidez total y permanente.



2.6.2 SEGUROS DE SALUD INDIVIDUAL

PRU SALUD SEGURO DE SALUD MODULAR

Brindan respaldo ante situaciones de enfermedad o accidente. Se trata de una cobertura indemnizatoria, que brinda una respuesta en efectivo ante el padecimiento de una enfermedad cubierta o lesión que genere un problema de salud, así como la realización de las intervenciones quirúrgicas cubiertas.

El lanzamiento de los seguros de salud modular fue en Agosto de 2020. Las coberturas disponibles inicialmente fueron:

- Cáncer (Integral, masculino o femenino)
- Renta Diaria por Internación
- Cuidados Prolongados en el Hogar (por enfermedad o accidente)

En el mes de Junio de 2021, se amplió la oferta adicionando los siguientes módulos:

- Cuidados Prolongados en el Hogar por Accidente
- Cirugía de la Aorta
- Cirugía de la Válvula Cardíaca
- Cirugía de Revascularización Arterial o Bypass
- Prótesis
- Enfermedad Cerebro Vascular (ACV)
- Esclerosis Múltiple
- Intervenciones Quirúrgicas
- Infarto de Miocardio
- Insuficiencia Renal
- Parálisis de Extremidades
- Trasplante de Órganos



2.6.3 PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS A LOS SEGUROS DE VIDA Y SALUD INDIVIDUAL



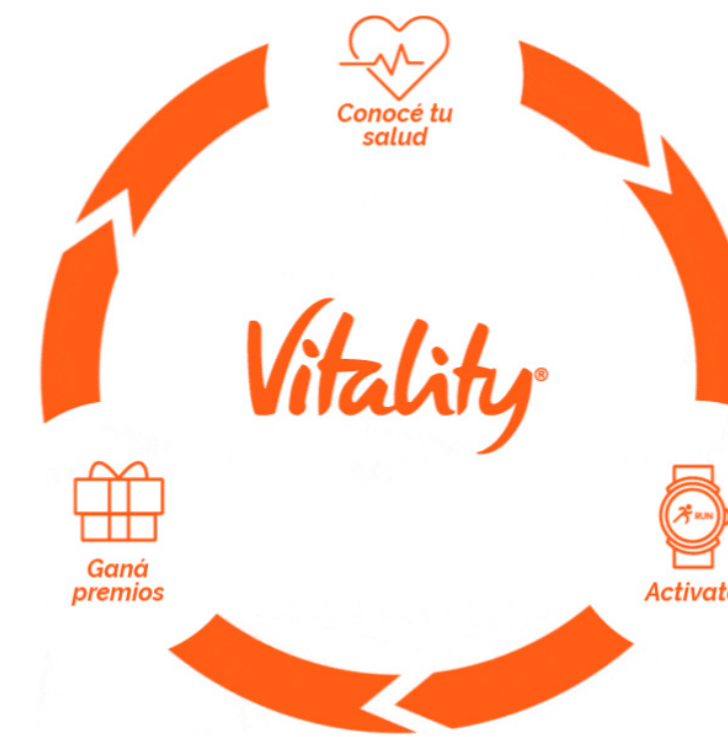
Con esta alianza nuestros seguros de vida y salud brindan acceso a Vitality, un programa de bienestar que motiva, a través de premios, a la realización de actividad física y ayuda a generar hábitos saludables para que nuestros asegurados vivan más y mejor.

SOMOS EL PRIMER SOCIO ESTRATÉGICO DE VITALITY EN ARGENTINA, OFRECIENDO LA PLATAFORMA COMO COMPLEMENTO DE NUESTRAS PÓLIZAS DE VIDA Y SALUD.

En febrero 2018, anunciamos 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 comercializados a través de nuestros asesores Life Planner® y canal de venta digital Klimber, emitidos desde el 2 de Marzo de 2020 otorgan acceso al programa de beneficios Vitality, por lo que los asegurados que participen reciben beneficios con foco en la salud, el bienestar y la actividad física.



1 Conocé tu salud
Completá las evaluaciones, subí tus chequeos médicos y seguí tus indicadores.

2 Activate
Cumplí las metas de actividad física especialmente diseñadas para vos y obtené puntos por lograr cada objetivo.

3 Ganá premios
Disfrutá de cada logro con recompensas y beneficios.

CONOCÉ MÁS SOBRE EL PROGRAMA VITALITY EN ARGENTINA



Plataforma de salud y bienestar que permite realizar consultas médicas virtuales. Fue implementada en julio de 2020 y 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.



ACCEDÉ A UN MÉDICO ESTÉS DONDE ESTÉS.

Si sos asegurado de Prudential podés acceder a:
consultas médicas clínicas online ilimitadas, atención 24/7, receta digital, órdenes de laboratorio y constancia de atención.

Preferentemente desde tu celular, date de alta siguiendo estos pasos:

- 1 Ingresá a www.prudentialseguros.com.ar y hacé click en **Acceso Uma.**
- 2 Desde el sitio Web de Uma, hacé click en **Chateá con Uma.**
- 3 Recibirás un mensaje de WhatsApp con la bienvenida. Escribí **"Hola"** para recibir el link del registro.
- 4 Entrá al link y **completá el formulario** (si no usas el celular, preferentemente ingresá desde Chrome).
- 5 Aceptá los **Términos y Condiciones** y ¡ya podés realizar tu consulta!

QUE TU ÚNICA PREOCUPACIÓN SEA CUIDARTE.
 Del futuro nos ocupamos *nosotros.*

Prudential Seguros S.A.
www.prudentialseguros.com.ar
atencionalasegurado@prudential.com
 0800-777-7783

2.6.4 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 con- tratado 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.

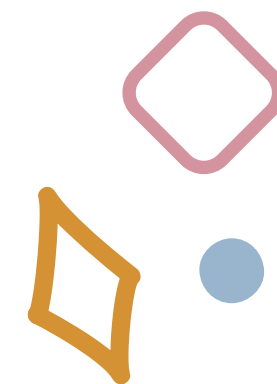


SEGURO DE EMPLEADO CLAVE

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.

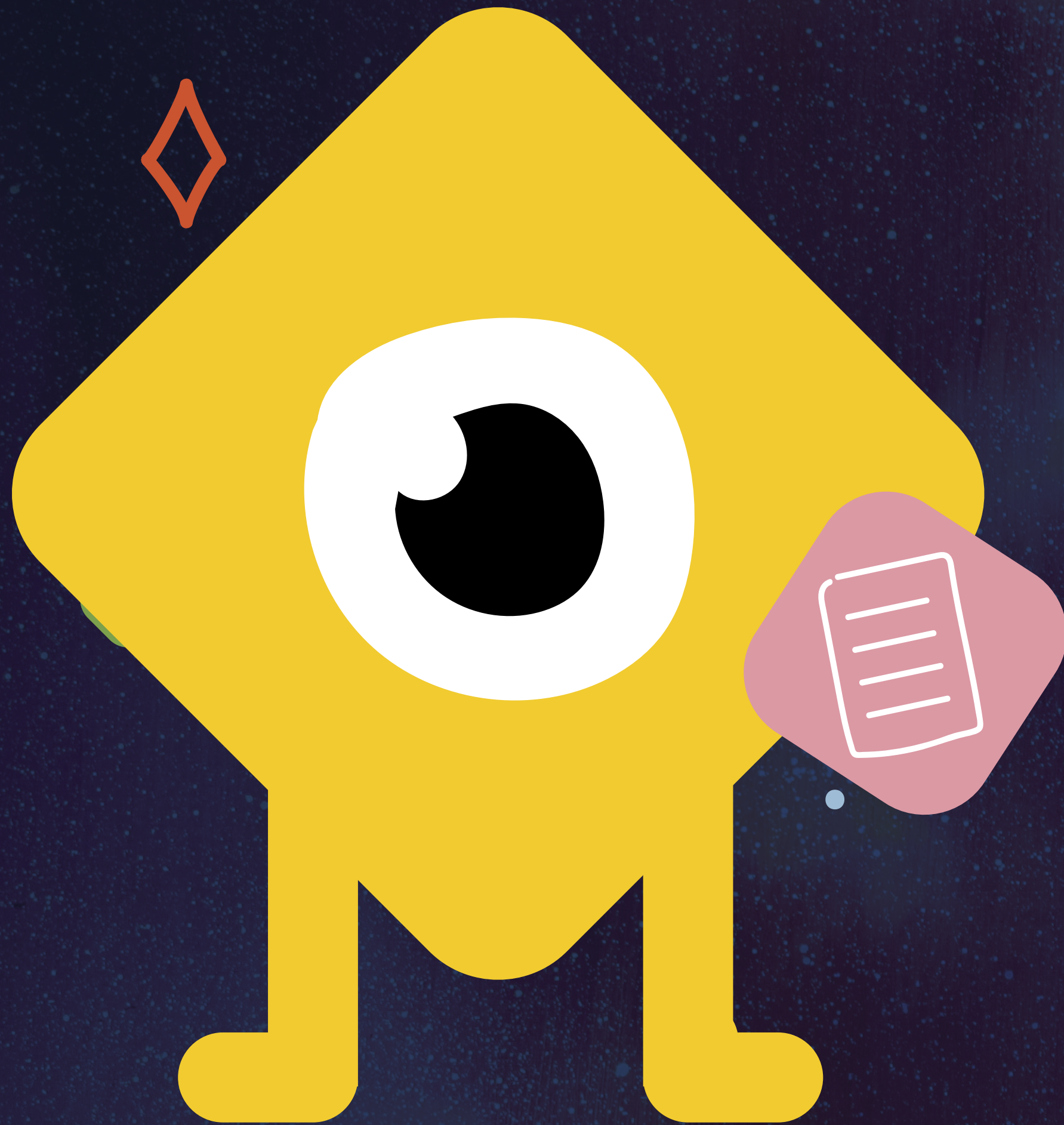
SEGURO DE EMPLEADOS EJECUTIVOS

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.



3

PROCESO DE
ELABORACIÓN
DEL REPORTE.



3.1 UN CAMINO COMPROMETIDO CON LA RSE Y LA SUSTENTABILIDAD

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.

LA ESTRATEGIA DE SUSTENTABILIDAD Y LOS REPORTES DE PRUDENTIAL FINANCIAL

MIRÁ AQUÍ

2020 ESG REPORT: TRANSFORMATION
Prudential Financial, Inc.



3.2 QUINTO REPORTE DE NUESTRA GESTIÓN SUSTENTABLE

Este es nuestro 5° Reporte de Sustentabilidad. Informa los impactos económicos, sociales y ambientales en Argentina, durante el año fiscal correspondiente al período 01 de julio de 2020 al 30 de junio de 2021.

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”.

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 TAMPOCO PUDIMOS REALIZAR LA EXPERIENCIA GOTA CON COLABORADORES. EL MATERIAL GRÁFICO DEL REPORTE SE REALIZÓ DE MANERA VIRTUAL E INTERNA ENTRE EL EQUIPO DE GOTA.



1er Reporte de Sustentabilidad
Julio 2016 - Junio 2017



2do Reporte de Sustentabilidad
Julio 2017 - Junio 2018



3er Reporte de Sustentabilidad
Julio 2018 - Junio 2019



4to Reporte de Sustentabilidad
Julio 2019 - Junio 2020

Cedemos el

ESPACIO



De tu futuro nos ocupamos nosotros.

**DE HACERLO
sustentable
TAMBIÉN**

REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2020-2021



EL PRESENTE
REPORTE SE PUEDE
VER O DESCARGAR
DESDE EL SITIO
WEB



CUALQUIER
CONSULTA O
SUGENCIA DEBE
SER DIRIGIDA A:

pruprotege.argentina@prudential.com

“CEDER EL ESPACIO” es el concepto comunicacional de este 5to Reporte de Sustentabilidad:

No vamos a hablar nosotros, sino que en el sitio Web del Reporte damos espacio a 5 organizaciones sociales que abordan los ejes de trabajo de nuestra estrategia de RSE para que, a través del espacio comunicacional de nuestro Reporte, puedan compartir sus causas sociales.

Con este concepto comunicacional, **en Prudential Seguros reforzamos nuestro compromiso con la comunidad y brindamos a 5 ONGs la posibilidad de contar con materiales audiovisuales para continuar con su labor y difundir sus causas sociales.**

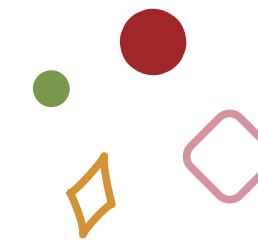
Por eso, en el marco del lanzamiento de este 5to Reporte invitamos también a otros de nuestros grupos de interés a ceder su espacio comunicacional y compartir estos materiales de comunicación para brindarles mayor visibilidad a estas organizaciones.



3.3 MATRIZ DE MATERIALIDAD

IDENTIFICACIÓN DE TEMAS MATERIALES

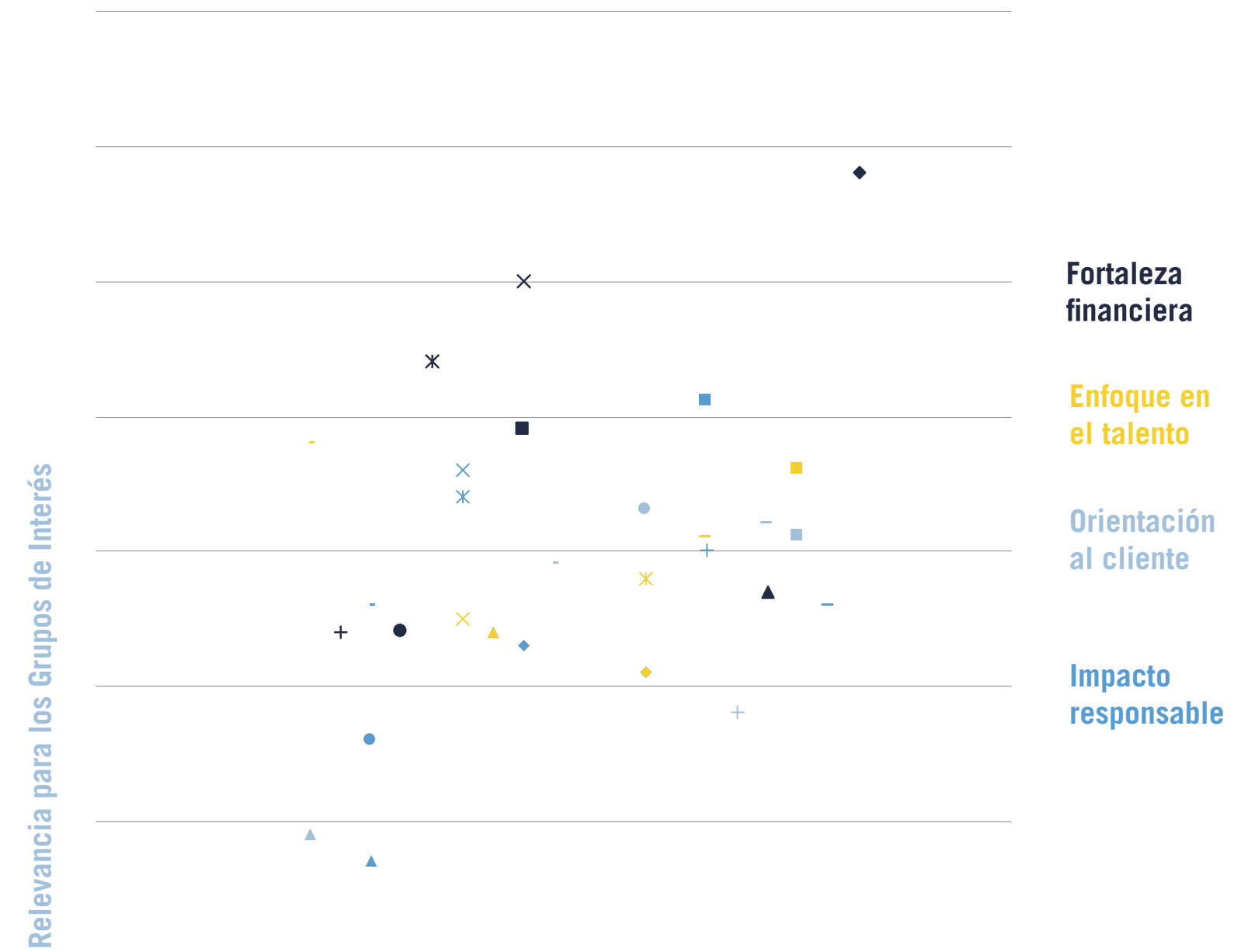
- ◇ Documentos sobre tendencias globales del sector
- ◇ Investigaciones de la industria y mejores prácticas del sector,
- ◇ Suplemento sectorial de GRI de servicios financieros,
- ◇ Los reportes de sustentabilidad de Prudential Financial,
- ◇ Entrevistas en profundidad a stakeholders estratégicos,
-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



PRIORIZACIÓN A TRAVÉS DE RELEVAMIENTO DE EXPECTATIVAS A GRUPOS DE INTERÉS.

VALIDACIÓN DE LA ALTA DIRECCIÓN

De esta forma conformamos la matriz de materialidad que incluye los aspectos materiales relacionados con los 4 pilares de nuestra estrategia de sustentabilidad:



Relevancia para Prudential

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ◆ Ética y transparencia en el negocio ■ Lucha contra la corrupción ▲ Solvencia / Desempeño Económico ✕ Involucramiento de la Alta Dirección en la estrategia de sustentabilidad ✖ Promoción de los derechos humanos ● Competencia justa + Gestión del riesgo - Empleo y protección social - Conciliación familia-trabajo ◆ Formación y desarrollo de colaboradores ■ Diversidad e inclusión. Igualdad de oportunidades ▲ Salud y seguridad en el trabajo ✕ Formación de empleados en materia de sustentabilidad ✕ Comunicación y diálogo con empleados | <ul style="list-style-type: none"> ● Servicios de atención al cliente + Gestión de calidad - Resolución de quejas - Comunicación y contratos claros y transparentes ■ Seguridad y privacidad de datos de los clientes ▲ Innovación y desarrollo en nuevos productos ✕ Consumo responsable de recursos naturales y uso eficiente de la energía ✕ Conformidad ambiental de productos y servicios ● Educación ambiental a la sociedad + Conciencia Aseguradora - Microseguros - Educación ◆ Prevención de la salud ■ Acceso al empleo ▲ Donación (Inversión Social) a Organizaciones Sociales |
|---|---|

4



GESTIÓN



SUSTENTABLE



NUESTRA

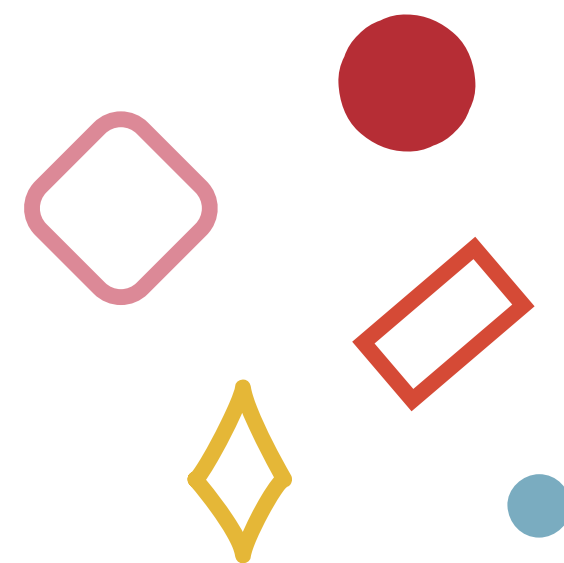


4.1 ESTRATEGIA DE RSE & SUSTENTABILIDAD

La estrategia de sustentabilidad se alinea con nuestro propósito **“mejoramos vidas porque solucionamos los desafíos financieros de un mundo en constante evolución”**.

Nuestra estrategia de RSE & Sustentabilidad se propone:

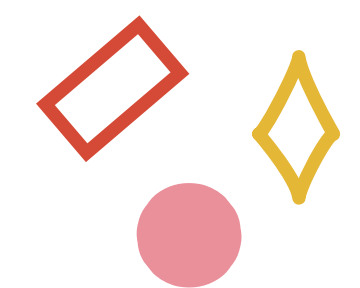
- ◇ fidelizar a los clientes;
- ◇ atraer y retener a los mejores talentos de la industria;
- ◇ atender y adelantarse a regulaciones en materia de sustentabilidad;
- ◇ fortalecer la marca y su reputación;
- ◇ generar los más altos niveles de confianza a los grupos de interés.



4.2 NUESTROS PILARES ESTRATÉGICOS



NUESTROS PILARES



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

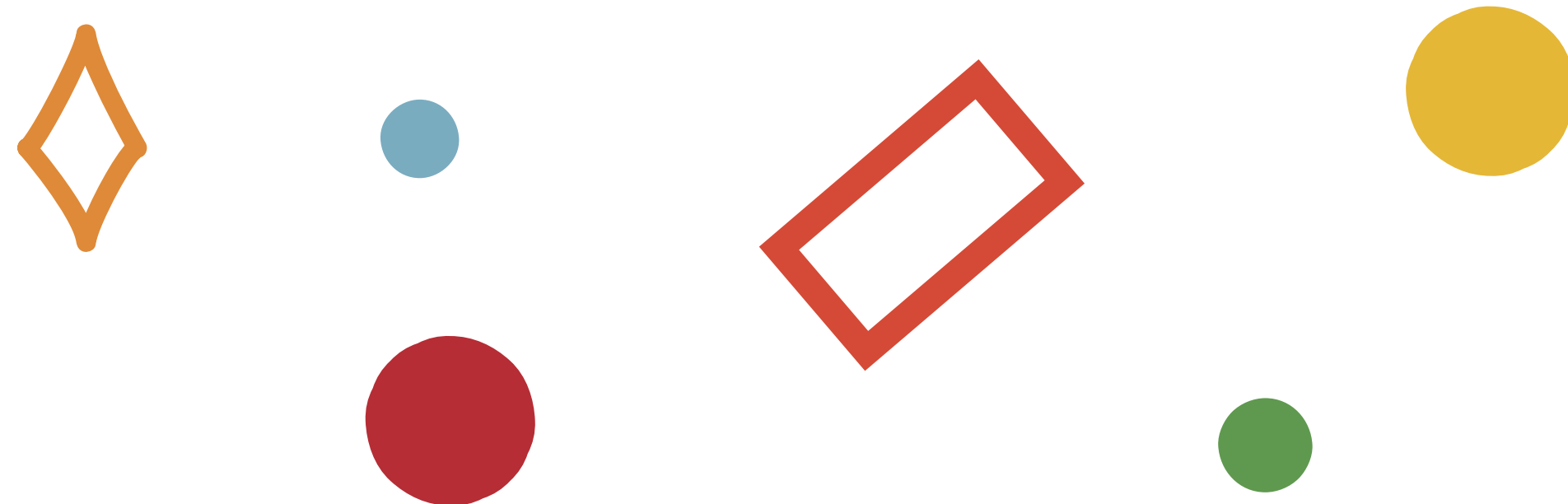
Innovando al generar el éxito para los clientes y para una sociedad avanzada.

- ◆ 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 sustentabilidad y la matriz de materialidad identificamos los **8 ODS más prioritarios y relevantes para nuestra gestión**, junto a sus **25 metas específicas**.



NUESTROS ODS ESTRATÉGICOS



NUESTROS ODS RELEVANTES

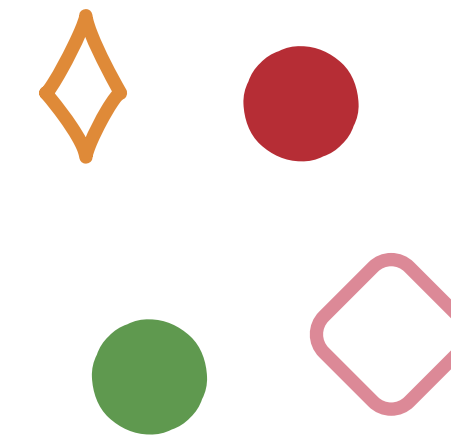


En el siguiente cuadro presentamos cada uno de nuestros pilares de gestión sustentable, su relación con los aspectos materiales y la correspondencia con ISO 26.000 y las metas de los ODS identificadas.



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		16.5 16.6 16.7
Ética y transparencia en el negocio	Todos	Prácticas justas de operación		
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	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	Cuidado del Medio Ambiente		16.5 16.6 16.7
Conformidad Ambiental de Productos	Clientes - Medio Ambiente			
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	Medio ambiente	Cuidado del Medio Ambiente		13.3	
Consumo responsable de recursos naturales					
Educación ambiental					

4.4 GOBERNANZA Y GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

Contamos con un Comité Estratégico y un Comité Operativo de RSE y Sustentabilidad dentro de la estructura organizacional.

COMITÉ ESTRATÉGICO

Integrado por Gerentes y Directivos de la compañía.

Funciones:

- ◆ 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.

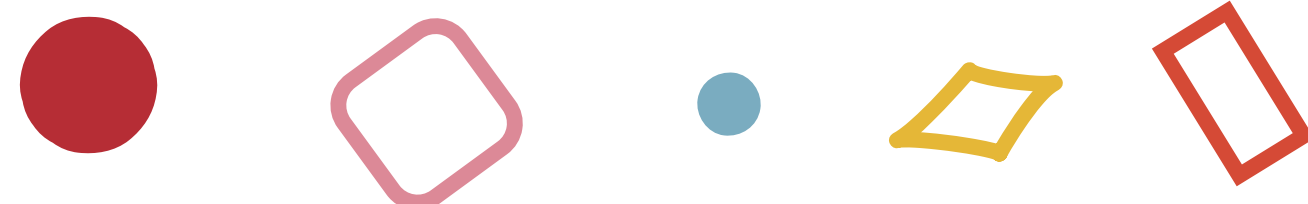
COMITÉ OPERATIVO

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 Embajadores de RSE en agencias y en las oficinas centrales cuyo nombramiento es realizado siguiendo un procedimiento escrito de nombramiento de Embajadores RSE.



Encuentro Virtual con Grupos de Interés
4to Reporte de Sustentabilidad



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.

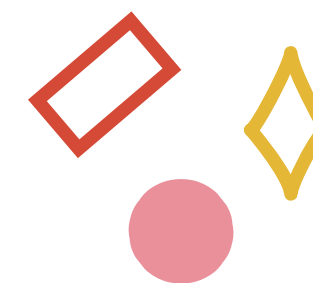


PARA RESPONDER LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS, MANTENEMOS UN DIÁLOGO ABIERTO Y FLUIDO CON CADA UNA DE LAS PARTES INTERESADAS. IDENTIFICAMOS SUS NECESIDADES PARA IMPLEMENTAR INICIATIVAS, EN LÍNEA CON SUS DEMANDAS SOBRE NUESTRA OPERACIÓN, Y LOS MANTENEMOS INFORMADOS SOBRE EL DESEMPEÑO DE 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 Sustentabilidad y la División de Diversidad de IDEA
- Comité de Sustentabilidad de La Cámara de Comercio de Los Estados Unidos en Argentina (AMCHAM)
- Red de Empresas por la Diversidad - 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)



En 2021, nos sumamos:
La Alianza del Seguro en la Agenda 2030

Red de Mujeres en Seguros (RedMES)

Prudential Seguros forma parte de la Comisión Directiva de Asociación Civil Valos RSE en pos de promover una Mendoza sustentable.



4.7 DISTINCIONES Y RECONOCIMIENTOS



< 17° EDICIÓN PREMIOS PRESTIGIO 2020

Fuimos reconocidos por productores y asesores de seguros ocupando la **posición Nro. 3 en el “Rubro Vida”** y también por ejecutivos del mercado asegurador quienes nos distinguieron en la **categoría “Atributo Visión Sustentable”** por gestionar el negocio incorporando una mirada social y ambiental.



< GREAT PLACE TO WORK® 2020

Ocupamos la **posición N°7 en el Ranking de Empresas de Servicios Financieros y de Seguros.**

GREAT PLACE TO WORK® 2021 >

Por segundo año consecutivo, somos uno de los **Mejores Lugares para Trabajar™ en Argentina 2021** en la categoría entre 251 a 1.000 colaboradores.

Obtuvimos la **Certificación de Great Place to Work® en Argentina:** un reconocimiento a la calidad de nuestra cultura organizacional.

Somos uno de los **Mejores Lugares para Trabajar™ 2021 para Mujeres en Argentina** en la categoría entre 251 a 1.000 colaboradores





< **2° EDICIÓN PREMIO WEPS ARGENTINA 2020-2021 DE ONU MUJERES**

Finalistas por segundo año consecutivo de este reconocimiento por nuestras acciones en pos de los **Principios de Empoderamiento de la Mujer**.

PREMIO ROCKIE OF THE YEAR 2020 >

Nuestra Unidad de Negocios de Distribution Partners fue reconocida por Insurope, red global que nuclea compañías de seguros de todo el mundo, que otorga este premio a la **Compañía que más primas generó y mayor colaboración tuvo entre los nuevos miembros de la red.**

DISTINCIÓN POR MEJOR GESTIÓN DE SINIESTROS, COMERCIAL Y DE SUSCRIPCIÓN 2020 >

Por quinto año consecutivo, nuestra Unidad de Negocios de Distribution Partners, fue distinguida por Aon Hewitt como la aseguradora con la **Mejor Gestión de Siniestros**. Asimismo, fuimos reconocidos como la **segunda Compañía con la Mejor Gestión Comercial** y obtuvimos el **3er puesto en la gestión de suscripción del año 2020.**



< **PREMIOS EIKON 2020 EDICIONES REGIÓN CUYO Y BUENOS AIRES**

Revista Imagen nos otorgó **3 distinciones por el Reporte de Sustentabilidad**, en la categoría Publicaciones Institucionales y Relaciones con Inversores.

Reconocimiento

Felicitaciones

EQUIPO DE DISTRIBUTION PARTNERS

Felicitamos al equipo de Distribution Partners que fue reconocido por Insurope, red global que nuclea compañías de seguros de todo el mundo, con un premio en la categoría "Rookie of the Year 2020"!

La Red Insurope otorga este premio a la compañía que más primas generó y mayor colaboración tuvo entre los nuevos miembros que se unieron a la red durante los últimos 2 años.

¡Te compartimos quienes fueron ganadores en las distintas categorías y te invitamos a felicitar al equipo de Distribution Partners por este logro!

 MOST SOLD PLANS OF THE YEAR 2020	 CLOSING RATIO NEW BUSINESS 2020	 MULTINATIONAL ACCOUNT PRODUCTION 2020
 ROOKIE OF THE YEAR 2020	 GLOBAL NEW BUSINESS 2020	 LOCAL NEW BUSINESS 2020
 ARGENTINA	 PETE REGAN	 SYLVIA ALVARINO

FORTALEZA FINANCIERA



5.1 PRUDENTIAL SEGUROS EN NÚMEROS

NUESTRO DESARROLLO COMERCIAL Y CRECIMIENTO DEL NEGOCIO

CONCEPTO (en millones de pesos) ¹	07/2020 06/2021 Axl©	07/2019 06/2020 Axl©	07.2018 06.2019 Axl©
Activos Totales	41.193	27.211	21.942
Ventas Totales	8.860	5.942	4.063
Patrimonio Neto	4.778	3.404	2.948
Gastos administrativos y comerciales	4.389	2.846	2.130
Resultado Neto	-379	485	552
Capital Social	420	420	420
Donaciones	2	23	0,38

VALOR COMPARTIDO

CONCEPTO (en millones de pesos) ¹	07/2020 06/2021 Axl ©	07/2019 06/2020 Axl©	07.2018 06.2019 Axl©
Valor económico directo generado (ingresos)	10.998	16.203	4.837
Valor económico directo distribuido (ingresos)	9.348	5.472	4.301
Valor Económico retenido	1.650	10.731	536
Ayudas económicas otorgadas por el gobierno	-	-	-

DISTRIBUCIÓN DEL VALOR ECONÓMICO GENERADO

CONCEPTO (en millones de pesos) ¹	07/2020 06/2021 Axl©	07/2019 06/2020 Axl©	07.2018 06.2019 Axl©
Personal	1.836	1.385	983
Remuneración directa	1.282	1.003	710
Beneficios	217	117	83
Otros	337	128	87
Estado (Impuestos, tasas y contribuciones)	244	104	147
Retribución al capital de terceros	no hay información	no hay información	no hay información

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 los de la Superintendencia de Seguros de la Nación.



