

MANUAL DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO (SAC)

**BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES
SOCIEDAD FIDUCIARIA S.A.**

Versión 4.7

**DOCUMENTO PARA PRESENTACIÓN Y APROBACIÓN DE LA JUNTA
DIRECTIVA**



TABLA DE CONTENIDO

1.	PROPOSITO DEL PROCEDIMIENTO.....	5
1.1.	OBJETIVOS GENERALES	5
1.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
2.	ASPECTOS GENERALES DEL PROCEDIMIENTO.....	5
3.	VISTA GENERAL DEL FLUJO DE TRABAJO.....	6
3.1.	ENTRADAS/SALIDAS.....	6
3.2.	FLUJO DEL PROCEDIMIENTO	6
3.3.	HERRAMIENTAS	6
4.	PROCEDIMIENTO OPERACIONAL	6
4.1.	FINALIDAD DEL SAC.....	6
4.1.1.	DESTINATARIOS.....	6
4.1.2.	ENCARGADOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	6
4.1.3.	ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN Y LOS SERVICIOS	7
4.2.	PRINCIPIOS	7
4.3.	REGLAS DE ORO PARA LA GESTIÓN DE QUEJAS DE LOS CLIENTES.....	7
5.	DEFINICIONES	7
6.	MARCO NORMATIVO.....	9
6.1.	OBLIGACIONES ESPECIALES DE LA FIDUCIARIA.....	9
6.2.	DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR FINANCIERO	10
6.3.	PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES	11
7.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SAC	12
7.1.	FUNCIONES ESPECÍFICAS DE LA JUNTA DIRECTIVA	12
7.2.	FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL REPRESENTANTE LEGAL	12
7.3.	FUNCIONES DE LOS ÓRGANOS DE CONTROL.....	12
8.	PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS	13
8.1.	DISPOSICIONES GENERALES	13
8.2.	PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS POR BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES SOCIEDAD FIDUCIARIA S.A.....	13
8.2.1.	CUSTODIA PARA CLIENTES EXTRANJEROS EN EL MERCADO LOCAL	13
8.2.2.	CUSTODIA PARA CLIENTES LOCALES EN EL MERCADO LOCAL.....	13
8.2.3.	CUSTODIA PARA CLIENTES LOCALES EN EL MERCADO EXTERIOR.....	14 14
8.3.	MECANISMOS DE INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS	14
8.4.	COSTOS Y TARIFAS DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS	14



9.	ESCALONAMIENTO DE QUEJAS A COMPLIANCE	14
10.	REPORTE DE QUEJAS A LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA	16
11.	SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO	16
11.1.	POLÍTICAS GENERALES	17 16
11.2.	ATENCIÓN Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO.....	19 18
11.3.	CRITERIOS DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD	19
11.4.	ADMINISTRACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL SAC.	20 19
11.5.	PROVISIÓN DE RECURSOS	20 19
11.6.	MECANISMOS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	20
11.7.	RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS RECIBIDAS DESDE EL DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO	20
11.8.	CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE O PARTES INTERESADAS.....	20
12.	ETAPAS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO.....	22 21
12.1.	IDENTIFICACIÓN.....	22 21
12.1.1.	IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS Y ACTIVIDADES	22
12.1.2.	JERARQUÍA DE PROCESOS	23 22
12.1.3.	DOCUMENTACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO OPERATIVO - SAC.....	23
12.1.4.	GENERACIÓN DE EVENTOS POTENCIALES Y ANÁLISIS DE SU OCURRENCIA Y DE SUS EFECTOS	24 23
12.2.	MEDICIÓN	24 23
12.2.1.	INDICADORES DE QUEJAS Y RECLAMOS.....	24
12.2.1.1.	INDICADOR LÍNEAS DE RECEPCIÓN.....	24
12.2.1.2.	INDICADOR QUEJAS SUGERENCIAS Y RECLAMOS SEGÚN TIPOLOGÍA	25
12.2.1.3.	INDICADOR DE TIEMPO MEDIO DE RESPUESTA	26
12.2.1.4.	INDICADOR QUEJAS SUGERENCIAS Y RECLAMOS REPETIDAS Y REITERADAS POR TIPOLOGÍA.....	27 26
12.2.2.	RIESGOS	28
12.2.3.	RIESGO RESIDUAL	29
12.2.4.	GESTIÓN DEL RIESGO RESIDUAL:	29
12.3.	CONTROL.....	30 29
12.4.	MONITOREO.....	33 32
12.4.1.	REVISIÓN ANUAL.....	33 32
12.4.2.	PRUEBAS AUTOMÁTICAS DE LOS CONTROLES.....	33 32
12.4.3.	ELABORACIÓN Y DESARROLLO DE INDICADORES	33
12.4.4.	CONTROL DE INCONSISTENCIAS (BACK TESTING)	34 33



13.	PROCEDIMIENTOS.....	34
13.1.	ESTABLECER MEDIDAS EN CASO DE QUE LOS EMPLEADOS Y ALTA GERENCIA, INCUMPLAN EL SAC: 34	
13.2.	ESTABLECER LAS MEDIDAS RELATIVAS A LA CAPACITACIÓN E INSTRUCCIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DE LAS ÁREAS INVOLUCRADAS.....	<u>3534</u>
13.3.	PROCEDIMIENTO PARA BRINDAR INFORMACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SE PRESTAN Y TARIFAS ASOCIADAS A CADA UNO.....	35
13.4.	PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN DE QUEJAS, RECLAMOS O SUGERENCIAS	<u>3635</u>
14.	DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO	<u>3938</u>
15.	EDUCACIÓN FINANCIERA	<u>4443</u>
15.1.	MÉTODO DE EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO.....	<u>4443</u>
15.2.	MEDIOS DE EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO	<u>4443</u>
16.	CAPACITACIÓN A LOS FUNCIONARIOS	<u>4443</u>
17.	CONFLICTO DE INTERESES	<u>4544</u>
18.	ROLES AND RESPONSABILIDADES.....	<u>4544</u>
19.	RIESGOS RELACIONADOS.....	<u>4544</u>
20.	ACTUALIZACIÓN GUIA CASILLERO VIRTUAL SUPERFINANCIERA DE COLOMBIA CARTA CIRCULAR 33 DE 2019 MAYO 09.....	<u>4645</u>
21.	CONTROLES.....	<u>4645</u>
22.	ANEXOS.....	<u>4645</u>
22.1.	Carta Circular 075 de 2016	<u>4645</u>
22.2.	Apéndice A	<u>4645</u>
22.3.	Apéndice B	<u>4745</u>
22.4.	Anexo 1 y 2.....	<u>4746</u>
22.5.	Anexo 3	<u>4746</u>

1. PROPOSITO DEL PROCEDIMIENTO

1.1. OBJETIVOS GENERALES

El Manual del Sistema de Atención al Consumidor Financiero de BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES SOCIEDAD FIDUCIARIA S.A. (en adelante la **FIDUCIARIA**) tiene por objeto establecer los principios, reglas y mecanismos que rigen la protección de los consumidores financieros, así como las relaciones entre éstos y la **FIDUCIARIA** y contribuir a la consolidación de una cultura de protección al consumidor financiero, dentro de un ambiente de atención, respeto y servicio. La **FIDUCIARIA** presenta este Manual SAC, como parte del Grupo BNP Paribas y en atención a su compromiso con la debida atención a los consumidores financieros.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Desarrollar los elementos mínimos, que permitan instrumentar de forma organizada el Sistema de Atención al Consumidor Financiero, entre los cuales se contemplan las políticas, procedimientos, documentación, estructura organizacional, infraestructura, capacitación al personal de la **FIDUCIARIA**, educación e información al consumidor financiero.

Establecer las etapas que permitan administrar el Sistema de Atención al Consumidor mediante la identificación, medición, control y monitoreo.

2. ASPECTOS GENERALES DEL PROCEDIMIENTO

La innovación tecnológica, la modernización, la calidad en los procesos, los cambios vertiginosos en todos los campos de las relaciones sociales, han conformado una tendencia creciente de las expectativas de los clientes y consumidores por más y mejores productos o servicios, razón por lo cual la **FIDUCIARIA** debe procurar que la atención a los clientes, consumidores y partes interesadas sea eficiente y con prontitud, de manera tal que los derechos y expectativas de las partes interesadas sean gestionadas adecuadamente siendo subsanadas sus demandas, necesidades o expectativas.

En este Manual de Atención al Cliente se da a conocer a todos los funcionarios de la entidad, los fundamentos básicos de atención a las partes interesadas y pautas de comportamiento en la prestación de servicio.

No solo va dirigido a los funcionarios que prestan directamente los servicios de atención al cliente sino también para que sirva como herramienta para todos los funcionarios que sin tener conocimientos previos en la materia, conozcan y apliquen las políticas y procedimientos descritos en este Manual para aplicar en el día a día en la atención y servicio al cliente.

En cumplimiento de la Ley 1328 de 2009 y la Circular Externa 015 de 2010 emitida por la Superintendencia Financiera de Colombia, la **FIDUCIARIA**, ha diseñado el presente manual el cual contempla los lineamientos del Sistema de Atención al Consumidor Financiero SAC y busca (i) Fortalecer una cultura de atención a los consumidores y clientes de la entidad; (ii) Optimizar los canales de información a los usuarios y clientes; (iii) Reforzar el procedimiento de atención de quejas y reclamos y (iv) Implementar mecanismos de educación financiera a los consumidores y nuestros clientes.

En cumplimiento con los requisitos fijados en la normatividad local y la emitida por la Casa Matriz de la **FIDUCIARIA**, a través de este Manual las entidades definen, desarrollan y adoptan su propio Sistema de Atención al Consumidor Financiero en adelante el SAC.

Siendo una de las prioridades para la **FIDUCIARIA** el mejoramiento continuo de sus procesos y procedimientos y en especial los relacionados con los Sistemas de Atención al Cliente, la Junta Directiva y la Administración de la **FIDUCIARIA** adoptan el presente Manual para el Sistema de Atención al Cliente SAC.

Finalmente, en desarrollo de lo anterior y con el fin de fijar lineamientos de protección a los derechos del consumidor, igualmente se hace referencia en este manual a la Defensoría del Consumidor Financiero.

3. VISTA GENERAL DEL FLUJO DE TRABAJO

3.1. ENTRADAS/SALIDAS

Entradas	Salidas
Quejas y/o reclamaciones de Clientes	Respuesta a quejas y/o reclamaciones de Clientes
	Escalonamiento de quejas y reclamos a Compliance

3.2. FLUJO DEL PROCEDIMIENTO



Procedure Flow.xlsx

3.3. HERRAMIENTAS

- Outlook

4. PROCEDIMIENTO OPERACIONAL

4.1. FINALIDAD DEL SAC

La **FIDUCIARIA** deberá propender siempre por la generación de los mecanismos adecuados para la atención al cliente de acuerdo a las disposiciones normativas, con miras a la eficiencia y calidad de la prestación del servicio y con ello a la satisfacción de sus clientes o partes interesadas.

4.1.1. DESTINATARIOS

Los encargados de brindar el servicio de atención al cliente deben ofrecer dicho servicio sin discriminación a todos los clientes y partes interesadas de la entidad otorgando siempre su servicio con sentido humanitario, trato cordial, igualdad de condiciones y oportunidad en las respuestas.

