

POLÍTICA DE RIESGO DE CONDUCTAS

MACROPROCESO

ADMINISTRAR LOS SISTEMAS DE RIESGO



**100%
Positivo**

| Aprobaciones | |
|---|---|
| Dueño de Proceso: Luz Patricia Chitiva Lozano | Dr. Helber Alonso Melo Hernández |
| Cargo: Gerente de Riesgos Operacionales, Estratégicos y Filiales | Cargo: Vicepresidente de Riesgos |

TABLA DE CONTENIDO

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | INTRODUCCIÓN | 3 |
| 2 | LINEAMIENTOS DE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL | 3 |
| 3 | PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN | 4 |
| 4 | POLÍTICAS PARA LA GESTIÓN DEL RIESGO DE CONDUCTAS..... | 7 |
| 5 | MODELO DE GOBIERNO | 8 |
| 6 | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 9 |
| 6.1 | Junta Directiva | 10 |
| 6.2 | Alta Gerencia | 10 |
| 6.3 | Comité de Riesgos de Junta Directiva | 11 |
| 6.4 | Comité de Riesgos no Financieros | 11 |
| 6.5 | Vicepresidencia de Riesgos..... | 11 |
| 6.6 | Vicepresidencia de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad | 12 |
| 6.7 | Vicepresidencia Tesorería y Filiales | 12 |
| 6.8 | Gestión Operativa | 12 |
| 6.8.1 | Vicepresidencia de Banca de Personas y Experiencia del Cliente | 12 |
| 6.8.2 | Vicepresidencia de Banca de Empresas y de Gobierno | 14 |
| 6.8.3 | Vicepresidencia de Operaciones | 14 |
| 6.8.4 | Vicepresidencia de Experiencia al Talento Humano..... | 14 |
| 6.8.5 | Dueños de procesos..... | 15 |
| 6.9 | Contraloría Interna | 15 |
| 6.10 | Todos los colaboradores..... | 15 |
| | CONTROL DE CAMBIOS | 18 |

1 INTRODUCCIÓN

Este documento contiene la Política de Gestión del Riesgo de Conductas del Banco Popular, entendida como el conjunto de lineamientos que le permiten identificar, medir, controlar y mitigar conductas potencialmente riesgosas de la propia entidad, de sus empleados y contratistas que puedan afectar negativamente a sus clientes y usuarios e impactar la integridad y transparencia del mercado.

Tal política se diseñó a partir de la Estrategia de Gestión del Riesgo de Conductas definida por la Junta Directiva y con base en la regulación vigente frente a la protección del Consumidor Financiero, desarrollada principalmente en la Ley 1328 de 2009 “*Régimen de Protección al Consumidor Financiero*”, el CONPES 4005 de 2020 “*Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera*” y a través de las buenas prácticas establecidas en la Guía Externa de Supervisión del Riesgo de Conductas de la Superintendencia Financiera de Colombia, la cual sirve de marco para la gestión de este riesgo por parte del Banco. Así mismo, para su elaboración se tomaron en cuenta los principios establecidos sobre este tema por parte de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos – OCDE.

En tal sentido, los lineamientos aquí establecidos tienen como principal objetivo la protección de los activos de los clientes y usuarios del Banco, de sus datos personales y la implementación de mecanismos para el manejo de las peticiones, quejas y reclamos efectuados por ellos y las reparaciones que procedan.

2 LINEAMIENTOS DE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL

Los lineamientos del Banco Popular para la gestión del Riesgo de Conductas, que rige cualquier tipo de relación entre éste y los consumidores financieros y el mercado en general, se basan en los principios de trato justo¹, transparencia² e integridad, los cuales son parte de la cultura del Banco, de sus empleados y terceros.

Teniendo en cuenta que el Banco está genuinamente comprometido con brindar apoyo y acompañamiento financiero a sus diferentes segmentos de clientes en la consecución de sus metas, el comportamiento de los administradores, empleados y terceros del Banco debe sujetarse a los siguientes principios éticos:

Respeto: Reconocemos, apreciamos y aceptamos a los otros, en especial a nuestros clientes, promoviendo un ambiente organizacional donde se valora y respeta la diversidad de opiniones, para construir en conjunto visiones compartidas que agreguen valor a la entidad, a los clientes y a nuestros grupos de interés.