En el mes de mayo 2021 lanzamos **Oracle Cloud**. Es un sistema integral que abarca toda la gestión **financiera y contable de la Compañía**. Incluye los procesos de abastecimiento, cuentas a pagar, administración de activos y de flujos de dinero.

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 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.

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.

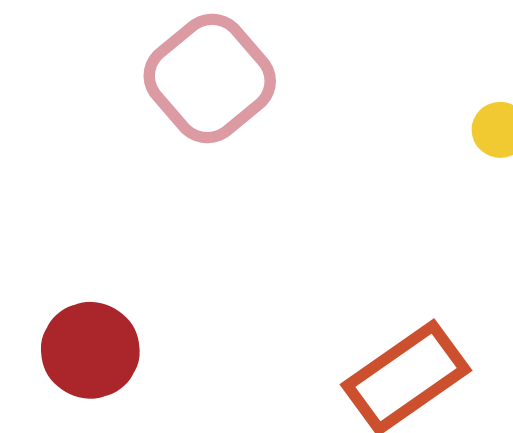
HACER LO CORRECTO POR LAS CAUSAS CORRECTAS DEBE SER EL MARCO EN EL CUAL CONDUCCIMOS NUESTRO NEGOCIO CON EL PÚBLICO, NUESTROS CLIENTES Y NUESTROS COLABORADORES

El Comité de Dirección cuenta con el soporte de comités de apoyo:

- ◇ **Comité de Compliance**
- ◇ **Comité de Riesgos**
- ◇ **Comité de Sustentabilidad**
- ◇ **Comité de Ética.**

Todos los años, conforme lo establecido por la Resolución SSN N° 1119 (2018), realizamos el proceso de autoevaluación de los Principios de Gobierno Corporativo.

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 ejecutivos globales. Una vez por año, el Presidente y CEO asiste a una 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

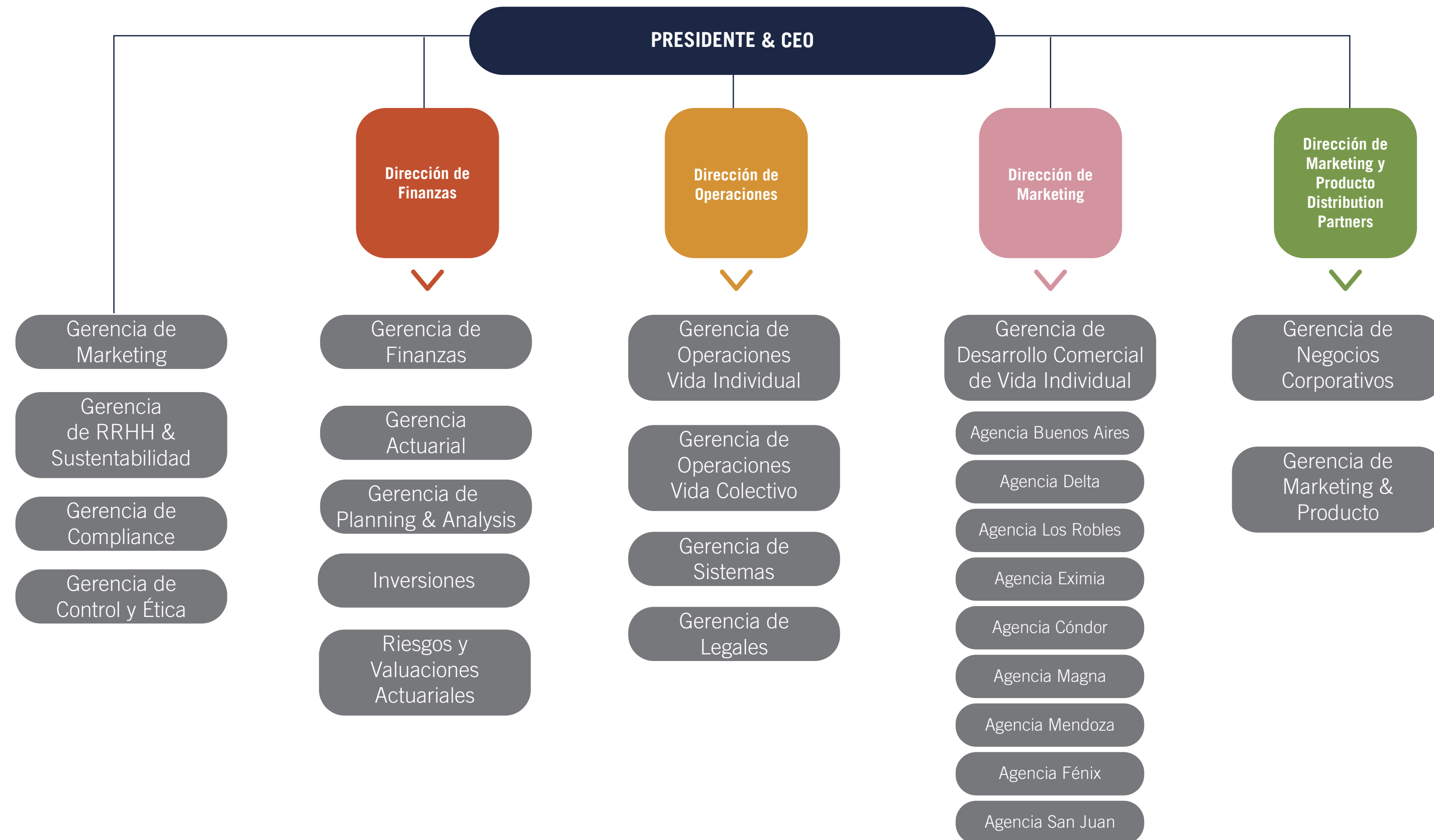
Nuestro **Executive Comitee** se reúne semanalmente para compartir los avances de la gestión e información relevante del negocio.

Los Gerentes de las áreas de soporte se reúnen semanalmente en la **Executive Officers Meeting** y, al final de cada mes participan de este espacio nuestro Presidente & CEO e integrantes del Directorio. **Las Gerencias que integran estas reuniones son:** Recursos Humanos & Sustentabilidad, Legales, Control y Ética, Marketing, Actuarial, Riesgos & Valuaciones Actuariales, Finanzas, Planning & Analysis, Negocios Corporativos Distribution Partners, Marketing & Producto Distribution Partners, Operaciones Vida Individual, Operaciones Vida Grupo, Desarrollo Comercial de Vida Individual y Sistemas.

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

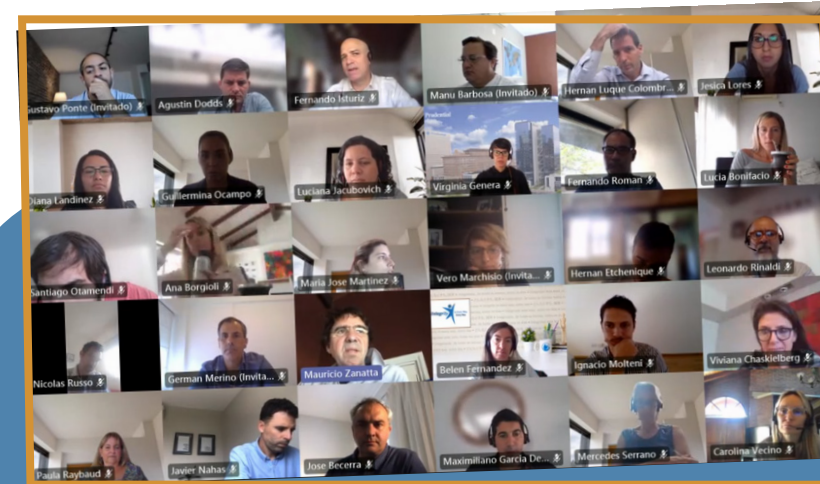
El órgano superior de gobierno comparte información con los colaboradores y fomentan una cultura de transparencia a través de diversos canales de comunicación.



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 recursos humanos & 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. Durante pandemia se realizan en modalidad virtual.



DESAYUNOS CON EL CEO

Es la instancia trimestral donde todos los colaboradores 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.

Durante el periodo de pandemia, los encuentros se llevan adelante de manera virtual mensualmente con colaboradores y cada dos meses con líderes.

REUNIONES DE AGENCIA

Son las reuniones semanales realizadas en las Agencias (Negocio Vida Individual) donde se exponen los resultados de ventas y novedades de la compañía.

Cuentan con la participación de nuestros CMO y RCMOs. Durante la pandemia se adaptaron a un formato virtual.



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 Distribution Partners.

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.

En el periodo reportado, el encuentro se realizó en el mes de enero 2021 en formato virtual.

5.3 ÉTICA E INTEGRIDAD: NUESTRA MANERA DE HACER NEGOCIOS

17

ALIANZAS PARA
LOGRAR
LOS OBJETIVOS

>

Tema Material:
Ética y Transparencia en el Negocio.

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

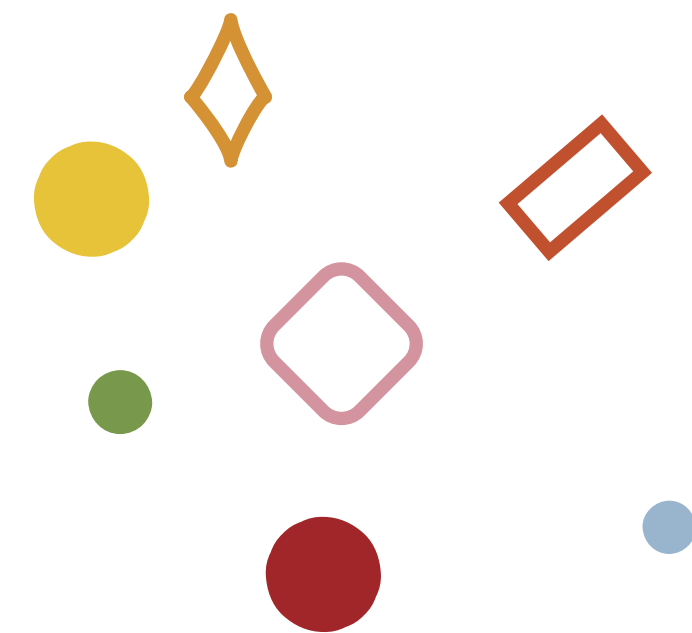
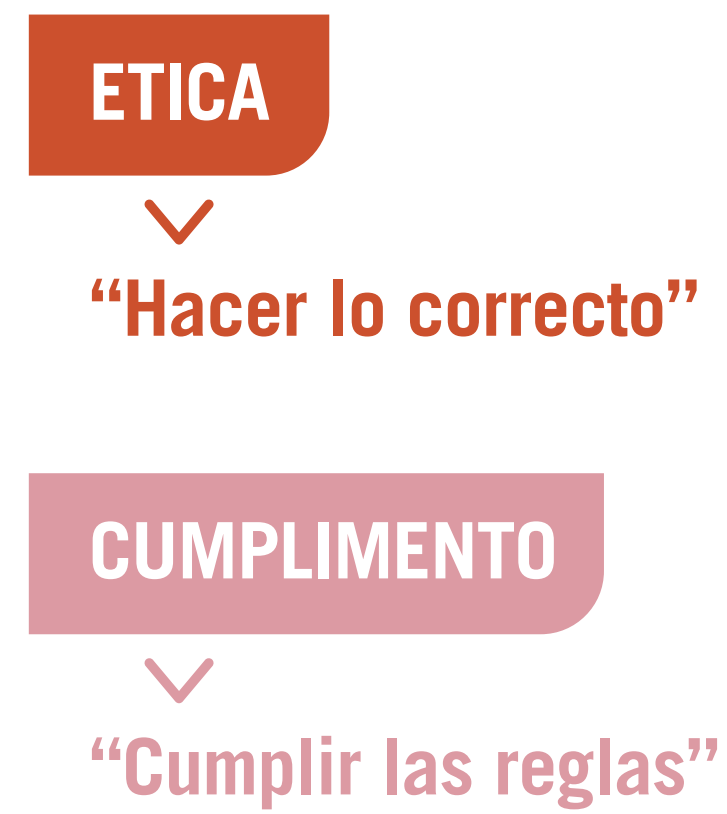
2021 WORLD'S MOST
ETHICAL
COMPANIES[®]
WWW.ETHISPHERE.COM

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.
- ◆ Creemos que hacer lo correcto significa que nos enfocamos en aportar la perspectiva de nuestros clientes a todo lo que hacemos. Significa poner a nuestros clientes primero: escuchar y responder a lo que desean y necesitan, personalizar la experiencia del cliente y anticipar sus necesidades futuras.
- ◆ 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 Control & Ética y 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, políticas corporativas, así como todos los requerimientos legales y regulatorios.

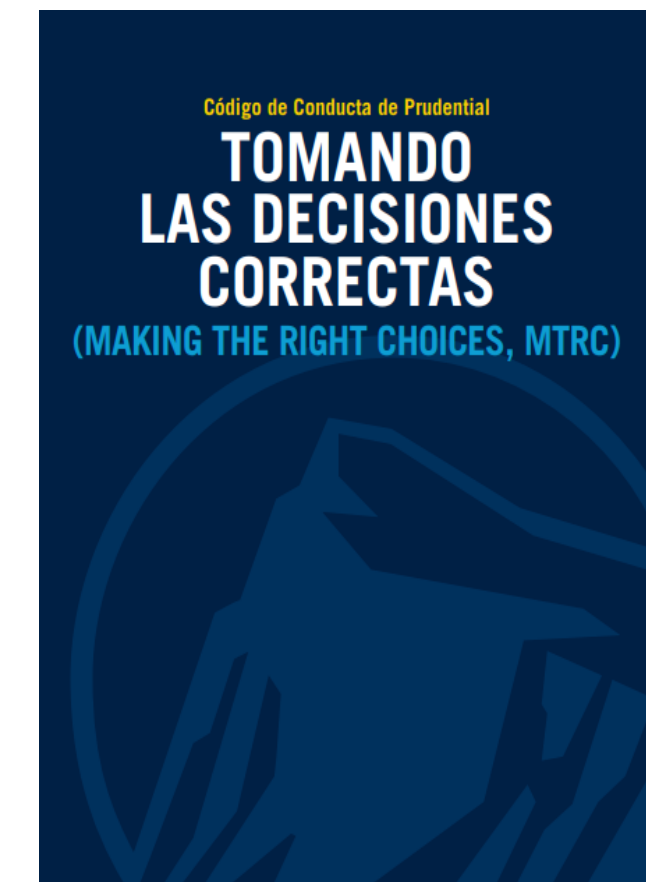


Como novedad del periodo reportado se destaca la creación de la Gerencia de “Control y Ética” con reporte al Presidente & CEO centralizando funciones de primera línea de defensa asociadas a Privacidad, Prevención de Lavado de dinero, Procesos y Ética. Asimismo, dentro de la Gerencia se encuentra el Oficial de Ética, quien es el responsable local de la coordinación y ejecución del programa local de ética.

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 colaboradores 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” fue actualizado en enero de 2021. Refleja los valores y los comportamientos esperados de cada colaborador al momento de representar a la compañía.

La revisión y actualización de los Principios Rectores del Código de Conducta, tiene como objetivo alinearse con el propósito y nuevo marco cultural de Prudential cumpliendo nuestro compromiso de hacer negocios con ética e integridad.

Los Principios Rectores son:

- Hacemos lo correcto.
- Tomamos una perspectiva a largo plazo.
- Ganamos con talento, cultura y ejecución.
- Hacemos y cumplimos promesas.



El Manual Corporativo “Tomando las Decisiones Correctas” y el Manual Local de Compliance se ponen a disposición de todos los colaboradores cuando ingresan a la compañía, son de lectura obligatoria y forman parte de su capacitación de inducción. Asimismo, a partir de este año, nuestro Business Ethics Officer envía un email de bienvenida a todos los nuevos colaboradores.

Los colaboradores que ingresan realizan, a través de una plataforma e-learning, una capacitación sobre nuestro Código de Conducta “Tomando las Decisiones Correctas”. En el período reportado, el 100% de los colaboradores completó la capacitación.

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, de Compliance, Control y Ética 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 **canales locales:**

denuncias.eticas@prudential.com

Y canales internacionales: 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.

5.3.5 MES DE LA ETICA: NUESTRO CENTRO DE CONVERSACIÓN

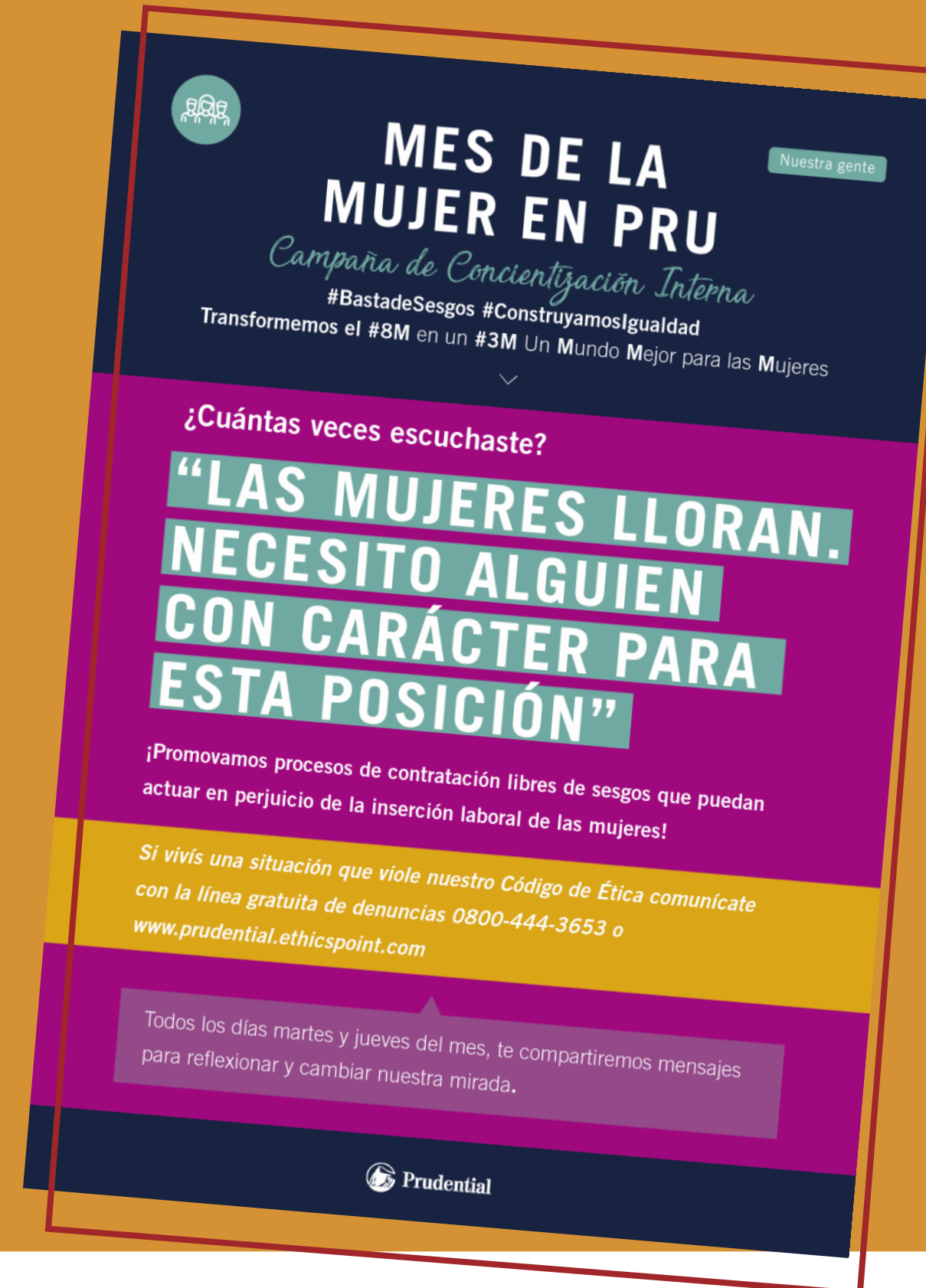
Todos los años, en el mes de marzo, realizamos el “Mes de la Ética”, momento en el que se proponen actividades abiertas que refuerzan este concepto con todos los colaboradores, en todos sus niveles.



En marzo de 2021, bajo el lema: “Integridad ante todo, todos los días”, celebramos este mes con un nuevo formato de comunicación #PrudentialPodcast, un espacio donde se puede escuchar a líderes y colaboradores de la compañía reflexionar sobre el sentido de la ética y contar, en primera persona, sus experiencias relacionadas a cuestiones éticas.

Cada lunes del mes, se compartió con los colaboradores un episodio donde resaltamos los principales puntos de nuestro Código de Conducta y, además, participaron de las trivias semanales para reflexionar juntos.

ASIMISMO, TODOS LOS MESES COMPARTIMOS CON LOS COLABORADORES MENSAJES VINCULADOS A CUESTIONES VINCULADAS A TEMAS ÉTICOS.



PRUDENTIAL TIENE TOLERANCIA CERO ANTE LA DISCRIMINACIÓN Y EL ACOSO EN EL LUGAR DE TRABAJO.

Para reforzar este compromiso, contamos con una capacitación online obligatoria a todos los colaboradores de todos los niveles jerárquicos sobre Prevención de la Discriminación y el Acoso.

Asimismo, en el marco del Mes de la Ética, sensibilizamos y concientizamos sobre diversidad e igualdad de género y lanzamos una campaña de comunicación interna durante todo el mes de marzo en el marco del mes de la mujer que buscaba generar conciencia para combatir aquellos sesgos inconscientes vinculados a la mujer en el mundo del trabajo.

En el periodo reportado, no se registraron incidentes de discriminación.

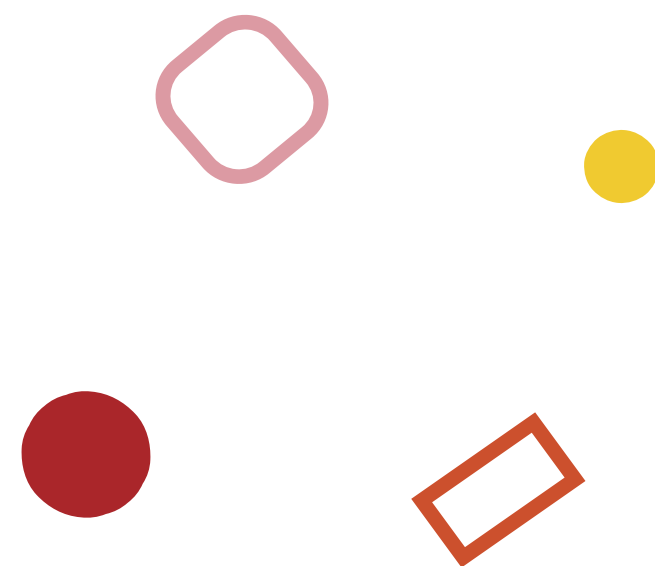
5.3.6 CONFLICTOS DE INTERÉS

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, AL IGUAL QUE EN LOS AÑOS ANTERIORES, NO HEMOS TENIDO 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

El propósito de esta política es lograr que los colaboradores de Prudential y/o aquellos que actúan en representación de la Compañía eviten participar en hechos de soborno y/o corrupción.

Prudential se compromete a actuar con integridad en todos sus negocios. Como parte de su compromiso con prácticas comerciales éticas, Prudential no tolerará sobornos ni actividades que provoquen actos de corrupción.

Esta política, incluido el componente de la Ley Estadounidense de Prácticas Corruptas en el Extranjero (U.S. Foreign Corrupt Practices Act, FCPA), describe las conductas y los principios necesarios para apoyar este compromiso.

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 anticorrupción y prevención del soborno y los estándares que aplicamos 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.

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 anticorrupción o que, por las características de las funciones que cumplen tienen posibilidad de interactuar con funcionarios públicos.

Estas instancias de formación educan a los participantes acerca del impacto de los actos de corrupción y soborno. También explican los esfuerzos 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.

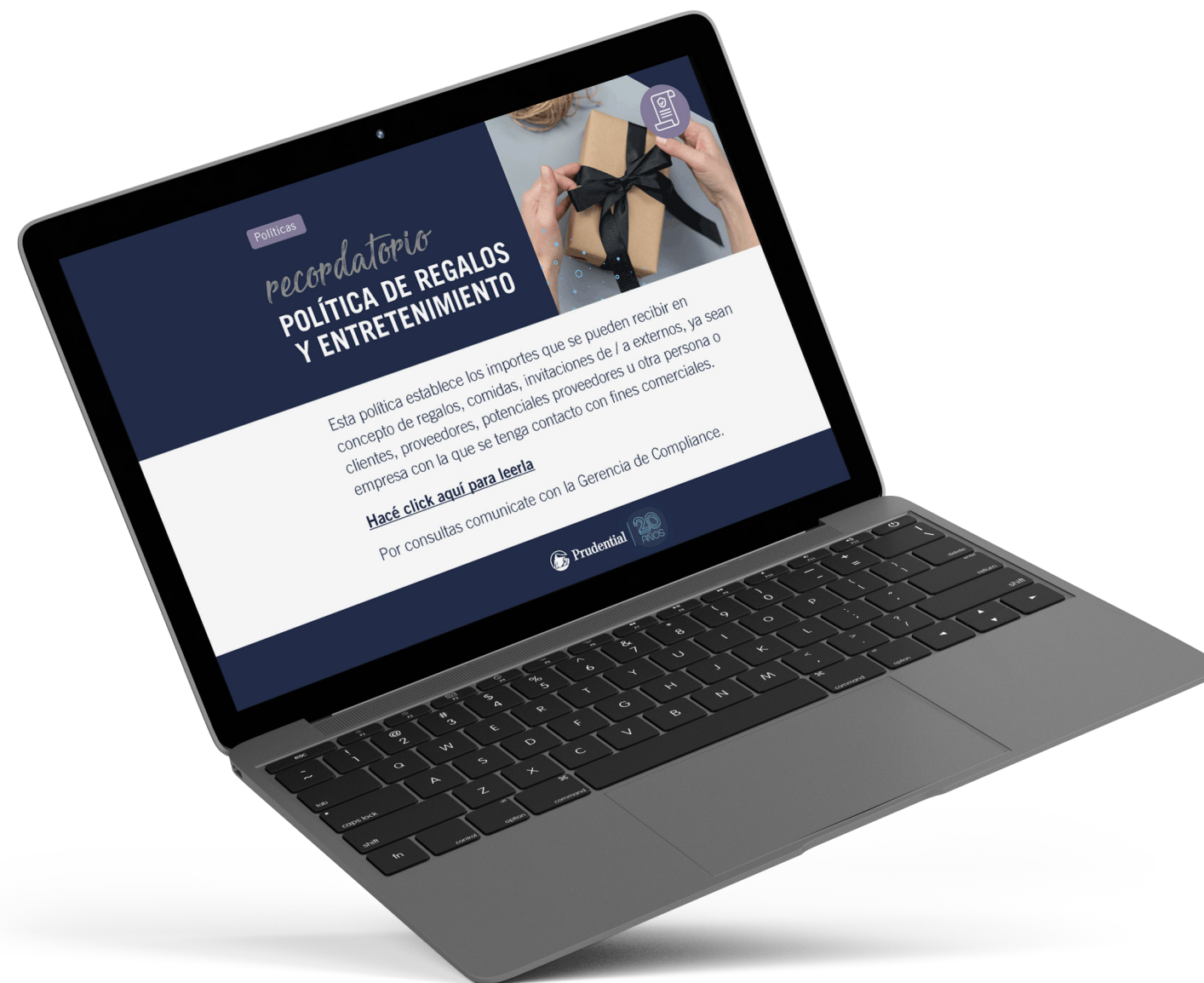


5.4.3 POLÍTICA DE REGALOS Y ENTRETENIMIENTOS

El propósito de esta política, que forma parte de la Política de Anticorrupción y Prevención del Soborno, es garantizar que los colaboradores eviten conflictos de intereses reales o aparentes al ofrecer o recibir regalos, comidas y entretenimiento.

La Gerencia de Compliance supervisa, controla y aprueba la entrega y/o recepción de regalos, entretenimiento o cualquier cosa de valor que se reciba y/o entregue a terceros.

La Política de Regalos y Entretenimientos establece distintos niveles de aprobación en base a importes y riesgos involucrados.



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 colaboradores 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 DEL 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, conocer al 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 virtual y ha sido realizada 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.

5.7 GESTIÓN DEL RIESGO



Tema Material:
Gestión de riesgos.

Prudential cuenta con un comité, una Gerencia 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 para realizar el análisis de todos los riesgos así identificados. Dicho plan consiste en la identificación y evaluación de los subriesgos 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 las distintas áreas de Governance, entre los que se incluyen el Chief Risk Officer, 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.

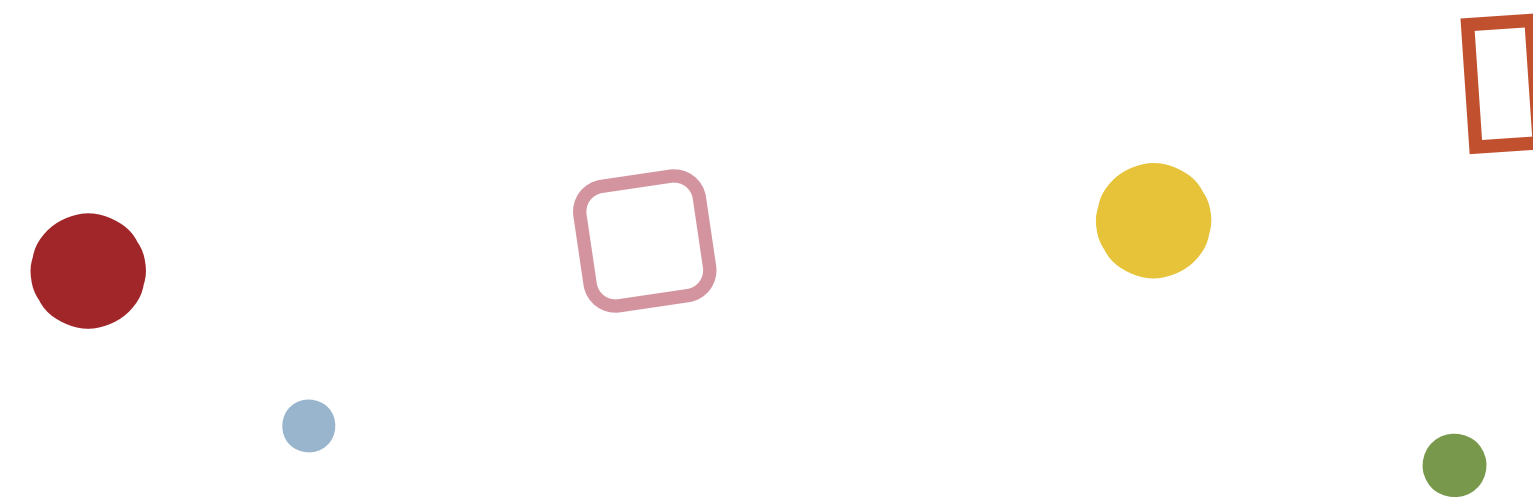
PROTEGER LA INFORMACIÓN PERSONAL ES UNA PRIORIDAD PARA PRUDENTIAL



Tema Material:
Privacidad de los datos.

En Prudential Seguros, respetamos la privacidad de la información personal (provista por clientes, colaboradores, proveedores, productores y brokers de seguros, etc) y asumimos nuestra responsabilidad de protegerla.

En abril 2021, creamos la **nueva Gerencia de Riesgos y Valuaciones Actuariales**, cuya principal responsabilidad es la definición de la estrategia para identificar, analizar y mitigar los riesgos de la Compañía y la de liderar los procesos de reportes actuariales para todas las líneas de negocios.