4.1.2. ENCARGADOS DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La **FIDUCIARIA** deberá propender porque siempre se disponga del personal idóneo para el Sistema de Atención al Consumidor - SAC y con las capacidades y competencias para desempeñar eficientemente este servicio.

Adicionalmente, todos los funcionarios de la **FIDUCIARIA** deberán estar en condiciones de prestar una orientación básica al cliente o usuario en materia de servicios y atención al cliente.

El área de Servicio al Cliente a través de su personal y de la recepción, es la responsable por asegurar periódicamente que los funcionarios de la entidad cuenten con las competencias y capacidades para brindar un adecuado y eficiente servicio al cliente a los usuarios y clientes.

4.1.3. ACCESIBILIDAD A LA INFORMACIÓN Y LOS SERVICIOS

El área de Servicio al Cliente o quien haga sus veces y los diferentes canales de atención son los responsables por coordinar y gestionar la correcta y eficiente accesibilidad a la información que los diferentes clientes de la entidad requieran. No obstante la **FIDUCIARIA** deberá asegurar a través de mecanismos de capacitación periódica que cualquier funcionario de la entidad, ofrezca la información o el direccionamiento correcto para el acceso a la información y/o los servicios.

4.2. PRINCIPIOS

La **FIDUCIARIA** centra su servicio al cliente en cuatro principios:

- i. Tratar a los clientes como nos gustaría ser tratados.
- ii. Conocer los intereses de los clientes, sus necesidades y expectativas.
- iii. Proporcionar a los clientes información adecuada sobre el producto en cualquier etapa.
- iv. Ofrecer a los clientes lo que prometimos.

4.3. REGLAS DE ORO PARA LA GESTIÓN DE QUEJAS DE LOS CLIENTES

La **FIDUCIARIA** ha definido los siguientes objetivos para la gestión de las quejas del cliente:

- i. Oportunidad: Cumplir estrictamente con los tiempos establecidos en los procedimientos relacionados con servicio y atención al cliente.
- ii. Calidad: Honestidad y transparencia en las relaciones con el cliente y las respuestas que se den a los mismos.
- iii. Eficiencia: Además de la oportunidad de respuesta, cumplir eficientemente con lo demandado o solicitado por el cliente en términos claros y precisos.

Sumado a lo anterior, las siguientes clasificaciones o tipos de quejas deberán atenderse prioritaria y diligentemente dando una respuesta oportuna a los clientes:

- i. Quejas consideradas o relacionadas con la no respuesta a un cliente ("sin respuesta" de una queja anterior)
- ii. Quejas recurrentes.
- iii. Las quejas con consecuencias reputacionales (con copia a los medios, gremios o grupos de consumidores).
- iv. Las quejas relativas a cuestiones de cumplimiento (incumplimiento de la normatividad).

Cuando se presenten quejas o reclamos con las anteriores clasificaciones, las mismas deberán ser reportadas a través del mecanismo de registro de eventos de riesgo definido.

5. DEFINICIONES

A continuación se presentan las definiciones dadas por la Ley 1328 de 2009.



- **Cliente:** Es la persona natural o jurídica con quien las entidades vigiladas establecen 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 la entidad vigilada, respecto de los productos o servicios ofrecidos por esta.
- **Compañía:** A efectos del presente Manual SAC se refiere a BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES SOCIEDAD FIDUCIARIA S.A., entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- **Conflicto de Intereses:** Es una situación en la cual, en el ejercicio del negocio de la **FIDUCIARIA**, el interés de la **FIDUCIARIA** y/o los de sus clientes y/o los de sus empleados están en conflicto, ya sea directa o indirectamente. Esta definición se aplica a los conflictos eficaces, potenciales y evidentes de interés.
- **Consumidor financiero:** Es todo cliente, usuario o cliente potencial de la **FIDUCIARIA** que sea consumidor en el Sistema Financiero.
- **Consumidor Financiero en Situación de Discapacidad:** Es todo aquel Cliente, Usuario o Cliente Potencial con diversidad funcional que, debido a la alteración de sus funciones físicas, tiene impedidas o entorpecidas alguna de las actividades cotidianas consideradas normales.
- **Contratos de adhesión:** Son los contratos elaborados unilateralmente por la entidad vigilada y cuyas cláusulas y/o condiciones no pueden ser discutidas libre y previamente por los clientes, limitándose estos a expresar su aceptación o a rechazarlos en su integridad.
- **Debida Diligencia – Principio:** Las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia deben emplear la debida diligencia en el ofrecimiento de sus productos o en la prestación de sus servicios a los consumidores, a fin de que estos reciban la información y/o la atención debida y respetuosa en desarrollo de las relaciones que establezcan con aquellas, y en general, en el desenvolvimiento normal de sus operaciones. En tal sentido, las relaciones entre las entidades vigiladas y los consumidores financieros deberán desarrollarse de forma que se propenda por la satisfacción de las necesidades del consumidor financiero, de acuerdo con la oferta, compromiso y obligaciones acordadas. Las entidades vigiladas deberán observar las instrucciones que imparta la Superintendencia Financiera de Colombia en materia de seguridad y calidad en los distintos canales de distribución de servicios financieros. (literal a del artículo 3 de la Ley 1328 de 2009).
- **Entidades vigiladas:** Son las entidades sometidas a inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia.
- **Educación Financiera:** La capacidad de una persona de entender cómo funciona la economía y tomar decisiones a partir de ese entendimiento.
- **Productos y servicios:** Se entiende por productos las operaciones legalmente autorizadas que se instrumentan en un contrato celebrado con el cliente o que tienen origen en la ley. Se entiende por servicios aquellas actividades conexas al desarrollo de las correspondientes operaciones y que se suministran a los consumidores financieros. Cada uno de los productos y servicios ofrecidos por



BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES SOCIEDAD FIDUCIARIA S.A. en el numeral 8 del presente Manual SAC.

- **Queja o reclamo:** Es la manifestación de inconformidad expresada por un consumidor financiero respecto de un producto o servicio adquirido, ofrecido o prestado por una entidad vigilada y puesta en conocimiento de esta, del defensor del consumidor financiero, de la Superintendencia Financiera de Colombia o de las demás instituciones competentes, según corresponda.
- **Usuario:** Es la persona natural o jurídica quien, sin ser cliente, utiliza los servicios de una entidad vigilada.

6. MARCO NORMATIVO

La **FIDUCIARIA** es una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia y por ende cumple con toda la normatividad financiera aplicable a dicha entidad. Así mismo cuentan con Código de Conducta y Código de Ética.

6.1. OBLIGACIONES ESPECIALES DE LA FIDUCIARIA

- I. Suministrar información al público respecto de los Defensores del Consumidor Financiero, de conformidad con las instrucciones que sobre el particular imparta la Superintendencia Financiera de Colombia.
- II. Entregar el producto o prestar el servicio debidamente, es decir, en las condiciones informadas, ofrecidas o pactadas con el consumidor financiero, y emplear adecuados estándares de seguridad y calidad en el suministro de los mismos.
- III. Suministrar información comprensible y publicidad transparente, clara, veraz, oportuna acerca de sus productos y servicios ofrecidos en el mercado.
- IV. Contar con un Sistema de Atención al Consumidor Financiero (SAC), en los términos indicados en la presente ley, en los decretos que la reglamenten y en las instrucciones que imparta sobre el particular la Superintendencia Financiera de Colombia.
- V. Abstenerse de incurrir en conductas que conlleven abusos contractuales o de convenir cláusulas que puedan afectar el equilibrio del contrato o dar lugar a un abuso de posición dominante contractual.
- VI. Elaborar los contratos y anexos que regulen las relaciones con los clientes, con claridad, en caracteres legibles a simple vista, y ponerlos a disposición de estos para su aceptación. Copia de los documentos que soporten la relación contractual deberá estar a disposición del respectivo cliente, y contendrá los términos y condiciones del producto o servicio, los derechos y obligaciones, y las tasas de interés, precios o tarifas y la forma para determinarlos.
- VII. Abstenerse de hacer cobros no pactados o no informados previamente al consumidor financiero, de acuerdo con los términos establecidos en las normas sobre la materia, y tener a disposición de este los comprobantes o soportes de los pagos, transacciones u operaciones realizadas por cualquier canal ofrecido por la entidad vigilada. La conservación de dichos comprobantes y soportes deberá atender las normas sobre la materia.
- VIII. Abstenerse de realizar cobro alguno por concepto de gastos de cobranza prejudicial sin haberse desplegado una actividad real encaminada efectivamente a dicha gestión, y sin haber informado previamente al consumidor financiero el valor de los mismos. Las gestiones de cobro deben efectuarse de manera respetuosa y en horarios adecuados.
- IX. Guardar la reserva de la información suministrada por el consumidor financiero y que tenga carácter de reservada en los términos establecidos en las normas correspondientes, sin perjuicio de su suministro a las autoridades competentes.



- X. Dar constancia del estado y/o las condiciones específicas de los productos a una fecha determinada, cuando el consumidor financiero lo solicite, de conformidad con el procedimiento establecido para el efecto, salvo aquellos casos en que la entidad vigilada se encuentre obligada a hacerlo sin necesidad de solicitud previa.
- XI. Atender y dar respuesta oportuna a las solicitudes, quejas o reclamos formulados por los consumidores financieros, siguiendo los procedimientos establecidos para el efecto, las disposiciones consagradas en esta ley y en las demás normas que resulten aplicables.
- XII. Proveer los recursos humanos, físicos y tecnológicos para que se brinde una atención eficiente y oportuna a los consumidores financieros.
- XIII. Permitir a sus clientes la consulta gratuita, al menos una vez al mes, por los canales que la entidad señale, del estado de sus productos y servicios.
- XIV. Contar en su sitio en Internet con un enlace al sitio de la Superintendencia Financiera de Colombia dedicado al consumidor financiero.
- XV. Reportar a la Superintendencia Financiera de Colombia, en la forma que esta señale, el precio de todos los productos y servicios que se ofrezcan de manera masiva. Esta información deberá ser divulgada de manera permanente en sus instalaciones y su página de Internet.
- XVI. Dar a conocer a los consumidores financieros, en los plazos que señale la Superintendencia Financiera de Colombia, por el respectivo canal y en forma previa a la realización de la operación, el costo de la misma, si lo hay, brindándoles la posibilidad de efectuarla o no.
- XVII. Disponer de los medios electrónicos y controles idóneos para brindar eficiente seguridad a las transacciones, a la información confidencial de los consumidores financieros y a las redes que la contengan.
- XVIII. Colaborar oportuna y diligentemente con el Defensor del Consumidor Financiero, las autoridades judiciales y administrativas y los organismos de autorregulación en la recopilación de la información y la obtención de pruebas, en los casos que se requieran, entre otros, los de fraude, hurto o cualquier otra conducta que pueda ser constitutiva de un hecho punible realizada mediante la utilización de tarjetas crédito o débito, la realización de transacciones electrónicas o telefónicas, así como cualquier otra modalidad.
- XIX. No requerir al consumidor financiero información que ya repose en la entidad vigilada o en sus dependencias, sucursales o agencias, sin perjuicio de la obligación del consumidor financiero de actualizar la información que de acuerdo con la normatividad correspondiente así lo requiera.
- XX. Desarrollar programas y campañas de educación financiera a sus clientes sobre los diferentes productos y servicios que prestan, obligaciones y derechos de estos y los costos de los productos y servicios que prestan, mercados y tipo de entidades vigiladas, así como de los diferentes mecanismos establecidos para la protección de sus derechos, según las instrucciones que para el efecto imparta la Superintendencia Financiera de Colombia.
- XXI. Las demás previstas en la Ley 1328 de 2009, las normas concordantes, complementarias, reglamentarias, las que se deriven de la naturaleza del contrato celebrado o del servicio prestado a los consumidores financieros, así como de las instrucciones que emita la Superintendencia Financiera de Colombia en desarrollo de sus funciones y los organismos de autorregulación en sus reglamentos.

