

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Contenido

Capítulo I.	3
Introducción.....	3
Capítulo 2.	3
Políticas Generales.	3
Artículo 1: Objetivo.	3
Artículo 2: Aplicación del Código	3
Artículo 3: Las Personas a quienes es aplicable el Manual	4
Principios generales.....	4
Artículo 4. Principios.	4
Capítulo 3.	6
Obligaciones y Prohibiciones.....	6
Artículo 5. Información.	6
Artículo 6. Regalos, Atenciones y Otros.	6
Artículo 8. Conflictos de interés	7
Artículo 9. Autorizaciones Contractuales	7
Capítulo 4.	7
Bienes y Servicios.	7
Artículo 10. La Propiedad.	7
Capítulo 5.	9
Mecanismos para la prevención del Lavado de Activos.....	9
Artículo 11. Conocimiento del cliente. Son clientes de FILIANZA , aquellas personas naturales o jurídicas con las que se establece y mantiene una relación de tipo legal o contractual para la prestación de algún servicio o el suministro de cualquier producto propio de su actividad y objeto social.	9
Artículo 12. Requisitos para admisión de Clientes.	9

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Artículo 13. Limitaciones para Admisión de Clientes.....	10
Artículo 14. Operaciones inusuales y sospechosas.....	10
Artículo 15. Señales de alerta.....	11
Artículo 16. Parámetros para definir las señales de alerta respecto a las operaciones:	11
Artículo 17. Reporte de operaciones inusuales y sospechosas.....	12
Artículo 18. Responsables para determinar e informar operaciones inusuales y sospechosas.....	12
Artículo 19. Responsabilidades de la administración de la Compañía o los órganos de decisión, representación y control.....	13
Capítulo 6	13
Artículo 20. Capacitación.....	13
Artículo 21. Conservación de documentos.	14
Artículo 22. Desarrollo Tecnológico.....	14
Capítulo 7.	14
Disposiciones Finales.....	14
Artículo 23. Disciplina	14
Artículo 24. Cumplimiento.....	15

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Capítulo I.

Introducción.

Estimados Directores, Ejecutivos, Trabajadores, Proveedores, y Clientes:

CREDIBANCA S.A.S. (FILIANZA) promueve los más altos valores éticos y profesionales en el desarrollo de su actividad y relaciones con sus clientes, proveedores, consultores, trabajadores, ejecutivos y directores y con la comunidad en general.

Nuestra filosofía se sustenta en realizar los negocios con honradez e integridad. Las políticas resaltadas en este «Manual de Ética, Políticas del Cliente y Conducta Profesional» fueron diseñadas para asegurar que los directores, accionistas, trabajadores, distribuidores, proveedores y clientes actúen en un ámbito de absoluta transparencia, competencia profesional, honestidad y lealtad.

El propósito de este «Manual de Ética, Políticas del Cliente y Conducta Profesional» es reafirmar nuestro compromiso para respetar los más altos valores y estándares de conducta en el desarrollo de nuestra actividad. Este Manual fue elaborado para facilitar a nuestros directores, funcionarios, trabajadores y las directrices de comportamiento que la sociedad espera de todos nosotros.

El objeto de este Manual es establecer el conjunto de principios y reglas que deben regir el comportamiento en **FILIANZA** y todos sus trabajadores en cumplimiento de sus funciones y en sus relaciones comerciales y profesionales, actuando de acuerdo con la legislación vigente: No pretende recoger todas la situaciones que se presentan en el ámbito profesional, sino establecer unos principios de conducta que deben ser acogidos por todas las personas que tengan relaciones directas o indirectas con **FILIANZA**.

Si existieran dudas sobre los principios y normas contenidos en este Manual, será necesario y obligatorio consultar con el jefe inmediato superior, la Gerencia General o el Asesor Legal de **FILIANZA**.

Capítulo 2.

Políticas Generales.