¹ Guía externa para la supervisión del riesgo de conductas Superfinanciera.

² Ley 1328 de 2009 principio de Transparencia e información cierta suficiente y oportuna.

Responsabilidad: Asumimos y cumplimos con nuestras obligaciones y compromisos adquiridos, siendo disciplinados y perseverantes en la consecución de nuestros objetivos, y reconocemos y asumimos las consecuencias de nuestros propios actos y decisiones.

Compromiso: Trabajamos con orgullo y sentido de pertenencia, entregando todo nuestro conocimiento y capacidades para el logro de los objetivos del Banco.

Lealtad: Actuamos buscando el beneficio del Banco, sus clientes y accionistas, obrando de manera íntegra, franca, fiel y objetiva.

Honestidad: Obramos de manera recta, observando una conducta intachable, con estricta sujeción a los principios éticos y a las normas que regulan la actividad del Banco

Concordante con lo anterior, el Banco Popular, sus empleados y terceros contratados para que actúen en representación suya, deben interactuar con los consumidores financieros bajo el principio de trato justo, de tal forma que se garantice que en el diseño, ofrecimiento y prestación de productos y servicios, se atiendan las necesidades y expectativas de los consumidores financieros, conforme a su oferta de valor; se les brinde acceso a información completa, clara, transparente y oportuna, acorde con las necesidades y perfil del consumidor financiero, en todo el ciclo de vida del producto; no existan barreras para que movilicen sus productos y servicios, y cuenten con procesos expeditos para interponer quejas o reclamos y presentar peticiones que le permitan a los consumidores la protección de sus derechos y la satisfacción de sus intereses.

3 PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

Principio de Trato Justo al cliente

El trato justo hacia los consumidores financieros derivado de conductas apropiadas por parte de los trabajadores y administradores del Banco está enfocado en su protección y bienestar, lo cual contribuye al correcto funcionamiento y efectividad del sistema financiero y a mantener un modelo de negocio viable y sostenible.

La adopción de políticas y estrategias para la debida atención con enfoque en el trato justo, la protección, respeto y servicio al consumidor financiero, se debe ver reflejada en la calidad e idoneidad de los productos y servicios ofrecidos por el Banco, buscando que las condiciones de éstos sean acordes con las buenas prácticas y prevengan la ocurrencia de aquellas consideradas como abusivas.

En desarrollo de este principio, el Banco deberá garantizar:

- Productos y servicios que atiendan las necesidades y expectativas de los consumidores financieros.

- Acceso y suministro de información clara, transparente y oportuna, acorde con las necesidades y perfil del consumidor financiero, en todo el ciclo de vida del producto.
- Inexistencia de barreras para movilizarse entre diferentes productos, servicios y entidades financieras.
- Inexistencia de barreras para interponer quejas o reclamos.

Los consumidores financieros del Banco deberán ser tratados con respeto, honestidad, justicia, equidad y empatía. La cultura del trato justo al consumidor financiero se debe promover en todos los niveles de la Organización.

Se debe asegurar la incorporación de consideraciones de cultura y ética en los procesos de contratación y entrenamiento de personal.

Diseño de productos y servicios

El diseño de los productos y servicios que el Banco ofrezca a los consumidores financieros debe tomar en consideración sus intereses y cumplir con sus necesidades y expectativas. La ejecución, actualización y modernización del portafolio del Banco deberá desarrollarse y ejecutarse atendiendo los parámetros mínimos regulados en las normas, y conllevar una adecuada y oportuna revelación a los clientes sobre los impactos que tenga la innovación en sus productos y el acompañamiento requerido por parte del Banco para que puedan adaptarse de manera sencilla, ágil y segura.