6.2. DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

A continuación se transcriben los derechos y obligaciones del Consumidor Financiero expuestos en la Ley 1328 de 2009:

Sin perjuicio de los derechos consagrados en otras disposiciones legales vigentes, los consumidores financieros tendrán, durante todos los momentos de su relación con la entidad vigilada, los siguientes derechos:

- i. En desarrollo del principio de debida diligencia, los consumidores financieros tienen el derecho de recibir de parte de las entidades vigiladas productos y servicios con estándares de seguridad y calidad, de acuerdo con las condiciones ofrecidas y las obligaciones asumidas por las entidades vigiladas.
- ii. Tener a su disposición, en los términos establecidos en la presente ley y en las demás disposiciones de carácter especial, publicidad e información transparente, clara, veraz, oportuna y verificable, sobre las características propias de los productos o servicios ofrecidos y/o suministrados. En particular, la información suministrada por la respectiva entidad deberá ser tal que permita y facilite su comparación y comprensión frente a los diferentes productos y servicios ofrecidos en el mercado.
- iii. Exigir la debida diligencia en la prestación del servicio por parte de las entidades vigiladas.
- iv. Recibir una adecuada educación respecto de las diferentes formas de instrumentar los productos y servicios ofrecidos, sus derechos y obligaciones, así como los costos que se generan sobre los mismos, los mercados y tipo de actividad que desarrollan las entidades vigiladas así como sobre los diversos mecanismos de protección establecidos para la defensa de sus derechos.
- v. Presentar de manera respetuosa consultas, peticiones, solicitudes, quejas o reclamos ante la entidad vigilada, el defensor del Consumidor Financiero, la Superintendencia Financiera de Colombia y los organismos de autorregulación.
- vi. Los demás derechos que se establezcan en esta ley o en otras disposiciones, y los contemplados en las instrucciones que imparta la Superintendencia Financiera de Colombia.

6.3. PRÁCTICAS DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Las siguientes constituyen buenas prácticas de protección que deben observar los consumidores financieros:

- i. Cerciorarse si la entidad con la cual desea contratar o utilizar los productos o servicios se encuentre autorizada y vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- ii. Informarse sobre los productos o servicios que piensa adquirir o emplear, indagando sobre las condiciones generales de la operación; es decir, los derechos, obligaciones, costos, exclusiones y restricciones aplicables al producto o servicio, exigiendo las explicaciones verbales y escritas necesarias, precisas y suficientes que le posibiliten la toma de decisiones informadas.
- iii. Observar las instrucciones y recomendaciones que imparta la entidad vigilada sobre el manejo de productos o servicios financieros.
- iv. Revisar los términos y condiciones del respectivo contrato y sus anexos, así como conservar las copias que se le suministren de dichos documentos.
- v. Informarse sobre los órganos y medios de que dispone la entidad para presentar peticiones, solicitudes, quejas o reclamos.
- vi. Realizar seguimiento a la respuesta de cada solicitud de producto o servicio.
- vii. En el evento en que el consumidor financiero tenga además la calidad de inversionista institucional, éste deberá cumplir con los criterios de diligencia y cuidado que las buenas costumbres establecen para este tipo de personas, además del cumplimiento de sus deberes y obligaciones impuestas por la ley.

El no ejercicio de las prácticas de protección propia por parte de los consumidores financieros no implica la pérdida o desconocimiento de los derechos que le son propios ante las entidades vigiladas y las autoridades competentes.

Los consumidores financieros tienen el deber de suministrar información cierta, suficiente y oportuna a las entidades vigiladas y a las autoridades competentes en los eventos en que éstas lo soliciten para el debido cumplimiento de sus deberes y de actualizar los datos que así lo requieran. Del mismo modo, informarán a la Superintendencia Financiera de Colombia y a las demás autoridades competentes sobre las entidades que suministran productos o servicios financieros sin estar legalmente autorizadas para ello.

7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SAC

7.1. FUNCIONES ESPECÍFICAS DE LA JUNTA DIRECTIVA

En cumplimiento de la normativa vigente, en especial el Capítulo I del Título III de la Parte I de la Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia, la Junta Directiva de la **FIDUCIARIA**, tiene a cargo las siguientes funciones:

- I. Establecer y aprobar las políticas generales, el manual del SAC y sus actualizaciones.
- II. Establecer los mecanismos y controles necesarios para asegurar el cumplimiento estricto de dichas políticas y de las normas aplicables al SAC
- III. Pronunciarse respecto de cada uno de los aspectos que contengan los informes periódicos que presente el Representante Legal respecto del SAC.
- IV. Pronunciarse sobre la evaluación periódica del SAC, que realicen los órganos de control.

7.2. FUNCIONES ESPECÍFICAS DEL REPRESENTANTE LEGAL

En cumplimiento de la normatividad vigente, en especial el Capítulo I del Título III de la Parte I de la Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia, los Representantes Legales de la **FIDUCIARIA** deberán realizar las siguientes funciones:

- i. Diseñar y someter a aprobación de la Junta Directiva el manual del SAC y sus modificaciones.
- ii. Velar por el cumplimiento efectivo de las políticas establecidas por la Junta Directiva, relativas al SAC.
- iii. Establecer las medidas relativas a la capacitación e instrucción de los Funcionarios a los de las áreas involucradas en la atención y servicio a los Consumidores Financieros.
- iv. Diseñar y establecer los planes y programas de educación y de información a los Consumidores Financieros.
- v. Establecer mecanismos para realizar un seguimiento permanente del SAC.
- vi. Velar por la correcta aplicación de los controles establecidos en el presente manual.
- vii. Presentar un informe periódico, como mínimo semestral, a la Junta Directiva, sobre la evolución y aspectos relevantes del SAC, incluyendo, entre otros, las acciones preventivas y correctivas implementadas o por implementar y el área responsable.

7.3. FUNCIONES DE LOS ÓRGANOS DE CONTROL

En cumplimiento de la normatividad vigente y en ejercicio de sus funciones, la Revisoría Fiscal y la Auditoría Interna de la **FIDUCIARIA** serán responsables de:



- I. Evaluar periódicamente el cumplimiento de todas y cada una de las etapas del SAC con el fin de determinar las deficiencias y el origen de las mismas.
- II. Elaborar un informe semestral, dirigido a la Junta Directiva en el que reporte las conclusiones obtenidas acerca del proceso de evaluación del cumplimiento de las normas e instructivos sobre el SAC.
- III. Poner en conocimiento del Representante Legal y de la Junta Directiva los incumplimientos del SAC.

8. PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS

8.1. DISPOSICIONES GENERALES

En concordancia con lo dispuesto en el artículo 3 de la ley 1328 de 2019, Literal C, que se refiere a la información cierta, suficiente y oportuna que debe entregar la entidad a los consumidores.

En concordancia con lo dispuesto en el artículo 97 del E.O.S.F, este aparte tiene como objetivo suministrar a los clientes información clara, completa y oportuna de los productos, servicios y operaciones ofrecidas por la **FIDUCIARIA**.

La seguridad de la información relativa a los clientes es gestionada con los estándares establecidos en la circular externa 022 de 2.010 de la Superintendencia Financiera de Colombia. En consecuencia cualquier duda respecto a las operaciones y sus soportes se encuentran disponibles para su consulta en los términos establecidos en la citada circular.

En cumplimiento con lo definido en la CE 008 de 2017 sobre el deber de las entidades vigiladas de divulgar las medidas, canales e instrumentos que implementen para la atención a personas con cualquier tipo de discapacidad y adultos mayores, la **FIDUCIARIA** tomando en cuenta al tipo de clientes que maneja (institucional) y a la naturaleza de sus operaciones adopta las medidas señaladas a continuación para la debida atención de ésta población.

Actualmente las operaciones que realiza la **FIDUCIARIA** se pueden realizar por medio escrito (Neolink o SWIFT) para personas con una discapacidad del habla o por medio telefónico para personas con discapacidad visual, en todo caso, en la medida que alguna persona natural que tenga una condición de discapacidad no pueda comunicarse por ninguno de esos medios, se designará a una persona para que la atienda de manera exclusiva de acuerdo con sus necesidades o se procederá a contactar a una persona adecuada que pueda comunicarse con esta persona, la **FIDUCIARIA** evaluará otras medidas que se podrían incluir en la medida que se amplíe el portafolio de productos.

8.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS POR BNP PARIBAS SECURITIES SERVICES SOCIEDAD FIDUCIARIA S.A.

8.2.1. CUSTODIA PARA CLIENTES EXTRANJEROS EN EL MERCADO LOCAL

Teniendo en cuenta la normatividad colombiana aplicable, BNP Paribas Securities Services Sociedad Fiduciaria S.A ofrece servicios de custodia, liquidación y compensación para inversionistas extranjeros, directos y de portafolio, que desean invertir en el mercado Colombiano.

8.2.2. CUSTODIA PARA CLIENTES LOCALES EN EL MERCADO LOCAL

La Fiduciaria ofrece a entidades locales los servicios de custodia, administración de cuentas, liquidación, cumplimiento de valores, y supervisión y vigilancia de los portafolios custodiados, de acuerdo con la reglamentación vigente, agregando valor a los procesos operativos que hacen parte de la actividad de inversión de sus clientes.

8.2.3. CUSTODIA PARA CLIENTES LOCALES EN EL MERCADO EXTERIOR

Adicionalmente, la Fiduciaria ofrece a sus clientes locales los servicios de custodia y administración de valores y fondos en diferentes mercados en el exterior en donde BNP Paribas Securities Services también tiene presencia.

Riesgos: Los riesgos que se pueden presentar son de tipo operacional o de manipulación de la información, los cuales mitigamos contando con plataformas robustas que garantizan una mayor seguridad en los todos los servicios ofrecidos.

8.3. MECANISMOS DE INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS OFRECIDOS

La **FIDUCIARIA** ha dispuesto para sus clientes, usuarios y consumidores que la información del portafolio de productos y servicios de la **FIDUCIARIA** – Colombia se divulgue a través de:

- Información Online <https://securities.bnpparibas.com/Colombia>
- Información Telefónica: teléfonos de Atención al Cliente 6016514364.
- Información Empresarial: brochures y folletos publicitarios, reseñas y presentaciones comerciales y dispositivos audiovisuales.
- Asesoría Especializada: funcionarios especializados en las diferentes líneas del portafolio que atienden las necesidades particulares de nuestros clientes en forma personalizada.

8.4. COSTOS Y TARIFAS DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS

Costos y tarifas son aplicables de acuerdo a las necesidades específica del cliente.