Artículo 1: Objetivo. El «Manual de Ética, Políticas del Cliente y Conducta Profesional», rige la conducta de todas las personas que dirigen, desarrollan o tienen relación con las actividades de la Empresa. Sus disposiciones son de carácter obligatorio y son complementarias a las disposiciones contenidas en la legislación presente o futura.

Artículo 2: Aplicación del Código. Todas la personas que dirigen o desarrollan actividades para la Empresa, sea en forma permanente o temporal, deben ajustar su conducta a las normas y principios que contiene el Código. Sus acciones con los clientes, las autoridades, el

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

público en general, y su interacción con el personal debe regirse por las más altas normas de conducta ética, moral y profesional.

Artículo 3: Las Personas a quienes es aplicable el Manual. Responderán por los actos que realicen ante la Dirección y Administración de **FILIANZA**, sin perjuicio de los derechos y obligaciones ante terceros. .

Parágrafo 1. Los accionistas, trabajadores, proveedores y clientes conocen y respetan el mercado bursátil, por tanto cumplen la ley, reglamentos, Código de Buen Gobierno, a fin de mantener el más alto nivel de seriedad y reputación dentro de los agentes que operan en el mercado.

Parágrafo 2. Los accionistas y trabajadores conducen el negocio de manera leal, honesta, transparente y responsable.

Parágrafo 3. Los accionistas y trabajadores realizan las operaciones con lealtad, claridad, precisión, seriedad y cumplimiento, en el mejor interés de los clientes y el mercado.

Parágrafo 4. Los accionistas y trabajadores rechazan cualquier operación de origen ilícito, aplican estrictamente los criterios y procedimientos necesarios para prevenir y resolver conflictos de interés, trabajan de manera permanente para superar las expectativas legítimas de los clientes, a fin de desarrollar relaciones comerciales de largo plazo.

Principios generales.

Artículo 4. Principios. Se consideran principios y valores fundamentales que deben tener las personas vinculadas con **FILIANZA**, los siguientes:

- | | | |
|----------------------|-------------------|----------------------|
| 1. Honestidad, | 7. Transparencia, | 13. Imparcialidad, |
| 2. Integridad, | 8. Consistencia, | 14. Objetividad, |
| 3. Justicia, | 9. Ética, | 15. Respeto, |
| 4. Confidencialidad, | 10. Legalidad, | 16. Responsabilidad, |
| 5. Profesionalismo, | 11. Honradez, | 17. Calidad. |
| 6. Conducta Moral, | 12. Lealtad, | |

Parágrafo 1. La Honestidad, Integridad y Justicia. El respeto al principio de honestidad, integridad y justicia requiere:

- ❖ Una atención imparcial para todo el público, clientela, profesionales, competencia, compañeros de trabajo, distribuidores y proveedores. No existe el favoritismo ni la discriminación.
- ❖ La contratación objetiva y sin preferencias es un requisito invariable. Las decisiones deben fundamentarse en los máximos beneficios para los involucrados, la Empresa, los proveedores. No se aceptan consideraciones ni retribuciones especiales de ninguna índole salvo aquellas previamente acordadas y de conocimiento general y en línea con los procedimientos establecidos.
- ❖ La integridad personal, de los procedimientos son parte fundamental de la Empresa; las omisiones premeditadas que incidan en el principio de integridad, sin mediar ningún motivo sea cual fuere, serán consideradas como una falta grave al contrato de Trabajo.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Parágrafo 2. Confidencialidad. Garantiza la seguridad, tranquilidad y bienestar de la Empresa, sus clientes y el público en general, se mantendrá el estricto deber de permanente confidencialidad y respecto de la información cuya divulgación o publicidad puedan afectar a los intereses de la Empresa.

Parágrafo 3. Profesionalismo. El principio de profesionalismo es el conjunto de elementos que manda al personal a conducirse y desarrollar sus labores de acuerdo con la legislación pertinente, las costumbres y prácticas sanas y propias del giro del negocio, basada en una conducta de eficiencia, eficacia, siempre en busca de la excelencia y la calidad del servicio.