Contamos con una **Política de Confidencialidad y Protección de Datos Personales**. Su objetivo es garantizar el resguardo de la información personal de terceros. **Durante el periodo reportado se implementaron acciones para fortalecer la protección de los datos:**

- ◆ Implementación de un **nuevo Programa de Privacy** definido por nuestra Casa Matriz.
 - ◆ **Robustecimiento de nuestro marco normativo:** Creación y actualización de Políticas, Procedimientos y Guías.
 - ◆ **Participación en los proyectos de implementación o cambio de nuevos procesos, sistemas, proveedores, etc.** con el fin de garantizar que sean considerados los controles de privacidad en su desarrollo.
 - ◆ Definición e implementación de **mayores controles de monitoreo** para garantizar el cumplimiento de los controles definidos y para evitar posibles fugas de información.
 - ◆ Mejora en el acceso y la distribución de información sobre aspectos de privacidad a los titulares de datos (sitio web institucional, formularios de recolección de datos, scripts de venta telefónica, certificados de póliza).
- Adicionalmente,
- ◆ Los colaboradores realizan anualmente la Capacitación Anual en Seguridad y Privacidad
 - ◆ Realizamos acciones de concientización complementarias para recordar las políticas y cómo proteger los datos.

La gestión de la información de las personas es esencial para nuestra actividad. 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.



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.



En el periodo reportado, implementamos el **módulo de Compras de Oracle** lo que permite mejorar el proceso de contratación de proveedores. **El sistema integra todo el ciclo de vida del proveedor**, desde la contratación hasta la etapa final del pago. Adicionalmente permite contar con información precisa y en tiempo real del estado de todas las contrataciones.

El área de Compras brindó capacitaciones a todos los colaboradores de áreas involucradas con manejo y contratación de proveedores para conocer las nuevas funcionalidades del sistema.

5.8.1 PROVEEDORES EN NÚMEROS

	07.2020 06.2021	07.2019 06.2020	07.2018 06.2019
Cantidad de proveedores activos	497	456	422
Cantidad de compras y contrataciones (cantidad de operaciones)	402	445	421
Volumen total de compras [\$]	\$692.132.849	\$354.379.167	\$ 121.782.483
% 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	\$2.260.064	\$1.518.236	\$ 1.316.047
% de compras inclusivas del total de compras realizadas por la compañía	0,33%	0,42%	1,08%

* 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. Hay que considerar los valores como aproximados. Este año se realizó la migración a un nuevo sistema de compras lo que complejiza la recopilación de los datos.

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)

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.

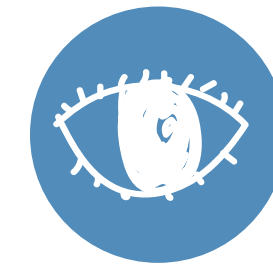
Nuestros proveedores reciben un trato justo y equitativo durante el proceso de oferta y compra, y las decisiones se toman sobre la base de criterios de selección claros.

Durante el periodo reportado, a pesar de que no se utilizaron los servicios de proveedores de mano de obra intensiva debido a que nuestras oficinas permanecieron cerradas, se respetaron las contrataciones, con el objetivo de mantener las fuentes de trabajo de las personas asignadas al servicio.

Asimismo, 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.



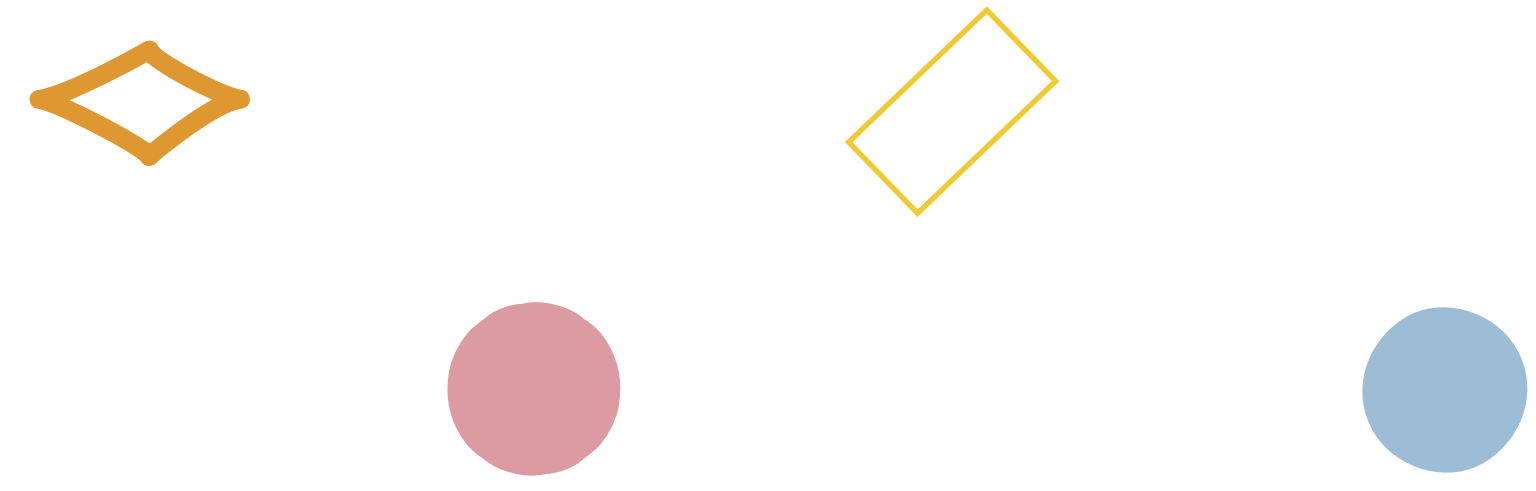
CLARIDAD

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.

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).

4. SEGUIMIENTO, AUDITORÍA Y CONTROL DEL PROVEEDOR

Para evaluar la calidad del servicio, el área 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 área 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.



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 Dar Sentido, Red Activos, Media Pila, Juno, En Buenas Manos, Gota, Proactiva Asociación Civil, Yo También ONG, Magia Inclusiva, Morfables 21, Artecurea, entre otras.

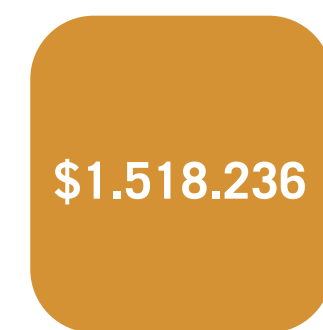


Además, el **100% de nuestros proveedores son locales.**

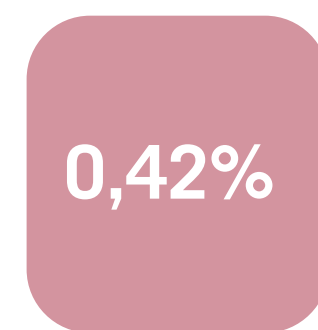
Para proveer servicios e insumos en nuestras agencias en el interior del país, buscamos y seleccionamos proveedores de la zona geográfica, promoviendo la economía y el empleo local.



PROVEEDORES LOCALES



INVERSIÓN EN COMPRAS INCLUSIVAS



Porcentaje de compras inclusivas del total de compras realizadas por la empresa



5.8.4 CÓDIGO DE CONDUCTA Y ÉTICA PARA PROVEEDORES

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.

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. Solicitamos a proveedores tercerizado o subcontratados que ingresan regularmente a las instalaciones de Prudential Seguros, la presentación de documentación laboral y de seguros en forma mensual.

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.

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).

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.**

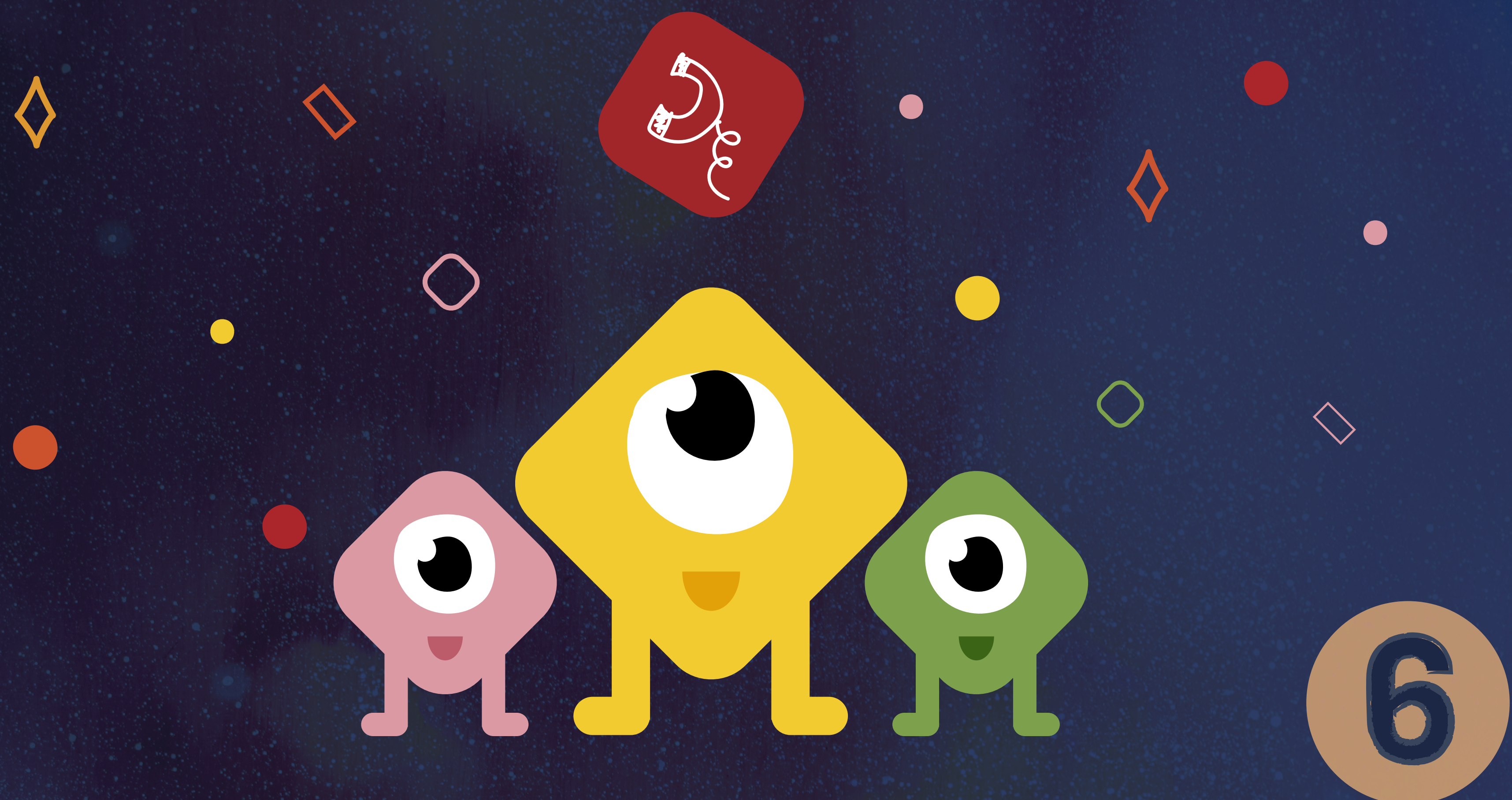
Los proveedores de servicios externos y los empleados de las empresas pueden informar cualquier acto de corrupción o cualquier comportamiento cuestionable a través de nuestros espacios de cumplimiento y denuncia.

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.

En el último período no se rescindió a ningún proveedor por incumplimiento de nuestros estándares y políticas.





ORIENTACIÓN AL CLIENTE

6.1 NUESTROS CLIENTES EN NÚMEROS



UNIDAD DE NEGOCIO VIDA INDIVIDUAL



42.770

4.613

17,33%

PÓLIZAS VIGENTES

NUEVOS NEGOCIOS EMITIDOS

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE SEGUROS VIDA INDIVIDUAL*

UNIDAD DE NEGOCIO DISTRIBUTION PARTNERS

2.146

719

1.122.318

PÓLIZAS VIGENTES

NUEVOS NEGOCIOS EMITIDOS

VIDAS ASEGURADAS



1,96%

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE SEGUROS VIDA COLECTIVO*

CANAL DE VENTA DIGITAL



12.613

VIDAS ASEGURADAS

* Cifras de Balance Local a Marzo 2021 (Julio 2020 a Marzo 2021)

6.2 NUESTROS SEGUROS: UN INSTRUMENTO DE PROTECCIÓN PARA NUESTROS CLIENTES

En Prudential mejoramos el valor para nuestros clientes, mientras hacemos negocios de manera sustentable.

MODELO DE VENTAS

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

Nuestros seguros tienen la mirada puesta principalmente en el largo plazo, pero en 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 con los clientes.

En el caso del **negocio de seguros de vida individual**, nuestros 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.

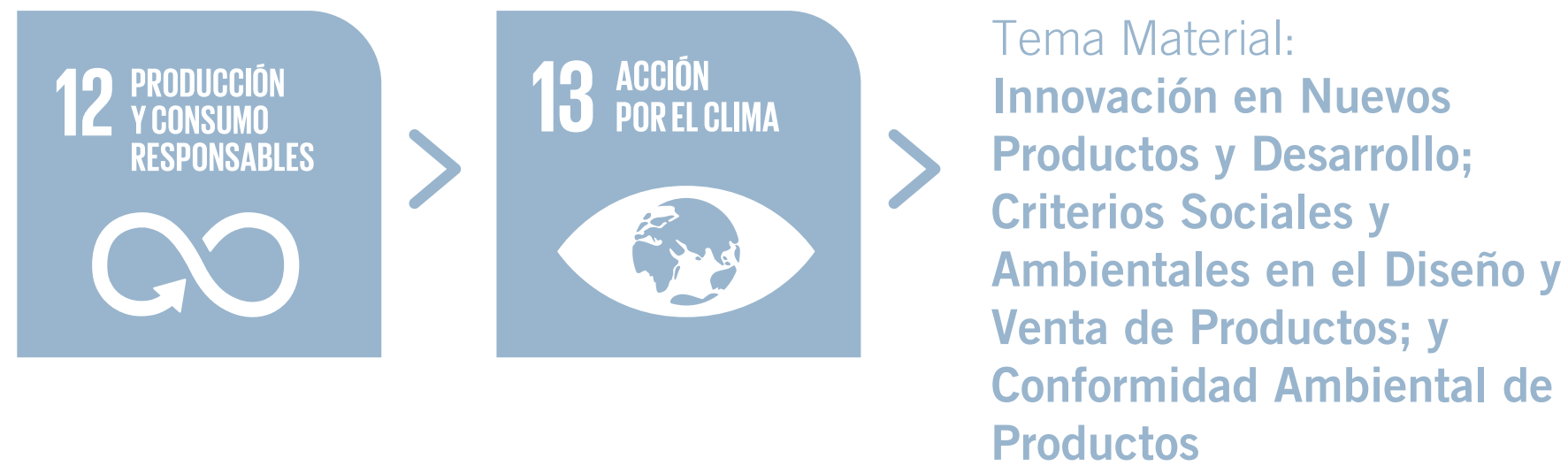


La transformación digital ya era parte de nuestra operatoria y desde el año 2018 contamos con un **canal de venta digital de seguros de vida y salud**.



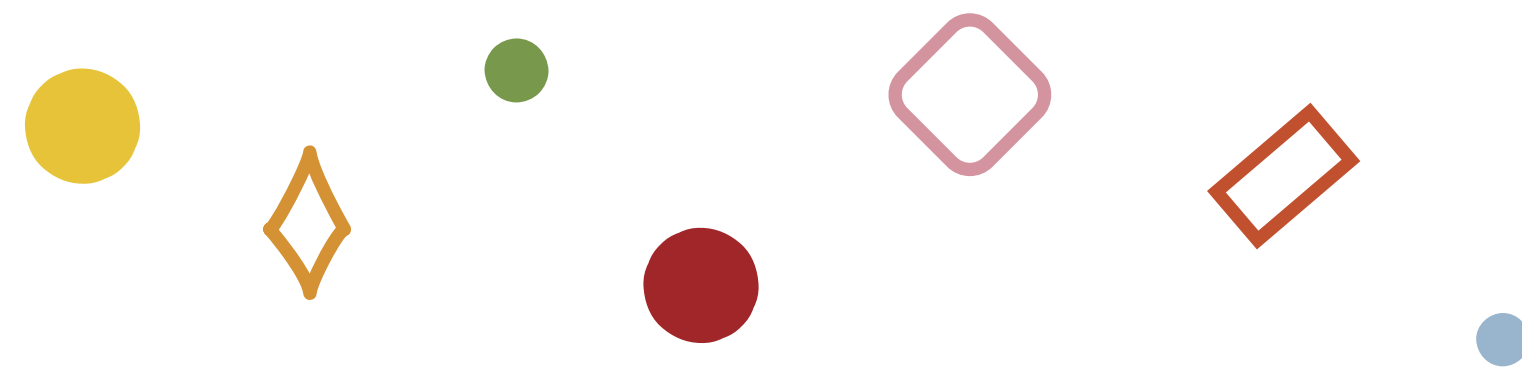
Asimismo, con la alianza con **Vitality**, premiamos a nuestros asegurados por cuidarse y llevar una vida sana.

INNOVACIÓN Y NUEVOS DESARROLLOS

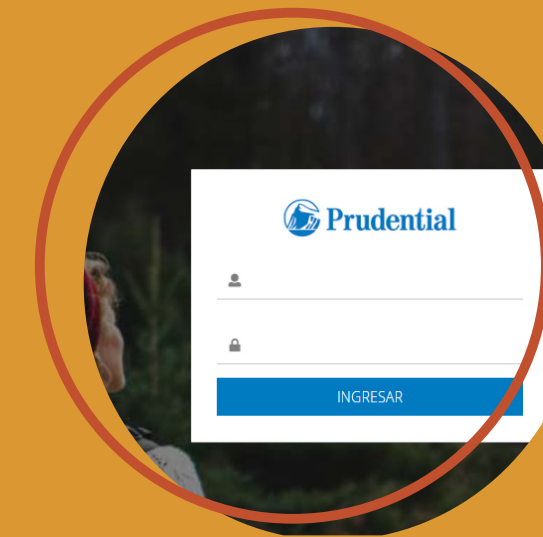


Las innovaciones y los desarrollos alcanzados son parte de los ejes estratégicos de nuestra operación en el país.

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.**



6.3.1 VIDA INDIVIDUAL



Continuamos desarrollando la nueva **herramienta e-Recruiting**, una plataforma de reclutamiento para nuestra fuerza de ventas, que permite pasar de la gestión manual a la digital. Este proyecto disminuyó notablemente el uso de papel y, en este contexto, permitió continuar con el proceso de reclutamiento.

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



A través de la **herramienta Eloqua**, estamos llevando a cabo diferentes campañas para estar en constante conexión y comunicación con nuestros clientes.

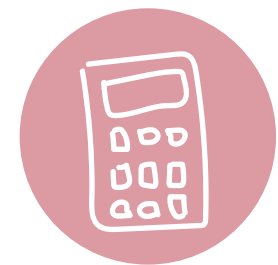


A su vez, estamos desarrollando la **herramienta del Success Planner** en formato digital para brindar apoyo a la fuerza de ventas.



6.3.1.1 VENTA A TRAVÉS DE TABLET

Continuamos potenciando 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.

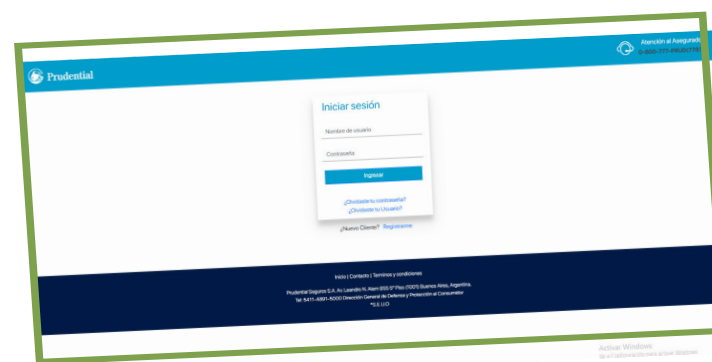
En el período reportado, **ingresaron a la Calculadora Online 3.290 Usuarios Únicos.**



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.

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.



6.3.1.4 APLICACIONES CON MATERIALES DE MARKETING Y ENTRENAMIENTO

Desde hace ya varios años dejamos de imprimir nuevos folletos de marketing entregables al cliente y avanzamos en el objetivo de “Camino a Papel Cero”: **los profesionales Life Planner® pueden acceder en formato digital a los materiales de marketing, institucionales y de entrenamiento relacionados a su carrera profesional.**



6.3.1.5. SOLICITUD ELECTRÓNICA

Todas las nuevas solicitudes de seguro ingresan en forma automática al sistema, eliminando procesos manuales de carga de

DESTACADOS DEL PERIODO:

La herramienta Jet Issue, desarrollada en el periodo anterior, ofrece una solución para responder al cliente de forma inmediata y reduce los tiempos de emisión al suscribir automáticamente.

En este periodo, se suscribieron un total de 389 solicitudes (julio 2020-junio 2021), alcanzando así un 41% de la totalidad de solicitudes no médicas de Vida Individual presentadas por nuevos clientes. De esta manera, evitamos la doble carga de datos y optimizamos la emisión punta a punta.

RESULTADOS DE IMPACTO 01 DE JULIO 2020 A 30 DE JUNIO 2021

*Se registraron **19.607 usuarios (27.137 pólizas)** en el sitio de clientes, número que representa el 65% de nuestra cartera activa.

***210.000 cartas dejaron de imprimirse**, lo que significa un menor consumo de papel equivalente a 225.000 hojas, con un ahorro anual estimado de \$12.850.000.-

LA INVERSIÓN REALIZADA EN EL ÚLTIMO PERÍODO FUE DE AR\$ 6.855.000, LLEVANDO UN ACUMULADO TOTAL DE AR\$ 22.535.000 EN LOS ÚLTIMOS 6 AÑOS.



6.3.2 DISTRIBUTION PARTNERS



6.3.2.1. BROKER ONLINE

La herramienta broker online continuó desarrollándose, incorporándose **e-Worksite Marketing**: una plataforma digital que permite a nuestros clientes corporativos comprar seguros y designar beneficiarios en forma online.

En el periodo reportado y, durante la etapa inicial, se ofreció la herramienta a un gran cliente quien comenzó realizando una prueba piloto en su personal jerárquico, de una nómina de 182 empleados.

Fuera del alcance de este reporte, fue presentada a los principales socios del canal.

Además se continuó trabajando para que **los clientes tengan la posibilidad que cada empleado complete su designación de beneficiarios**: La herramienta está disponible para 9 grandes clientes, habiéndose completado 2.133 designaciones online de vida colectivo y 2.823 designaciones de vida obligatorio.

Adicionalmente, comenzamos a trabajar definiendo los perfiles de acceso para que en un futuro, los brokers y/o productores de seguros tengan posibilidad de autogestión, accediendo a contratos, nóminas e información de las pólizas administradas.



CON EL LANZAMIENTO DE LOS NUEVOS SEGUROS DE SALUD, DESARROLLAMOS LA E-APP SALUD GENERANDO LA INTEGRACIÓN AUTOMÁTICA CON NUESTRO SISTEMA CORE.



6.3.1.6. PÓLIZA ELECTRÓNICA

La totalidad de nuestras pólizas emitidas son digitales.

Las pólizas se generan en formato PDF, disponibles para el cliente a través del sitio de Acceso a Clientes de la Compañía.

Hasta el período reportado, llevamos subidas 14.280 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.

Desde que se implementó este desarrollo llevamos aceptadas 9.648 pólizas de manera digital, y para el período reportado se aceptaron por la Web 4.358 pólizas.

A estos desarrollos hemos sumado la **implementación de e-Enmiendas**, proyecto que consiste en la aprobación de las enmiendas generadas para casos de Post Issue a través del sitio Web. **Para el período reportado se aceptaron por Acceso a Clientes 84 enmiendas, con un total de 358 aprobadas por este canal.**

TODAS ESTAS NUEVAS INNOVACIONES HAN GENERADO LA AUTOMATIZACIÓN DE LOS PROCESOS, BUSCANDO ALCANZAR LA AUTOGESTIÓN Y LA REDUCCIÓN DE LA IMPRESIÓN DE LOS FORMULARIOS, PASANDO A SER TODO EL PROCESO DIGITAL.

Resultados de Impacto 01 de julio 2020 a 30 de junio 2021

***Entre brokers y/o productores de seguros, y agentes institorios, se han dado de alta 55 nuevos usuarios en la plataforma.**

***La plataforma cuenta con un total de 27.468 usuarios, que incluyen empleados, asegurados, contratantes, colaboradores de Prudential, productores y brokers de seguros, siendo 253 los usuarios representados de las dos últimas categorías.**

6.3.2.2. NUEVOS DESARROLLOS DEL PERIODO PARA LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO DE DISTRIBUTION PARTNERS

Implementamos nuevos ramos de seguro de personas, nuevos canales de distribución y mejoras en nuestros sistemas, con el fin de minimizar errores humanos, mejorar los tiempos de gestión, ser más ágiles en dar servicio a los clientes al mismo tiempo que reducimos el impacto ambiental de nuestras operaciones.

***Abrimos los ramos de accidentes personales individual**, orientado a nuestra plataforma de canal digital y también el ramo de Salud Colectivo, poniendo a disposición diferentes coberturas.

***Dimos apertura al nuevo canal de BancaSeguros** a través de la venta telefónica de nuestros productos a los clientes de un importante Banco.

***Implementamos un protocolo de manejo de información de tarjetas de créditos.**

***Mejoramos nuestro sistema que administra al negocio de Affinity:** logrando el manejo masivos de información, incorporando módulos de auditorías telefónicas, guardando los audios de las ventas y obteniendo el trackeo de las ventas de cada negocio.

***Digitalizamos contratos de nuestras pólizas y legajos de siniestros.**

***Implementamos mejoras en nuestro Sistema de Siniestros** para la carga masiva de los mismos.

***A través de la robotización, buscamos un mayor impacto en la efectividad de nuestros procesos cotidianos.** En el periodo reportado, concretamos la primera etapa del proyecto de automatización que abarca la facturación de nóminas de nuestros negocios. Hemos logrado analizar la facturación de 1.774 Pólizas del negocio de Vida Grupo por este medio.



CONVENCIÓN NACIONAL DE BROKERS Y PRODUCTORES DE SEGUROS. El 22 de diciembre del 2020 realizamos un encuentro virtual al que asistieron aquellos brokers y/o productores de seguros que han alcanzado los objetivos de negocio de vida colectivo.

TALLER DE DUELO CON FUNDACIÓN AIKÉN. En alianza con el área de RSE brindamos un taller sobre duelo para brokers y productores de seguros.

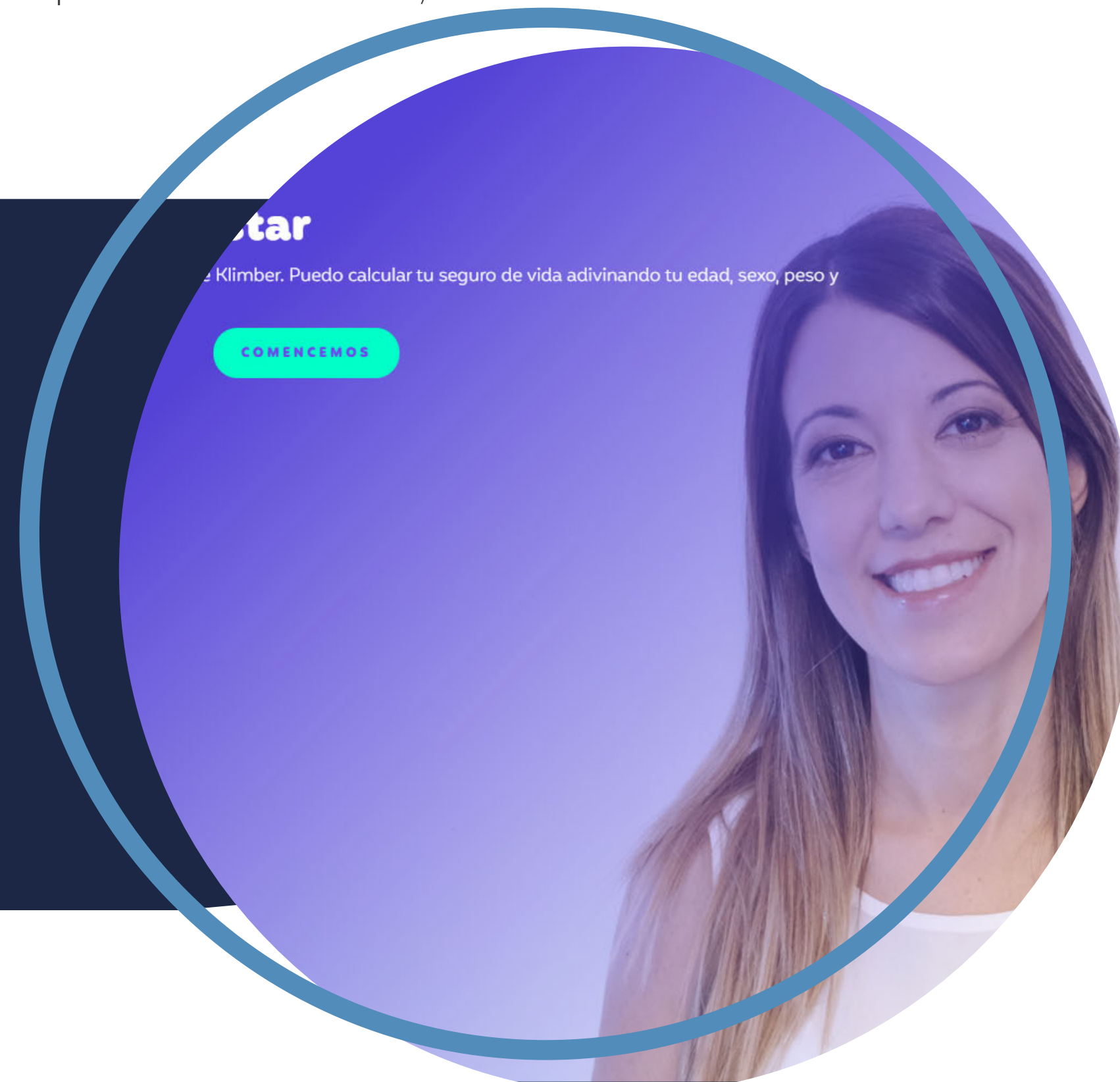
6.3.3. CANAL DE VENTA DIGITAL



Klimber, plataforma tecnológica que brinda la posibilidad de contratar seguros de una manera fácil y dinámica, 100% online. 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.

NOVEDADES DEL PERIODO:

- * Los usuarios pueden cotizar su seguro a través del reconocimiento facial mediante una selfie.
- * Se incorporó a la plataforma un seguro de Accidentes Personales, el cual adiciona y amplía la oferta existente de seguros de Vida y Salud.
- * En el caso de los seguros de Vida y Salud, ofrecemos el programa Vitality.



6.4 RESPONSABILIDAD SOBRE LOS PRODUCTOS



Tema Material:

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 ACTUANDO 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.

Debido al contexto de pandemia, flexibilizamos los procesos de envío de documentación para asegurados y beneficiarios, tanto en procesos de reclamos en curso como para nuevas denuncias.

Para el negocio de Vida Individual, a los fines de simplificar el envío de documentación al área de Beneficios, en el mes de marzo 2021 se creó una casilla de email genérica para que el asesor Life Planner® pueda enviar las denuncias y documentación de reclamos por Beneficios de Vida y Salud Individual.

Acuerdo de Servicio Vida Individual.

Dictamen de siniestros en 48 hs. 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 RECIBIMOS 151 DENUNCIAS DE SINIESTROS DE NUESTRAS OPERACIONES DE VIDA INDIVIDUAL, LO QUE REPRESENTA UN 106% MÁS QUE EL PERÍODO ANTERIOR. DE ÉSTAS, 31 DENUNCIAS POR FALLECIMIENTO EN VIDA INDIVIDUAL A CAUSA DE COVID Y SUMAMOS 18 SINIESTROS DENUNCIADOS DEL NUEVO RAMO SALUD INDIVIDUAL.