9. ESCALONAMIENTO DE QUEJAS A COMPLIANCE

- La **definición de “queja”** que debe aplicarse (**consultar** Apéndice A) puede ser más amplia que la que se ha venido aplicando hasta ahora por parte de una línea de negocio o función.
- Debe crearse un **registro** de cada queja recibida en CIB Americas **usando un modelo estándar** provisto por Compliance.
- Los **reportes mensuales** a Compliance de todas las quejas recibidas se usarán como base de las revisiones regulares por parte de CIB Americas PIC Compliance.
- Cierta **información relacionada con las quejas puede ser compartida** con Management, con el programa Conduct y el grupo del dominio PIC para apoyo.

¿Qué debe hacer?

Recepción de una queja

Las quejas se pueden comunicar de cualquier manera, incluso verbalmente (por ejemplo, en persona o por teléfono), por chat o por correo electrónico. Si un cliente le comunica que no está satisfecho y usted cree que se trata de una queja, debe notificar a su gerente o supervisor y al Compliance Advisor de inmediato.

Si hay dudas sobre dónde debe abordarse la queja dentro de las Américas (por ejemplo, la queja se recibe en una oficina administrativa o de operaciones del extranjero en respaldo de una oficina comercial de las Américas), se debe consultar el dominio PIC, usando la los correos electrónicos adecuados que se detallan más abajo.

Respuesta y solución

Se debe enviar al cliente un reconocimiento formal dentro de los 5 días laborales de recibir la queja en EE.UU., y dentro de los 2 días en Canadá.

Se le debe mandar al cliente una respuesta final, en caso que no haya sido ya mandada con el reconocimiento, dentro de las 8 semanas calendario después de haber recibido la queja, o antes. Canadá requiere un comunicado interno adicional dentro de las 4 semanas. Los empleados deben esforzarse para brindar una devolución regular al cliente sobre el estado de cualquier queja pendiente de resolución.

Las respuestas formales (por ejemplo, los reconocimientos formales y las respuestas finales) para las quejas deben ser revisadas por Compliance, el gerente o supervisor competente y, en algunos casos, por Legal antes de enviarla al cliente.

En ciertos casos es aceptable reconocer informalmente la queja (por ejemplo, enviar un correo electrónico que diga que “estamos trabajando para solucionarlo”, etc.) y resolver el problema sin consultar primero con Compliance. En esos casos, se debe notificar a Compliance tan pronto sea coherente, pero en ningún caso después de terminar el día. Tenga en cuenta que esta excepción no aplica al tratar con quejas “delicadas” (por ejemplo, supuestos problemas de conducta, violación de las regulaciones o que implique un daño mayor a la reputación).

Documentar la queja y su resolución

Luego de resolver la queja, o en cualquier caso no más tarde que el día laboral siguiente al final del mes calendario en el que se recibió la queja, se debe hacer un registro del manejo de la queja usando el modelo que se encuentra en el **Apéndice B**.

Por lo general, el responsable de completar el modelo es la persona a la que se dirige la queja, con ayuda de su gerente y de Compliance.

Reporte mensual

Todas las quejas de clientes que se reciban durante el mes deben reportarse a Compliance no más tarde que la primera semana del mes siguiente en el formato estándar, independientemente de su estado (resuelta o no resuelta). Los reportes deben hacerse incidente por incidente o de forma consolidada, según la preferencia del área comercial.

Todo material que documente el recibo y el manejo de la queja, incluyendo el registro de la queja en sí, deben presentarse con el reporte. En caso que una queja quede sin resolver al finalizar el mes, se debe presentar registro ante Compliance todos los meses hasta que sea resuelta.

El reporte de la quejas se debe hacer a las siguientes casillas regionales y a cualquier contacto que su gerente le haya indicado incluir (por ejemplo, Business Manager, Conduct Officer, etc.).

En EE.UU. y LatAm: CIBAMERICASCUSTOMERCOMPLAINTS

En Canadá: Canada Compliance Ethics

Terminos de Tiempos en Colombia

El término para atender las quejas es de 15 días hábiles contados a partir del día siguiente a la fecha de su recepción, es decir la que conste en el radicado respectivo.

El término para atender las sugerencias es de 15 días hábiles contados a partir del día siguiente a la fecha de su recepción, es decir la que conste en el radicado respectivo.

El término para atender los reclamos es de 15 días hábiles contados a partir del día siguiente a la fecha de su recepción, es decir la que conste en el radicado respectivo.

La Administración y el área que defina para el efecto, será responsable del monitoreo y control del proceso de atención a quejas, reclamos o sugerencias, y por lo tanto debe velar por el cumplimiento efectivo de los tiempos aquí previstos. Así mismo, la Administración debe garantizar la calidad en las respuestas que la **FIDUCIARIA** da a sus consumidores financieros y demás públicos de interés.

Cuando no fuere posible atender la petición dentro de dicho término, se debe informar al interesado, expresando los motivos de la demora y señalando, si es del caso, la fecha que se ha establecido para que la entidad contra la cual está dirigida la queja de respuesta a la misma.

En los casos en los que el consumidor financiero manifieste que la respuesta dada no es satisfactoria o no se encuentre de acuerdo con las explicaciones ofrecidas por la entidad, esta remitirá al Defensor del Consumidor Financiero la queja, sugerencia y/o reclamo, de lo cual se notificará al Consumidor Financiero oportunamente (máximo al día hábil siguiente a la remisión de la queja, sugerencia o reclamo al DCF).

10. REPORTE DE QUEJAS A LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA

De acuerdo a lo establecido en la parte I, título III, capítulo II de la circular básica jurídica de la Superintendencia Financiera, las entidades vigiladas tienen la obligación de diligenciar y remitir el formato "Informe estadístico de reclamaciones-entidad" (Anexo 1 y 2) en la proforma e instructivo, establecidos para el efecto por la SFC, dicho formato debe ser remitido con la firma digital del representante legal de la entidad vigilada, dicho formato deberá ser enviado a la SFC con una periodicidad trimestral reportando las quejas, si hubiesen del trimestre inmediatamente anterior, de no existir quejas a reportar el formato no deberá ser enviado al regulador. Es responsabilidad del área de facilities verificar la existencia de quejas y de realizar y enviar el reporte las veces que aplique.

11. SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

La Junta Directiva de la **FIDUCIARIA** ha establecido las políticas generales que se mencionan a continuación en materia de SAC, las cuales corresponden a la visión que el grupo financiero tiene sobre el tema y a lo establecido en la normatividad vigente sobre el tema:



11.1. POLÍTICAS GENERALES

- Todos los requerimientos de los clientes deben estar acompañados por una carta de respuesta o mail en las cuales se deben aplicar los niveles de autorización, la firma de cada uno de estos niveles y la verificación de la calidad de la respuesta al requerimiento.
- Cuando se presentan requerimientos en los que se evidencian riesgos operativos, de reputación, legales, de cumplimiento, o financieros, se debe documentar el caso e inmediatamente notificar al director de área, y registrar el evento de riesgo para ponerla en conocimiento del Oficial de Cumplimiento, que tiene las funciones de Área de Cumplimiento, incluyendo el Riesgo Operativo (unidad de riesgo), a través del sistema de ocurrencias.
- En caso de presentarse requerimientos que necesitan ser escalados o compartidos con otras áreas al interior de la **FIDUCIARIA**, es responsabilidad del Representante Legal o la persona que sea designada por éste para manejar la relación con el cliente, coordinar con las áreas la gestión de la oportuna respuesta del requerimiento.
- Es responsabilidad del Representante Legal o la persona que sea designada por éste para manejar la relación con el cliente, copiar al Oficial de Cumplimiento, que tiene las funciones de Área de Cumplimiento, incluyendo el Riesgo Operativo todos aquellos requerimientos que involucren entes de control o medios de comunicación.
- Es responsabilidad del Representante Legal o la persona designada por éste para manejar la relación con el cliente, capacitar a los funcionarios, para el ofrecimiento, asesoría y prestación de los servicios o productos a los clientes o consumidores financieros. Esta capacitación deberá ser mínimo una vez por año y durante el proceso de inducción de los nuevos funcionarios de las áreas involucradas en la atención al cliente y servicio de consumidores financieros. Así mismo instruir a todos sus funcionarios respecto de la figura, funciones, procedimientos y demás aspectos relevantes, relacionados con el Defensor del Consumidor Financiero de la respectiva entidad. Los planes de capacitación deberán mantenerse constantemente revisados y actualizados. Finalmente deberán contar con los mecanismos de evaluación de los resultados obtenidos con el fin de determinar la eficacia de dichos programas y el alcance de los objetivos propuestos.
- Es responsabilidad del Representante Legal o la persona designada por éste para manejar la relación con el cliente, garantizar el cumplimiento de los tiempos de respuesta con el cliente, de acuerdo con la tipificación establecida en este manual y sus anexos.
- Es responsabilidad de los funcionarios que tienen contacto con el cliente para atender sus requerimientos, guiar al cliente hacia el área responsable de registrar en la herramienta especialmente diseñada para controlar el recibo de las quejas verbales o escritas en orden estrictamente cronológico, que se le indicará durante el proceso de inducción su ubicación y manejo, todos los requerimientos que se reciban independientemente del canal utilizado por el cliente.
- Es responsabilidad de todos los funcionarios de la **FIDUCIARIA**, velar por la seguridad y confidencialidad de la información del cliente, por lo tanto, no se permite utilizar ésta información para fines diferentes a la operación de la **FIDUCIARIA**.
- Es responsabilidad de los funcionarios que tienen contacto con el cliente para atender sus requerimientos, informarles la forma de contactarse con la **FIDUCIARIA** a través de la línea telefónica, por la página Web, defensor del consumidor financiero o directamente en la dirección de la Compañía.
- Los funcionarios de la **FIDUCIARIA**, deben abstenerse de dar respuesta a entes de control o medios de comunicación, cuando no estén autorizados para ello. En caso de recibir un requerimiento o una solicitud deberán escalar el caso al Representante Legal o la persona designada por éste para manejar la relación con el cliente, para que a su vez sea remitido al Oficial de Cumplimiento con funciones de Oficial de Cumplimiento, que tiene las funciones de Área de Cumplimiento, incluyendo el Riesgo Operativo.



- Cuando se presenten requerimientos cuya respuesta se prevea que pueda tomar más de diez (10) días hábiles, se debe generar una comunicación al cliente, informando que se ha recibido su queja o reclamo, que se está trabajando en ella, y comunicar el tiempo estimado de respuesta. Esto incluye las comunicaciones que sean radicadas como derecho de petición. Esta política, no aplica para tutelas, derechos de petición, o comunicaciones de entes externos.
- Es responsabilidad del Representante Legal o la persona designada por éste para manejar la relación con el cliente, generar informes dentro de los diez (10) primeros días de cada mes, con el resultado de los indicadores de gestión de las respuestas para presentarlos a sus superiores o en los diferentes comités que lo requieran (incluye Comité de riesgos, de control interno y auditoría, en caso de ser necesario).
- Es responsabilidad del Representante Legal o la persona designada por éste para manejar la relación con el cliente, generar y promover planes de acción para minimizar los requerimientos de los clientes y controlar los riesgos derivados de estos. Estos planes de acción y/o tratamientos deben quedar incluidos en el sistema de ocurrencias con fechas y responsables definidos.
- Es responsabilidad del Representante Legal o la persona designada por éste para manejar la relación con el cliente, presentar un informe a el Oficial de Cumplimiento, que tiene las funciones de Área de Cumplimiento, incluyendo el Riesgo Operativo con las estadísticas sobre la gestión de requerimientos y presentar los planes de acción preventivos y/o correctivos para discusión dentro de las reuniones de Seguimiento operativo.
- Cualquier modificación a las condiciones de los contratos que fueren factibles o procedentes atendiendo el marco normativo específico de cada producto, deberá ser notificadas previamente a los clientes en los términos establecidos en los respectivos contratos.
- La administración a través del área Comercial deberá procurar por la educación financiera de sus clientes respecto de las diferentes operaciones y servicios, así como respecto de los diferentes mecanismos establecidos para la protección de los derechos del cliente.