Parágrafo 4. Conducta Moral. La conducta personal debe ser intachable.

Parágrafo 5. Transparencia y consistencia. El personal es responsable de sus actuaciones y por el desempeño de sus tareas respetando los procedimientos internos de la Empresa.

La información que se entrega debe ser veraz, necesaria, completa, puntual, acerca de actividades de su desempeño o de su área de competencia.

Parágrafo 6. Ética y Legalidad. Las operaciones, actos y contratos que se realicen en el ámbito de **FILIANZA** deben ejecutarse de acuerdo con las leyes, reglamentos, sanas prácticas y costumbres que aseguren la correcta organización, integración, eficacia y transparencia de las mismas.

Parágrafo 7. Honradez. Los directores, funcionarios y trabajadores de **FILIANZA** deben abstenerse de realizar por sí o inducir a terceros a la realización de cualquier acción u omisión que perturbe la eficiencia del mercado o que pueda perjudicar a sus similares, a los inversionistas o la confianza del público en general, su conducta debe ser idónea y no debe transigir con incorrecciones que impidan el libre juego del mercado.

La honestidad en todas las acciones y transacciones efectuadas es un requisito imprescindible; los vicios y distorsiones que inciden en el objetivismo y la integridad de cualquier transacción son de grave consecuencia para el efectivo desempeño de la Empresa y su reputación.

Parágrafo 8. Lealtad. Actuar con lealtad y atendiendo a la defensa de los intereses de la Empresa. Asimismo evitar situaciones que puedan dar lugar a conflictos entre intereses personales y los intereses de la Empresa.

Parágrafo 9. Imparcialidad. Es fundamental poder brindar una atención imparcial para todo el público, clientela, profesionales, entes reguladores, competencia, compañeros de trabajo, proveedores. No se debe existir el favoritismo ni la discriminación.

Parágrafo 10. Objetividad. La objetividad es el principio básico en el trato de terceros y la toma de decisiones. No se debe existir parcialidad en las negociaciones y operaciones de la Empresa.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Capítulo 3.

Obligaciones y Prohibiciones.

Todo director, trabajador, proveedor y distribuidor atenderá sus tareas y responsabilidades respetando los principios contenidos en el Capítulo anterior. En el descargo de sus funciones atenderá lo siguiente:

Artículo 5. Información.

La información disponible será manejada con el más alto grado de discreción y profesionalismo. La entrega y divulgación de la misma se podrá realizar dentro de las facultades que el puesto le otorga a cada persona y acogiéndose a la normatividad legal de protección de datos personales y al manual de manejo de la información de la compañía.

El personal no podrá hacer uso de información privilegiada para beneficio propio o de terceros.

Ninguna persona relacionada con **FILIANZA** puede difundir información de la Empresa, sus clientes, proveedores o de cualquier otra naturaleza si sus funciones no le facultan. Declaraciones o expresiones formales a la prensa o cualquier otro medio de comunicación serán responsabilidad de la administración o la dirección de la sociedad, y pueden ser delegadas a criterio de la Junta o la Gerencia.

Se entiende por información privilegiada aquella aún no divulgada al mercado y, que al serlo, puede afectar el comportamiento o modificar la oferta y demanda.

Artículo 6. Regalos, Atenciones y Otros.

El uso de fondos, sean de la Empresa, propios o terceros, para pagos inapropiados de cualquier naturaleza a cualquier persona o funcionario público está absolutamente prohibido. En igual forma se prohíbe recibir fondos como compensación adicional, regalías o cualquier otra forma de reconocimientos que no estén asociados con el desarrollo normal de la actividad de la Empresa. La sospecha o detección de un pago inapropiado debe ser notificado a la administración o la dirección de inmediato, el silencio se considera una violación de este Manual y la omisión de notificar es considerada como un acto de encubrimiento.