Transparencia en la entrega de información

El Banco debe velar porque la divulgación de la información relacionada con los beneficios, riesgos, conflictos y condiciones fundamentales de sus productos y servicios se ejecute de forma transparente, precisa y comprensible. Este principio implica que el Banco le brinde al consumidor financiero sobre sus productos y servicios, información clara, oportuna, veraz, suficiente, verificable, comprensible, precisa e idónea, desde su vinculación, durante todo el ciclo de su relación con el Banco y aún con posterioridad a su terminación.

Por consiguiente, la información que brinde el Banco a través de todos sus medios y canales se efectuará bajo un marco imparcial, preciso, coherente y sencillo, en formatos legibles y comparables.

Precio responsable

La fijación de precios en el Banco se debe realizar de acuerdo con la normativa de competencia en materia de precios y bajo el marco de las disposiciones relacionadas con la estabilidad de tarifas. El proceso garantizará el equilibrio entre costes, riesgos y la utilidad del producto o servicio para el cliente.

Las tarifas de productos o comisiones por servicios financieros deben ser razonables, transparentes y previamente divulgadas al consumidor financiero.

Venta transparente

El Banco focalizará la comercialización y venta de sus productos y servicios financieros de acuerdo con las necesidades y preferencias de sus clientes, evitando la generación de conflictos de interés y actuaciones contrarias al Código de Ética y Conducta.

Se deberá contar con modelos de negocio y estructuras de remuneración e incentivos que promuevan un comportamiento ético por parte de los empleados y terceros hacia los consumidores financieros, alineados con los objetivos de largo plazo del Banco.

Tratamiento de datos personales

El tratamiento de los datos personales de los clientes se hará de acuerdo con la autorización otorgada por ellos, con estricta sujeción a las disposiciones legales correspondientes, respetando la privacidad, confidencialidad y reserva de su información.

Gestión de reclamaciones

El Banco Popular deberá contar con procesos para atender a los consumidores financieros de manera accesible, asequible, independiente, inclusiva, equitativa, justa, oportuna, responsable y eficiente.

Educación Financiera

El Banco implementará mecanismos que contribuyan en forma permanente a la educación financiera de sus clientes, para que puedan adoptar decisiones financieras informadas y apropiadas.

Gestión operativa

La gestión operativa contará con procesos y controles para prevenir conductas que puedan impactar negativamente a los consumidores financieros o la integridad y transparencia del mercado.



4 POLÍTICAS PARA LA GESTIÓN DEL RIESGO DE CONDUCTAS

- La Junta Directiva y la Alta Dirección están comprometidas con la gestión del Riesgo de Conductas y promueven al interior del Banco la cultura del trato justo hacia los consumidores financieros, así como con los consultores externos y demás contratistas.
- El Banco cuenta con lineamientos y procesos para asegurar en el diseño, ofrecimiento y prestación de productos y servicios que se atiendan las necesidades y expectativas de los consumidores financieros.
- El Banco asegura la existencia de procesos, métricas y canales asociados con la radicación, gestión y seguimiento de las solicitudes, quejas y reclamos permitiéndole a los consumidores financieros el ejercicio de sus derechos.
- El Banco asegura el acceso y suministro de información clara, transparente y oportuna, acorde con las necesidades y perfil del consumidor financiero, en todo el ciclo de vida del producto.
- El Banco propenderá por asegurar que los estándares de desempeño y el esquema de incentivos sean consistentes con la cultura de trato justo hacia los consumidores financieros.
- El Banco mantiene planes de formación para promover la cultura y asegurar el cumplimiento de los principios del trato justo, mediante programas de capacitación y entrenamiento para la fuerza comercial y terceros vinculados, para la adecuada asesoría, nivel de información y prestación de servicios financieros.
- Para la gestión del riesgo de conductas se cuenta con una estructura organizacional, lineamientos y procesos que permiten identificar, medir, controlar y mitigar las potenciales conductas que pueden impactar negativamente a los consumidores financieros, la integridad y transparencia del mercado.