Políticas relacionadas con la atención de consumidores financieros en situación de discapacidad:

a. Los Consumidores Financieros en Situación de Discapacidad serán atendidos de manera preferencial en las oficinas de la Entidad.

b. **LA FIDUCIARIA** propenderá porque las Personas Vinculadas que interactúen con Consumidores Financieros en Situación de Discapacidad, se encuentren capacitadas para brindar un trato incluyente. Igualmente evitará que en la prestación de sus productos o servicios, así como en sus canales de atención, existan barreras actitudinales, físicas, arquitectónicas y de comunicación que limiten el acceso de los Consumidores Financieros en Situación de Discapacidad.

c. La entidad propenderá porque la información sobre sus productos y servicios sea proporcionada atendiendo a las necesidades particulares de los Consumidores Financieros en Situación de Discapacidad.

d. El canal de atención para los Consumidores Financieros en Situación de Discapacidad será las oficinas de **LA FIDUCIARIA.**”

Se prohíben las cláusulas o estipulaciones contractuales que se incorporen en los contratos de adhesión que:

- a. Prevean o impliquen limitación o renuncia al ejercicio de los derechos de los clientes o consumidores financieros.
- b. Inviertan la carga de la prueba en perjuicio del cliente o consumidor financiero.
- c. Incluyan espacios en blanco, siempre que su diligenciamiento no esté autorizado detalladamente en una carta de instrucciones.
- d. Cualquiera otro que limite los derechos del cliente o de los consumidores financieros.
- e. Las demás que establezca de manera previa y general la Superintendencia Financiera de Colombia.

NOTA: Todo funcionario de la FIDUCIARIA, está en la obligación de dirigir una queja, reclamo o sugerencia acerca de su área o de otras áreas a través del área de Servicio al Cliente y de los mecanismos pertinentes para ello, con perjuicio de lo estipulado en el código de ética y conducta de la FIDUCIARIA

11.2. ATENCIÓN Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO.

- i. La administración será la responsable de brindar una debida atención y protección al consumidor financiero, debiendo propiciar mecanismos eficaces de atención, en un marco de respeto por el consumidor financiero.
- ii. La administración estará a cargo de implementar en todas las áreas de la organización una cultura en materia de protección al consumidor financiero.
- iii. Los requerimientos del consumidor financiero deben ser atendidos a través del modelo de servicio aprobado por la entidad y deben ajustarse al estándar de servicio definido.
- iv. El Sistema de Atención al Consumidor Financiero SAC, debe alinearse con los planes de mejoramiento continuo dispuestos al interior de la entidad y los indicadores estratégicos controlados periódicamente por la misma.
- v. La administración velará por realizar directamente y/o a través de las asociaciones gremiales programas de educación financiera a sus clientes que incluyan una descripción detallada de los productos ofrecidos y de los diferentes mecanismos establecidos para la protección de sus derechos.

11.3. CRITERIOS DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

Las **FIDUCIARIA** propenderá por la debida diligencia frente a los Consumidores Financieros en Situación de Discapacidad, que se concreta en el suministro de información sobre sus productos y la prestación de servicios y/o la atención debida y respetuosa a estos Consumidores Financieros en desarrollo de las relaciones que se establezcan con estos y en general, en el desenvolvimiento normal de las operaciones. En desarrollo de esta política, la **FIDUCIARIA** deberán propender por otorgar la información adecuada sobre la prestación de un Producto o Servicio a los Consumidores Financieros en Situación de Discapacidad, a través de las herramienta que se presentan a continuación:

- **Atención a personas sordas:** Su atención será mediante el **centro de relevo**, el cual proporciona un servicio gratuito de interpretación entre el ciudadano y la entidad. Dicho servicio es avalado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC
Link de acceso <https://centroderelevo.gov.co/632/w3-channel.html>
- **Atención a personas ciegas* o con otras discapacidades:** Serán atendidos en primer instancia por un representante de Servicio al Cliente, una vez validada con el ciudadano lala quien o por un representante comercial.

(*) Las personas ciegas deberán contar con el acompañamiento de un familiar o acompañante.

11.4. ADMINISTRACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DEL SAC.

La administración desarrollará planes de capacitación a todos sus funcionarios en todo lo concerniente a:

- i. Defensor del Consumidor Financiero de la entidad.
- ii. Principios que rigen en materia de protección al consumidor.
- iii. Obligaciones a cargo de la entidad en materia de protección al consumidor.
- iv. Derechos del consumidor financiero.
- v. Procedimiento para la atención de solicitudes, quejas o reclamos.

- a. La administración velará porque los mecanismos de identificación de quejas frecuentes y sus respectivos planes de acción se mantengan implementados.
- b. La entidad, mediante los programas de formación dirigidos a sus funcionarios debe propender por mantener y maximizar una cultura orientada a la satisfacción integral de las necesidades de nuestro consumidor, una adecuada prestación de servicios y la multiplicación de experiencias de servicio memorables.

11.5. PROVISIÓN DE RECURSOS

La administración deberá establecer el área encargada de velar porque todos los funcionarios de la organización den cumplimiento a la normatividad relacionada con la protección al consumidor financiero.

La administración deberá implementar los mecanismos para suministrar información adecuada sobre el SAC a todos sus funcionarios y consumidores financieros.

11.6. MECANISMOS DE CONTROL Y SEGUIMIENTO

El Representante Legal deberá presentar a la Junta Directiva, semestralmente, un informe sobre la evolución y aspectos relevantes del SAC, incluyendo acciones preventivas y correctivas propuestas y por desarrollar.

La administración deberá soportar eficazmente las labores de la Revisoría Fiscal y de la Auditoría Interna en materia de SAC. Igualmente deberá adoptar e implementar las medidas que estos entes de control consideren necesarias para el adecuado funcionamiento del SAC.

11.7. RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS RECIBIDAS DESDE EL DEFENSOR DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

La revisión de las solicitudes y recomendaciones que formule el Defensor del Consumidor Financiero en ejercicio de sus funciones serán tramitadas y analizadas por el Coordinador de Servicio al Cliente. Quien se encargara de presentar al Representante Legal las medidas de implementación de dichas solicitudes y recomendaciones, Una vez ejecutado este proceso el Representante Legal presentará al comité de Junta Directiva el resultado final.

11.8. CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE O PARTES INTERESADAS.

- i. Atención Telefónica
Es uno de los medios por donde se reciben las llamadas que los clientes utilizan para solicitar información, realizar las quejas, reclamos, sugerencias, denuncias, opiniones etc. Para lo anterior, la entidad ha dispuesto el teléfono (57) 1 6514364 para la atención del cliente financiero.

- a. Lineamientos de la atención telefónica
 - Hacer sentir al cliente que estamos atentos, con un tono de voz agradable, empático y de acogida.



- No tutear al cliente para demostrarle respeto.
- Registrar aspectos importantes de la conversación para recordar puntos importantes.
- Preguntar cuando no se está seguro de haber comprendido lo suficiente los reclamos o quejas del cliente.
- No interrumpir al cliente cuando está hablando.
- No sacar conclusiones precipitadas.
- Reformular los hechos importantes.
- Preguntar al cliente puntualmente cuál es su queja, haciendo referencia al producto, punto de contacto o persona que normalmente lo contacta para brindarle información de los productos y servicios.

ii. Atención Presencial

Esta situación se presenta cuando el cliente acude personalmente a las instalaciones dependencias de la **FIDUCIARIA** con el objetivo de solicitar algunos de los servicios, trámites, realizar una petición, una queja o formular un reclamo.

a. Factores importantes en la atención presencial.

- Atención oportuna: La atención que se preste directamente a los clientes en las instalaciones de **FIDUCIARIA** deberá ser ágil y oportuna.
- Presentación personal: La presentación personal en muchos casos puede influir en la percepción que tiene los clientes respecto de la **FIDUCIARIA**, con el aspecto físico se muestra una imagen corporativa de la Compañía, por lo tanto los funcionarios del área de servicio al cliente deberán tener en todo momento una presentación personal adecuada.

b. Atención Virtual

Debido a la modernización y la implantación de nuevas tecnologías es necesario tener unas pautas en cuanto a la página Web de la **FIDUCIARIA** ya que es un medio masivo que hoy en día los clientes de la **FIDUCIARIA** utilizarán para contactarnos. Los tiempos de respuesta a todas las solicitudes, quejas o reclamos formulados por este medio deberán ser atendidos de acuerdo con los procedimientos establecidos tanto en la normatividad local como la emitida por casa matriz. Así mismo nuestro correo electrónico dispuesto para la recepción de queja y reclamos es: **co-bp2s@co.bnpparibas.com**.

c. Hacia La Búsqueda De La Solución De Los Conflictos

En general la palabra conflicto significa algo negativo que promulga la agresividad, las asperezas, el enfrentamiento y la confrontación. Es importante, en toda situación conflictiva, poner en práctica la escucha activa y la empatía.

Entre otros aspectos, todo funcionario de la **FIDUCIARIA** debe tener en cuenta lo siguiente:

- Nunca mostrarse agresivo verbalmente, ni con gestos o posturas corporales, sino conciliador.
- Adaptarse a la situación concreta. No todos los conflictos se encaran de la misma manera.
- Reconocer los valores de los demás tanto como los propios.
- Trazarse como objetivo la búsqueda de la solución.

d. Área de Servicio Al Cliente

La **FIDUCIARIA**, a través del Representante Legal o la persona designada por éste para manejar la relación con el cliente, atienden todas las solicitudes, peticiones, quejas y reclamos de sus clientes. Para el efecto tienen dispuesto, para el área de Servicio al Cliente y recepción, el software necesario y las líneas telefónicas

en las cuales pueden radicarse tales solicitudes, peticiones, quejas y reclamos, o según la naturaleza de las mismas, se informan los procedimientos aplicables para atenderlas.

Adicionalmente se brinda información permanente sobre los productos de la **FIDUCIARIA** en el horario de oficina de lunes a viernes.

Es responsabilidad del área de Servicio al Cliente y recepción la asignación, coordinación y control de todas las actividades relacionadas con las solicitudes de los clientes o consumidores financieros.

La misión del Representante Legal o la persona designada por éste para manejar la relación con el cliente es servir de soporte para liderar, dirigir, administrar y controlar las diferentes actividades del área de Servicio al Cliente, de acuerdo con las normas establecidas por la Compañía, las leyes y políticas que regulan el Sistema Financiero.