Ofrecer regalos o reconocimientos a terceros con los recursos de la Empresa con el único propósito de obtener un beneficio personal es una violación del principio de conflicto de interés.

Solicitar o aceptar beneficios de cualquier transacción de un cliente de la Empresa no es permitido.

La aceptación de regalos, regalías, prebendas, dádivas, no es permitido.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

No se podrá ofrecer o dar (directa o indirectamente) cualquier obsequio, “comisión confidencial” u otro tipo de pagos impropios o consideraciones a cualquier cliente, , funcionario de gobierno o colaborador, ni a cualquier otra persona en consideración por la ayuda o influencia concerniente a cualquier transacción o transacciones potenciales que involucren a **FILIANZA**.

Artículo 7. De la afiliación con otros. La relación laboral con la Empresa es de exclusividad, exigiendo la dedicación total de cada uno de los trabajadores. Se exceptúan de esta disposición compromisos de carácter docente o con instituciones de beneficencia.

Artículo 8. Conflictos de interés. El principio de conflictos de interés se sustenta en la separación del interés corporativo del interés personal.

El conflicto de intereses se presenta cuando el interés privado de un trabajador, , accionista, coincide, de cualquier manera, con el interés de **FILIANZA**. Los conflictos de intereses pueden surgir cuando se toma una acción o tienen un interés que puede hacer difícil que las personas encargadas tomen decisiones objetivas a favor de la Empresa o para realizar sus deberes efectivamente. Los conflictos de intereses surgen también cuando se reciben beneficios personales inapropiados.

El servicio a **FILIANZA** nunca debe ser subordinado a las ganancias y ventajas personales de un trabajador responsable de actuar con el mejor interés de la Empresa.

Por consiguiente, los conflictos de intereses se prohíben como un asunto de política corporativa, a menos que ellos hayan sido aprobados por **FILIANZA**.

Artículo 9. Autorizaciones Contractuales.

Todo el personal se abstendrá de contraer compromisos contractuales de cualquier naturaleza, salvo autorización explícita como parte de sus funciones, o para una situación específica.

Capítulo 4.

Bienes y Servicios.

Artículo 10. La Propiedad.

Los directores, trabajadores, harán uso de los bienes físicos o de información, y los servicios de apoyo de la sociedad para atender las tareas y las funciones que le corresponden. Se entienden por bienes el equipo, material e insumos que le sea proporcionados, y por servicios todos los medios de comunicación que se le faciliten para el descargo de sus funciones.

Parágrafo 1. Los Bienes e Insumos: Todo el personal es responsable por el material, insumos y equipo y por la información a su disposición en la ejecución de sus tareas.

Velará por el uso adecuado de la información proporcionada. Observará el principio y las normas de confidencialidad establecidas y utilizará el material exclusivamente para las tareas y procesos propios de su puesto.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Se abstendrá de extraer de las instalaciones de la Empresa, por cualquier medio, escrito, electrónico, etc., información de la clientela o la Empresa

Utilizará los insumos que se le faciliten exclusivamente para las tareas propias de su puesto.

Cuidará del equipo que se le asigne y hará uso de él exclusivamente en el desempeño de sus tareas.

Utilizará los manuales, otros documentos y los programas internos de la Empresa para su desarrollo personal y la ejecución de sus funciones; se abstendrá de hacer copias de éstos, removerlos de las instalaciones y facilitarlos a personas ajenas.

Protegerá la documentación bajo su cuidado, y tomará las medidas pertinentes para evitar su utilización en operaciones fraudulentas causando daños perjuicios a los bienes de la Empresa y sus clientes. El incumplimiento de esta disposición constituirá falta grave, con sospecha de complicidad.

La utilización del logo u otros símbolos, que identifiquen a la Empresa, para propósitos ajenos a la actividad de la Empresa, será considerado como un abuso de confianza y sancionado según la falta y la frecuencia.

Parágrafo 2. La propiedad intelectual. Proteger toda la propiedad intelectual y respetar los derechos de otras empresas es de vital importancia para **FILIANZA**.