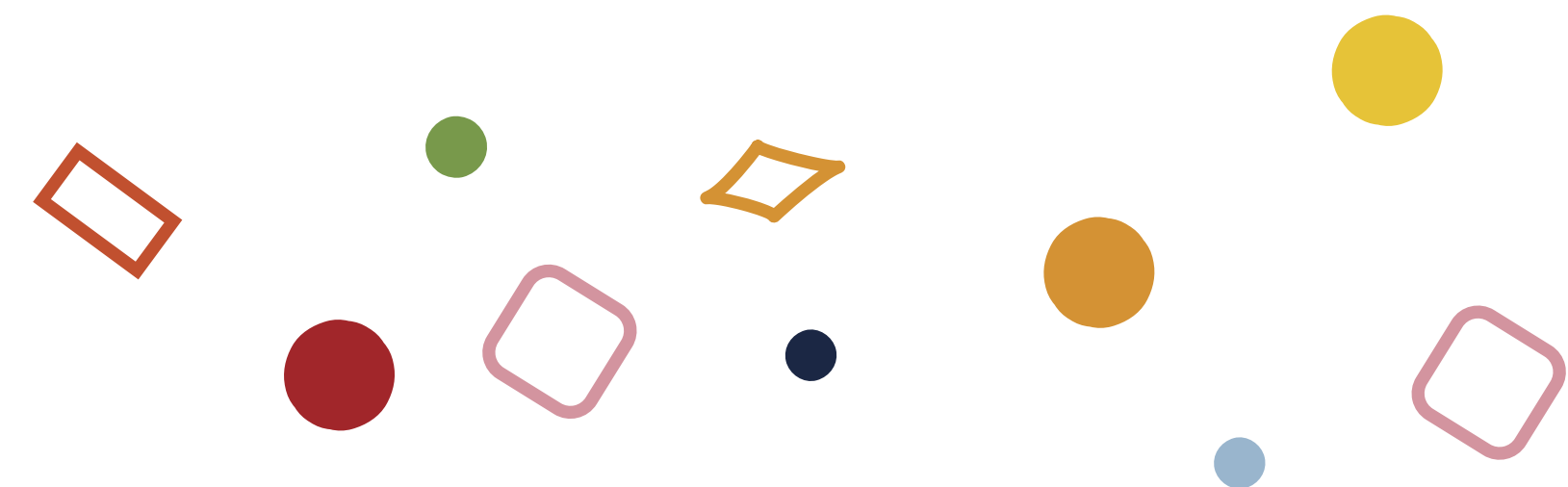
Acuerdo de Servicio Vida Grupo.

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

EN EL PERIODO REPORTADO RECIBIMOS 5.785 DENUNCIAS DE SINIESTROS DE NUESTRAS OPERACIONES DE VIDA GRUPO, LO QUE REPRESENTA UN 280 % MÁS QUE EL PERIODO ANTERIOR. DE ÉSTAS, 1.085 DENUNCIAS CORRESPONDIERON A CASOS RELACIONADOS A COVID.

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. Realizamos auditorías de calidad sobre una muestra significativa de ventas, pudiendo trabajar con nuestros Sponsors en la mejora de la información brindada de nuestros productos hacia los clientes y detectando desvíos en nuestros estándares de calidad.



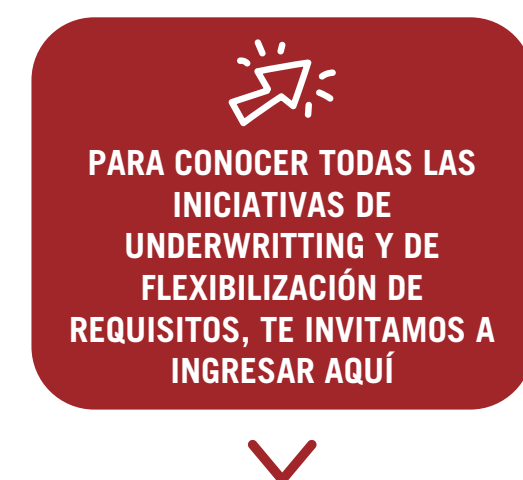
6.4.3. UNDERWRITING: FLEXIBILIZACIÓN DE LOS REQUISITOS

El proceso de suscripción de nuestros seguros 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.



ENTRE LAS NOVEDADES DEL PERIODO REPORTADO SE ENCUENTRAN

◆ NUEVA TABLA DE REQUISITOS EN PESOS:

A partir de mayo de 2021 comunicamos la nueva tabla de requisitos de suscripción según rangos de edad y monto de cobertura solicitados, y considerando la Política de cúmulo vigente. De esta forma **se unificó el proceso completo de suscripción a la moneda vigente para la comercialización de seguros.**

◆ TELEMEDICINA:

En mayo de 2021 **lanzamos Telemedicina para Underwriting como medio para suscribir casos médicos a través de una entrevista virtual**, para clientes de zonas donde no contamos con prestador local. Esto permite ofrecer cobertura en cualquier lugar del país sin límite de suma asegurada, y consiste en una videollamada médico-asegurado, que se complementa con estudios propios del cliente hechos recientemente, o bien una orden médica para completarlos.

Se realizaron charlas de entrenamiento a colaboradores que se desempeñan como Field Service Staff, como así también reuniones para evaluar su incorporación al canal de Venta Digital, y a unidad de negocios de Distribution Partners.

◆ NUEVO PRODUCTO MODULAR DE SALUD:

Este plan brinda coberturas para determinadas condiciones de salud (sin cobertura base) que se pueden combinar según preferencia del cliente.

Para este nuevo producto empleamos **un proceso de suscripción simplificado**, por lo que la Declaración Jurada a firmar por el asegurado incluye un cuestionario de preguntas por SI o NO, que facilita la definición de su asegurabilidad.

6.5 SERVICIO DE ATENCIÓN AL ASEGURADO



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 se haya 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 el asegurado puede contactarse con su asesor Life Planner ®

SEGURO DE VIDA COLECTIVO

(en caso que se haya contratado un servicio por medio de su 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



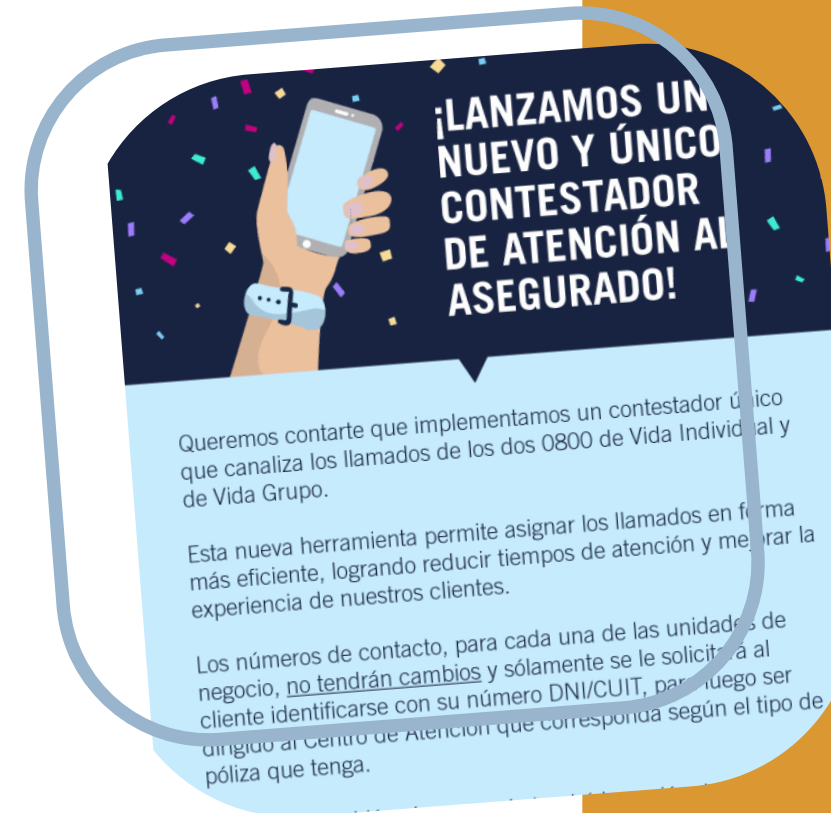
Facebook e Instagram

/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 vía telefónica 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.



CANALES DE COMUNICACIÓN

e-app Consultas para Fuerza de Ventas

- Para seguir brindando un mejor servicio a nuestra fuerza de ventas, la Gerencia de 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.

Implementación IVR

- En julio 2020 implementamos un contestador único que canaliza los llamados de los dos 0800 de la Compañía, tanto de Vida Individual como Vida Grupo. Esta nueva herramienta permite asignar los llamados en forma más eficiente, logrando reducir tiempos de atención y mejorar la experiencia de nuestros clientes.

Consultas resueltas por la Gerencia Operaciones Vida Individual a clientes externos

2020						2021					
jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun
758	808	737	760	726	632	965	759	989	678	736	785

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
190	411	303	211	179	170	231	196	240	202	239	346

6.5.2. QUEJAS Y RECLAMOS

Contamos con el Servicio de Atención al Asegurado. 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 relevados y resueltos por la Gerencia Operaciones Vida Individual en el periodo reportado:

	01 JULIO 2020 A 30 JUNIO 2021	01 JULIO 2019 A 30 JUNIO 2020	01 JULIO 2018 A 30 JUNIO 2019
RECLAMOS DE SERVICIO	22	34	25
RECLAMOS DE VENTA	1	8	13
TOTAL	23	42	38

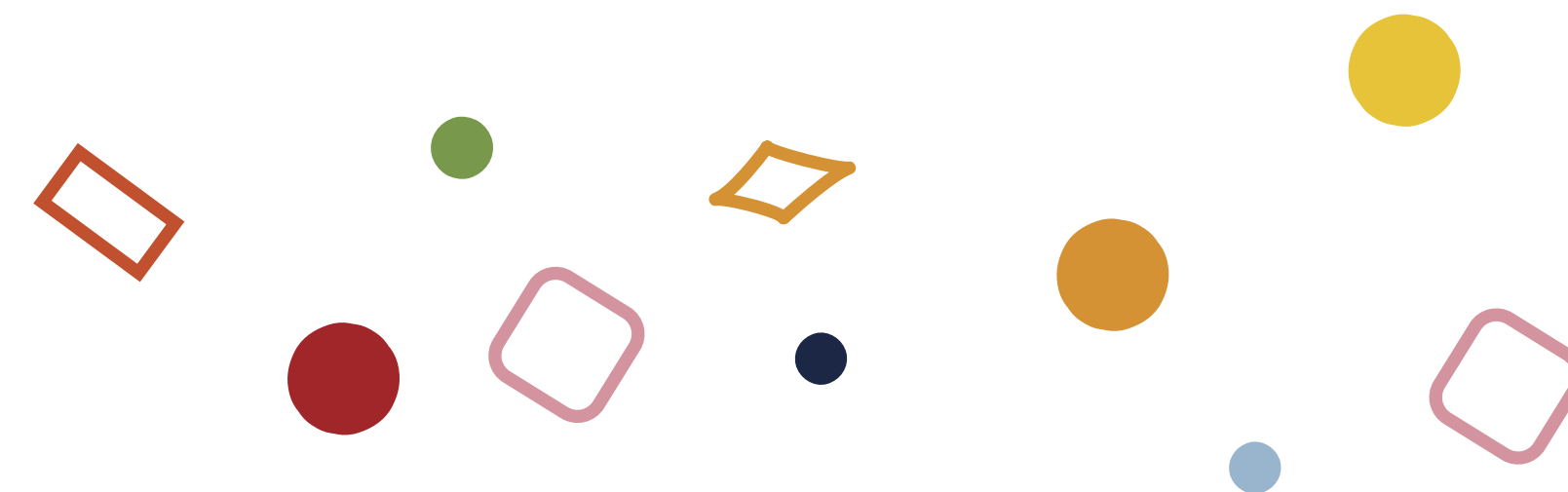
Quejas y reclamos relevados y resueltos por la Gerencia Operaciones Vida Grupo en el periodo reportado:

	01 JULIO 2020 A 30 JUNIO 2021	01 JULIO 2019 A 30 JUNIO 2020	01 JULIO 2018 A 30 JUNIO 2019
RECLAMOS DE SERVICIO	7	12	16
RECLAMOS DE VENTA	40	61	205
OTROS	5	17	-
TOTAL	52	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 2020 a 30 junio 2021*	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	7	2.275	16	614	0	0
Cantidad de reclamos resueltos	7	2.275	16	614	0	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 pólizas, 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.

Calificación	2020 - 2021		2019 - 2020		2018 - 2019	
						
Excelente	417	80,3%	630	71%	547	55%
Muy bueno	81	15,6%	211	24%	344	35%
Bueno	17	3,3%	37	4%	92	9%
Regular*	2	0,4%	7	1%	7	1%
Malo*	2	0,4%	6	1%	0	0%
Total	519	100%	891	100%	990	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

Nuestro éxito depende de la confianza de nuestros clientes y colaboradores 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 colaborador 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 y acciones de concientización interna para la protección de la información.

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

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

- **Aseguramos el acceso a la información confidencial.** La información a la que se puede acceder mediante una computadora debe estar protegida, al igual que los expedientes de clientes u otra información de estos. Los colaboradores deben proteger la información confidencial;
- **La información puede utilizarse sólo para los fines comerciales de Prudential Seguros;**

LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN ES RESPONSABILIDAD DE TODOS

¿Sabías qué...

navegar por sitios Web potencialmente peligrosos desde Prudential sin control puede generar riesgos de seguridad de negocio?

Abrí el adjunto y entérate

cuáles son los sitios Web de los que debes tener cuidado porque están prohibidos y que alternativas te ofrecemos.

- **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, nos aseguramos que el cliente no haya solicitado que no se revele dicha información.

6.7 ACCIONES DE MARCA, COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO

Nuestras acciones se adaptaron al nuevo contexto, lo que en muchas ocasiones requirió replanteos en los tiempos y estilos de comunicación:

- *Desarrollamos piezas específicas acordes al momento, tanto para TV como para redes sociales;
- *Reforzamos el vínculo con nuestros clientes actuales y potenciales a través de los canales de comunicación disponibles y permanecemos cerca a través de nuestra fuerza de ventas, con el fin de llevarles tranquilidad en este difícil contexto;
- *Participamos en una amplia cantidad de notas de prensa relacionadas con las novedades corporativas y con cuestiones relacionadas al sector asegurador.

Hacia finales del 2020, realizamos una nueva edición de la auditoría de marca junto con Casa Matriz y un proveedor externo. Arrojó mejoras en tres indicadores clave:

- **Reconocimiento** (15% en 2019 vs. 23% en 2020),
- **Favorabilidad** (40% en 2019 vs. 55% en 2020)
- **Consideración de marca** (34% en 2019 vs. 45% en 2020).

6.7.1 ACCIONES DE MARCA

6.7.1.1 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

En el contexto de la pandemia global del Covid-19, lanzamos una campaña publicitaria basada en el lema **“Un día podemos no estar”**, con el objetivo de brindar un mensaje de concientización acerca de los seguros de vida, junto con una revalorización de los momentos cotidianos.

Hacia finales de 2020, **comenzamos a comunicar nuestra asociación con Vitality a través de dos nuevos comerciales**, denominados “Carrito” y “Cena”, de amplia repercusión tanto en medios de comunicación tradicionales como digitales.

Iniciado el 2021, retomamos la campaña publicitaria tradicional compuesta por los comerciales de TV “Nursery”, “Moto” y “Mudanza”, con adaptaciones específicas para comunicación en vía pública y digital.



CON ESTAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ADEMÁS DE ELEVAR EL RECONOCIMIENTO DE NUESTRA MARCA, CONTRIBUIMOS A INCREMENTAR LA CONCIENCIA ASEGURADORA EN LA SOCIEDAD EN GENERAL.



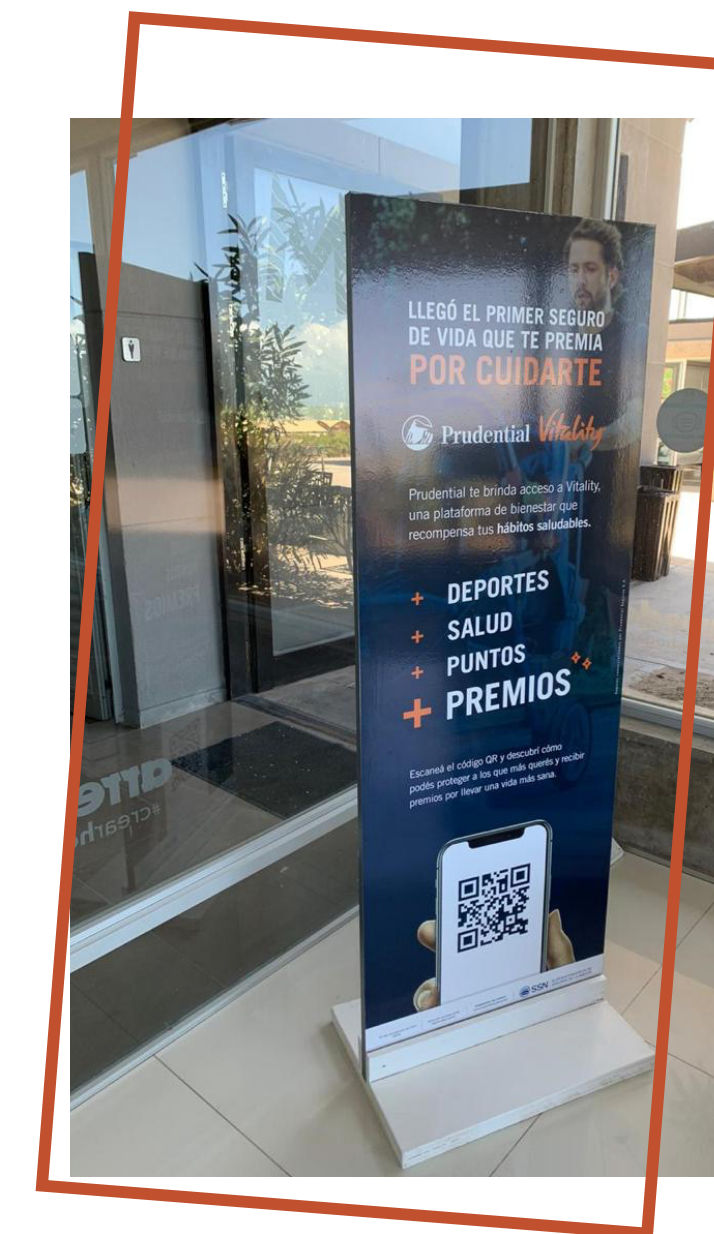
6.7.1.2 SPONSOREOS INSTITUCIONALES

- ◆ **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.
- ◆ **Insurtech Latam Forum 2020**, encuentro virtual que reunió a los referentes más destacados de la escena Insurtech a nivel local.

6.7.1.3 ACCIONES DE VERANO

Durante enero y febrero, estuvimos presentes en las playas de Pinamar, Cariló y Mar del Plata.

En Pinamar y Cariló, además de contar con presencia de marca en los Paradores El Pájaro y Neruda brindamos 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.



6.7.3. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

6.7.3.1. COMUNICACIONES EXTERNAS

Contamos con una 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: la comunicación de un nuevo seguro de salud ofrecido a través de la unidad de negocios de Vida Individual como así también del seguro de Accidentes Personales comercializado a través de Klimber, el lanzamiento de las campañas publicitarias del Covid-19 y de Prudential Vitality, la difusión del 4to Reporte de Sustentabilidad y de las activaciones de marca en la costa argentina, la inauguración de nuevas agencias en Buenos Aires y en Córdoba y los reconocimientos recibidos por parte de Great Place to Work ® en cuestiones relacionadas a clima organizacional y el Ethisphere Institute por ser una de las compañías más éticas del mundo.

Prudential Seguros suma coberturas a su seguro de salud

Prudential Seguros suma nuevas situaciones cubiertas en su seguro de salud, ampliando de esta manera las posibilidades de contar con un respaldo económico para afrontar los gastos adicionales que conllevan el tratamiento y la recuperación de cuestiones relacionadas a la salud del asegurado. Esta actualización de su línea de seguros de salud brinda la posibilidad de contar con una suma de dinero ante el diagnóstico de una enfermedad determinada o un accidente para realizar consultas con un médico especialista por fuera de cartilla, cubrir costos de un cuidador o acompañante, sustentar la logística de familiares, hacer el tratamiento especial en el exterior del país o bien para ser utilizada en gastos a definir por el asegurado. Con estas nuevas coberturas, suman un total de 17 las situaciones un seguro de estas características: Enfermedad o Accidente, Cuida-

dos Prolongados en el hogar, Cuidados Prolongados en el Hogar por Accidente, Cáncer Femenino, Cáncer Integral, Cáncer Masculino, Cirugía de la Válvula Cardíaca, Cirugía de la Revascularización Arterial o Bypass, Prótesis, Enfermedad Cerebro Vascular (ACV), Cirugía de la Aorta, Intervenciones Quirúrgicas, Trasplante de Órganos, Infarto de Miocardio, Parálisis de Extremidades, Esclerosis Múltiple e Insuficiencia Renal.

"Esta ampliación de las coberturas nos permite dar respuesta a una mayor cantidad de situaciones derivadas del diagnóstico de una enfermedad grave o accidente mejorando, de esta manera, la propuesta actual de nuestros seguros de salud. Este producto ha tenido una demanda destacada durante 2020, que consideramos que se incrementará por los cambios que estamos introduciendo", afirmó Gerardo Rabinovitz, Chief Marketing Office de Prudential Seguros.

SEGUROS. LA PROVINCIA ES LA CUARTA JURISDICCIÓN EN PRIMAS NETAS DEL RUBRO "VIDA" Prudential Seguros inauguró su segunda agencia comercial en Córdoba

La compañía cuenta actualmente con una agencia y 38 colaboradores, de los cuales 29 son life planners, asesores que acompañan y guían al asegurado durante toda la vida de su póliza

Prudential Seguros, compañía especializada en el mercado de seguros de vida, consolida su posición en la provincia de Córdoba a partir de la inauguración en esta plaza, de su segunda agencia comercial. Esta apertura surge como resultado de su crecimiento sostenido en los últimos tiempos, ejemplo de lo cual es la duplicación de su fuerza de ventas en los últimos tres años, así como la nueva sucursal, que implica un paso importante dentro de sus perspectivas y planes a futuro. "Estamos muy contentos con la apertura de nuestra segunda agencia comercial en una plaza tan competi-

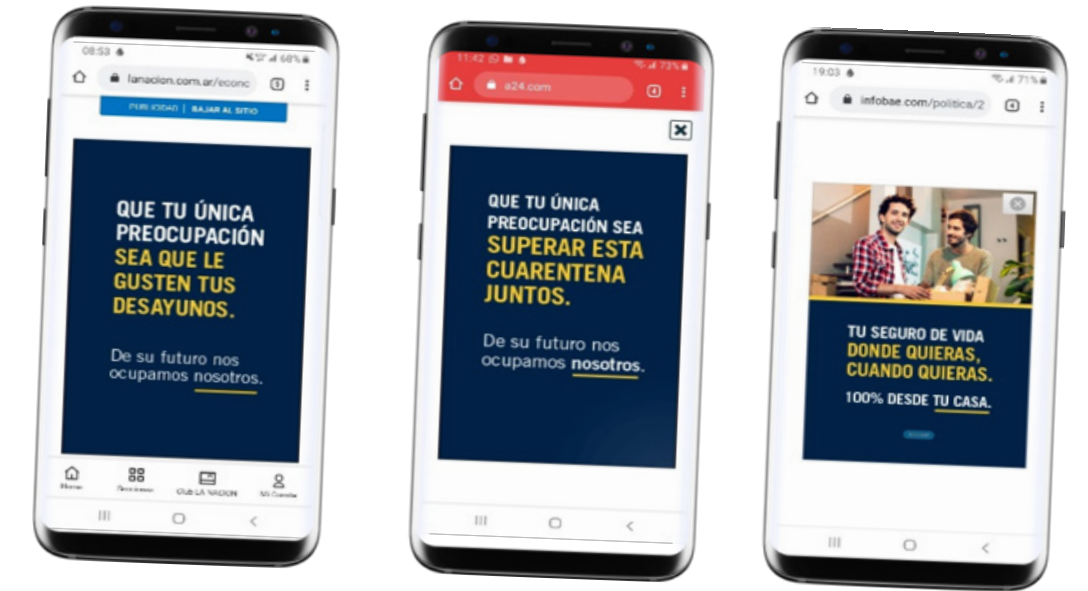
tiva. El constante crecimiento de Prudential en la provincia de Córdoba nos refuerza como referentes en el mercado local de seguros de vida, basándonos siempre en la confianza de nuestros clientes, en el desarrollo de producto en línea con las preferencias de los cordobeses y en un gran equipo comercial", señaló a Oportunidad Gerardo Rabinovitz, jefe de la oficina de marketing de la compañía. Esta, que se convirtió en una de las organizaciones reconocidas por Great Place to Work como uno de "los mejores lugares para trabajar, de servicios financieros y de seguros" en su edición 2020, contaba hasta la fecha con una agencia en Córdoba, donde trabajan 38 personas, de las cuales 29 son life planners, concepto entendido como el del asesor que acompaña y guía al asegurado durante toda la vida de su póliza. Con los cambios introducidos, la estructura comercial de la empresa en esta ciudad estará formada por dos agencias, cuyos gerentes respec-

tivos serán Marcos Avaro y Agustín Dodds. Además, sumará dos gerentes de ventas para una sucursal y tres para la otra: junto con los life planners, que se prevé incrementar en los próximos meses. En el ámbito nacional, Córdoba es la cuarta jurisdicción en primas netas emitidas en el rubro seguros de vida, detrás de la provincia de Buenos Aires, la ciudad de Buenos Aires y de Santa Fe (según datos obtenidos de la Superintendencia de Seguros de la Nación al cierre del año 2019). "Córdoba es una de las plazas más importantes y con mejores perspectivas del mercado argentino, en la que Prudential Seguros posee un destacado posicionamiento y un incremento constante en las ventas en los últimos cinco años", concluyeron en la firma. Vale destacar que la firma se estableció en Argentina el 16 de septiembre de 1986 y comenzó oficialmente su actividad comercial el 1 de marzo de 2000, con la apertura de las primeras agencias y pólizas de seguro de vi-

da Individual por life planners. En la actualidad, cuenta con 350 empleados, que se reparten entre su casa central en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cinco agencias en Córdoba, una en Mendoza y una en San Juan. Esta compañía multinacional está afiliada a Prudential Financial Inc., que comercializa seguros de vida y salud en Argentina y administra inversiones locales, con más de 1,5 billón de activos bajo administración al 30 de septiembre de 2020. Tiene operaciones en Estados Unidos, Asia, Europa y América Latina. Con el transcurso de los años, ha desarrollado un amplio portafolio de productos, como el Adelanto para las primeras necesidades, Prudential mujer y Prudential Futuro, este último orientado a cubrir las necesidades de ahorro. También, implementó la cláusula adicional de Enfermedad crítica. En 2013, la firma incorporó la nueva línea de negocios Seguro de Vida colectivo".

6.7.3.2. REDES SOCIALES

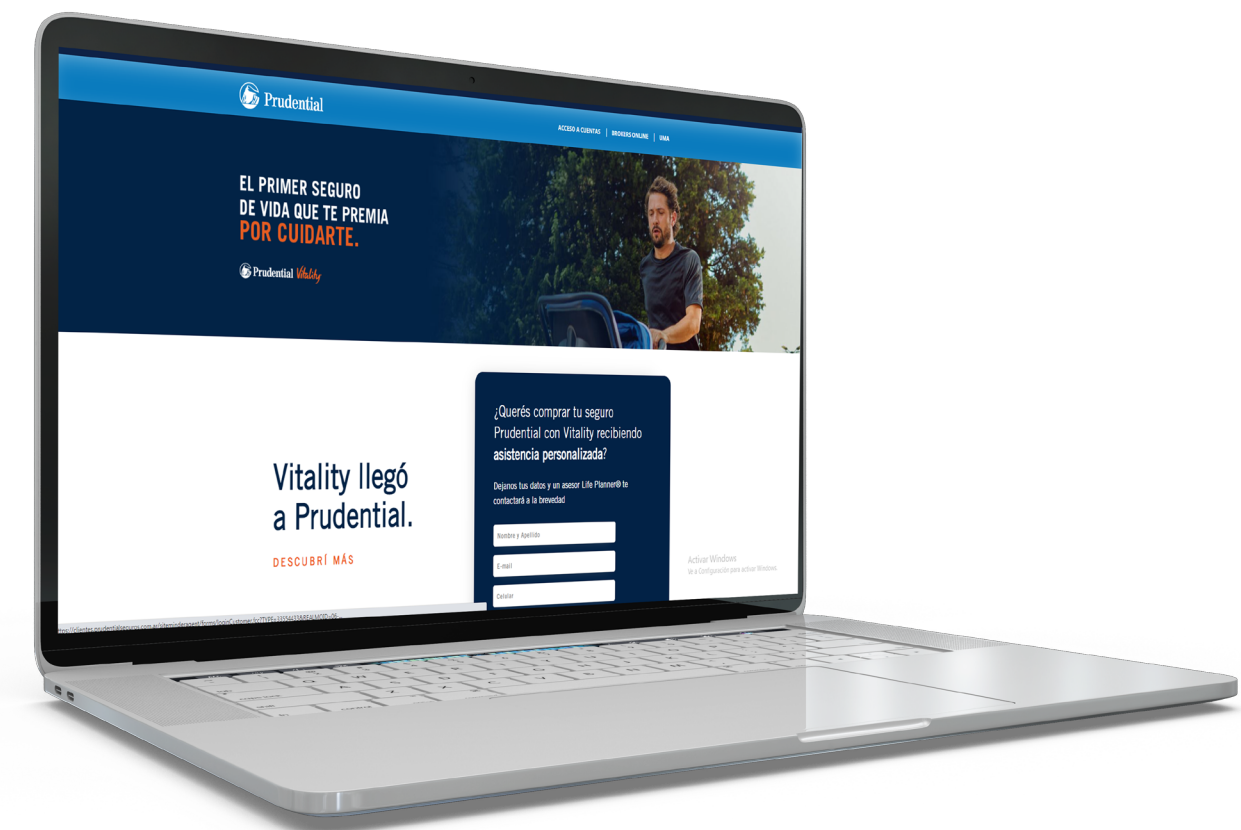
Nuestra estrategia en redes sociales tiene como objetivo dar a conocer la compañía y, a la vez, interactuar de una manera más cercana con los clientes actuales o potenciales. Se comparten contenidos sobre productos comercializados, novedades de la compañía y temáticas de RSE & Sustentabilidad, al tiempo que se contestan

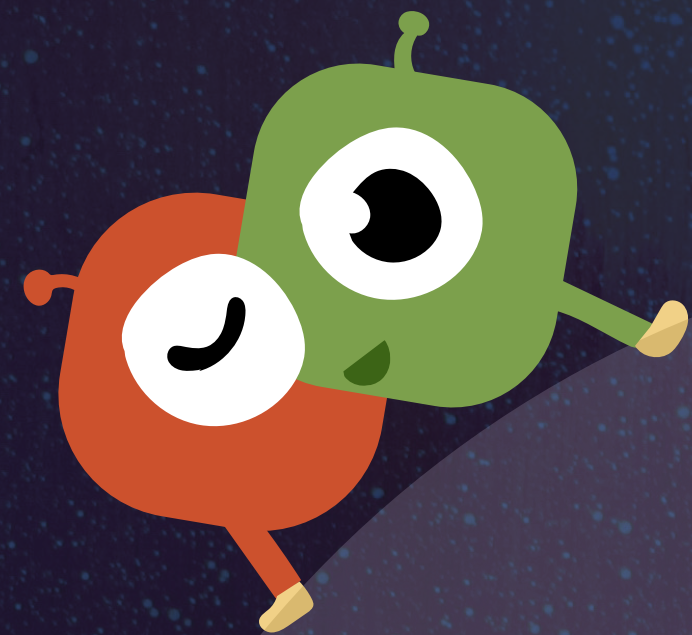


Medios sociales como Facebook, Instagram, LinkedIn o YouTube nos permitieron llegar a millones de personas durante el período reportado, tanto en forma orgánica como pagada.

6.7.3.3. SITIO WEB

Canal de comunicación institucional con los grupos de interés. 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 y acceder a la plataforma ÜMA de salud y bienestar.