12. ETAPAS DEL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

Ante los hechos o situaciones que pueden incidir en la debida atención y protección a los consumidores financieros, la **FIDUCIARIA** han dispuesto las siguientes etapas:

12.1. IDENTIFICACIÓN

En el momento del diseño o adaptación de un nuevo producto o servicio, cumplir con todas las etapas que le permitan asegurar su correcto desempeño y funcionamiento antes de ser puestos en el mercado.

Identificar los posibles eventos por los cuales un cliente puede generar alguna solicitud, reclamo o queja para disponer en sus canales de atención la debida solución a cada uno de ellos, los responsables de su atención y tiempos máximos de respuesta.

Analizar periódicamente los hechos sobre los eventos de mayor recurrencia en los productos y servicios, por los cuales los consumidores registran ante la entidad o terceros, el mayor número de solicitudes, reclamos o quejas que le permitan formular planes de acción efectivos encaminados a su mitigación o eliminación.

Atender las recomendaciones emitidas por sus clientes, proveedores, accionistas, entes de control, entre otros; Que buscan mejorar el desempeño de la entidad. Hechos o situaciones que puedan afectar la debida atención y protección al CF con el propósito de establecer acciones de mejora eficiente

La metodología de identificación de los riesgos asociados al Sistema de Atención al Cliente - SAC, se basa de manera general en Identificar y documentar la totalidad de los procesos y actividades y en establecer una metodología de identificación continua, que permita advertir nuevos procesos o actividades o modificaciones en los mismos.

La metodología comienza desde la identificación de la **FIDUCIARIA** como parte del Grupo BNP Paribas, siguiendo por la Línea de Negocios, las gerencias y los departamentos. Del mismo modo, luego se determinarán cuáles son los procesos y dentro de ellos, el desglose en las actividades que lo componen. Luego, se identificarán riesgos tanto a nivel proceso como a nivel actividad y finalmente, en virtud de la ponderación de los riesgos se identificarán y evaluarán los controles existentes.

12.1.1. IDENTIFICACIÓN DE PROCESOS Y ACTIVIDADES

Un Proceso es una serie de actividades relacionadas que incluye personas, infraestructura, tecnología y procedimientos para cumplir un objetivo específico.

Un Proceso debe tener un comienzo (trigger) y un fin (usualmente la entrega de un resultado). Cada actividad dentro de un Proceso usa la salida de la actividad previa para agregar valor hasta que el objetivo es alcanzado. Las Actividades son las tareas, o grupos de tareas realizadas individualmente por Departamentos.

12.1.2. JERARQUÍA DE PROCESOS

Una Jerarquía de Procesos es una vista de un Proceso que incluye el nivel de Proceso Primario y las actividades importantes en los niveles sucesivos de detalle hasta el nivel donde el Riesgo Operativo debe ser analizado.

Una Jerarquía de Procesos provee una vista de todos los Procesos, relacionando el Proceso Primario con varios niveles de actividades.

Un Proceso Primario es un proceso al más alto nivel de agregación que permite a una Línea de Negocios o Función cumplir con sus objetivos estratégicos.

Por ejemplo, un Proceso Primario es realizado para diseñar, comercializar, entregar y dar soporte a un producto.

Una Actividad es un grupo de tareas dentro de un Proceso. El orden de las actividades dentro del proceso está dado por el flujo de dicho proceso.

Los Procesos y Actividades que contienen un grado importante de Riesgo Operativo son aquellos que:

- a. Se han producido con alta frecuencia y/o alta severidad pérdidas históricas o costos de oportunidad, incluyendo Pérdidas Externas.
- b. Contienen las causas de la alta frecuencia y/o alta severidad de pérdidas históricas o costos de oportunidad.
- c. Son identificados por Indicadores de Riesgo que indican una alta probabilidad de una importante Pérdida Potencial.
- d. Se encuentran en un entorno con cambios muy frecuentes (por ejemplo: reorganizaciones internas, introducción de nuevos productos o nuevos servicios o nuevos tipos de clientes).
- e. Los responsables de Líneas de Negocios y de Funciones pueden identificar procesos con importantes niveles de Riesgo Operativo basados en su opinión experta.

Los Procesos y Actividades deben tener imperativamente un propietario.

12.1.3. DOCUMENTACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO OPERATIVO - SAC

Todos los procesos y actividades relacionados con el SAC serán identificados en los sistemas locales de gestión del Riesgo Operativo de la **FIDUCIARIA**, con su respectivo responsable así como con sus riesgos y controles asociados. Cada responsable tendrá acceso a sus procesos y actividades mientras que el Oficial de Cumplimiento tendrá un perfil más amplio pudiendo ver la totalidad de los mismos.

El proceso de documentación es el siguiente:

- a. Entrevistas del Oficial de Cumplimiento con los responsables de las diversas áreas,
- b. Identificación en conjunto de los Procesos y Actividades,
- c. Identificación de los Riesgos Operativos asociados al SAC,
- d. Ingreso en los sistemas de la **FIDUCIARIA** tipificado a los mismos en virtud de sus diversas características,
- e. Luego de la etapa de medición de los Riesgos Operativos, identificación de los controles que los mitigan o los dejan en niveles de riesgos residuales aceptables para la **FIDUCIARIA**.

- f. Firma en el sistema por parte de los involucrados,
- g. Revisión anual.

12.1.4. GENERACIÓN DE EVENTOS POTENCIALES Y ANÁLISIS DE SU OCURRENCIA Y DE SUS EFECTOS

Cada Proceso está expuesto a una amplia gama de Eventos Potenciales. Estos pueden haber afectado a BNP Paribas en el pasado, o pueden nunca haber sucedido. De todas formas, es útil preguntarse sobre la forma en que afectarían a los Procesos en caso de ocurrencia.

Los Eventos Potenciales deben cubrir:

- a) Los Eventos con una frecuencia baja y fuerte gravedad que podrían afectar el desempeño financiero de la **FIDUCIARIA**.
- b) Los Eventos con una frecuencia alta y de menor gravedad.

Los datos de Pérdidas internas y externas deben ser utilizados en la identificación de Eventos Potenciales y cuando no se disponga de información de pérdidas internas y externas, los Eventos Potenciales serán generados a partir de la experiencia de los responsables de las áreas o de personas expertas. Este ejercicio se hace en función a peticiones específicas de la Casa Matriz.

12.2. MEDICIÓN

Los principales objetivos del procedimiento de evaluación de riesgos son:

- a) Una vez identificados, clasificar y medir los riesgos,
- b) Identificar y mapear los controles asociados para mitigarlos o reducir su impacto,
- c) Determinar si es necesaria la implementación de planes de acción asociados a Riesgos no cubiertos o controles inadecuados.

Para los procesos de cada una de las áreas involucradas se efectuará una auto evaluación inicial de los riesgos y controles por medio de reuniones/talleres, en donde se identificarán y evaluarán los riesgos potenciales en cada uno de los procesos y actividades.

Las áreas son responsables por la actualización y medición de sus procesos, con el soporte del Oficial de Cumplimiento. Si las áreas quisieran hacer modificaciones respecto de lo documentado en el sistema (por ejemplo eliminar un riesgo o modificar las características de un control), el mismo requerirá una validación previa del Oficial de Cumplimiento.

12.2.1. INDICADORES DE QUEJAS Y RECLAMOS

12.2.1.1. INDICADOR LÍNEAS DE RECEPCIÓN

Definición: Recuento del número de llamadas recibidas con destino al servicio telefónico de atención al cliente por motivo de una queja, reclamo o sugerencia. En caso de ser procedente, recuento de las solicitudes de información recibidas vía formulario de quejas y reclamos, cartas, e-mail y solicitudes.

Propósito: Cuantificar la transmisión de la información por estas vías para estudiar el impacto sobre los clientes de estos servicios o canales informativos. Estudiar la aceptación de los canales usados por parte de los clientes y valorar la utilidad del mismo.



Toma de datos: Registro del número total de llamadas recibidas por el servicio telefónico de información y atención al cliente con motivo de quejas reclamos y sugerencias. Registro del número total de cartas, e-mail y solicitudes recibidos por el servicio de información y atención al cliente.

Calculo: Recuento de las llamadas por quejas, reclamos, sugerencias y recuento de las cartas, e-mail y solicitudes.

Responsables: El registro y el recuento pueden efectuarse de forma manual. Los empleados del servicio telefónico registrarán cada llamada recibida con motivo de una queja, reclamo o sugerencia con el fin de hacer el recuento a posteriori. Lo mismo para las cartas, e-mail y solicitudes recibidas.

Frecuencia de las medidas: continua

Frecuencia de cálculo: semestral

Resultados: número total de llamadas, cartas, e-mails y solicitudes recibidas por el servicio de atención al cliente, con motivo de una queja, reclamo o sugerencia. Se puede conocer la evolución diaria de los mismos gracias a los registros.

Presentación de resultados: Este indicador se puede representar de forma gráfica de modo que se represente la variación de las llamadas, e-mail, cartas, solicitudes recibidas en función del día, la semana, el mes, etc.

Evolución del indicador: Con el transcurso del tiempo se puede representar gráficamente una curva del número de llamadas recibidas al año, y otras con el número de llamadas, e-mail, cartas, solicitudes recibidas. Posteriormente, se podrán comparar las gráficas interanuales para ver si se detectan similitudes.

12.2.1.2. INDICADOR QUEJAS SUGERENCIAS Y RECLAMOS SEGÚN TIPOLOGÍA

Definición: recuento del número total de quejas, sugerencias y reclamaciones recibidas, agrupadas por tipologías atendiendo a su contenido. Además se intenta clasificarlas por líneas, en base al ámbito de cada comunicación de los clientes. (Llamada, carta, mail)

Propósito: cuantificar el volumen de quejas, sugerencias y reclamaciones de cada tipología de modo que se tenga conocimiento de los temas que causan mayor descontento y de los que necesitan ser mejorados de forma más urgente. Perfeccionar el sistema de resolución de quejas y de aplicación de acciones correctivas y preventivas en base a este y otros indicadores.

Toma de datos: Registro por separado (en cada canal de comunicación) del número total de quejas, sugerencias y reclamaciones, indicando su tipología.

Calculo: Recuento de las comunicaciones registradas según su tipología y según la línea a la que hacen referencia.

Responsables: El registro lo hacen los responsables de cada canal de comunicación, encargados de atender las peticiones de los clientes. El cálculo lo puede hacer algún empleado especialmente designado por la Dirección.

Frecuencia de las medidas: Continua.

Frecuencia del cálculo: Semestral

Resultados: número total de quejas, sugerencias y reclamaciones recibidas en cada línea.

Presentación de resultados: Este indicador se puede presentar en forma de tabla de modo que a cada línea le corresponda un número de quejas, otro de sugerencias y otro de reclamaciones, además de la suma de todos ellos. Luego se debe contemplar una fila por tipología de comunicación (temas que pueden abordar), de modo que a cada línea le corresponda un determinado número de comunicaciones de cada tipología. Al final añadir resultados totales.

Ejemplo

TIPO	LINEA TELEFONICA	EMAIL	TOTAL
Queja	25	15	40
Reclamo	15	10	25
Sugerencia	10	5	15
TOTAL	50	30	80
Oferta de servicios	15	7	22
Informacion	15	8	23
Tiempo	10	5	15
Atención al cliente	10	10	20
TOTAL	50	30	80

Evolución del indicador: Con el transcurso del tiempo se pueden representar gráficamente curvas para cada línea y también para cada tipología. Así se puede determinar qué líneas mejoran o empeoran la calidad de su servicio, dónde aparecen siempre las mismas quejas, qué tipo de problemas suelen afectar más a los clientes, etc.