Todo el personal respetará la propiedad intelectual de los materiales escritos o facilitados en otros medios. Todos los materiales que sean elaborados como resultado de las labores desarrolladas son propiedad de **FILIANZA** y para el uso exclusivo de ésta.

Se respetará la propiedad intelectual de los materiales escritos o presentados en otros medios, atendándose lo indicado en el artículo anterior en lo concerniente al copiado de ésta.

Parágrafo 3. De los servicios de apoyo. El uso de los diferentes medios de comunicación:

La Empresa facilitará los medios de comunicación (teléfono, fax, Internet) para el desarrollo de las actividades de la Empresa. Es la responsabilidad de todos mantener la confidencialidad, integridad y disponibilidad del sistema de comunicación.

El uso de estos sistemas es para uso en asuntos relacionados con la Empresa; sin embargo, la Empresa permite hacer uso de ellos para asuntos personales, siempre y cuando no exista abuso, no representen gastos para la Empresa, no distraigan al personal de sus tareas y obligaciones en la Empresa, o sean utilizados para actividades comerciales o comunicaciones estrictamente personales que deben ser atendidos fuera de la jornada y del recinto de trabajo.

Los mensajes enviados o recibidos por fax, Internet u otra forma de comunicación provista por la Empresa son propiedad de ella, por lo tanto ninguna persona puede esperar confidencialidad y **FILIANZA** se reserva el derecho de examinarlos.

No se podrá violentar las leyes de propiedad intelectual o comprometer la seguridad de los sistemas de comunicación de la Empresa.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Capítulo 5.

Mecanismos para la prevención del Lavado de Activos.

Artículo 11. Conocimiento del cliente. Son clientes de **FILIANZA**, aquellas personas naturales o jurídicas con las que se establece y mantiene una relación de tipo legal o contractual para la prestación de algún servicio o el suministro de cualquier producto propio de su actividad y objeto social.

El conocimiento del cliente se inicia con el cumplimiento de los requisitos de información y documentación que determine la Empresa en el formulario de vinculación de clientes.

El conocimiento apropiado del cliente, permite realizar una adecuada selección del riesgo moral y por ende permite protegerse contra el lavado de activos.

Artículo 12. Requisitos para admisión de Clientes. El conocimiento del cliente conduce a saber con exactitud con quién se contrata y qué actividad económica desarrolla, por lo que se debe exigir al cliente el diligenciamiento de la información completa sobre:

• **Datos personales:**

- ❖ Nombres y apellidos completos.
- ❖ Clase de documento de identidad (cédula de ciudadanía, cédula de extranjería o tarjeta de identidad).
- ❖ Número, fecha y lugar de expedición del documento de identidad.
- ❖ Fecha y lugar de nacimiento.
- ❖ Nacionalidad.
- ❖ Ciudad y dirección de residencia.
- ❖ Ciudad y dirección del domicilio social.
- ❖ Teléfono fijo y celular.
- ❖ Correo electrónico.

• **Actividad económica:**

Para personas naturales.

- ❖ Tipo de actividad: dependiente, independiente, empleado público, rentista, socio, pensionado, otro.
- ❖ Ocupación/oficio/profesión.
- ❖ Nombre de la empresa donde trabaja.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

- ❖ Cargo que desempeña.
- ❖ Ciudad, dirección y teléfono de la empresa donde labora.

Para Personas Jurídicas.

- ❖ Razón o denominación social.
- ❖ NIT, RUT y certificado de existencia y representación legal expedido por la correspondiente Cámara de Comercio.
- ❖ Datos de la oficina principal (ciudad, dirección y teléfono)
- ❖ Datos de la sucursal o agencia (ciudad, dirección y teléfono)
- ❖ Tipo de empresa: pública, privada, mixta, otra.
- ❖ Actividad económica: industrial, comercial, transporte, construcción, agrícola, servicios financieros, otra.