7



ENFOQUE
EN EL
TALENTO



7.1 NUESTRA GENTE EN NÚMEROS



Tema Material:
Empleo y Protección Social
Diversidad e Inclusión

	2018 - 2019		2019 - 2020		2020 - 2021	
COLABORADORES	173	210	187	205	178	185
	383		392		363	
EDAD PROMEDIO	40,93		41,26		41,63	
RANGO DE EDAD	HASTA 30 AÑOS					
	4,7% (18)	4,7% (18)	5,6% (22)	2% (8)	4,4% (16)	2,20% (8)
	9%		8%		7%	
	31 - 45 AÑOS					
	28,7% (110)	32,4% (124)	29,3% (115)	32,9% (129)	30,8% (112)	32% (116)
	61%		62%		63%	
	MÁS DE 45 AÑOS					
11,7% (45)	17,7% (68)	18,8% (50)	17,3% (68)	13,7% (50)	16,8% (61)	
30%		30%		30%		

* **Aclaración:** Se incluyen en estos datos los colaboradores de la compañía, no teniendo en cuenta a los colaboradores tercerizados que son 3, (2 Mujeres y 1 Hombre), ni tampoco los pasantes que totalizan 1, (Hombre).

Cantidad de mujeres



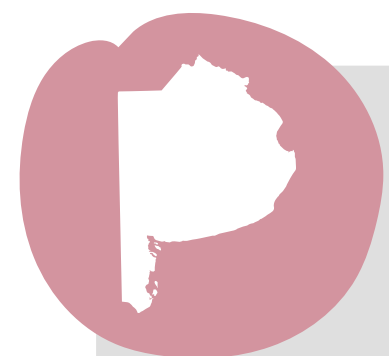
	2018 - 2019		2019 - 2020		2020 - 2021	
COMITÉ EJECUTIVO DE DIRECCIÓN	1	20%	1	20%	1	20%
POSICIONES GERENCIALES	6	50%	7	54%	8	50%
MANDOS MEDIOS	15	56%	17	71%	22	59%

53%

DE LAS POSICIONES DE LIDERAZGO ESTÁN OCUPADAS POR MUJERES



Colaboradores según ubicación geográfica y género



BUENOS AIRES

	2019 - 2020		2020 - 2021	
	↑	↓	↑	↓
Dotación Total	41,3% (162)	37,5% (147)	42,4% (154)	35,5% (129)
Ingresos	19	13	13	20
Egresos	7	22	21	38



MENDOZA

	2019 - 2020		2020 - 2021	
	↑	↓	↑	↓
Dotación Total	2,8% (11)	4,9% (19)	2,75% (10)	5,23% (19)
Ingresos	1	2	0	0
Egresos	2	1	1	0



CÓRDOBA

	2019 - 2020		2020 - 2021	
	↑	↓	↑	↓
Dotación Total	2,1% (8)	7,4% (29)	2,20% (8)	8,26% (30)
Ingresos	1	5	0	8
Egresos	0	2	0	7

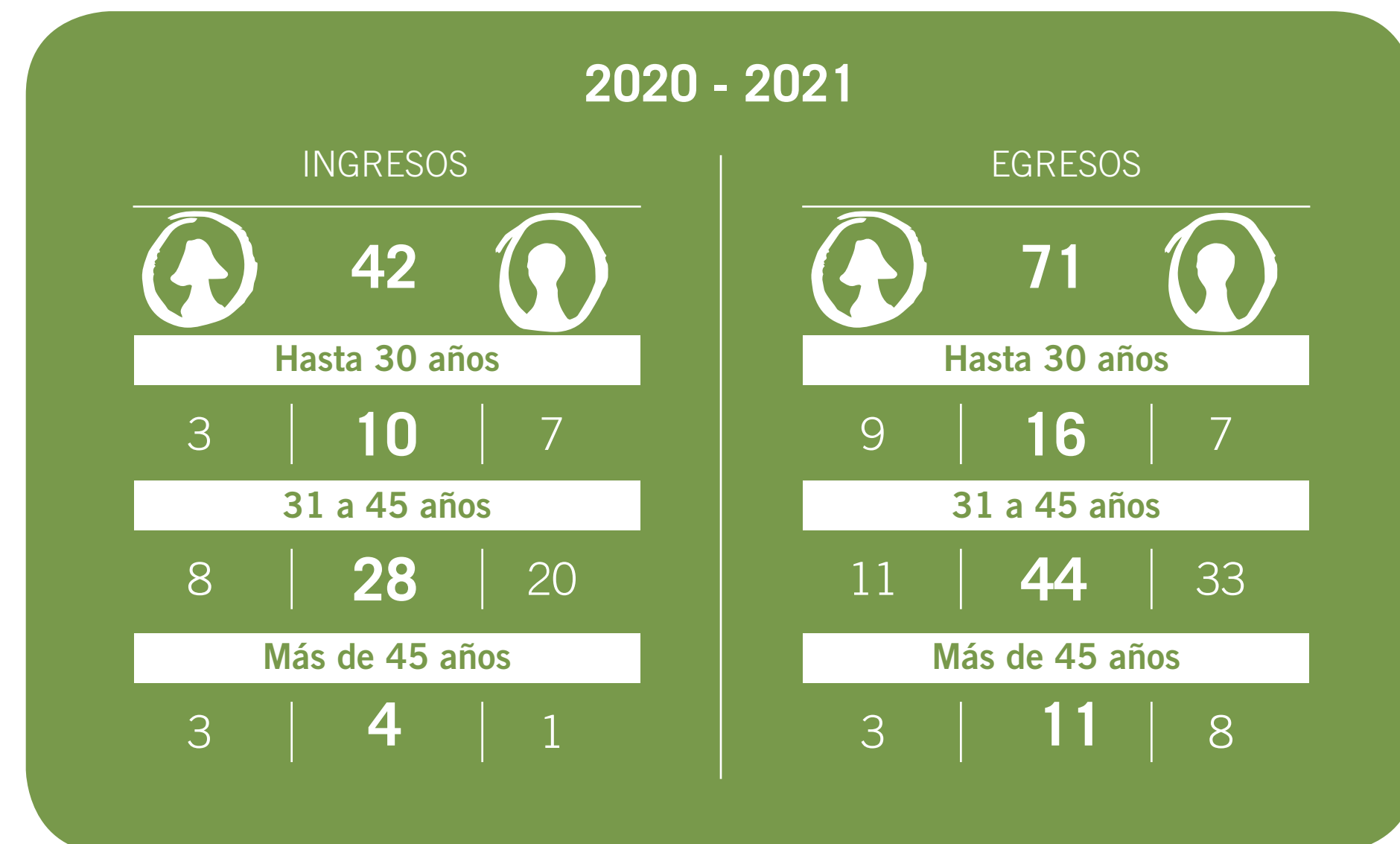


SAN JUAN

	2019 - 2020		2020 - 2021	
	↑	↓	↑	↓
Dotación Total	1,5% (6)	2,6% (10)	1,65% (6)	1,92% (7)
Ingresos	2	3	1	0
Egresos	0	3	1	3

Rotación de colaboradores por género y rango etario

	2018 - 2019		2019 - 2020		2020 - 2021	
	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS	EGRESOS
Totales	83	63	46	43	42	71
Hasta 30 años	13	8	11	17	10	16
31 a 45 años	64	45	33	23	28	44
Más de 45 años	5	10	2	3	4	11



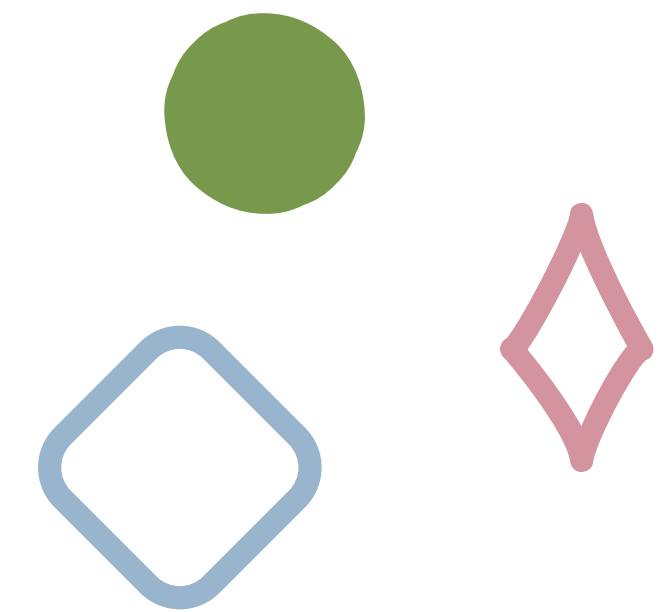
Otros indicadores

	2018 - 2019	2019 - 2020	2020 - 2021
Dotación bajo Convenio Colectivo de Trabajo	277	286	267
Colaboradores afiliados al Sindicato de Seguros	22	24	24
Colaboradores con discapacidad	1	1	1
Colaboradores de nacionalidad extranjera	13	11	8

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 y de salud, sino **“protección”**.

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



ENFOQUE EN EL TALENTO

^

AYUDAMOS Y HACEMOS EL BIEN

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

^

CONCILIACIÓN

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

^

COMPORTAMIENTO ÉTICO

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

^

RECLUTAMIENTO Y BIENVENIDA

Incorporamos **talentos diversos** para conformar los mejores equipos de trabajo.

^

RECONOCIMIENTOS

Reconocemos el esfuerzo, compromiso, resultados y el buen desempeño de nuestros colaboradores.

^

DESARROLLO Y CAPACITACIÓN

Promovemos **oportunidades de desarrollo** e impulsamos la flexibilidad en la búsqueda del propio crecimiento profesional.

NOVEDADES DEL PERIODO



En noviembre 2020 lanzamos **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 enero 2021, luego de todo un año previo de trabajo, se implementó **Workday: sistema de gestión global de RRHH**, permitiendo agilizar los procesos de la gestión de nuestro talento.



Asimismo, en este periodo lanzamos una nueva plataforma de recibos de sueldo digitales.



7.3 EL TALENTO, LA BASE DE NUESTRO NEGOCIO



Tema Material: **Empleo y Protección Social**



En este contexto de pandemia, acompañamos 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.

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

7.4 NUEVOS TALENTOS: RECLUTAR, PARTICIPAR Y ACOMPañAR



7.4.1. RECLUTAMIENTO Y BIENVENIDA

En todos los procesos de reclutamiento, se busca la coherencia entre las expectativas y perfiles profesionales y personales de cada candidato, con los valores corporativos de nuestra organización.

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.**

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.

En 2020, comenzamos a utilizar la **herramienta eRecruiting**, 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 **29 COLABORADORES, 23 PARA DESARROLLAR SU CARRERA COMO PROFESIONALES LIFE PLANNER® Y 6 NUEVOS COLABORADORES COMO GERENTES DE VENTA.**



INGRESÁ EN NUESTRO **@SOMOSPRUDENTIAL** Y CONOCÉ QUÉ ES SER PROFESIONAL LIFE PLANNER®

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

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 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.

EN EL PERIODO REPORTADO, DE LAS 30 BÚSQUEDAS DE PERSONAL EFECTIVO REALIZADAS PARA NUESTRAS ÁREAS DE SOPORTE Y LA UNIDAD DE NEGOCIOS VIDA COLECTIVO, 27 DE ELLAS SE REALIZARON DE MANERA INTERNA Y 3 POR CONSULTORA.

7.4.2. PROGRAMA DE INDUCCIÓN

Dada la modalidad de trabajo remoto, desarrollamos un encuentro en el primer día de trabajo junto con los nuevos colaboradores llamado **“Bienvenida Virtual”**. En esta actividad, quienes ingresan se adentran en la misión, visión y valores de Prudential Seguros, la estructura y organigrama, conceptos relativos a Control Interno, la estrategia y pilares de RSE & Sustentabilidad.



7.4.3. PROGRAMA DE INDUCCIÓN ESPECÍFICA

Ya en su puesto de trabajo, el colaborador recibe la **inducción específica al puesto**. 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 reentrenamientos periódicos en función de sus estadíos de carrera. Se forman y se capacitan para vender seguros de vida y salud 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



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

Creemos firmemente que para el talento no hay distinciones de género, origen, religión, etnia, orientación sexual o capacidad física.

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.

7.5.1 ACCIONES POR LA GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

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 seis 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.



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.



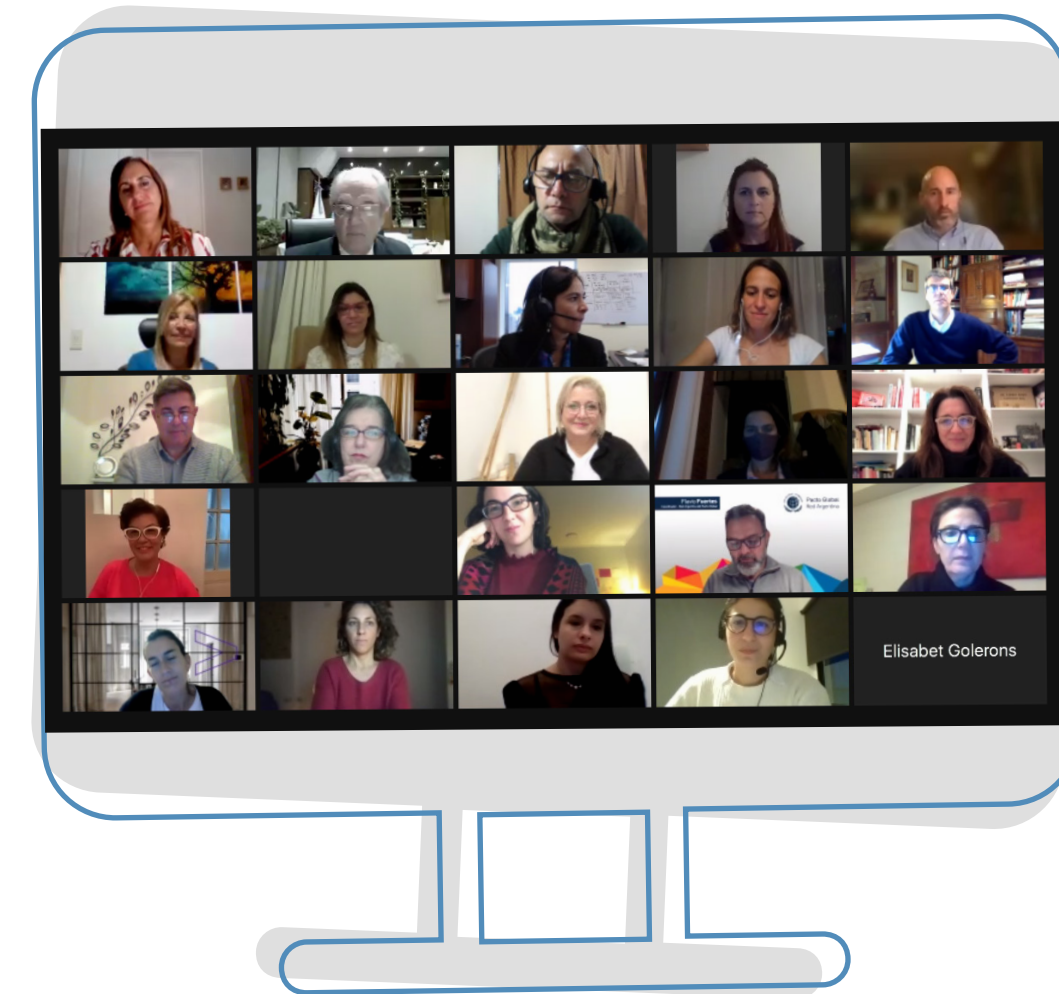
ACCIONES DESTACADAS DEL PERIODO



Desde 2017, jóvenes del Formación para el Empleo de la Facultad de Psicología y Psicopedagogía de la Universidad Católica Argentina realizan prácticas educativas en puestos reales de trabajo, y este programa se continuó en modalidad virtual.



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.



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, fuimos por segundo año consecutivo una de las empresas finalistas del **Premio WEPs Argentina 2021 “Empresas por Ellas”**.

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 comparten videos de nuestro CEO global, Charles Lowrey, donde brinda mensajes a todos los colaboradores de Prudential en el mundo.



Durante el 2020, nuestro Presidente & CEO envió todos los días viernes un e-mail a los líderes de la organización con un mensaje motivacional a los equipos para estar cerca de cada uno de los colaboradores en este contexto. A partir del 2021, lo envía con frecuencia mensual. Asimismo desde el 2020, los desayunos con el CEO son todos los meses con colaboradores y cada dos meses con líderes.

Lanzamos la **Campaña de Comunicación Interna “Nuevos Compañeros”** para compartir cómo será la nueva manera de trabajar. La campaña contempló 3 etapas: Las dos primeras fueron implementadas en el periodo reportado donde los invitamos a nuestros colaboradores a compartirnos a sus nuevos compañeros trabajando desde sus casas y les enviamos un nuevo kit de teletrabajo.

La tercer etapa es la comunicación de los nuevos hábitos para prepararnos para una nueva manera de trabajar que fueron compartidos fuera del alcance de este reporte preparándonos para la vuelta a la presencialidad y las nuevas oficinas.

Lanzamos un nuevo Instagram de talento @somosprudential para compartir la experiencia de trabajar con nosotros que comunica los pilares de nuestra estrategia de marca empleadora

SEGUINOS EN @SOMOSPRUDENTIAL



7.6.1 LÍNEA DE DENUNCIAS ETICAS

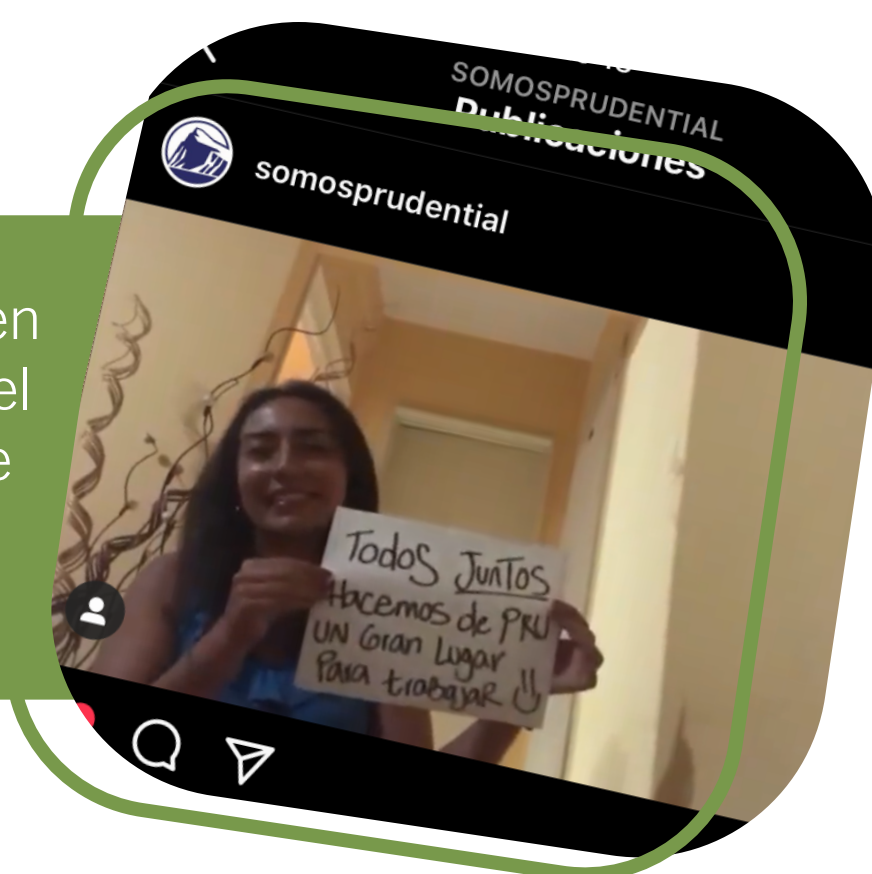
Contamos con una **Línea de Denuncias Éticas** a nivel nacional y a nivel Corporativo. La Oficina de Ética Empresaria de la compañía cuenta con líneas de ayuda globales y un recurso universal en línea para que los empleados de todo el mundo puedan obtener asesoramiento sobre asuntos éticos o para que 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 utilizamos una 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 Septiembre 2020 que alcanzó un 90% de participación y un 74% de coeficiente de compromiso.



ENCUESTA GREAT PLACE TO WORK® ARGENTINA

En 2020 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.

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.

Los resultados fueron compartidos en 2021, y obtuvimos el **puesto número 17 en el segmento de empresas de entre 251 y 1000 empleados** y participamos de otros rankings que se encuentran descriptos en el punto 4.7 Reconocimientos y Distinciones de este Reporte.

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.

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



7.6.4. INTRANET

Contamos con una intranet con 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.



7.6.5. ENTREVISTAS DE SEGUIMIENTO

Realizamos el seguimiento de los nuevos ingresos de la compañía al momento de cumplir sus 6 meses de trabajo. 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

Realizamos 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

EN EL PERIODO REPORTADO, TODOS LOS COLABORADORES TRABAJARON 100 % EN MODALIDAD TELETRABAJO. TODAS LAS OFICINAS EN ARGENTINA HAN PERMANECIDO CERRADAS DURANTE LA PANDEMIA CON EL OBJETIVO PRINCIPAL DE CUIDAR LA SALUD DE NUESTROS COLABORADORES.

Se proveyó a todos de una silla ergonómica, computadora y auriculares, para que puedan desarrollar las tareas con comodidad. Y además se entregó un nuevo kit de teletrabajo que incluyó: mouse, teclado numérico, mousepad y elevador de laptop.



En este tiempo estuvimos llevando adelante las **obras de remodelación de todas las oficinas de la compañía**: las nuevas oficinas se proponen tener: un uso más eficiente del espacio, renovar el equipamiento y prepararnos para una nueva forma de trabajo híbrida. Se crean espacios con usos múltiples, un salón de espacio abierto, área de café, área de impresión y salas de reuniones y entrenamiento.

Se mantiene el foco en cumplir con objetivos orientados a la sustentabilidad y a criterios de diversidad: 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, kit de emergencia con desfibrilador.

Además en las oficinas centrales contamos con un lactario que ya teníamos instalado desde el año 2019.



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.

Contamos con dos políticas de entrenamiento, formación y capacitación:

1. Formación y capacitación para las áreas de soporte y la unidad de negocio de Distribution Partners 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 DISTRIBUTION PARTNERS

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

	2020 - 2021		2019 - 2020	
Inversión total en capacitación y desarrollo	\$ 5.030.045,20		\$ 2.157.752,60	
Según jerarquía	Horas totales	Promedio	Horas totales	Promedio
Analista / Administrativo/ Ejecutivo comercial	1.798	13	1.436	13
Coordinador / supervisor / Gte. Vida colectivo	1.048	22	792	25
Gerente	437	31	422	28
Director	107	27	55	14
Total	3.390		2.705	
Según género	Horas totales	Promedio	Horas totales	Promedio
Hombres	2.237	18	1.754	16
Mujeres	1.153	16	951	16
Total	3.390		2.705	

NUESTROS COLABORADORES CONTINUARON FORMÁNDOSE Y ADQUIRIENDO HABILIDADES DE MANERA VIRTUAL Y REMOTA.

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN CORPORATIVA INTERNACIONAL:

Continuamos con los programas corporativos organizados por nuestra casa matriz. En este contexto de pandemia se llevaron a cabo bajo una modalidad virtual. **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 virtuales 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 conferencias virtuales** donde se comparten las mejores prácticas sobre temas específicos y participan todos los colegas de diferentes operaciones, también se capacita sobre aspectos de Gerenciamiento y Liderazgo.



CAPACITACIÓN A DEMANDA:

Brindamos formación externa a nuestros colaboradores respondiendo a los requerimientos técnicos y/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, data analytics y herramientas para gestionar habilidades soft.

Durante el periodo reportado 4 managers participaron del **programa de Digital Insurance Latam**, invirtiendo 18 horas de sesiones en vivo y se abordaron temáticas como data analytics, tecnología en seguros, marketing, experiencia de clientes e innovación. Siguiendo con las últimas tendencias de temáticas a nivel mercado, 2 directores y 2 managers participaron de un **programa acerca de Blockchain.**

PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN CON FOCO EN COLABORADORES:

En este periodo se decidió llevar adelante **distintos espacios de capacitación interna sobre nuevos procesos y herramientas tecnológicas** tales como Teams, Workday, nuevo proceso de Gestión del Desempeño, Report to Manager de Seguridad Informática, charla sobre los indicadores de cada unidad de negocio.

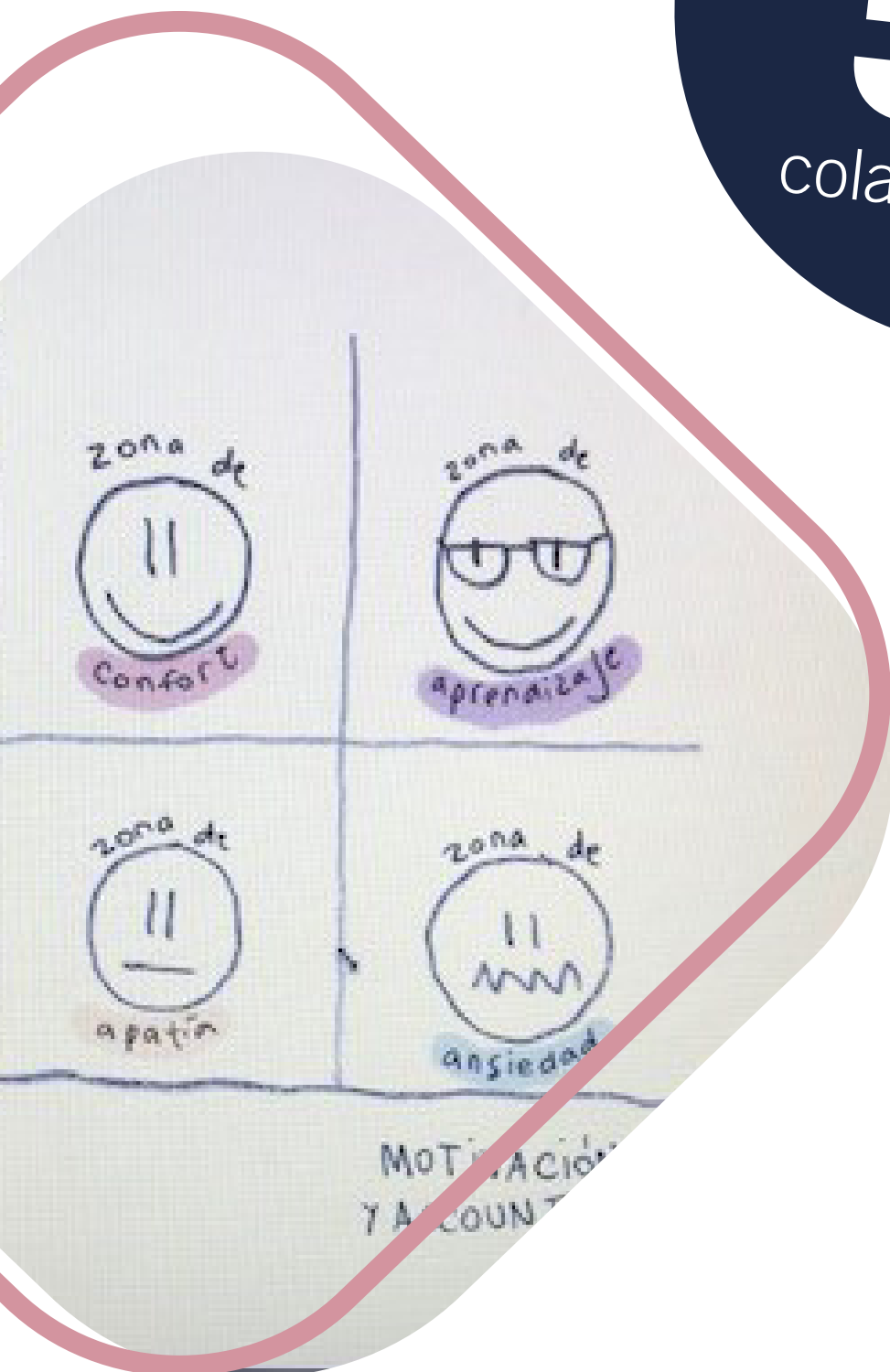


Contamos con 3 sesiones de entrenamiento y creatividad a cargo de Melina Jajamovich:

AGILE KIT
56
colaboradores

SMART WORKING
58
colaboradores

LEARNING ORGANIZATIONS
20
colaboradores



Adicionalmente se llevó adelante un **Programa de Liderazgo diseñado por la Universidad Torcuato Di Tella y que constó de 3 módulos:**

◇ **Feedback y Empatía**

Se abordaron temas como autoconciencia, feedback continuo, conversaciones difíciles de feedback y herramientas para generar conversaciones.

Fue dictado por Nora Szarazgat y participaron 39 colaboradores.

◇ **Gestión del Engagement y delegación en forma remota**

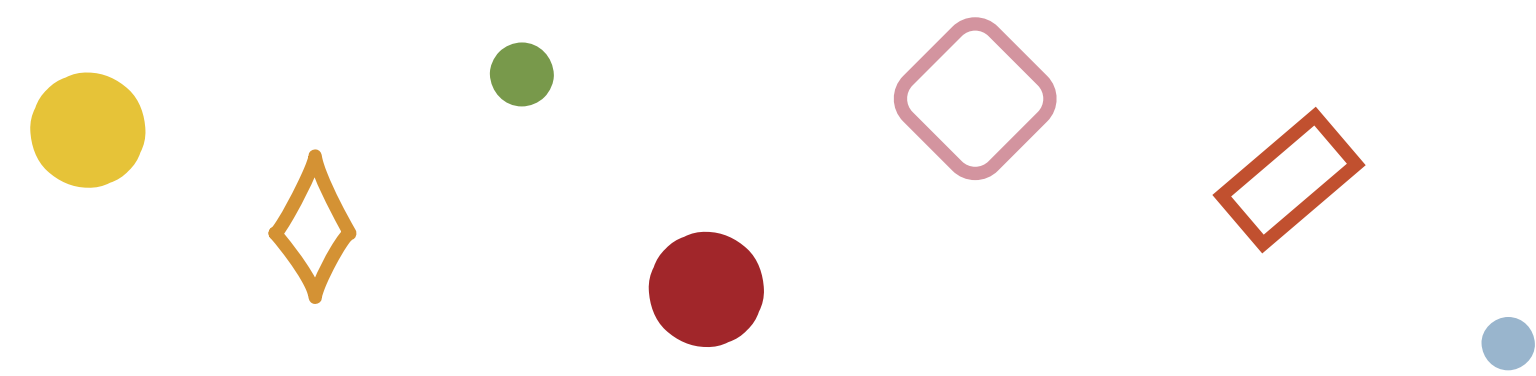
Los temas tratados fueron: Motivación 3.0 de Daniel Pink, los 12 factores motivacionales, el foco en el compromiso emocional, delegar para comprometer y nuevas formas de seguimiento.

Fue dictado por Nora Szarazgat y participaron 40 colaboradores.

◇ **Productividad Personal**

Gestión del tiempo y las decisiones, ¿foco en el resultado o en la gestión del negocio?, claves para gestionar el teletrabajo, fueron algunos de los tópicos que se trabajaron en este módulo.

Fue dictado por Diego Laham y participaron 40 colaboradores.