12.2.1.3. INDICADOR DE TIEMPO MEDIO DE RESPUESTA

Definición: partiendo de la base que todas las comunicaciones recibidas (escritas o telefónicas) por parte de clientes son respondidas, si se registra el tiempo que el sistema de atención al cliente tarda en responder, se puede calcular el tiempo máximo y medio de respuesta a las quejas, sugerencias y reclamaciones de los clientes.

Propósito: Evaluar el desempeño del departamento de resolución de quejas, sugerencias y reclamaciones en cuanto a capacidad y velocidad de respuesta. Encontrar relaciones entre este tiempo y la percepción de los clientes acerca de la atención al cliente.

Toma de datos: Registro por separado (en cada canal de comunicación) de la fecha de recepción de cada queja, sugerencia y reclamación. Registro de la fecha de envío de cada respuesta.

Calculo: Diferencia entre la fecha de recepción de cada comunicación escrita o enviada por email y la fecha de envío de cada respuesta correspondiente.

Media aritmética de todos los tiempos de respuesta calculados. Las comunicaciones no respondidas no computan porque debe existir alguna causa justificada para que el sistema de atención al cliente no haya decidido responderla.

Responsables: El registro de recepción lo hacen los responsables del sistema de atención al cliente por cada canal de comunicación. El registro de contestación lo hacen los empleados encargados de enviar las

respuestas, de forma organizada para que sea sencillo encontrar el tiempo de respuesta en el momento de analizar cada comunicación. El cálculo lo puede hacer algún empleado especialmente designado por la Dirección.

Frecuencia de Las Medidas: Continua.

Frecuencia de Cálculo: Semestral

Resultados: Tiempo medio y máximo de respuesta del Sistema de atención al cliente a las quejas, sugerencias y reclamaciones de los clientes.

Presentación De Resultados: Este indicador da dos números y por tanto no requiere de ninguna presentación específica.

Evolución Del Indicador: Con el transcurso del tiempo se pueden representar gráficamente curvas que muestren la variación del tiempo de respuesta (medio y máximo). Así se puede determinar si el servicio de atención al cliente mejora o empeora su atención al cliente, y si destina los recursos suficientes para hacer fluido este servicio.

12.2.1.4. INDICADOR QUEJAS SUGERENCIAS Y RECLAMOS REPETIDAS Y REITERADAS POR TIPOLOGÍA

Definición: Recuento del número total de quejas, sugerencias y reclamaciones repetidas (que varios clientes aborden un mismo problema) y reiteradas (que un mismo cliente reitere su petición por persistencia del problema), agrupadas por tipologías atendiendo a su contenido.

Propósito: Detectar los problemas de mayor impacto en los clientes, es decir, aquellos que provocan mayor número de quejas, sugerencias y reclamaciones por parte de distintos clientes. Establecer prioridades en la aplicación de acciones correctivas y preventivas. Detectar posibles deficiencias del sistema de respuesta y de las acciones aplicadas, por aparición de quejas repetidas y reiteradas. Perfeccionar y depurar el sistema de resolución de no conformidades.

Toma de datos: Registro por separado (en cada canal de comunicación) del número total de quejas, sugerencias y reclamaciones, indicando su tipología.

Cálculo: Recuento de las comunicaciones repetidas y reiteradas registradas según su tipología.

Responsables: El registro lo hacen los encargados del Sistema de Atención al Cliente de cada canal de comunicación, encargados de atender las peticiones de los clientes. El cálculo lo puede hacer algún empleado especialmente designado por la Dirección.

Frecuencia de las medidas: Continua.

Frecuencia de cálculo: semestral

Resultados: Número total de quejas, sugerencias y reclamaciones repetidas y reiteradas. Para cada tipología, número total de repeticiones y de reiteraciones.

Presentación de resultados: Este indicador se puede presentar en forma de tabla de modo se exprese el número de repeticiones y reiteraciones de quejas, sugerencias y reclamaciones, y además que a cada tipología le corresponda un número de comunicaciones repetidas y otro de reiteradas.

Ejemplo:

TIPO	REPETIDAS	REITERADAS	UNICAS	TOTAL
Queja	10	12	11	33
Reclamo	5	10	13	28
Sugerencia	2	5	10	17
TOTAL	17	27	34	78
Oferta de servicios	3	7	10	20
Información	3	8	6	17
Tiempo	5	5	6	16
Atención al cliente	6	7	12	25
TOTAL	17	27	34	78

12.2.2. RIESGOS

Todo evento significativo que pueda afectar negativamente las ganancias de la Entidad respecto de las Líneas de negocios y productos deberá ser identificado, evaluado en cuanto a su Probabilidad y Impacto. El objetivo es identificar los Riesgos a gestionar y su naturaleza.

Las características que deben tener necesariamente los riesgos son las siguientes:

- Riesgos: Descripción de los Riesgos inherentes identificados y clasificación del riesgo inherente de acuerdo al diccionario estándar del Grupo BNP Paribas, que cumple con lo especificado por el Comité de Basilea 2 (ver capítulo de clasificación de factores y eventos de riesgo del Manual de SARO).
- Probabilidad/Frecuencia:: La evaluación de la frecuencia de ocurrencia del Riesgo se hace según una clasificación propuesta por nuestra Casa Matriz, que consta de 5 niveles:

Frecuencia	Nivel	Valor Típico
Alta	4	Más de una vez en el trimestre
Media	3	Menos de una vez por trimestre pero más de una vez por año
Baja	2	Menos de una vez por año pero más de una vez cada cuatro años
Muy Baja	1	Una vez cada cuatro años o menos

- Impacto/Severidad: La evaluación de la severidad del Riesgo se hace también según una clasificación propuesta por nuestra Casa Matriz, también con 5 niveles:



Severidad	Nivel	Valor Típico
Alta	4	> 1Millon €
Media	3	desde 250 Mil € to 1 Millon €
Baja	2	desde 50 Mil € a 250 Mil €
Muy Baja	1	< 50 Mil €

d. Nivel de Riesgo: Corresponde al Riesgo Bruto resultante de la combinación del Impacto y la Probabilidad anteriormente evaluadas (Riesgo Bruto= Impacto x Probabilidad). Es un dato que surge en forma automática.

Teniendo en cuenta lo anterior, el nivel de Riesgo surge de la siguiente tabla:

Impacto		Frecuencia			
		1	2	3	4
Severidad	1	1	1	1	2
	2	2	2	2	3
	3	3	3	3	4
	4	4	4	4	4

La zona en rojo representa un Nivel de Riesgo Crítico, la Amarilla un nivel de Riesgo Alto, la Celeste un nivel de Riesgo Medio y la verde un Nivel de Riesgo Bajo.

Impacto		Frecuencia			
		40%	30%	20%	10%
Severidad	40%	16%	12%	8%	4%
	30%	12%	9%	6%	3%
	20%	8%	6%	4%	2%
	10%	4%	3%	2%	1%

Financial Impact	1	36.00%
	2	31.00%
	3	21.00%
	4	12.00%

12.2.3. RIESGO RESIDUAL

La clasificación de la probabilidad y el impacto de un riesgo se traducen en el sistema como datos numéricos. De la misma forma ocurre con el nivel de control asignado. A partir de ello, el sistema a través de algoritmos definidos realiza la evaluación determinando en qué nivel queda el riesgo, luego de haberle aplicado el control. En otras palabras, realiza el cálculo del riesgo residual.

Finalmente, dependiendo del dato numérico resultante y siguiente un rango de clasificación, los riesgos residuales pueden ser:

Nivel
Crítico
Alto
Medio
Bajo

12.2.4. GESTIÓN DEL RIESGO RESIDUAL:

Una vez realizado el cálculo del valor residual, quedarán visibles las zonas de aceptabilidad, tolerancia y/o rechazo del Riesgo. Este ordenamiento de Riesgos posibilita identificar las prioridades para su gestión. Si los niveles de Riesgo establecidos fueran bajos, los Riesgos podrían caer en una categoría aceptable y no requerirán de tratamiento, pero sí un monitoreo periódico.

Una vez visualizada la situación, se deberán analizar y definir las medidas a tomar para el tratamiento de cada Riesgo, las que estarán enmarcadas dentro de alguna de las siguientes opciones:

- a. Retener: La responsabilidad por el Riesgo detectado queda en la **FIDUCIARIA**. Esto incluye:
 - Mitigar: Tomar las medidas y/o acciones tendientes a reducir la probabilidad de ocurrencia y/o el grado de impacto.
 - Aceptar: Aceptar el Riesgo sin gestionarlo. Decisión de aceptar las consecuencias y probabilidades definidas de un Riesgo en particular.
- b. Renunciar (Evitar): No proseguir con la actividad Riesgosa, cuando esto sea posible de realizar. Definiendo esta opción, deberá considerarse la posibilidad de aumentar la significación de otros Riesgos.
- c. Transferir: Cambiar la responsabilidad o carga por las pérdidas a una tercera parte mediante legislación, contrato, seguros u otros medios. También se puede referir a cambiar un Riesgo físico, o parte del mismo a otro sitio.

Para la toma de decisiones y la gestión de este riesgo, a nivel local existirá el Comité de Riesgos así como el Comité de Control Internos LATAM a nivel regional.

12.3. CONTROL

En esta etapa se evalúan los Mitigantes implementados:

Siguiendo el diccionario de controles del Grupo BNP Paribas, al identificar y documentar los controles en el sistema de gestión del Riesgo Operativo será necesario completar los siguientes datos:

- a. Control: Descripción general del control.

Envío de un mail mensual con las quejas, reclamos y sugerencias recibidas en el mes e incluidas en la herramienta diseñada para ello. El mail es enviado por la recepción al OPC, previa validación con el área de Servicio al Cliente, y las estadísticas son presentadas al Comité de riesgos mensual.

El área de OPC realiza un seguimiento de las queja, reclamos y sugerencias que han sido o no atendidas y validas, si las quejas, reclamos o sugerencias están relacionadas con los productos autorizados de BNP PARIBAS en Colombia. Serán atendidas aquellas quejas, reclamos o sugerencias que tengan relación los productos en Colombia, si no es el caso, se trata de dar retroalimentación para que la persona pueda solucionar su inquietud.

Como parte de los mecanismos de comunicación con el consumidor financiero y el público en general que ha dispuesto BNP Paribas, se encuentra habilitada la siguiente dirección de correo electrónico co-bp2s@co.bnpparibas.com disponible para todas las personas que deseen solicitar y/o remitir información, así mismo para establecer alguna queja o enviar alguna petición.