Información financiera:

- ❖ Ingresos mensuales.
- ❖ Egresos mensuales.
- ❖ Ingresos no operacionales.
- ❖ Total activos y total pasivos

Declaración de origen de fondos:

- ❖ Autorización de consulta y reporte a centrales de información.
- ❖ Referencias bancarias y comerciales en donde se detalle el nombre de la entidad, país, ciudad, número de cuenta, dirección y teléfono.

Los anteriores requisitos se encuentran contenidos en el formato de conocimiento del cliente (Circular Externa 025/2003, Superintendencia Financiera), el cual se diligencia en el momento en que el cliente se está vinculando con la institución.

Artículo 13. Limitaciones para Admisión de Clientes.

Serán limitaciones en el momento de la vinculación de clientes las siguientes:

- ❖ Personas o entidades que injustificadamente no entreguen la documentación requerida.
- ❖ Personas o entidades cuyo nombre se haya hecho público por su posible vinculación con actividades ilegales o delictivas.
- ❖ Representantes de casas de cambio, casinos y/o entidades similares.

Artículo 14. Operaciones inusuales y sospechosas.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Operaciones Inusuales: Son aquellas operaciones que superan el giro normal de los negocios de los clientes de la Empresa, porque su cuantía y características no guardan relación con su actividad económica.

Operaciones sospechosas: La confrontación de las operaciones detectadas como inusuales, con la información acerca de los clientes o de los mercados, debe permitir conforme el buen criterio de la Empresa, identificar si una operación es o no sospechosa. Con todo, la Empresa podrá considerar como sospechosas aquellas operaciones del cliente que, no obstante mantenerse dentro de los parámetros de su perfil financiero, la Empresa con buen criterio estime en todo caso irregulares o extrañas, a tal punto que escapen de lo simplemente inusual.

Artículo 15. Señales de alerta.

En el presente Código las señales de alerta están dirigidas a abordar dos aspectos fundamentales dentro del desarrollo de los productos de **FILIANZA** que a saber son:

- El Cliente
- Las Operaciones

El Cliente: Posibles clientes que presenten documentos falsos, inexactos o ambiguos, que no correspondan con la información suministrada.

- ❖ Posibles clientes que se nieguen a soportar el origen de sus ingresos o que los documentos presentados para respaldar su patrimonio guarden inconsistencias con el mismo.
- ❖ Posibles clientes que omitan información relevante para el conocimiento del mismo.
- ❖ Posibles clientes que se nieguen a suministrar información sobre las relaciones comerciales con otras entidades financieras.
- ❖ Posibles clientes que siendo personas jurídicas suministren documentos sin el lleno de los requisitos legales.
- ❖ Posibles clientes que estén incluidos en la Lista Internacional del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas.

Las Operaciones:

- ❖ Pago intempestivo del crédito en cartera castigada, sin que medie alguna explicación razonable.
- ❖ Cuando el valor del fondo constituido supere los ingresos y activos líquidos certificados por el cliente en los documentos soporte de la operación.
- ❖ Transacciones múltiples consignadas a la cuenta de la Empresa por parte de un mismo cliente, que consolidadas representen un monto significativo.

Artículo 16. Parámetros para definir las señales de alerta respecto a las operaciones:

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

- ❖ **Montos considerables en prepago:** Para determinar esta señal de alerta, se deberá confrontar los prepagos con los ingresos que se tienen por cada cliente y establecer si es consistente el valor del prepago efectuado.
- ❖ **Verificación de ingresos certificados por el cliente:** Para determinar esta señal de alerta, se deberá establecer para cada cliente que realiza una operación con **FILIANZA**, si el monto de la misma es consistente con el nivel de ingresos, verificando la información suministrada.
- ❖ **Monto significativo para transacciones múltiples:** Para determinar esta señal de alerta, en el caso de clientes que realicen operaciones múltiples en un horizonte de tiempo mensual, se deberá evaluar si el monto consolidado de dichas transacciones es consistente con el nivel de ingresos del cliente.