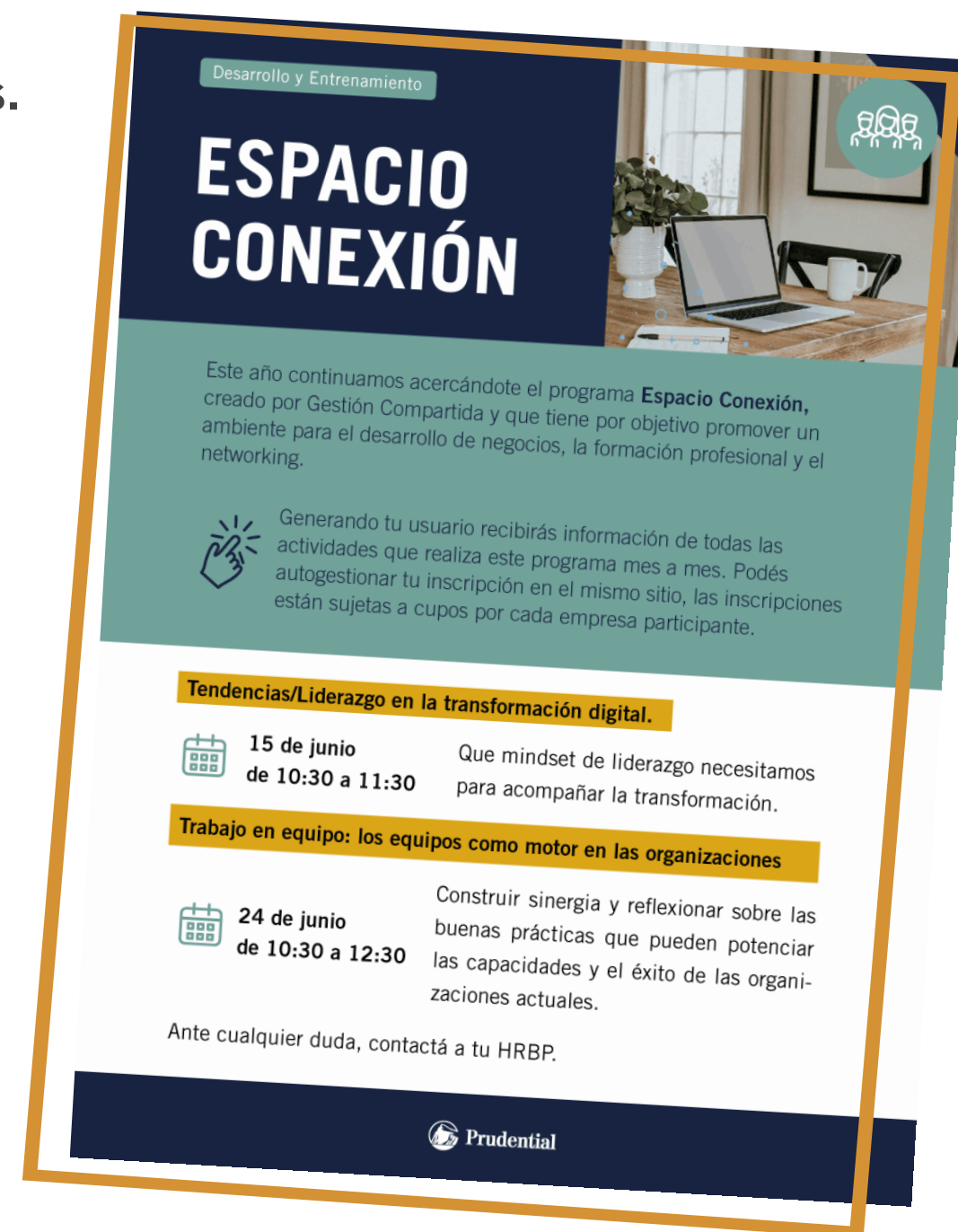


ESPACIO CONEXIÓN

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.

Se llevaron a cabo espacios de formación virtuales y las temáticas abordadas fueron: Liderazgo en la transformación digital, trabajo en equipo, feedback como una herramienta poderosa para la acción.

Cada uno de los talleres tuvieron una hora de duración y participaron 23 colaboradores.



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 formato virtual, durante el horario laboral y son cursos de 2 horas semanales.

Durante el periodo reportado 67 colaboradores han participado de las clases de inglés.

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, 4 colaboradores de Prudential han completado el primer tramo del Programa de Especialización en Seguros de Personas (PESP).

CAPACITACIÓN TÉCNICA POR ÁREAS Y PRODUCTOS

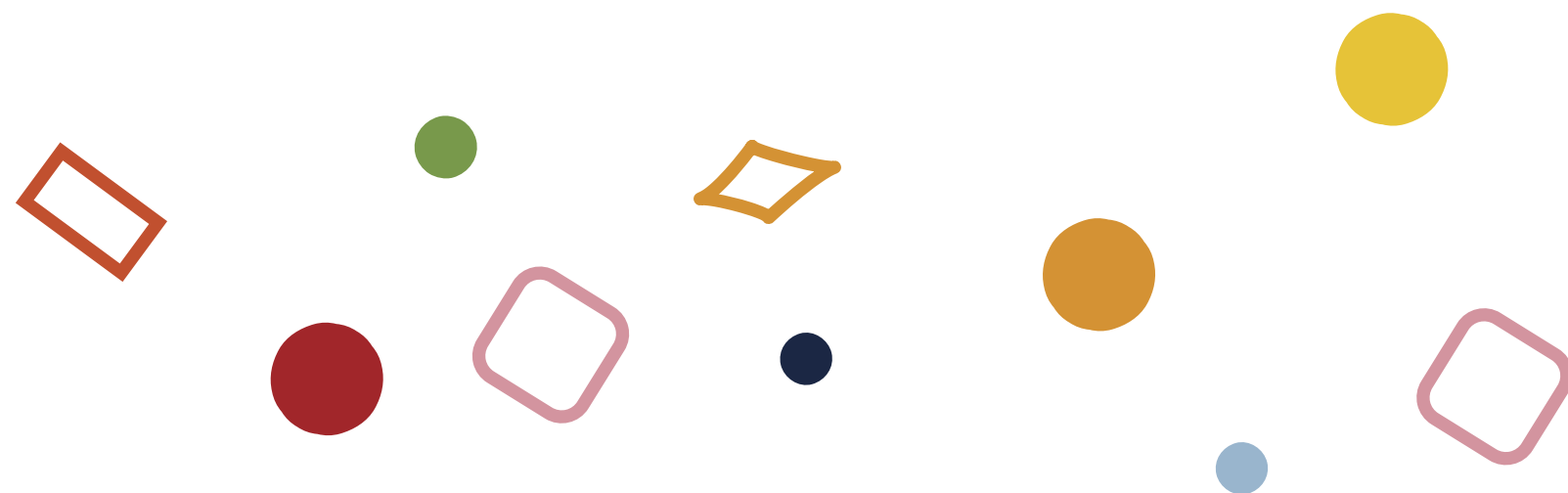
En las áreas técnicas, tienen acciones de capacitación específicas, dado que la adquisición del conocimiento específico del negocio es lo que permite gestionar casos, evaluar riesgos realizar proyecciones y lograr un desarrollo de carrera interno; así como conocer con mayor detalle los productos que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

DESTACADOS DEL PERIODO

- ◆ Ejecutamos todos nuestros programas de entrenamiento del período reportado en **modalidad 100% virtual**.
- ◆ Además, desarrollamos 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 asesores 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.



	2020 - 2021		2019 - 2020	
Inversión total en capacitación y desarrollo	\$3.507.274		\$ 3.322.349	
Según jerarquía	Horas totales	Promedio	Horas totales	Promedio
Gerentes de Agencia	136	17	392	149
Gerentes de Venta	2.736	91	2.234	89
Profesionales Life Planners®	9.826	54	10.060	57
Total	12.698		12.686	
Según género	Horas totales	Promedio	Horas totales	Promedio
Hombres	3.294	58	3.369	66
Mujeres	9.404	58	9.317	59
Total	12.698		12.686	

DESARROLLAMOS LOS SIGUIENTES PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO:

FIRST TRAINING PROGRAM (FTP):

Formación a cargo del Gerente de Agencia destinada al nuevo Profesional Life Planner®, 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; 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.

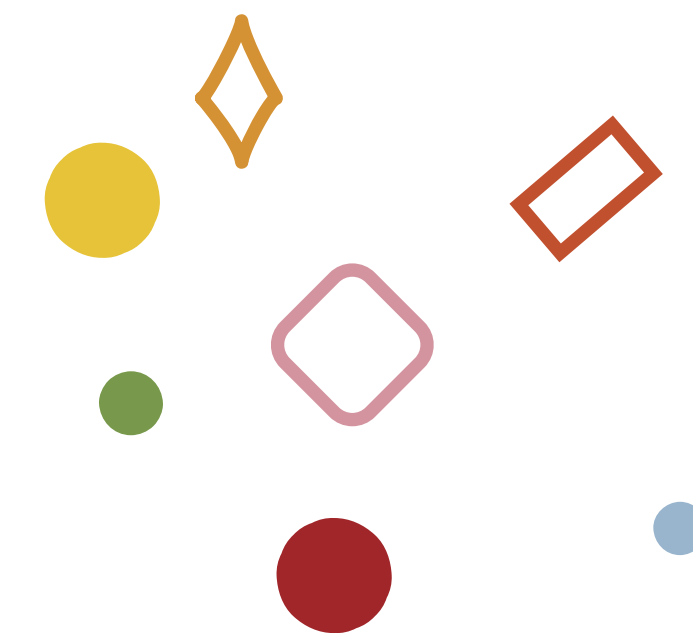
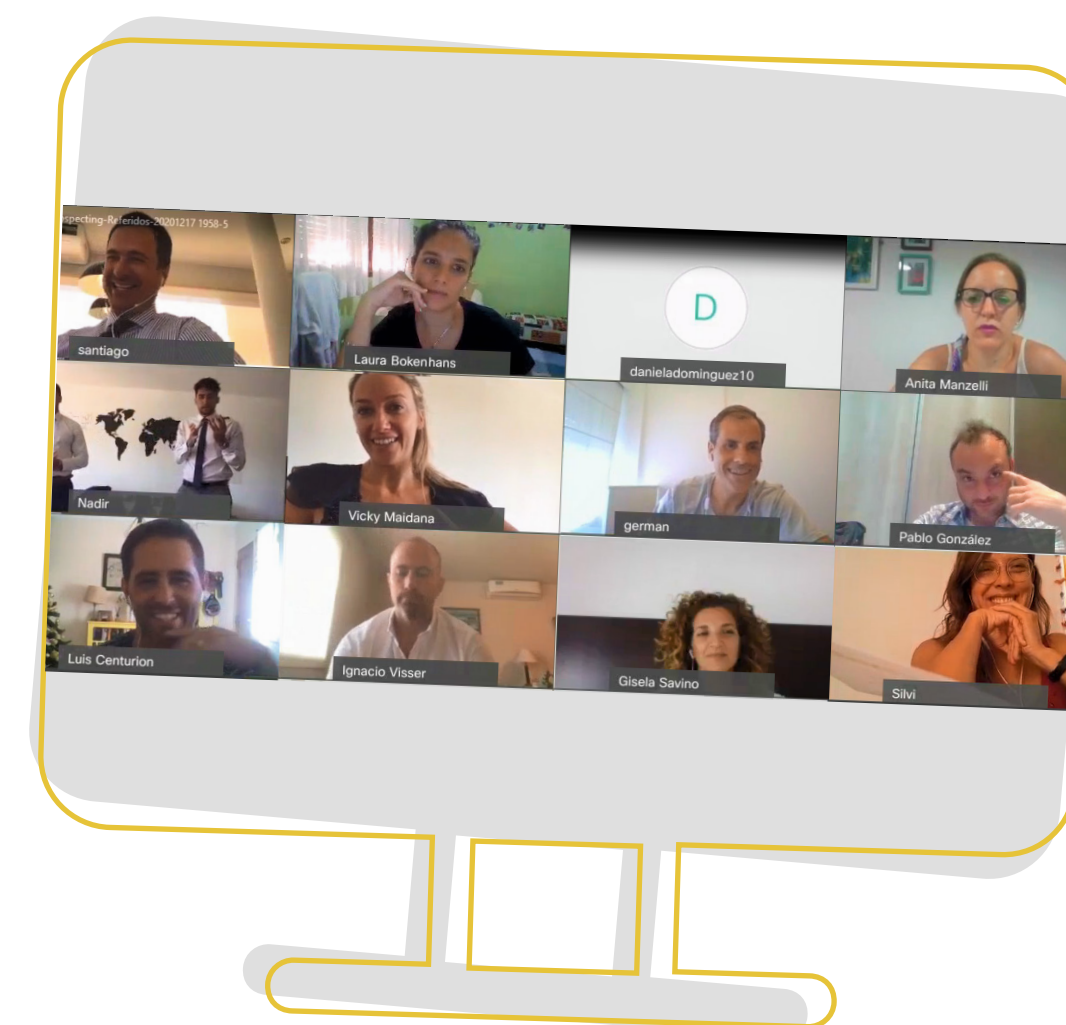
A través de este programa, reciben un entrenamiento intensivo de calidad durante todo ese tiempo, ajustado a las medidas de las necesidades individuales.

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:

Clínicas de coaching: se trata de una clínica de casos, una práctica entre los nuevos Agency 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.

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 está a cargo de Agustina Palazzolo, de AZZHR Training & Consulting.

CLÍNICAS DE COACHING:

Se trata de una clínica de casos, una práctica entre los Sales Managers de carrera 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.



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

ENTRENAMIENTO SOBRE LA ENFERMEDAD CÁNCER:

Por cuarto año consecutivo, dimos un entrenamiento sobre la enfermedad para nuestra fuerza de ventas. En el mes de octubre, 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

ENTRENAMIENTO SOBRE DUELO:

Facilitamos un entrenamiento en formato virtual abarcando dos pilares vinculados a esta temática: los aspectos técnicos que debe conocer un profesional Life Planner® a la hora de llevar adelante la gestión de un beneficio y, por otro lado, junto con la **Fundación Aiken** dialogamos sobre el duelo, sus etapas y las formas de comunicarse con una persona en duelo.



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 33° WORKSHOP CLUB 3W, FUE REALIZADO CON FORMATO VIRTUAL EL DÍA 25 DE NOVIEMBRE DE 2020. PARTICIPARON DEL ENCUENTRO **30 CALIFICADOS** ENTRE LOS CUALES HUBO 1 NUEVO MIEMBRO AL CLUB 3W. LA JORNADA CONTÓ CON UN ORADOR EXTERNO, REGALO Y CATERING A DOMICILIO. ESTA EDICIÓN UNIFICÓ LOS LOGROS DE LOS ASESORES LIFE PLANNER® QUE SOBRESALIERON EN PROTEGER A TRES O MÁS FAMILIAS DURANTE TODO EL AÑO 2020.



EL 34° WORKSHOP CLUB 3W SE REALIZÓ EL 30 DE JUNIO DE 2021. PARTICIPARON DEL ENCUENTRO VIRTUAL **14 CALIFICADOS** ENTRE LOS CUALES HUBO 3 NUEVOS MIEMBROS AL CLUB 3W. LA JORNADA CONTÓ CON UN ORADOR EXTERNO, REGALO 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 queda sujeta a cumplir con requisitos de persistencia de pólizas y negocios.

El último workshop se desarrolló en formato virtual el día 5 de Noviembre de 2020 con la participación de 10 asesores Life Planner®.

El encuentro tuvo un orador externo y los calificados recibieron obsequios y catering en sus domicilios.

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 segunda edición del Workshop se realizó en formato virtual el 30 de Septiembre de 2020. Calificaron al mismo 6 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.

Se llevó a cabo en formato virtual del 3 al 7 de Agosto de 2020.



7.9 GESTIÓN DEL DESEMPEÑO Y DESARROLLO DE CARRERA



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 Professional 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

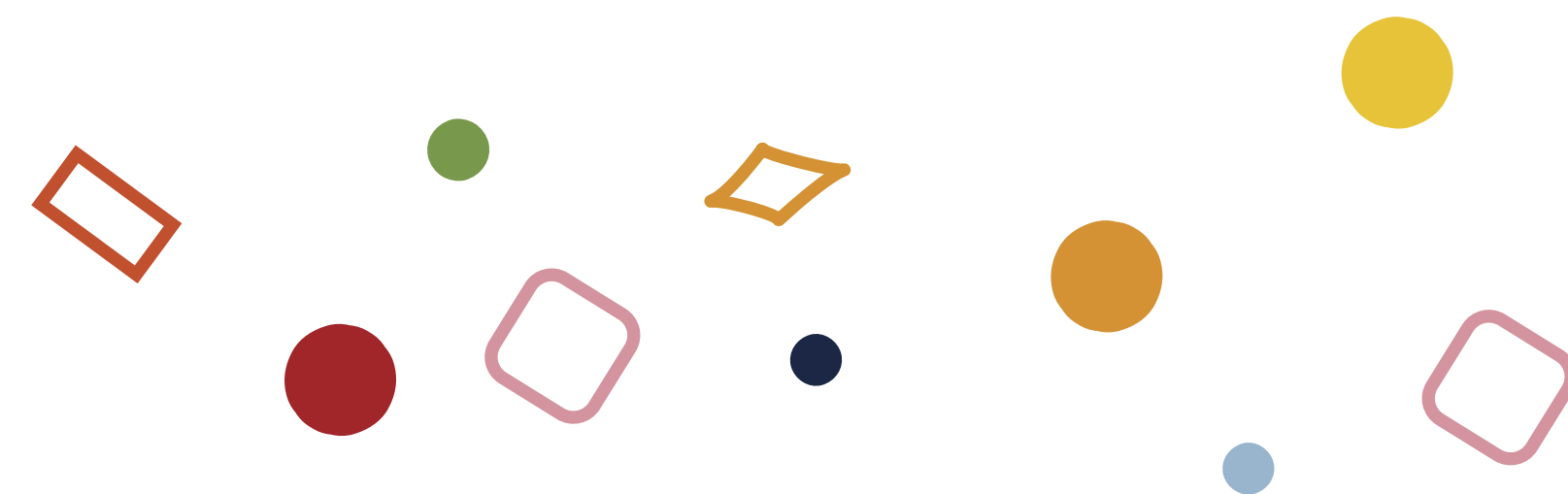
7.9.1.1. SISTEMA DE GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

Este año implementamos un **Nuevo Modelo de Gestión de Desempeño**, en dónde afirmamos que para Prudential todos somos líderes. Este concepto asegura que todos los colaboradores pueden causar un impacto en el liderazgo, ya que el concepto se puede ver desde distintos puntos de vista:

Líderes de Uno mismo: Aporta ideas y mejoras innovadoras; impulsa el propio desarrollo y la movilidad.

Líderes de Otros: Implementa soluciones innovadoras; brinda feedback constructivo para potenciar el liderazgo en todos los niveles.

Líderes de Empresa: Introduce nuevas soluciones para clientes; desarrolla talento para cubrir roles críticos.



ATRIBUTOS DE LIDERAZGO

PERSONAS

Formador de Equipos:

Capacidad para construir vínculos de confianza con colegas, reportes directos, socios, accionistas y directores. Sobresale en la creación de equipos colaborativos y de alto rendimiento, considera que desarrollar talentos y sucesores es primordial.

Líder Inspiracional:

Capacidad de establecer una visión e inspirar a otros a seguirla con un alto nivel de compromiso. Puede influir a través de la excelencia técnica y los vínculos personales.



LIDERAZGO EN Prudential



OPINIÓN

Innovador:

Promueve un ambiente innovador y creativo a través de la generación de ideas y el cuestionamiento del “status quo”, que permitan mejores formas de lograr resultados.

Toma Riesgo de manera inteligente:

Adopta un punto de vista equilibrado sobre el riesgo que implica saber cuándo capitalizarlo para lograr una ventaja competitiva y cuándo evitar el riesgo innecesario para proteger el valor.



RESULTADOS

Resultados a través de la Agilidad:

Demuestra un alto grado de agilidad de aprendizaje, equilibrio entre lo estratégico y lo táctico, y capacidad para evaluar con rapidez y precisión los cambios en el mercado y poder adaptarse.

Tenacidad e Impulso:

No se desanima ante la adversidad. Encuentra maneras de resolver los obstáculos más difíciles. Logra entregar resultados de impacto a corto, mediano y largo plazo.



CLIENTES

Focalizado en el Cliente:

Conoce profundamente el mercado, las tendencias de los clientes y el negocio. Utiliza ese conocimiento para impulsar cambios en la estrategia, las operaciones y los resultados que benefician tanto a la empresa como a nuestros clientes.

Atento al entorno:

Tiene una fuerte comprensión del entorno geopolítico y regulatorio en el que operamos. Es consciente de las estrategias de nuestros competidores y busca carencias en sus servicios para proporcionar mejores resultados a nuestros clientes.

A principio de año, **cada colaborador establece entre 1 y 4 metas aspiracionales**, consensuadas y validadas con su supervisor inmediato.

Trimestralmente, se llevan a cabo **conversaciones 2+2 entre líder y colaborador** para hacer seguimiento de las metas. Estas conversaciones son breves, con el objetivo de compartir 2 fortalezas y 2 áreas de oportunidad (conductas que convendrían incorporar / modificar) para mejorar el impacto.

Durante todo el año, nuestro nuevo modelo permite brindar y solicitar **feedback** a otros de manera espontánea y también los managers pueden pedir feedback de sus reportes directos.

A fin de año, cada colaborador realiza su **auto-evaluación** y el líder revisa toda la información acumulada durante el año para poder brindar las calificaciones finales.

Evaluaciones	2020 - 2021		2019 - 2020	
Categoría Laboral				
Ejecutivos	100%	100%	100%	100%
Gerentes	100%	100%	100%	100%
Coord. / Supervisor / Gte. Comercial Distribution Partners	100%	100%	93%	100%
Adm / Analista / Ejecutivo Comercial Distribution Partners	98%	90%	93%	94%

Para el cálculo se consideran aquellos colaboradores que hayan sido evaluados al 31/12/2020 período 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.

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. PROCESO DE RECATEGORIZACIÓN

Todos los años, en abril y septiembre, se presentan dos instancias en las que se evalúa a aquellas personas que continúan su crecimiento en la compañía accediendo a un nuevo rol jerárquico.

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.



El crecimiento en Prudential es progresivo y se basa en el desempeño demostrado, el foco en los atributos de liderazgo y el compromiso del colaborador.

DURANTE EL PERÍODO SE HAN PROMOCIONADO 16 COLABORADORES A POSICIONES DE ANALISTAS, MANDOS MEDIOS Y MANAGERS.

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.

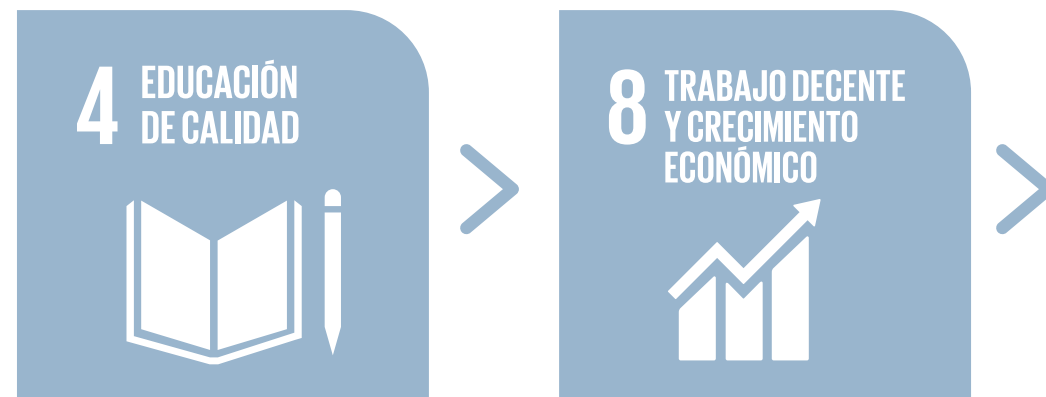
EN EL PERÍODO REPORTADO, 10 LIFE PLANNERS® SE CONVIRTIERON EN SALES MANAGERS. POR OTRO LADO, 4 SALES MANAGERS COMENZARON A DESEMPEÑARSE COMO AGENCY MANAGERS.

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 4 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.

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.**



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 4 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 y se invita a participar a sus familiares directos.

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 y se celebró de modo virtual en 2020 y para la de 2021 se están analizando distintas alternativas para reconocer los logros de los calificados que corresponden al próximo periodo del reporte.



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, la Convención fue cancelada debido a las restricciones asociadas a la pandemia de COVID-19.

Calificaron 11 profesionales Life Planner®, 1 Sales Manager, 2 Agency Manager y 3 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. En el periodo reportado se realizaron en formato virtual.



7.10.1.5. KIYO SAKAGUCHI GOLDEN HEART AWARD

Es un premio que se creó en marzo de 2002 en la memoria de Kiyoo Sakaguchi, el creador del modelo Life Planner®. El premio reconoce 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 2020, nuestro Consulting Life Planner® Ricardo D'Alfonso de agencia Mendoza, fue distinguido con el premio otorgando la suma de USD 10.000 a la institución Sur B.AY.A.N.S (Banco del audífono y Ayuda al Niño sordo) para la compra de audífonos que son destinados a niños, hasta los 18 años de edad, de familias carentes de recursos con discapacidad auditiva.

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

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 26 colaboradores pertenecientes a 10 gerencias.

- **Personalidad del Año:** Reconoce y premia al colaborador 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” es premiado con la asistencia como invitado a la President Trophy Convention con un acompañante todo pago por la compañía. El evento al periodo que informamos sigue suspendido dado el contexto actual de pandemia.



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

Dada la situación de pandemia, el premio debió modificarse para adaptarlo al contexto.

En el período mencionado se entregaron 2 reconocimientos: Implementación del Proyecto Payment Card Industry Data Security Standard y por el Proyecto Workday, en donde 38 personas fueron reconocidas y celebraron en un encuentro virtual.



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.

En el periodo reportado no se otorgó este reconocimiento, dado que hasta el momento de informar en este reporte, PTC sigue suspendido por las condiciones sanitarias.

7.10.2.3. ELECCIÓN DEL STAFF DE LA PRESIDENT TROPHY CONVENTION

Todos los años, se realiza la selección de 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.

En el periodo reportado no se otorgó este reconocimiento, dado que hasta el momento PTC sigue suspendido por las condiciones sanitarias.

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, se determina el **Factor Compañía** en función de los resultados económicos y financieros del año, que impacta en el bono definido de cada colaborador.

Debido a los cambios en el sistema de gestión de desempeño realizamos en 2021 **talleres para explicar el cálculo del bono 2021**.

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.



DURANTE EL PERIODO REPORTADO Y EN CONTEXTO DE PANDEMIA, LLEVAMOS ADELANTE LAS SIGUIENTES ACCIONES:

- ◆ Sin despidos y compensaciones retenidas al 100%. (sin reducción salarial).
- ◆ Aguinaldos correspondientes al mes de diciembre 2020 y junio 2021 pagados con anticipación.
- ◆ Se realizaron los incrementos salariales correspondientes los meses de septiembre 2020 y abril 2021 según lo programado en el presupuesto para Home Office e incrementos sobre el sueldo básico del Field y no se aplicaron reducciones salariales para nuestra fuerza de ventas.
- ◆ La compañía realizó la compra de notebooks para aquellos colaboradores de áreas de soporte que no poseían y para toda la Fuerza de Ventas.
- ◆ Mejoras en la cobertura de salud (medicina prepaga, incremento en los montos de reintegros) y de la cobertura de seguro de vida. (suba de topes de cobertura siguiendo los incrementos salariales).
- ◆ En Julio de 2020 lanzamos la extensión en la cobertura de seguro de sepelio (para familiares) con un costo muy reducido para el colaborador.
- ◆ Abono del servicio de internet por recibo de sueldo para todos los colaboradores a partir del mes de abril 2020. Mantuvimos la iniciativa e incrementamos el monto en el mes de 09-2020 (\$1200 a \$1500) y en 04-2021 (de \$1500 a \$2000 – un 33%+).
- ◆ 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

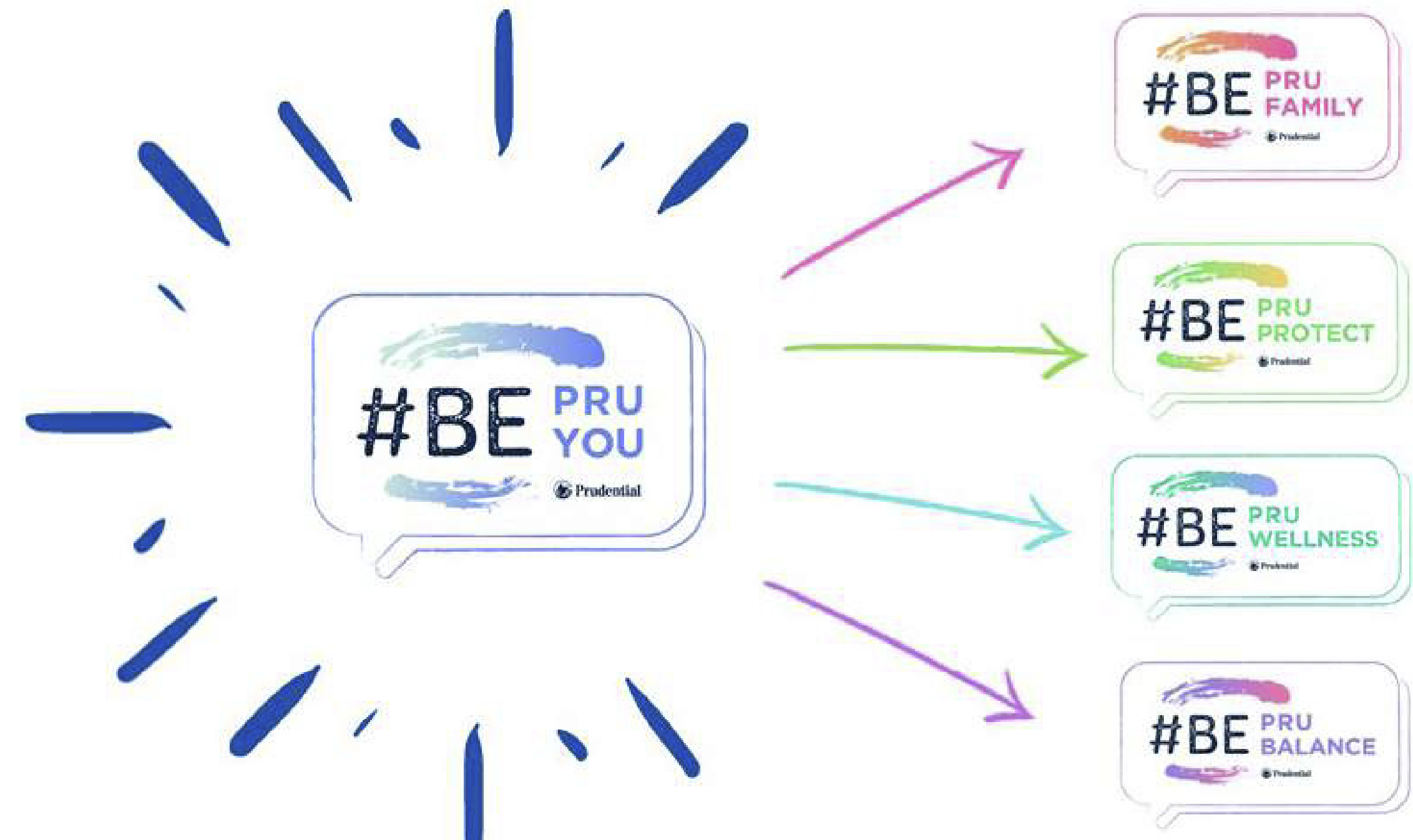


Para nuestra compañía, contar con **políticas de trabajo flexibles** es una prioridad, para que nuestros colaboradores puedan alcanzar un **balance entre la vida laboral y personal, disfrutando de la vida y compartiendo junto a los que más quieren.**

7.12.1. NUESTRO PROGRAMA DE BENEFICIOS

Durante el periodo reportado, la Gerencia de Recursos Humanos continuó actualizando y reconvirtiendo la propuesta de beneficios ya que a causa de la pandemia muchos beneficios de uso presencial debieron inactivarse.

LOS 4 PILARES DE NUESTRO PROGRAMA DE BENEFICIOS SON:



EN PRU, SÉ VOS, CON TU IMPRONTA, CO-CONSTRUYENDO CON LOS DEMÁS Y DANDO LO MEJOR DE VOS.

TE INVITAMOS A VISITAR NUESTRO INSTAGRAM [@SOMOSPRUDENTIAL](https://www.instagram.com/somosprudential) DONDE PODÉS ENCONTRAR TODOS LOS BENEFICIOS Y LA EXPERIENCIA DE NUESTROS COLABORADORES.

Durante el periodo de aislamiento seguimos incorporando y readaptando 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 que seguimos implementando y mejorando en este contexto para estar cerca de nuestros colaboradores.