- A través del Código de Ética y Conducta el Banco establece las pautas y reglas de comportamiento frente al consumidor financiero y las consecuencias de su incumplimiento.
- Los empleados del Banco deberán reportar los posibles conflictos de interés que se identifiquen frente al trato justo al consumidor financiero, a través de los mecanismos dispuestos para tal fin.
- La gestión del riesgo de conductas se subordina a los lineamientos establecidos en el Sistema Integral de Administración de Riesgo “SIAR”.
- Las políticas para la gestión del riesgo de conductas y los procesos que resulten de éstas serán de conocimiento para todos los empleados directos del Banco, trabajadores en misión en todos los niveles organizacionales y los terceros contratados que suplen servicios o productos en toda la cadena de valor, quienes estarán obligados a observarlas.
- El Sistema de Atención al Consumidor Financiero, SAC, hace parte de la estrategia para la gestión del riesgo de conductas.

5 MODELO DE GOBIERNO

El Modelo de Gobierno abarca la estrategia, cultura, valores, actitudes, comportamientos y normas internas del actuar hacia los consumidores financieros, mediante el desarrollo y ejecución de los roles designados a cada una de las áreas que hacen parte del modelo de las tres líneas, de acuerdo con lo establecido en el SIAR.



Ilustración 1 – Modelo de Gobierno

- **Primera línea:** corresponde a la Gestión Operativa, es la responsable de identificar, medir, controlar y monitorear todos aquellos eventos que afecten la debida atención a los consumidores como parte de las políticas, procedimientos e indicadores que permitan una gestión integral del riesgo de conductas y el mejoramiento continuo de la experiencia del cliente.

Así mismo, se encarga de implementar, gestionar y asegurar una adecuada asesoría, nivel de información y prestación de servicios para prevenir posibles afectaciones a los consumidores financieros o a la integridad del mercado.

En esta línea se encuentran las Vicepresidencias Comerciales, Vicepresidencia de Tesorería y Filiales, Vicepresidencia de Operaciones, Vicepresidencia de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad, Vicepresidencia de Tecnología, Vicepresidencia de Experiencia del Talento Humano y Vicepresidencia Crédito.

- **Segunda línea:** la segunda línea corresponde a la Supervisión y monitoreo de riesgos y cumplimiento; está compuesta por:

Gestión Riesgos: es la responsable de identificar, medir y mitigar los posibles impactos adversos, tanto monetarios como no monetarios, para los consumidores financieros, o que puedan derivar igualmente en efectos adversos para el Banco como producto del modelo de negocio, diseño de productos, incentivos, prácticas publicitarias y los esquemas de atención, entre otras causas raíz.

Análisis Financiero: se encarga de evaluar y dar recomendaciones de manera proactiva, entre otros aspectos, sobre los esquemas de rentabilidad de los productos y los incentivos asociados de acuerdo con el plan estratégico del Banco.

Cumplimiento: debe incorporar la evaluación de las políticas y procedimientos desarrollados para la atención de los consumidores, así como informes para la Alta Gerencia y Junta Directiva sobre la labor desempeñada por el Defensor del Consumidor Financiero.

En esta línea se encuentran la Vicepresidencia de Riesgos, Vicepresidencia de Tesorería y Filiales, Defensor del Consumidor Financiero, Vicepresidencia de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad.

- **Tercera línea:** se encarga de evaluar la debida gestión del riesgo de conductas, examinando el comportamiento frente a los consumidores financieros de parte de quienes desempeñen la función en la primera y segunda línea. En esta línea se encuentra la Gerencia de Contraloría.

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Gestión del riesgo de conductas se encuentra liderada por la Vicepresidencia de Riesgo y sus áreas de apoyo y por todos los empleados del Banco.