Artículo 17. Reporte de operaciones inusuales y sospechosas.

Existe una obligación legal para todo el personal de **FILIANZA**, de reportar información o cualquier otro tema sobre el que tenga conocimiento durante el desempeño de su actividad y que en su concepto origine certeza o sospecha de lavado de activos.

Reportes internos.

- ❖ **Sobre transacciones inusuales:** Cuando un trabajador evidencie una operación inusual deberá reportarlo por escrito a su superior inmediato, a fin de analizar si la operación se puede calificar como inusual. Dicho reporte deberá ponerse en conocimiento por escrito, de igual manera, al encargado de cumplimiento de forma inmediata, a fin de que el encargado de cumplimiento pueda evaluar el adecuado funcionamiento. El reporte debe indicar las razones que determinan la operación como inusual.
- ❖ **Sobre operaciones sospechosas:** Cuando un trabajador detecte una operación que puede calificarse como sospechosa, debe proceder de manera inmediata y directa a informar al superior de cumplimiento.
- ❖ Para efectuar el reporte de una operación catalogada como sospechosa no se requiere que la Empresa tenga certeza de que se trata de una actividad delictiva o que los recursos que maneja provienen de esa actividad, ni tampoco se requiere identificar el tipo penal. Además, como el reporte de operaciones sospechosas no constituye denuncia penal no requiere estar suscrito por funcionario alguno sino que se realiza a nivel institucional.

Reportes externos.

- ❖ La persona encargada a la cual se le informó de una operación sospechosa, debe reportarlo al Representante Legal para analizar y decidir si debe ser denunciado ante las autoridades competentes.

Artículo 18. Responsables para determinar e informar operaciones inusuales y sospechosas.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

Todos los trabajadores de **FILIANZA** son responsables de ejecutar los procedimientos que están definidos en este Manual y aquellos que por su experiencia y criterio sean necesarios para lograr eliminar dudas que puedan surgir en la definición de la operación que se está ejecutando.

Pero, son responsables para determinar las operaciones inusuales y sospechosas el Departamento Financiero o cualquier otra área involucrada en el proceso de otorgamiento de los productos y el seguimiento de los mismos.

Artículo 19. Responsabilidades de la administración de la Compañía o los órganos de decisión, representación y control.

Es función de la Asamblea, el Comité Técnico, la Gerencia de **FILIANZA**, velar por el cumplimiento de las políticas, mecanismos y procedimientos contemplados en el presente Manual. Será responsabilidad del Jefe de Recursos Humanos dar a conocer a todos los funcionarios, incluyendo el personal temporal, los procedimientos, las normas y cuidados para tener en cuenta sobre el lavado de activos y demás operaciones fraudulentas con el fin de aplicar los controles necesarios para evitar que **FILIANZA** y/o sus trabajadores faciliten actividades tipificadas como delitos, toda vez que de presentarse hechos que tipifiquen la conducta en el lavado de activos, la Empresa será objeto de sanciones monetarias y administrativas y sus trabajadores de sanciones de tipo penal.

Es por ello de vital importancia la participación y compromiso de todos los trabajadores, para que estén vigilantes sobre las operaciones que puedan resultar lesivas para **FILIANZA**.

Capítulo 6

Artículo 20. Capacitación.

El Jefe de Recursos Humanos debe desarrollar programas de capacitación anualmente, dirigidos a los trabajadores con el fin de concientizarlos sobre la importancia de cumplir a cabalidad con la normatividad vigente relacionada con la prevención del lavado de activos, el cumplimiento de este Manual, especialmente indicando los mecanismos de control definidos por **FILIANZA** para su aplicación y cumplimiento.

El Jefe de Recursos Humanos debe capacitar y entrenar a los funcionarios en los procesos de inducción y anualmente en los programas de actualización, a través del correo electrónico, cartillas, intranet o en forma presencial, si fuera el caso.