**PARA QUE PUEDAS DISFRUTAR DE LO QUE TE GUSTA:
BE PRU BALANCE**

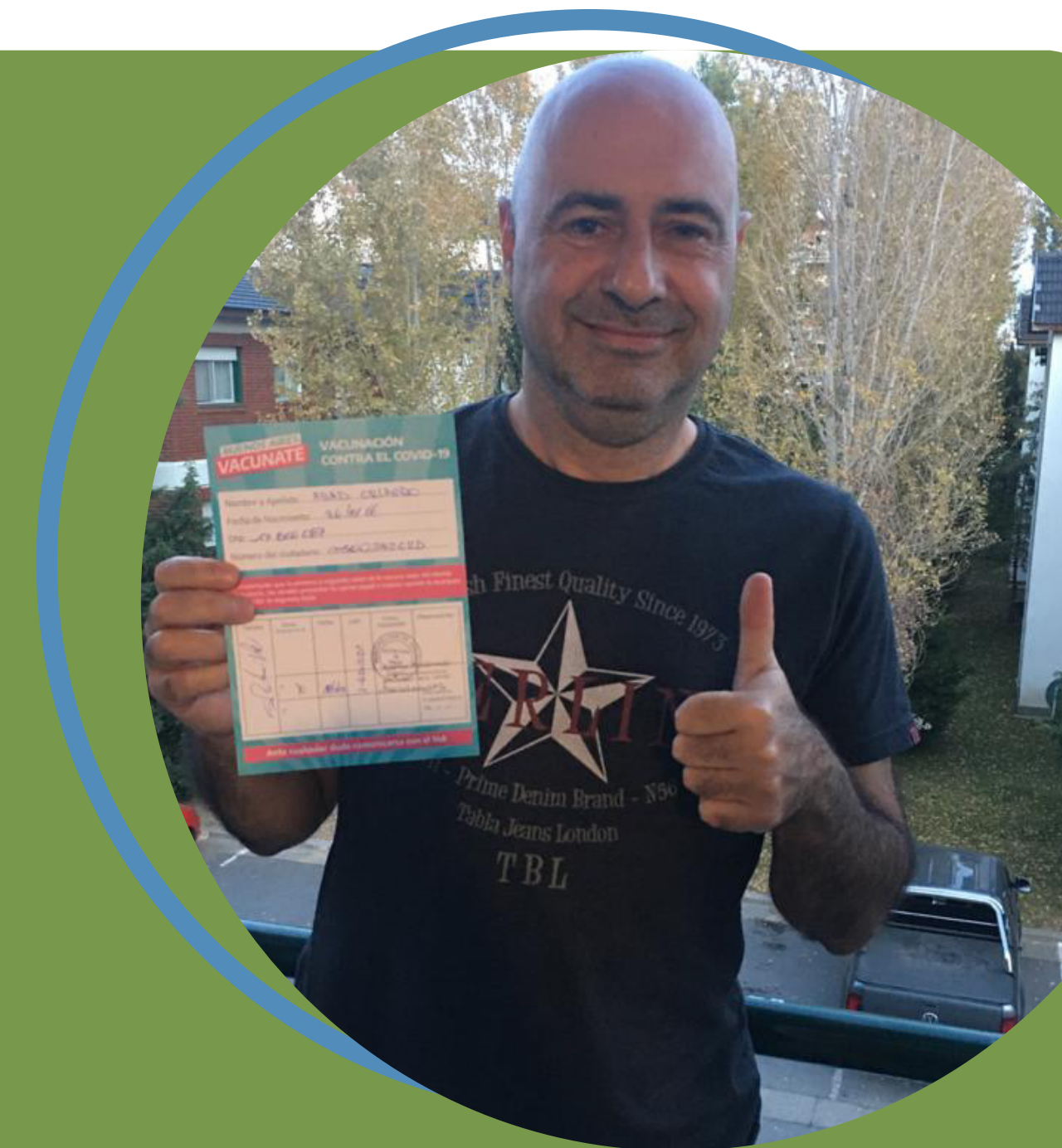


- **Trabajo Remoto:** Brindamos la posibilidad de flexibilizar la semana laboral, permitiendo trabajar en forma remota desde el hogar hasta 2 (dos) días por semana. Durante el periodo reportado, todos los colaboradores trabajaron 100% de manera remota.
- **Horario Flexible:** Nuestros colaboradores pueden 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. En 2020 otorgamos como días no laborables 23 y 24 , 30 y 31.
- **Días por estudio:** aquellos colaboradores que estudian tienen hasta 15 días por año calendario.
- **Sumamos en febrero 2021 el beneficio “Personal Days“ otorgando a todos los colaboradores la posibilidad de tomar 2 días libres por año calendario para realización de trámites, eventos personales.**

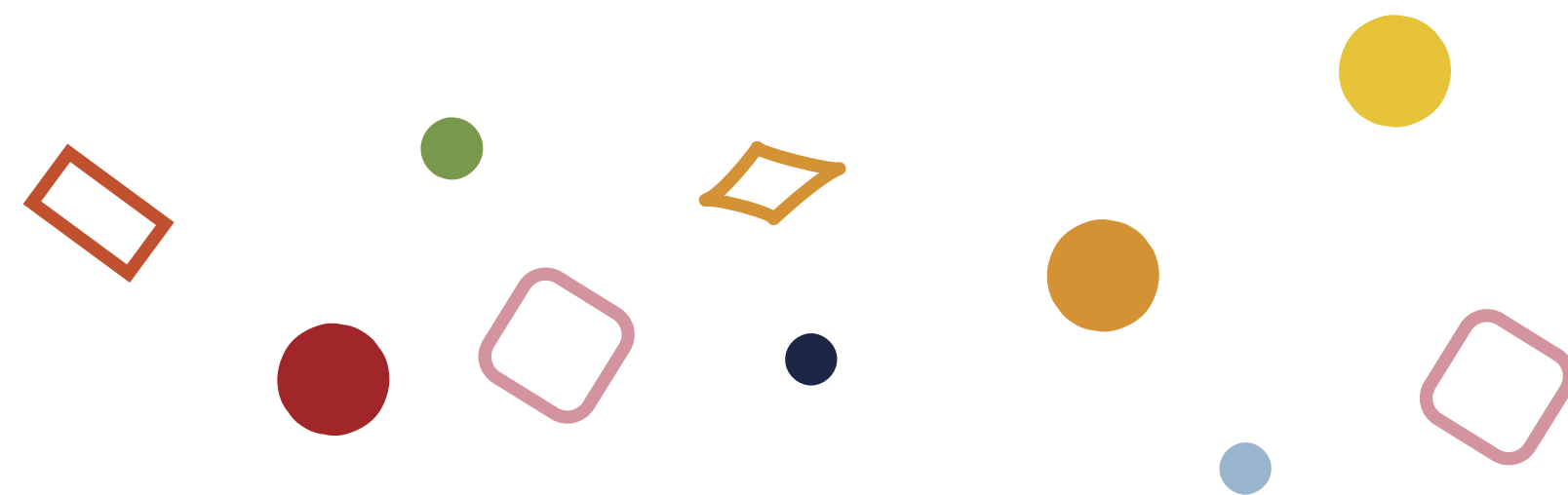
En el periodo reportado, todos nuestros colaboradores trabajaron desde sus casas y los beneficios de flexibilidad siguieron vigentes. Con el objetivo que puedan descansar y disfrutar de sus vacaciones, hemos comunicado que el **plan de vacaciones 2020 se extiende al 31/03/2022.**

Asimismo, Prudential a nivel mundial lanzó la **Licencia Self Care** para que durante el 2021 los colaboradores puedan tomar 1 día libre o 2 medios días para la aplicación de la vacuna del COVID-19 o cualquier otro trámite relacionado al COVID-19 del colaborador o familiares.



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, meditación y automasajes vía streaming con la ONG En Buenas Manos** desde mayo 2020 a marzo 2021. Desde el mes de abril 2021 lanzamos una **plataforma con talleres online, clases de mindfulness, pausas activas** para que los colaboradores puedan acceder y realizar los talleres o clases cuando así lo deseen y sin horarios prefijados.
- **Programa de Asistencia al Empleado:** con cobertura de 3 módulos, nutrición, psicología y Maternidad/Lactancia para colaboradores y sus familias.
- **Vitality App:** otorgamos la suscripción bonificada para todos nuestros colaboradores.
- **Nutricionista Online:** Quincenalmente enviamos un calendario de turnos para que los colaboradores puedan realizar una consulta virtual con profesionales en nutrición.



MES DE LA SALUD

En el mes de abril realizamos actividades virtuales y ofrecimos diferentes talleres y charlas online sobre:

- Alimentación saludable
- Las pérdidas en el ciclo de la vida (por Fundación Aiken)
- Prevención y bienestar general

Además realizamos el desafío Vitality (beneficio activo) con todos los colaboradores que se sumaron. Durante ese mes también hubieron varios sorteos de kits Vitality y gifts card entre todos lo que participaron.

Todos los días lunes del mes, compartimos mensajes de prevención, bienestar y promovimos nuestros beneficios PRUWellness.



CAMPAÑA DE VACUNACIÓN ANTIGRIPIAL EN CASA

Durante el mes de mayo, lanzamos la campaña de vacunación, que al igual que 2020 se realizó en los domicilios de los colaboradores. Además, este año se sumó la posibilidad de vacunar a los familiares dentro del mismo domicilio.

Participaron de la Campaña y recibieron la vacuna 175 colaboradores en sus domicilios y 120 familiares.



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 -durante el periodo todos los colaboradores trabajaron de manera remota-.
- **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 & INCLUSIÓN

Estos beneficios fueron pensados en el marco de la estrategia de Diversidad & Inclusión de Prudential Seguros para que todos nuestros colaboradores se sientan parte. Por eso, se diseñaron 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.



N° de Empleados	2020 - 2021		2019 - 2020	
	Licencia por CUIDADOR SECUNDARIO	Licencia por CUIDADOR PRIMARIO	Licencia por CUIDADOR SECUNDARIO	Licencia por CUIDADOR PRIMARIO
Que ejercieron su derecho a baja por licencia	6	9	3	7
Que retornaron al trabajo al finalizar la licencia por nacimiento	6	9	3	7

PENSAMOS EN TU FUTURO Y EN TUS FINANZAS



• **PSPP – Prudential Stock Purchase Plan**– es un plan voluntario, por el cual se puede obtener un beneficio superior al 15% en relación al precio de la acción de Prudential Financial durante el trimestre que se participe.

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 septiembre 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 PREMIUM.

• **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.

• **Working Advantage:** acceso a una plataforma de descuentos en tickets y hoteles en el exterior.

• **INGOT:** importantes descuentos en la contratación de cajas de seguridad

• **Descuentos de hasta el 40% en seguros para el auto.**

• **Todos nuestros empleados pueden acceder 30% y 40% de descuento en planes Movistar.**

• **Convenios con bancos:** tenemos convenio con 3 de los Bancos más importantes, donde nuestros empleados pueden acceder a sus beneficios y bonificación del mantenimiento de sus cuentas sueldos.

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

• **Bimbo:** con entrega de productos a domicilio, vigente y desde este año se sumó al beneficio localidades del interior donde tenemos agencias comerciales

• **Club de Beneficios:** Plataforma para comprar productos no perecederos, de higiene y limpieza con envío a domicilio tiene alcance a todos los colaboradores de CABA, Bs.As, Cordoba, Mendoza y San Juan.

• **La Abuela Emma:** proveedor de alimentos saludables con envío a domicilio. (Sólo Bs.As y Caba)

7.12.2. ATENCIONES AL PERSONAL

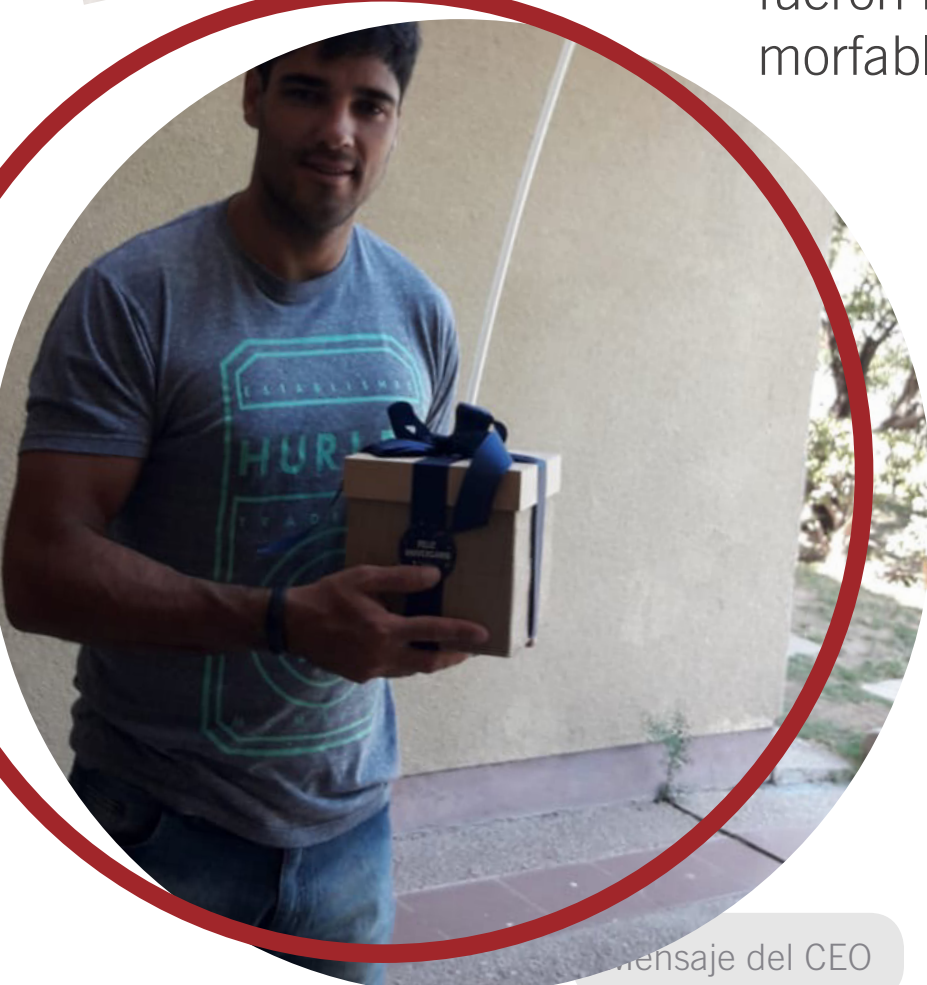
ACOMPañAMOS A NUESTROS COLABORADORES EN MOMENTOS IMPORTANTES DE SUS VIDAS Y LES OTORGAMOS UNA GRATIFICACIÓN Y COMPARTIMOS CON LOS DEMÁS COLABORADORES LOS HITOS DE SUS VIDAS PERSONALES.



PREMIOS ANIVERSARIO

Durante el encuentro de fin de año, reconocemos la permanencia en la compañía a aquellos empleados que tienen 5, 10,15 y 20 años en Prudential. Se les otorga un regalo junto con un diploma digital recordatorio del aniversario.

En el periodo reportado, los reconocimos enviándoles a las casas una caja sorpresa llena de golosinas y globos, realizada por la ONG Morfables 21 que brinda trabajo a personas con discapacidad intelectual. Además, dentro de la caja recibieron una gift card con un monto de dinero disponible también en relación a los años cumplidos en la compañía. (Las cajas sorpresas fueron realizadas por fundación morfables21).



NACIMIENTOS

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



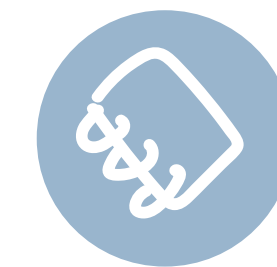
CASAMIENTOS

Otorgamos una gratificación en dinero como regalo de casamiento.



DÍA DEL SEGURO

Este año el día del seguro lo dimos como no laborable para que todos los colaboradores tengan un fin de semana largo.



DIA DE LA SECRETARIA

Saludamos y obsequiamos en su día una experiencia.



CAJA NAVIDEÑA

Durante el mes de diciembre enviamos a la casa de todos los colaboradores una caja con productos comestibles típicos de navidad junto a una tarjeta de agradecimiento por el año.



7.13 EVENTOS DE INTEGRACIÓN

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, en la cual invitamos también a su familia.

En el periodo reportado, tuvimos un colaborador que finalizó su etapa laboral en Prudential.



BRING YOUR CHILDREN DESDE CASA:

Durante el mes de diciembre de 2020 y, debido al contexto de pandemia nuestras oficinas permanecieron cerradas. Visitamos en sus casas a más de 240 niños de 1 a 12 años, hijos de colaboradores de las oficinas centrales y las agencias, entregándoles una caja con regalos para ellos y con una misión de voluntariado muy especial: darle una segunda oportunidad a la caja que recibían, decorarla y armarla con alimentos no perecederos para donar.

Logramos donar más de 180 cajas navideñas a distintas organizaciones sociales y todos nos unimos en una hermosa campaña de fin de año de #navidadsolidaria.



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.

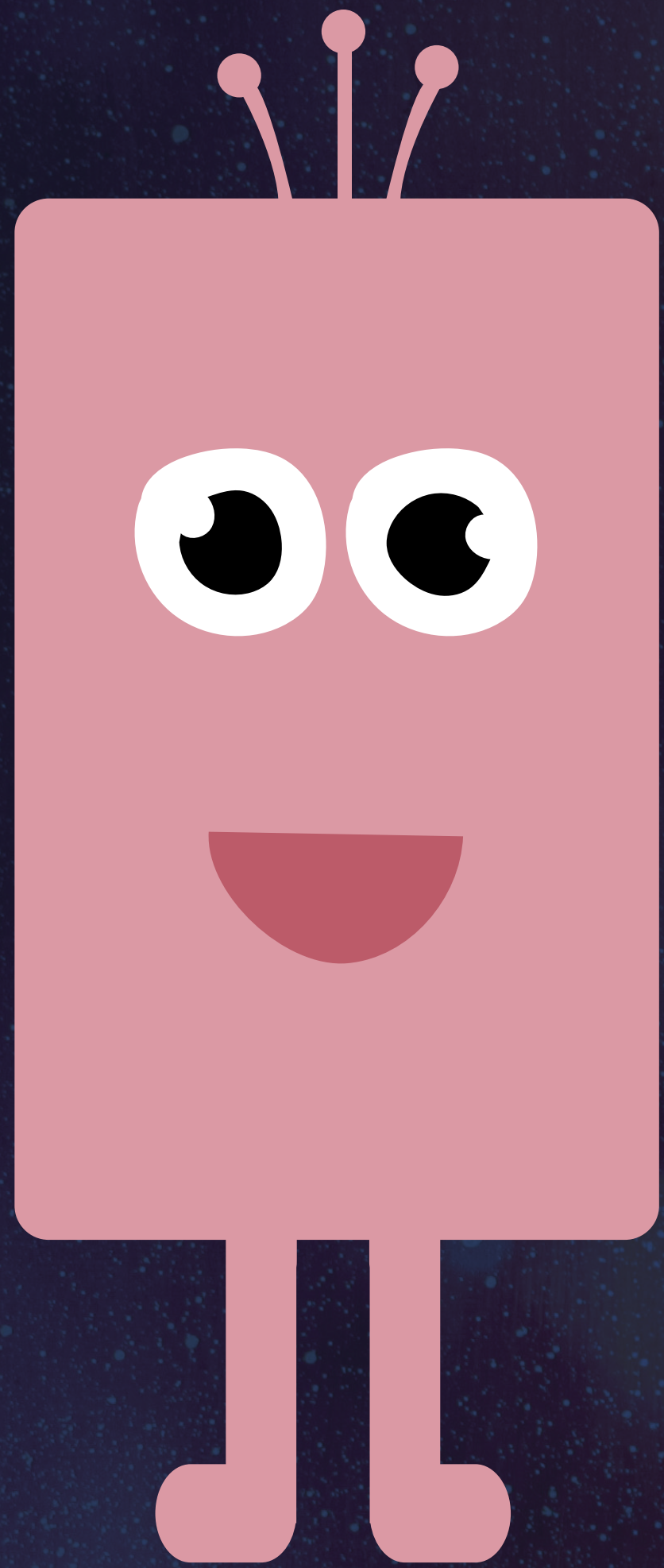
En el periodo reportado, se envió una picada a las casas de los colaboradores y cada equipo tuvo un encuentro virtual para festejar.



ENCUENTRO DE FIN DE AÑO:

En diciembre 2020, y debido a la situación de pandemia, celebramos con un evento virtual en vivo donde todos los colaboradores juntos festejaron el cierre de año con sorteos, juegos, premios y reconocimientos por aniversario.

El encuentro también contó con la presencia de nuestro Presidente & CEO quien da unas palabras alusivas de cierre.



8

IMPACTO
RESPONSABLE



8.1 NUESTRO IMPACTO RESPONSABLE EN NÚMEROS



	07/2020 al 06/2021	07/2019 al 06/2020	07/2018 al 06/2019
Programas con la comunidad *	\$3.634.920,00	\$23.613.064,00	\$2.361.052,00
Grant Fundación Prudential Financiera “Centro de Oficios” Asociación Civil Pequeños Pasos	USD 10.000.-	USD 10.000.-	USD 10.000.-
Organizaciones e Instituciones Sociales Aliadas	24	27	32
Personas involucradas en el Programa de Voluntariado Corporativo *1	86	245	289
	86 colaboradores (23% del total de empleados) han participado en 16 proyectos de voluntariado	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
Horas dedicadas al Programa de Voluntariado Corporativo	258 horas totales	876 horas totales	815 horas totales
	258 horas totales	783 horas laborales	448 horas laborales

* Incluye inversión en la comunidad realizada en el periodo julio 2020 a junio 2021: Programas de inversión social con siete organizaciones sociales Programas educativos: “Cuidando Lo Mejor de Vos”. Premio Kiyo Sakaguchi Golden Heart Award 2020, y Programa de voluntariado corporativo con acciones realizadas en alianza con instituciones sociales en el periodo reportado. En el periodo julio 2019-junio 2020 la Compañía ha realizado donaciones extraordinarias a la Campaña Argentina Nos Necesita y Seamos Uno por COVID-19.

*1 Durante todo este periodo reportado, llevamos adelante acciones de voluntariado solamente en modalidad virtual. Por eso se visualiza una menor cantidad de voluntarios participantes en acciones de voluntariado.

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”.

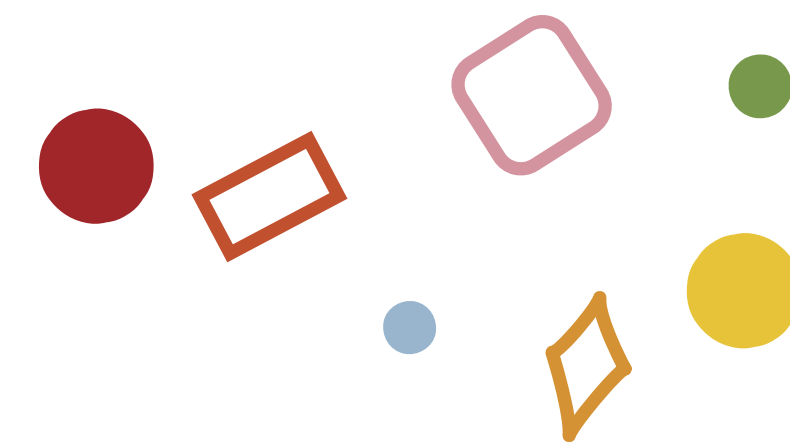
Trabajamos en **tres ejes de trabajo** para promover la movilidad social y prosperidad económica del país:

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



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.**



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.



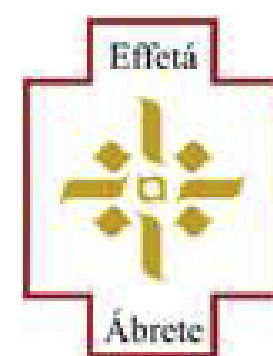
Programa de acompañamiento para la inclusión laboral de personas con discapacidad y el fortalecimiento de los procesos productivos junto a la empresa social **Red Activos y del estudio creativo GOTA**, de la **Asociación Civil La Usina**.



Programa de acompañamiento mediante el otorgamiento de 5 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 6 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 Effetá**.



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 2020** otorgado a la **Institución Sur B.AY.A.N.S (Banco del audífono y Ayuda al Niño sordo)** en Mendoza colaboramos con la compra de audífonos para niños con discapacidad auditiva y acompañamiento en tratamientos terapéuticos coordinados por la organización.

8.2.2 PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

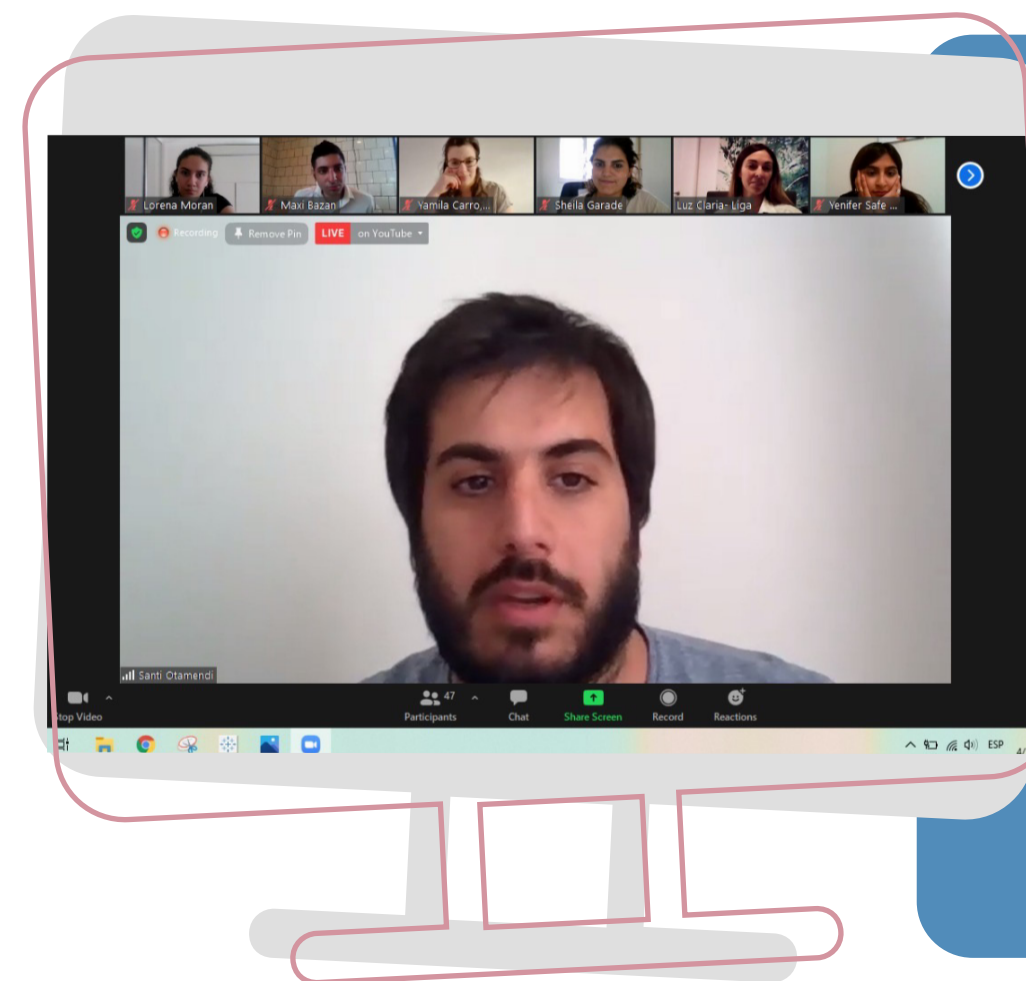
Nuestro Programa de Voluntariado Corporativo se implementa a través de una **Convocatoria de Proyectos de Voluntariado**, que promueve el involucramiento de los colaboradores y sus familias en actividades solidarias para comunidades vulnerables, próximas a nuestra zona de influencia. Los colaboradores 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.

NUESTROS VOLUNTARIOS AYUDAN DESDE CASA:

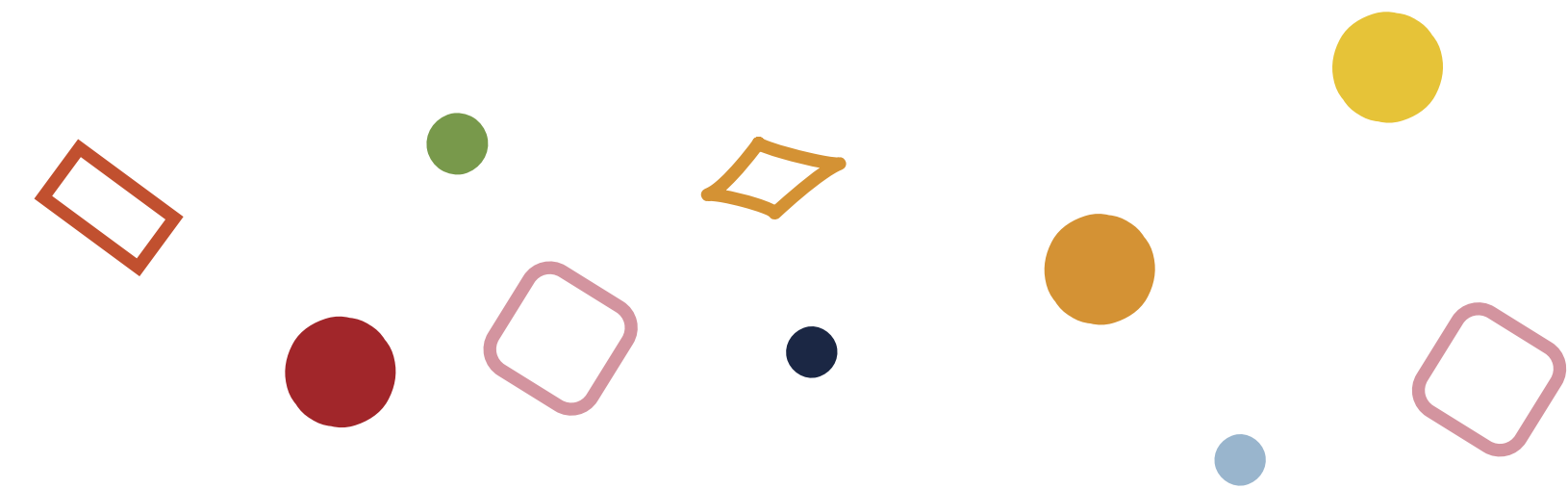
Abrimos nuevas oportunidades de voluntariado para ayudar y seguir colaborando con las organizaciones.

Frente al contexto de pandemia y a que todos nuestros colaboradores trabajaron durante este periodo desde sus casas, continuamos con voluntariado en formato virtual.



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 concurso online por el mes del medio ambiente, festejo del día del niño solidario desde las casas, entre otras.

A TRAVÉS DEL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO, EN EL PERÍODO REPORTADO COLABORAMOS CON 24 ORGANIZACIONES SOCIALES MEDIANTE EL INVOLUCRAMIENTO DE NUESTROS COLABORADORES EN 16 PROYECTOS DE VOLUNTARIADO.



Los proyectos con los que colaboramos fueron:



En temáticas educativas

Organizaciones aliadas:

- Fundación Effetá, Córdoba.
- Fundación 180° Educar Para el Cambio, Córdoba.
- Fundación Artecuro.
- Fundación FONBEC, Mendoza.
- Fundación Dale Tu Mano, Buenos Aires.
- Fundación Cimientos, Buenos Aires.
- Organización Festival Internacional de Cine Ambiental de la Patagonia, Buenos Aires.
- Asociación Tarcisio, Mendoza.
- Organización Casa del Peregrino, Buenos Aires.



En temáticas de salud

Organizaciones aliadas:

- Fundación Aikén, Buenos Aires.
- Asociación Civil Dale Vida, Buenos Aires.
- Asociación Tiempo de Hacer, Buenos Aires.
- Fundación Donde Quiero Estar, Buenos Aires.
- Institución Sur B.AY.A.N.S (Banco del audífono y Ayuda al Niño sordo), Mendoza.
- Fundación Trauma, Buenos Aires.
- Asociación Civil Aquí Estoy, Buenos Aires.



En temáticas de acceso al empleo

Organizaciones aliadas:

- Fundación Forge, Buenos Aires.
- Fundación Reciduca, Buenos Aires .
- Asociación Civil Mujeres 2000, Buenos Aires.
- Fundación Fonbec, Mendoza.
- Asociación Civil Cascos Verdes, Buenos Aires.
- Asociación Civil Pequeños Pasos, Buenos Aires.
- Municipio de Vicente López Programa Panal, Buenos Aires.
- Asociación Civil Peregrina, Buenos Aires.