FUNCIONES

A continuación, se describen las responsabilidades relacionadas con la Gestión del Riesgo de Conductas:

6.1 JUNTA DIRECTIVA

- Aprobar la estrategia para la gestión del riesgo de conductas y hacer seguimiento de su implementación.
- Aprobar la Política de Gestión del Riesgo de Conductas.
- Aprobar y hacer seguimiento a la implementación de políticas para promover una conducta ética en los negocios y una cultura de trato justo a los consumidores financieros, en todos los niveles del Banco.
- Velar por el trato justo a los consumidores financieros.
- Revisar y aprobar el apetito al riesgo de conductas.
- Aprobar el marco de gestión de riesgos considerando factores de cultura y conductas.
- Conocer los informes presentados por el Defensor del Consumidor Financiero y adoptar de manera diligente las oportunidades de mejora identificadas.
- Aprobar el esquema de incentivos del Banco y los estándares de desempeño, alineados con la cultura de trato justo hacia los consumidores financieros.
- Aprobar lineamientos relacionados con mecanismos para que los funcionarios y los clientes reporten eventos de conductas y de conflictos de interés, que puedan afectar a los consumidores financieros.
- Todas las demás que sean generadas por las normas vigentes.

6.2 ALTA GERENCIA

La Alta Gerencia bajo la dirección y supervisión de la Junta Directiva es responsable de:

- Diseñar el Plan de Trabajo para identificar, medir, controlar y mitigar conductas del Banco, de sus empleados y contratistas que resulten contrarias a la estrategia y la política aprobada por la Junta Directiva para la gestión del riesgo de conductas.
- Diseñar e implementar las políticas para atender a los consumidores, así como los mecanismos para abordar las inconformidades reportadas por estos.
- Desarrollar e implementar políticas y procedimientos para promover la cultura del trato justo a los consumidores en todo el ciclo de vida del producto.
- Asignar roles y responsabilidades para impulsar y gestionar la cultura de trato justo al interior del Banco y validar el cumplimiento de dichas funciones.
- Implementar los procesos para el diseño, aprobación y seguimiento de los productos ofrecidos, teniendo en cuenta los riesgos que estos puedan generar al Banco y/o al consumidor financiero.
- Implementar en el giro ordinario del negocio, las buenas prácticas aprobadas por la Junta Directiva en materia de trato justo al consumidor financiero.

- Implementar y realizar seguimiento a la aplicación de políticas para la revelación de información a los consumidores.
- Aplicar los impulsores de cultura y conductas aprobados por la Junta Directiva, como parte del marco de gestión de riesgos del Banco y adoptar las medidas frente a posibles incumplimientos y/o conductas inapropiadas por parte de funcionarios del Banco.
- Implementar modelos de negocio y esquemas de incentivos que promuevan la toma prudente de riesgos y que estén alineados con los objetivos estratégicos de largo plazo del Banco y el trato justo hacia los consumidores financieros.
- Implementar políticas y prácticas para mantener debidamente informada a la Junta Directiva, sobre los siguientes temas: Desarrollo y gestión de nuevos productos, comercialización y publicidad, comportamiento de indicadores de satisfacción de los consumidores financieros, gestión de las recomendaciones dadas por el Defensor del Consumidor Financiero y la auditoría interna, entre otros.
- Promover instancias, canales y/o mecanismos para que los funcionarios y el público en general, reporten eventos de conductas y de conflictos de interés, que puedan afectar a los consumidores financieros.
- Velar porque la estrategia incorpore factores de riesgo a los que se encuentra expuesto el Banco y los consumidores por potenciales conductas.
- Implementar mecanismos para la identificación, revelación, administración y control de las situaciones de conflictos de interés que afecten al consumidor.
- Propender por la adecuada asignación de recursos para productos nuevos y existentes, así como para la Educación Financiera.
- Implementar las políticas y procedimientos para controlar la calidad del trabajo de terceros contratados que suplen servicios o productos en toda la cadena de valor.

6.3 COMITÉ DE RIESGOS DE JUNTA DIRECTIVA

- Las responsabilidades de este Comité están definidas en el Reglamento del Comité de Riesgos de Junta Directiva, y las mismas son aplicables a la gestión del riesgo de Conductas.

6.4 COMITÉ DE RIESGOS NO FINANCIEROS

- Las responsabilidades de este Comité están definidas en el Reglamento del Comité de Riesgos No Financieros del Banco y las mismas son aplicables a la gestión del riesgo de Conductas.