Los programas de capacitación y entrenamiento se deben ejecutar informando como mínimo:

- ❖ Las responsabilidades de las instancias encargadas de ejecutar los mecanismos e instrumentos de prevención de actividades delictivas.
- ❖ Los cargos responsables de supervisar el cumplimiento de los procedimientos en cada área.
- ❖ El régimen de responsabilidades por el incumplimiento de los deberes que obligan a una adecuada prevención y control del lavado de activos.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

- ❖ Las actividades que a la luz de la Superintendencia Financiera se consideran prácticas inseguras.
- ❖ Los programas de capacitación se revisarán, actualizarán y evaluarán como mínimo anualmente y se adoptarán los mecanismos pertinentes para corregir deficiencias.

Artículo 21. Conservación de documentos.

Con el propósito de garantizar un mayor grado de colaboración con las autoridades, **FILIANZA** debe conservar los documentos y registros relativos al cumplimiento de las normas sobre prevención y control del lavado de activos por el término establecido en el artículo 96 del EOSF, es decir, el término de cinco (5) años, al cabo de este lapso los documentos pueden ser destruidos, siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

- ❖ Que no medie solicitud de entrega de los mismos, formulada por autoridad competente.
- ❖ Que se conserve en un medio técnico que garantice su posterior reproducción exacta y la preservación de su valor probatorio.

Respecto de los documentos que soportan la decisión de determinar una operación como sospechosa, así como los demás formularios requeridos por la normatividad junto con sus soportes, deben ser entregados al superior inmediato para que se encargue de su custodia.

Artículo 22. Desarrollo Tecnológico

Para prevenir el lavado de activos y proporcionar la fácil detección de las operaciones inusuales o sospechosas, **FILIANZA** debe implementar un programa de cómputo que una vez parametrizado le permita consolidar en forma mensual las transacciones que efectúen los clientes, detectar las señales de alerta y generar los reportes requeridos para monitorear las operaciones.

Adicionalmente, el programa de cómputo debe confrontar la información del cliente frente a la Lista Internacional del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas, que califica a las personas incluidas en ella como no aptas para celebrar operaciones con ningún sistema financiero.

Capítulo 7.

Disposiciones Finales.

Artículo 23. Disciplina

El cumplimiento con este Manual es una condición de empleo para cada trabajador, colaborador y consultor, y una condición de servicio para cada director. La conducta contraria a este Manual está fuera del alcance de la contratación o servicio, según sea el caso.

1. Los trabajadores que violen este Manual pueden estar sujetos a acciones disciplinarias, hasta e inclusive el despido. En concordancia y dentro de los parámetros de las leyes laborales.
2. Los trabajadores que conozcan sobre una violación y fallen en reportarla inmediatamente para corregirla y los directores, que dirigen o toleren las violaciones pueden estar también sujetos a acciones disciplinarias, hasta e inclusive el despido. En concordancia y dentro de los parámetros de las leyes laborales.

MANUAL DE ÉTICA, POLÍTICAS DEL CLIENTE Y CONDUCTA PROFESIONAL

3. Adicionalmente, las violaciones de previsiones de este Manual, son ilegales y el director, trabajador pueden estar sujetos a obligaciones civiles y criminales de conformidad con las normas legales que regulan esta materia.

Artículo 24. Cumplimiento.

Las normas, principios y postulados consignados en éste Manual son de obligatorio cumplimiento por parte de todos los trabajadores **FILIANZA**.

Los trabajadores suscribirán el compromiso de conducta ética, en el cual se comprometen a observar y cumplir con las disposiciones contenidas en el presente Manual.

El presente Código fue aprobado por la Asamblea de Accionistas de **FILIANZA S.A.S.**, el día 1 de Julio de 2016 según Acta No. 011.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Santiago de Cali, a los primero (1) días del mes de julio de 2016.



Leonardo Alzate Diez

Presidente



Mauricio Diez Madriñan

Secretario