8.2.3 PROGRAMAS EDUCATIVOS

Tema Material:
Conciencia Aseguradora

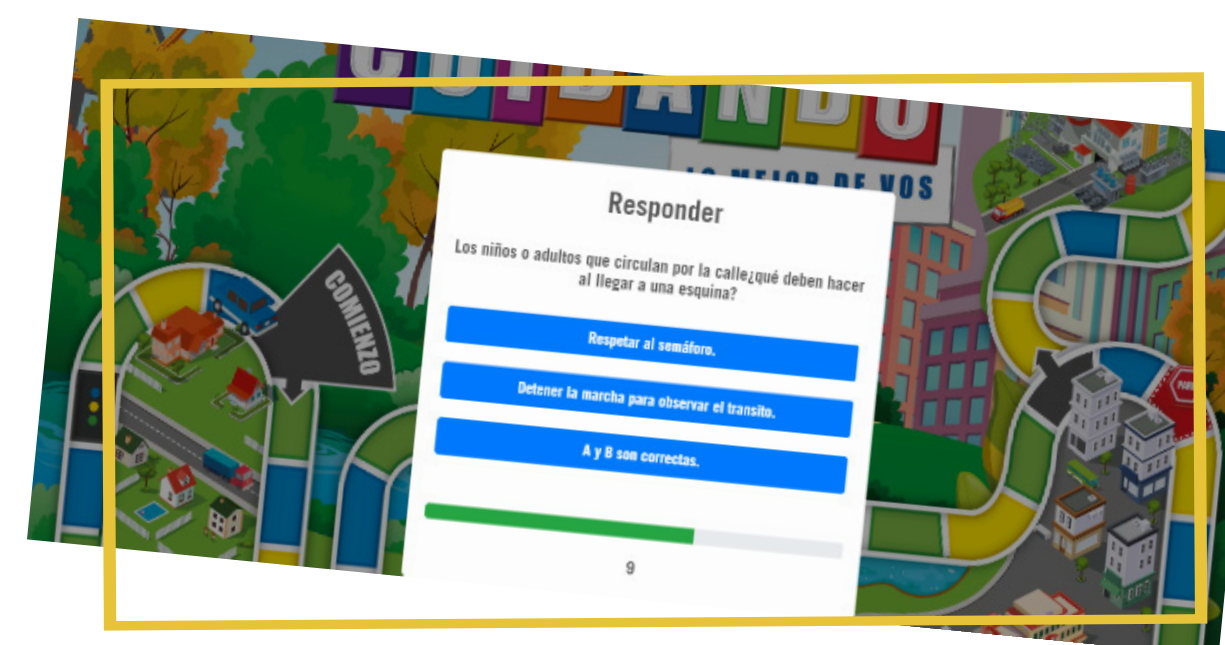
En nuestro país, por diferentes cuestiones culturales, la noción de contar con un seguro de vida es limitada.

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 nuestro programa educativo alineados a nuestro **compromiso con las futuras generaciones en pos de generar conciencia aseguradora y de cuidar la vida.**

Nuestro programa de conciencia aseguradora **“Cuidando Lo Mejor de Vos”** se encuentra disponible en esta **plataforma virtual www.cuidandolomejordevos.com.ar** 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, participamos de la edición de octubre 2020 de 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.

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 escuelas primarias públicas y privadas. Involucramos a los colaboradores para la convocatoria de escuelas, articulamos con municipios y gobiernos 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.



CONOCÉ MÁS SOBRE EL PROGRAMA CUIDANDO LO MEJOR DE VOS


8.3 IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE



Tema Material:
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.

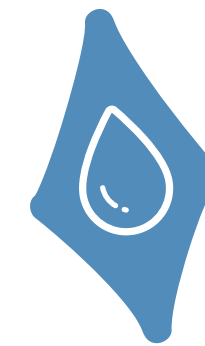
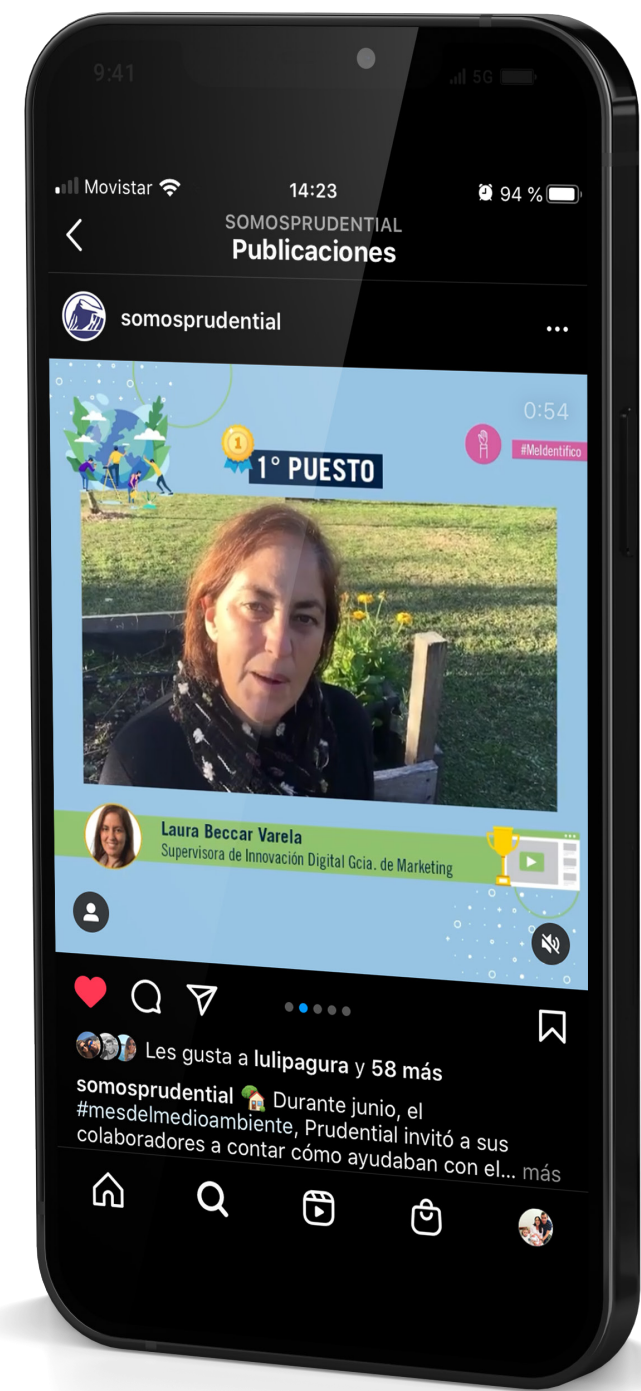
CONFORMIDAD AMBIENTAL DE PRODUCTOS.



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 un concurso audiovisual junto a la **Asociación Civil Cascos Verdes** y con la **organización 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 que estamos llevando adelante en las oficinas 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.



Durante el periodo reportado, las oficinas permanecieron cerradas y realizamos campañas de eficiencia energética para promover hábitos desde casa.

DISMINUCIÓN DEL USO DEL PAPEL:

Si bien nuestras oficinas permanecieron cerradas y los procesos se digitalizaron al 100%. En nuestras oficinas ya contábamos con 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:

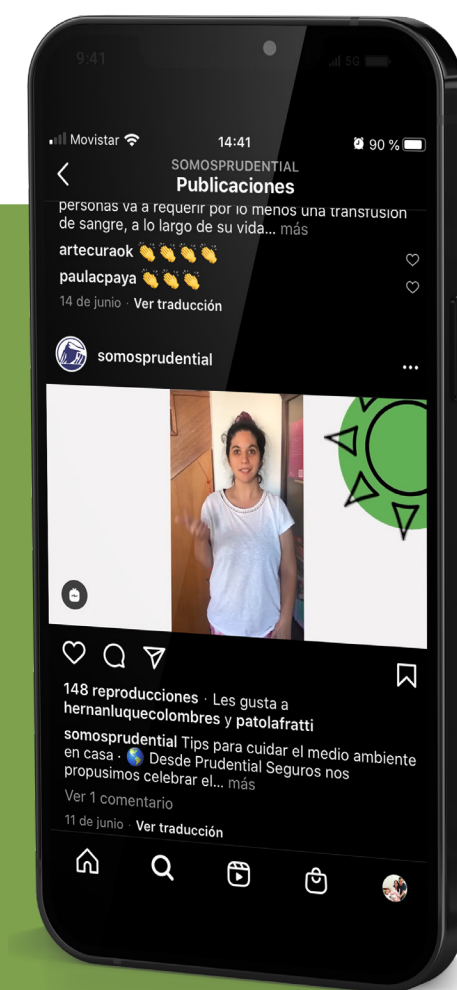
Reciclado de Papel: Contamos con un servicio de papel confidencial para su destrucción y posterior reciclado. En alianza con Shred-It, proveedor de dicho servicio, reciclamos papel de nuestras operaciones.

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 en el mes del medioambiente a través de materiales audiovisuales generados por la ONG Cascos Verdes.



RECICLADO A TRAVÉS DE LAS DONACIONES DE MOBILIARIO DE LA COMPAÑÍA:

Contamos con una **Política de Donación de Activos** a través de la cual reciclamos el mobiliario y los bienes en desuso debido al recambio de los espacios de trabajo de oficinas de Casa Central y las agencias.

En el período reportado, no hemos realizado donación de activos.

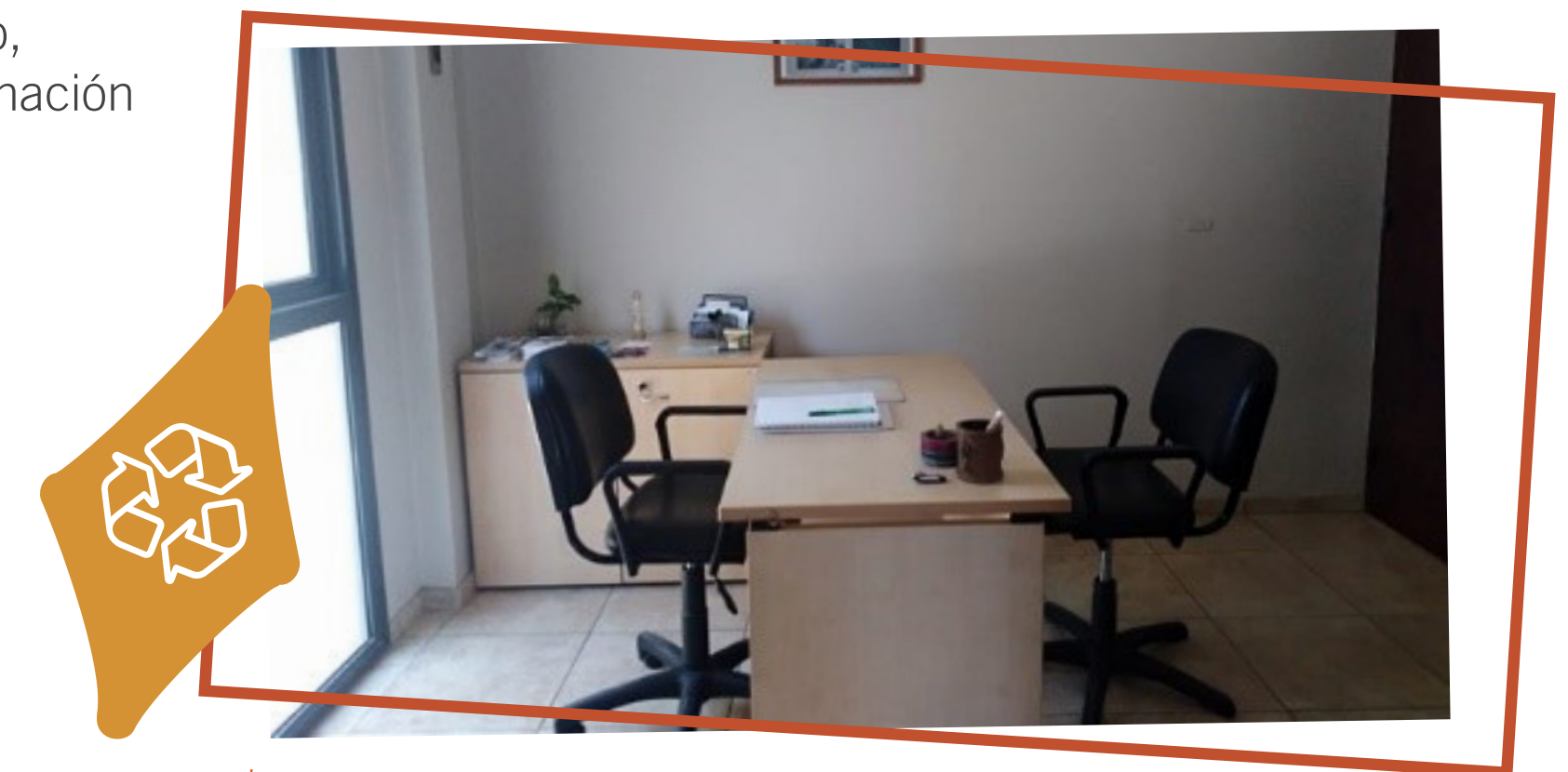


Imagen del mobiliario donado por Prudential Seguros en la sede de la Fundación Manos Abiertas – Casa de la Bondad.

8.3.1.2. 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.**

DURANTE EL PERIODO DE PANDEMIA, 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.

Las siguientes iniciativas implementadas por las áreas de operaciones de las dos unidades de negocio, han permitido eliminar los formatos físicos por los digitales:

INICIATIVAS UNIDAD DE NEGOCIO 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 y esa información integra directamente con nuestro sistema core. **En el período reportado, se ha eliminado completamente la utilización de papel ya que no recibimos ninguna solicitud física.**

- ◇ **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 2021, el 65% de nuestros clientes ya se encontraba registrado correctamente.
- ◇ **e-Cambios:** En Octubre 2020 se implementó una nueva herramienta para realizar diferentes tipos de trámites permitiendo la eliminación paulatina de los formularios en papel. En Mayo 2021 se incorporó el formulario digital de ePagos, que permite realizar pedidos de préstamos, rescate de aportes y cancelaciones.
- ◇ **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, para ellos **hemos implementado una Consola de Digitalización que permite el envío seguro de información en formato PDF y Tiff.** 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.

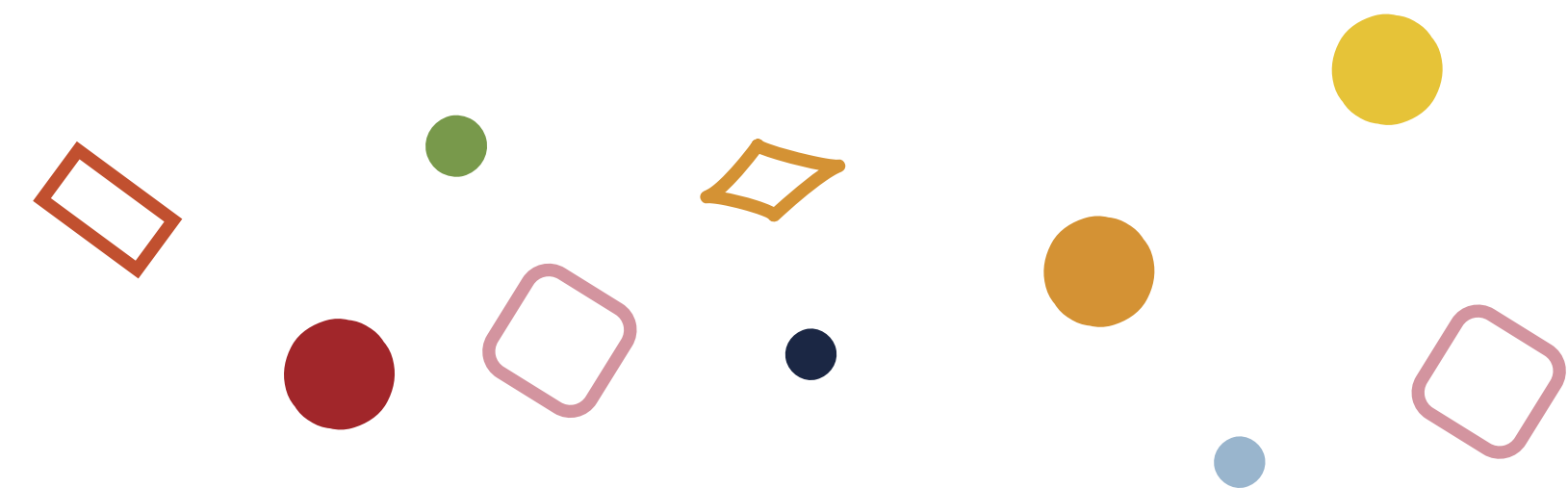
- Eliminación de vouchers físicos para pagos:** A partir de julio 2018 se generó un nuevo circuito digital entre Operaciones Vida Individual & Finanzas a través del cual se envían las órdenes de pago junto con los datos correspondientes -transferencias y cheques- de manera 100% digital.
- Implementación eCheq:** Se realizó la implementación de echeq, pudiendo generar cheques electrónicos para nuestros clientes, eliminando el cheque físico y la necesidad por parte del cliente de ir presencialmente al Banco a cobrarlo.

- 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 de solicitud de e-mail de asegurados para reducir el consumo de papel.** Adaptamos las solicitudes físicas para pedido de e-mail y se resaltan los beneficios a los asegurados sobre la rapidez de recibir la información por esa vía. En forma paralela, diseñamos campañas de incentivos para que los vendedores incentiven la solicitud de e-mail al asegurado.

INICIATIVAS UNIDAD DE NEGOCIO VIDA INDIVIDUAL:



- Envío de Pólizas y certificados por e-mail para el 100% de las Pólizas emitidas por los ramos de Accidentes Personales, Vida Grupo, y Vida Obligatorio.** Todas las pólizas emitidas son enviadas a nuestro grupo de bróker y productores de seguros por e-mail.
- Envío de Facturas por e-mail:** 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 las Pólizas, certificados y facturas vía e-mail.**
- Envío de Cartas a clientes por e-mail:** 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.



9

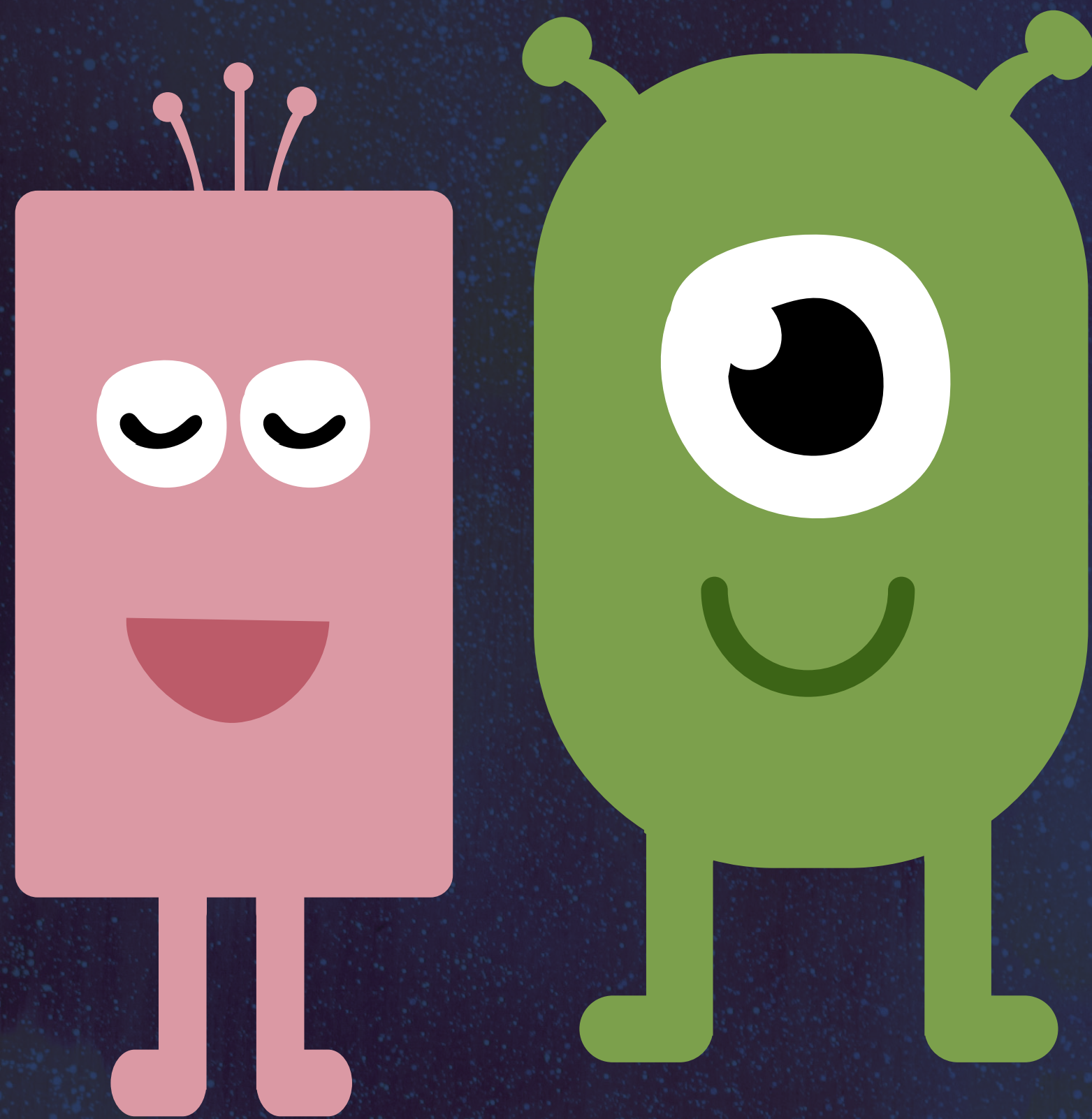
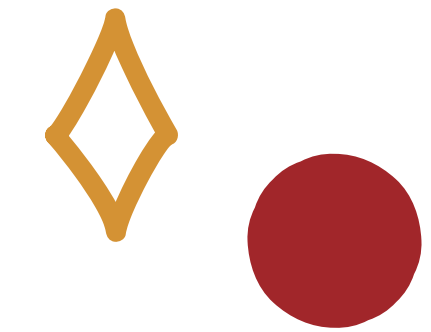


TABLA DE INDICADORES

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



El Reporte de Sustentabilidad julio 2020 - junio 2021 ha sido elaborado de conformidad con la opción “Exhaustiva” siguiendo las recomendaciones de la Guía GRI Standards de la Iniciativa de Reporte Global (GRI).

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.

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.



Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Capítulo		
102-1 Nombre de la organización	6.3.10; 6.4.1-6.4.2; 6.4.3; 6.4.4; 6.4.5; 6.8.5; 7.8	Capítulo 2		
102-2 Actividades, marcas, productos y servicios				
102-3 Ubicación de la sede central				
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.				
102-5 Propiedad y forma jurídica			Prudential Seguros en su forma jurídica es una Sociedad Anónima.	
102-6 Mercados que sirve la organización			Capítulo 2	
102-7 Determine el tamaño de la organización				
102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores				
102-9 Describa la cadena de suministro de la organización				
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				Capítulos 3 y 4
102-12 Iniciativas externas				Capítulo 4
102-13 Afiliación a asociaciones			Capítulo 4	

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Página
102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	4.7; 6.2; 7.4.2	Capítulo 1
102-15 Impactos, riesgos y oportunidades principales		Capítulo 1
102-16 Valores, principios, estándares y normas de la organización	4.4; 6.6.3	Capítulo 2
102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas		Capítulo 5
102-18 Estructura de Gobernanza	6.2; 7.4.3; 7.7.5	Capítulo 5
102-19 Delegación de autoridad		Capítulos 3 y 4
102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales		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.
102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales		Capítulo 5
102-22 Composición del órgano superior de gobierno y de sus comités		El reporte de sustentabilidad es validado por el CEO & Presidente de Prudential
102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno		Capítulo 5
102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		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
102-25 Conflictos de intereses		La relación entre ambos parámetros fue de 1576% para el periodo reportado
102-26 Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia		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 1,49 para el periodo reportado.
102-27 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno		Capítulos 3 y 4
102-28 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	5.3	Del total de colaboradores del periodo reportado (363), 267 colaboradores se encuentran cubiertos por Convenios Colectivos de Trabajo y 24 colaboradores se encuentran afiliados al Sindicato del Seguro.
102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales		Capítulo 4
102-30 Eficacia de los procesos de gestión del riesgo		Capítulo 4
102-31 Frecuencia con que el órgano superior de gobierno analiza los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social		Capítulo 4
102-32 Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad		
102-33 Proceso para comunicar preocupaciones críticas al máximo órgano de gobierno		
102-34 Naturaleza y número total de preocupaciones críticas		
102-35 Políticas de remuneración		
102-36 Procesos para determinar la remuneración		
102-37 Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración		
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		
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		
102-40 Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización		
102-41 Acuerdos de negociación colectiva		
102-42 Identificación y selección de grupos de interés		
102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés		
102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados		

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Capítulo
102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados		Capítulo 2
102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema		Capítulo 4
102-47 Lista de temas materiales		Capítulo 3
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; 7.3.4;	No hubo cambios significativos
102-50 Periodo objeto de la memoria	5.3; 7.5.3; 7.6.2	Desde el 01/07/2020 al 30/06/2021
102-51 Fecha del último informe		El periodo del Reporte de Sustentabilidad 2019-2020 fue desde el 01/07/2019 al 30/06/2020
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		Capítulo 3
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		Capítulos 2 y 5
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
201-1 Valor económico directo generado y distribuido	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3;	Información no disponible
201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	7.7.5	El plan de pensión compromete a la empresa a aportar el mismo valor que decide ingresar el empleado. Es una póliza emitida en dólares que tiene 2 cuentas por cada participante. La individual donde se depositan los aportes del empleado y la especial donde se registran los aportes de la compañía. Como es un programa a largo plazo una vez por año se transfiere de la cuenta especial a la individual un porcentaje del saldo de esta cuenta. El participante puede realizar rescates de su cuenta individual
201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes		Capítulo 5
201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno		
202 - Presencia en el Mercado		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3;	Capítulo 7
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	7.7.5	
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;	Todos los salarios de los colaboradores de Prudential se encuentran por encima del SMVM. El salario inicial estándar supera en un 24% 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;	El 100% de los altos directivos son de nacionalidad argentina.
	6.8.5; 6.8.7	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	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3;	Capítulos 5 y 6
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	7.7.5	
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados		
203-2 Impactos económicos indirectos significativos	6.3.9; 6.6.6; 6.6.7;	Capítulo 5
	6.7.8; 6.8.1-6.8.2;	
	6.8.5; 6.8.7; 6.8.9	

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Capítulo
204 - Prácticas de adquisición		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 5
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
204-1 Proporción de gasto en proveedores locales		
205 - Anticorrupción		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.6.1-6.6.2; 6.6.3; 6.6.6	Capítulo 5
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
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	No hubo casos de corrupción en el período
205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	6.6.1-6.6.2; 6.6.3; 6.6.6	
205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	6.6.1-6.6.2; 6.6.3	
ASPECTOS AMBIENTALES		
301 - Materiales		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		En el periodo reportado las oficinas estuvieron cerradas. Con lo que el consumo de papel se redujo a prácticamente cero
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
301-1 Materiales utilizados por peso o volumen		
301-2 Insumos reciclados		
301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado		
302 - Energía		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.5.4; 6.5.5	Durante el periodo no se realizo el control del consumo electrico ya que las oficinas permanecieron cerradas solo con el consumo de equipos esenciales para mantener el teletrabajo.
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
302-1 Consumo energético dentro de la organización		
302-2 Consumo energético externo		
302-3 Intensidad Energética	Dado a la naturaleza de las operaciones de Prudential Seguros, este indicador no aplica para la organización.	
302-4 Reducción del consumo energético		
302-5 Reducciones de los requisitos energeticos de los productos y servicios		

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Capítulo
303 - Agua		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.5.4	Capítulo 8
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
303-1 Extracción de agua por fuente		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		Capítulo 8
303-3 Agua reciclada y reutilizada		
305 - Emisiones		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.5.3;6.5.4; 6.5.5; 6.5.6	Dado el contexto de pandemia durante el último ejercicio y la no presencialidad en oficinas de la totalidad de los integrantes de Prudential, para este ejercicio no se presenta el cálculo de emisiones de la organización. Trabajaremos en el próximo período en su cálculo considerando las nuevas realidades de oficinas y esquemas de trabajo de integrantes.
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
305-1 Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (Alance 1)		
305-2 Emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero al generar energía (Alance 2)		
305-3 Otras emisiones indirectas de Gases de Efecto Invernadero (Alance 3)		
306 - Efluentes y Residuos		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.5.3	Capítulo 8
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino		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		Capítulo 8
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	4.6	Capítulo 8
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
307- 1 Incumplimiento de las leyes y regulaciones ambientales		No se han percibido sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental en el período reportado.

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Capítulos
ASPECTOS SOCIALES		
401 - Empleo		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.4.3; 6.4.4; 6.8.7	Capítulo 7
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal		
401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales		
401-3 Permiso parental		
402 - Relaciones Trabajador Empresa		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.4.3	Capítulo 7
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
402-1 - Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales		
403 - Salud y Seguridad en el Trabajo		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.4.6; 6.8.8	Capítulo 7
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad		
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		
403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad		
403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos		

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Capítulos
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	Capítulo 7
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
404-1 Media de horas de formación al año por empleado	6.4.7	
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	
405 - Diversidad e igualdad de oportunidades		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.2.3; 6.3.7; 6.3.10; 6.4.3; 6.4.4	Capítulos 5 y 7
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	Capítulos 5 y 7
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; 6.4.3; 6.4.4	Capítulo 5
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas		En el periodo reportado no se registraron incidentes de discriminación.
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; 6.3.8; 6.3.10; 6.4.5; 6.6.6	Capítulos 5 y 7
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo		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	6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.7; 6.3.10; 6.6.6; 6.8.4	Capítulo 5
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos con trabajo infantil		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.

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Capítulos
409 - Trabajo Forzoso		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.3.3; 6.3.4; 6.3.5; 6.3.10; 6.6.6	Capítulo 5 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.
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio		
413 - Comunidades locales		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.3.9; 6.5.1-6.5.2; 6.5.3; 6.8	Capítulo 8
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	6.3.9; 6.5.3; 6.8	Capítulo 8
413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales		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	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 5
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
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). En 2021, se implementó el nuevo sistema de administración contable-financiero Oracle.
414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas		

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Capítulo
415 - Política Pública		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6.6.1-6.6.2; 6.6.4	Capítulo 5 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.
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos		
416 - Salud y Seguridad del cliente		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	6; 7.3.1; 7.4.3; 7.7.3; 7.7.5	Capítulo 6 No se registraron incumplimientos, multas ni incidentes durante el período reportado. El 100% de nuestros productos son evaluados en impactos en salud y seguridad.
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
103-3 Evaluación del enfoque de gestión		
416-1 Evaluación de los impactos en la salud y la seguridad de las categorías de los productos y servicios		
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	Capítulo 6 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.
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		
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	Capítulo 6 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. Sensibilizamos y formamos a nuestros colaboradores sobre la importancia de la protección de los datos personales de clientes, colaboradores y otros grupos de interés.
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		

Estándares GRI CONTENIDOS GENERALES	ISO 26.000	Página
419 - Cumplimiento socioeconómico		
103-1 Explicación del tema material y su Cobertura		
103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	6.3.6; 6.6.1-6.6.2; 6.8.1-6.8.2	Capítulo 5
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 2020-2021 QUE PARTICIPÓ ACTIVAMENTE EN LA ELABORACIÓN DE ESTE QUINTO INFORME.



CONTANOS TU OPINIÓN

Tu opinión sobre el Reporte de Sustentabilidad 2020-2021 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 la gestión de la sustentabilidad.

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL REPORTE DE SUSTENTABILIDAD 2020-2021

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



Nº de inscripción en SSN
0694

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

 Prudential

www.prudentialseguros.com.ar