6.5 VICEPRESIDENCIA DE RIESGOS

- Implementar y realizar seguimiento a la estrategia para el riesgo de conductas aprobada por la Junta Directiva.
- Verificar que los siguientes documentos se encuentren actualizados:

- Código de Ética y/o Conducta del Banco y cualquier otro documento interno que establezca pautas y reglas de comportamiento frente a los consumidores financieros y las consecuencias de su incumplimiento, entre otras.
- Políticas y procedimientos establecidos para la gestión del riesgo de conductas.
- Alertas o indicadores para identificar posibles impactos a los consumidores financieros y las acciones correctivas o de mejora al respecto.
- Desarrollar y mantener las metodologías y procedimientos para la Gestión de Riesgo de Conductas.
- Monitorear el perfil de riesgo de conductas y la efectividad de los controles establecidos.
- Reportar a la Alta Gerencia y a la Junta Directiva el estado de la gestión del riesgo de conductas y la evolución del perfil de riesgos.
- Desarrollar en conjunto con las áreas de apoyo los programas de capacitación para fortalecer la cultura organizacional frente al riesgo de conductas.
- Revisar y retroalimentar a los líderes de proceso acerca de los cambios necesarios en la matriz de Riesgo de Conductas derivados de los informes de Auditoría y Revisoría fiscal.
- Proponer el nivel de apetito al riesgo que está dispuesto a asumir el Banco en Riesgo de Conductas.

6.6 VICEPRESIDENCIA DE ASUNTOS CORPORATIVOS Y SOSTENIBILIDAD

- Analizar y coordinar con las áreas responsables la implementación de las leyes, reglas, mejores prácticas, estándares y regulaciones relacionadas con el trato justo hacia el consumidor financiero.

6.7 VICEPRESIDENCIA TESORERÍA Y FILIALES

- Evaluar el esquema de rentabilidad en los productos frente a posibles afectaciones a los consumidores y contar con mecanismos para su seguimiento.
- Formular medidas a seguir cuando se presentan situaciones que no son acordes con lo establecido en el plan estratégico y que puedan además generar impactos a los consumidores.
- Apoyar la evaluación del esquema de incentivos a la fuerza comercial.

6.8 GESTIÓN OPERATIVA

6.8.1 Vicepresidencia de Banca de Personas y Experiencia del Cliente

- Establecer lineamientos y procesos para el diseño, desarrollo y administración de productos financieros, así como los aspectos relevantes para el relacionamiento con los consumidores financieros.
- Implementar de manera oportuna la solución de los problemas identificados, así como las recomendaciones realizadas por el Defensor del Consumidor Financiero y la Auditoría Interna.

- Utilizar mecanismos para lograr el conocimiento del consumidor y proveer o mejorar la oferta de productos.
- Conocer y ejecutar los lineamientos y procesos para la colocación, mantenimiento y asesoría de productos.
- Aplicar los procedimientos y protocolos que establezcan un adecuado suministro de información al consumidor financiero al momento de la vinculación y desvinculación de productos.
- Establecer programas de capacitación para la fuerza comercial y otros terceros vinculados, para garantizar una adecuada asesoría, nivel de información y prestación de servicios financieros.
- Adaptar la oferta y asesoría a las necesidades y capacidades del consumidor financiero, considerando sus características demográficas, socioeconómicas y posibles discapacidades.
- Implementar controles sobre la calidad de labor adelantada por terceros para la vinculación, suministro de información y asesoría, conocimiento del cliente y delegación de profesionalidad.
- Desarrollar los instrumentos, las metodologías y procedimientos requeridos para administrar efectivamente el Sistema de Atención al Consumidor SAC.
- Desarrollar evaluaciones de percepción para conocer el nivel de satisfacción/recomendación de los consumidores e incorporar estos resultados en el mejoramiento del ciclo de vida de los productos.
- Contar con instancias y/o canales establecidos para retroalimentar a la Junta Directiva, Alta Gerencia, Gestión de Riesgos y Auditoría Interna acerca de los resultados de la medición de satisfacción del consumidor, identificación de conductas u otros hallazgos significativos en relación con los productos financieros.
- Implementar procesos y controles para el manejo de la información personal de consumidores.
- Apoyar la divulgación, publicación y comunicación a clientes de los cambios contractuales a través de los canales definidos.
- Establecer programas de capacitación para la fuerza comercial y otros terceros vinculados sobre SAC y Experiencia del Cliente.
- Implementar los programas de educación financiera de acuerdo con las características de los productos ofrecidos y segmentos objetivos.
- Contar con herramientas tecnológicas que mejoren o faciliten la interacción de los consumidores con los productos y que garanticen la seguridad de la información de los consumidores financieros.
- Implementar y hacer seguimiento a los canales para la denuncia de conductas que vulneren a los consumidores, así como esquemas para protección para los denunciantes.
- Coordinar la implementación de mecanismos para identificar y resolver los conflictos de interés que puedan afectar a los consumidores financieros, de acuerdo con el código de ética o de conducta del Banco.

6.8.2 Vicepresidencia de Banca de Empresas y de Gobierno

- Establecer lineamientos y procesos para el diseño, desarrollo y administración de productos financieros, así como los aspectos relevantes para el relacionamiento con los consumidores financieros.
- Utilizar mecanismos para lograr el conocimiento del consumidor y proveer o mejorar la oferta de productos.
- Conocer y ejecutar los lineamientos y procesos para la colocación, mantenimiento y asesoría de productos.
- Aplicar los procedimientos y protocolos que establezcan un adecuado suministro de información al consumidor financiero al momento de la vinculación y desvinculación de productos.
- Establecer programas de capacitación para la fuerza comercial y otros terceros vinculados, para garantizar una adecuada asesoría, nivel de información y prestación de servicios financieros.

6.8.3 Vicepresidencia de Operaciones

- Definir, establecer e implementar políticas, procedimientos y métricas para la gestión y seguimiento de Peticiones, Quejas y Reclamos PQRs.
- Monitorear el comportamiento de las PQR y de la revisión de las solicitudes y recomendaciones que formule el Defensor del Consumidor Financiero en ejercicio de sus funciones, velando por la calidad en la respuesta y el cumplimiento de los tiempos de servicio definidos.
- Propender porque la selección del Defensor de Consumidor Financiero se realice bajo el cumplimiento de los lineamientos internos y requerimientos normativos vigentes.
- Incorporar en sus planes de trabajo elementos relacionados con la evaluación de las políticas y procedimientos desarrollados para la atención de los consumidores, así como para la selección y gestión del Defensor del Consumidor Financiero.

6.8.4 Vicepresidencia de Experiencia al Talento Humano

- Desarrollar programas para capacitar a los trabajadores de la fuerza de ventas en el ofrecimiento, asesoría y prestación de productos y servicios.
- Implementar controles sobre la calidad de labor adelantada por terceros para la vinculación, suministro de información, asesoría y conocimiento del cliente.
- Evaluar el esquema de incentivos a la fuerza comercial
- Gestionar los casos internos derivados de investigaciones por situaciones de conflictos de interés que afecten al consumidor.

6.8.5 Dueños de procesos

- Identificar los riesgos de conductas en los procesos a su cargo y establecer medidas de mitigación.
- Gestionar las medidas de prevención y mitigación de los riesgos, así como definir y monitorear los indicadores de riesgo de conductas.
- Velar por la calidad y consistencia de la información reportada frente a la Gestión de Riesgo de Conductas.
- Promover la participación de los colaboradores del área y los terceros que apoyan sus procesos en las capacitaciones sobre la Gestión de Riesgo de Conductas.

6.9 CONTRALORÍA INTERNA

La Auditoría Interna es responsable de llevar a cabo la supervisión de aspectos organizacionales que fomenten la cultura de trato justo a los consumidores financieros, teniendo en cuenta.

- Incluir en sus programas de auditoría la evaluación de la debida gestión del riesgo de conductas.
- Examinar la cultura y el comportamiento del Banco frente a los consumidores financieros, como parte de la evaluación de los programas de ética.

6.10 TODOS LOS COLABORADORES

- Cumplir con las políticas, procesos y controles establecidos para la gestión del riesgo de conductas.
- Reportar de manera oportuna los eventos relacionados con la Gestión del riesgo de conductas, así como los conflictos de interés que identifiquen.
- Participar en los procesos de formación y capacitación impartidos por el Banco.

DEFINICIONES

Para los efectos de este documento se tomarán en consideración las siguientes definiciones (algunas de ellas tomadas del Documento Técnico de Supervisión del Riesgo de Conductas de la Superintendencia Financiera):

- **Cliente:** Es la persona natural o jurídica con quien el Banco establece relaciones de origen legal o contractual, para el suministro de productos o servicios, en desarrollo de su objeto social.
- **Cliente Potencial:** Es la persona natural o jurídica que se encuentra en la fase previa de tratativas preliminares con el Banco, respecto de los productos o servicios ofrecidos por el mismo.
- **Conductas:** Comportamientos y prácticas llevadas a cabo por las entidades supervisadas, que impacten materialmente³ o puedan causar daño⁴ a los consumidores financieros o la integridad y transparencia⁵ del mercado.
- **Consumidor financiero:** Es todo cliente, usuario o cliente potencial de las entidades vigiladas.
- **Cultura:** Factor determinante de las conductas del Banco o sus funcionarios que comprende los valores, actitudes, comportamientos y normas internas.
- **Estrategia para la gestión del riesgo de conductas:** Conjunto de políticas o lineamientos que permiten identificar, medir, controlar y mitigar las potenciales conductas, con el fin de encaminar a las entidades supervisadas hacia la cultura del trato justo y la transparencia e integridad del mercado.
- **Petición:** Se refiere a las solicitudes que le sean presentadas al Banco para obtener una respuesta clara y precisa.
- **Principio de Trato justo:** En desarrollo de este principio, el Banco debe garantizar en el diseño, ofrecimiento y prestación de productos y servicios:
 - i. Que se atienden las necesidades y expectativas de los consumidores financieros.
 - ii. Que se brinda acceso e información clara, transparente y oportuna, acorde con las necesidades y perfil del consumidor financiero, en todo el ciclo de vida del producto.
 - iii. Que no existen barreras para movilizarse entre diferentes productos, servicios y entidades financieras.
 - iv. Que el proceso para interponer quejas o reclamos permite a los consumidores el ejercicio oportuno de sus derechos.
- **Productos y servicios:** Hace referencia a todas las operaciones, tanto principales como conexas, desarrolladas por el Banco.
- **Queja o reclamo:** Es la manifestación de inconformidad expresada por un consumidor financiero respecto de un producto o servicio adquirido, ofrecido o

³ La materialidad del impacto y daño a los consumidores financieros deberá ser determinada a partir del juicio informado del supervisor.

⁴ Daño: Perjuicios ocasionados a los consumidores financieros por conductas de las Entidad Supervisada en el suministro de productos/servicios. Para efectos de supervisión, los daños se circunscriben en incumplimiento de la promesa de valor, pérdidas económicas y mal servicio o experiencia.

⁵ Que los participantes cuenten con información del mercado de manera completa, clara y veraz

prestado por el Banco y puesta en conocimiento del mismo, del defensor del consumidor financiero, de la Superintendencia Financiera de Colombia o de las demás instituciones competentes, según corresponda.

- **Riesgo de Conductas:** Consiste en la posibilidad de afectación a los derechos del consumidor financiero o al mercado, derivada de una práctica del Banco. Dicha afectación puede surgir por factores como el diseño del producto, las ventas y mercadeo y la post-venta, así como por la inobservancia por parte del Banco de la regulación que les aplica.
- **Usuario:** Es la persona natural o jurídica quien, sin ser cliente, utiliza los servicios del Banco.