La administración de este buzón de correo electrónico está a cargo del área de Facilities, quien se encargara de revisarlo continuamente y de responder todos los correos electrónicos que lo requieran o, escalarlos a las áreas encargadas según sea el caso para la debida respuesta. Para garantizar que todo mensaje que se reciba y que requiera respuesta sea procesado se han establecido los siguientes controles:



1. Semanalmente el Analista de Facilities realizara un screenshot de la bandeja de entrada del correo electrónico, donde se evidencie la totalidad de los correos recibidos en la semana, así como el remitente, la fecha de recibido y el asunto del correo. Con esto, el analista deberá cerrar los cumplimientos semanales que se encuentran cargados en la herramienta de GCI.
2. Sera responsabilidad del Analista de Facilities registrar en la bitacora de control del respectivo buzón que se encuentra en un archivo Excel, la siguiente información cada vez que se reciba un correo electrónico que requiera respuesta:
 - a. Mes
 - b. Semana
 - c. Tipo de solicitud (Consulta, intento de fraude, queja o reclamo)
 - d. Fecha de recepción del correo
 - e. Fecha de respuesta
 - f. Status (Tramitado o pendiente)
 - g. Asunto
 - h. Remitente.

El Analista con la información cargada en el Excel, generara un archivo en PDF de la bitácora semanalmente donde se evidenciara la información antes descrita, la cual tiene como fin verificar que los correos recibidos sean tramitados y respondidos de manera oportuna, dicho PDF deberá ser firmado por el Analista y el Coordinador de Facilities como garantía de control sobre el buzón, esta evidencia será guardada en la siguiente ruta **K:FACILITIES\01 Correspondencia\REQUERIMIENTOS\CORREO BNPPCF**.

Las estadísticas de quejas reclamos y sugerencias se llevan en detalle mensualmente al comité de riesgos, donde son evaluados y presentados los diferentes casos.

b. Categoría: Según el diccionario, un control puede tener las siguientes categorías:

- i. Conformidad
- ii. Estratégico
- iii. Operacional
- iv. Reportes Financieros

Para el caso del SAC los controles establecidos son estratégicos y operacionales a la vez, dado que la respuesta a cualquier queja, reclamo o sugerencia es un factor estratégico que impacta la imagen que tiene el cliente hacia BNP PARIBAS como grupo financiero.

c. Tipo: Según el diccionario, esta es la tipología de controles aplicable:

- i. Acceso Físico
- ii. Acceso Lógico
- iii. Incorrecta utilización del poder y violación de límites
- iv. Autorizaciones
- v. Conciliaciones
- vi. Delimitación de responsabilidades
- vii. Mantenimiento de Registros

- viii. Monitoreo
- ix. Normativa Interna
- x. Plan de Contingencia
- xi. Segregación de funciones
- xii. Entrenamiento y Capacitación
- xiii. Validación

Según la tipología del control estos son controles de mantenimiento de registros y monitoreo.

d. Frecuencia / Periodicidad: Un control puede tener la siguiente periodicidad:

- En cada evento
- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

La frecuencia con la cual se realiza el monitoreo es mensual y quincenal, debido al nivel de productos que en este momento hacen parte del portafolio de la **FIDUCIARIA**.

e. Forma de ejecución: Un control puede ser ejecutado de manera manual o automática.

Los controles son ejecutados de manera manual.

f. Forma de identificación: Un control dependiendo su objetivo puede ser preventivo (cuando pretende anticiparse a la existencia de un evento) o detectivo (cuando pretende hallar eventos que ya han sucedido).

Los controles son preventivos, con el propósito de identificar solicitudes sin respuesta o por fuera del tiempo estimado de respuesta.

g. Efectividad: Evaluamos la eficacia del mitigante para evitar la ocurrencia del evento potencial de pérdida identificado como Riesgo, o para limitar los efectos que podrían ser producidos por ello.

h. Nivel o Calidad del Control: Corresponde a la evaluación combinada del Tipo de Control y su Efectividad:

Nombre	Descripción
Ineficiente / Inexistente	Casi nunca mitiga al riesgo / No existe un control
Poco Eficiente	No siempre mitiga al riesgo
Eficiente	Mitiga y detecta al riesgo
Muy Eficiente	Mitiga y previene al riesgo



12.4. MONITOREO

Para el monitoreo y control del riesgo operativo se llevarán a cabo las siguientes medidas:

- Revisión anual de la Procesos y Actividades
- Pruebas de los controles
- Utilización de indicadores
- Control de inconsistencias (Back Testing)
- Una medición a la revisión periódica del SAC para medir su efectividad.

12.4.1. REVISIÓN ANUAL

La revisión anual se trata de un proceso de actualización de Procesos y Actividades (altas, bajas y modificaciones). Los Responsables de las diferentes áreas deben periódicamente redefinir cuáles son sus Procesos y Actividades.

Para ello contarán con el soporte del Oficial de Cumplimiento quien anualmente los guiará en este proceso, con el objetivo de identificar las variaciones que pudieran haber ocurrido en su área.

12.4.2. PRUEBAS AUTOMÁTICAS DE LOS CONTROLES

Se deberán revisar con una periodicidad anual los controles identificados para verificar su eficacia, eficiencia y la correcta mitigación del Riesgo.

La Gerencia de Operaciones realizará verificaciones sobre el funcionamiento de los controles a nivel del SAC. El Oficial de Cumplimiento colaborará con los dueños de los procesos en la verificación de los controles.

La Gerencia de Operaciones junto con el Oficial de Cumplimiento debe elaborar el plan de trabajo para realizar las pruebas de los controles, especificando:

- a. Período de pruebas.
- b. Procesos y Actividades, detalle de los controles a probar.
- c. Tamaño de la Muestra a probar (cantidad de casos).
- d. Diseño de la prueba.
- e. Evidencia de los controles.
- f. Criterios de aceptación o rechazo del control.
- g. Una medición a la revisión periódica del SAC para medir su efectividad

Luego, se deberá comunicar el Plan de Control a los dueños de procesos y coordinar fechas de prueba.

Una vez efectuada la prueba de efectividad del control podrán surgir los siguientes casos:

- a. Si los resultados del control están dentro de los criterios de aceptación: registra el resultado en el formulario de Prueba de Controles.
- b. Si el resultado es considerado deficiente además de volcar el resultado en el formulario mencionado, deberá implementarse un plan de acción para su remediación. Dicho plan de acción deberá registrarse en el sistema de gestión de Riesgo Operativo de la **FIDUCIARIA** que contiene los datos necesarios para identificar al responsable de llevarlo a cabo, la fecha estimada de finalización y la descripción del mismo, entre otros.

12.4.3. ELABORACIÓN Y DESARROLLO DE INDICADORES

Los dueños de los procesos, con la asistencia del Oficial de Cumplimiento, analizarán y elaborarán los Indicadores, los cuales deberán ser propuestos para su aprobación por el Comité de Riesgos.

Estos deben vigilar el cumplimiento de los controles, y/o la ocurrencia de eventos potencial de sí mismos.

Además, los indicadores deben:

- a. Capturar cualquier tendencia que podría conducir a cambios en el comportamiento de los Riesgos Operativos identificados.
- b. Identificar la aparición de probables causas de los acontecimientos.
- c. Alertar en la gestión misma de los controles, cuando estos resulten ineficaces y el aumento del Riesgo cuando corresponda.
- d. Ser de fácil recolección.
- e. Ser reproducible en el tiempo a espacios regulares.
- f. Ser verificables.

Para cada indicador debe establecerse el nivel de tolerancia, definiendo los valores o rangos de valores, que reflejan la criticidad del factor. Una vez puestos en vigencia, los indicadores de riesgo deberán ser revisados periódicamente.

12.4.4. CONTROL DE INCONSISTENCIAS (BACK TESTING)

El Back Testing forma parte de los procesos habituales y obligatorios de una gestión de Riesgos. Consiste en comparar periódicamente los diferentes datos que surgen del conjunto de Procesos y permite detectar si hay contradicciones.

La **FIDUCIARIA** cuentan con sistemas de solicitudes, quejas y reclamos donde se registra cada uno de los eventos, los antecedentes informados por los consumidores y la pretensión o solución requerida.

El sistema administra el flujo del evento en cuanto al área que registra la solicitud, direcciona la solicitud al área o áreas encargadas de su solución.

La **FIDUCIARIA** desarrollara planes de acción inmediatos a eventos críticos de servicio, los cuales se realizarán siempre que se presente un evento crítico de servicio, el cual sea reportado a la Administración, la cual contará con apoyo del área encargada del proceso crítico, que será responsable de la ejecución de dichos planes.

13. PROCEDIMIENTOS

13.1. ESTABLECER MEDIDAS EN CASO DE QUE LOS EMPLEADOS Y ALTA GERENCIA, INCUMPLAN EL SAC:

Para los funcionarios:

- a. Medidas de aprendizaje: la **FIDUCIARIA** evaluará la causa del incumplimiento para tomar los correctivos que correspondan como ajustes a los manuales de procedimientos, planes de capacitación, entre otros. Informar al personal en forma escrita o en reuniones según



sea de interés conocer el hecho o situación que generó el incumplimiento, con el fin de evitar la repetición de los mismos.

- b. Medidas disciplinarias: a la luz del Código de Conducta y del Reglamento Interno de Trabajo, la **FIDUCIARIA** cuenta con los procedimientos necesarios para la aplicación de sanciones, en el evento de que alguno de sus empleados o miembros de la Alta Gerencia, no observe las disposiciones contenidas en el SAC.

En determinado caso que los terceros vinculados incumplan con el normal desarrollo y atención al consumidor financiero y toda la normatividad el SAC, se adoptarán medidas como llamados de atención y otras disposiciones de acuerdo con el grado de falta cometida según el contrato de trabajo de prestación de servicios.

13.2. ESTABLECER LAS MEDIDAS RELATIVAS A LA CAPACITACIÓN E INSTRUCCIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DE LAS ÁREAS INVOLUCRADAS

La **FIDUCIARIA** ha establecido que la actualización del manual del SAC se hará cuantas veces sea necesario, así como de programar una vez al año una capacitación a todo el personal de la Compañía sobre el funcionamiento y las instrucciones del SAC en cuanto a la atención y servicio de los consumidores financieros.

Estos programas cumplen con siguientes aspectos:

- a. Establecen una periodicidad.
- b. Son impartidos durante el proceso de inducción de los nuevos funcionarios de las áreas involucradas en la atención y servicio de los consumidores financieros.
- c. Mantenerse constantemente revisados y actualizados.
- d. Contar con los mecanismos de evaluación de los resultados obtenidos con el fin de determinar la eficacia de dichos programas y el alcance de los objetivos propuestos.

Con el objetivo de instruir a todos los funcionarios de las áreas involucradas en la atención y servicio de los Consumidores Financieros respecto de las funciones, procedimientos y demás aspectos relevantes, la **FIDUCIARIA** implementó la divulgación periódica de las Normas, Manuales e Instructivos, a través de:

- a. El envío al correo electrónico de los funcionarios de la Compañía.
- b. A través de la publicación de los documentos en la Intranet.
- c. Dentro de la inducción mensual para los nuevos funcionarios de las áreas involucradas en la atención y servicio de los Consumidores Financieros se ha incluido la referente al Manual SAC, políticas, cumplimiento de los procedimientos y demás documentos relacionados.

Anualmente se realizara una evaluación de los resultados obtenidos con el fin de determinar la eficacia de los programas de capacitación y el alcance de los objetivos propuestos mediante una encuesta evaluativa que tiene como objetivos:

- a. Medir la eficacia de la capacitación realizada a los empleados y terceros vinculados, con respecto a la implementación de una cultura de atención y protección al consumidor financiero y la puesta en marcha del proceso.
- b. Evaluar al personal sobre el SAC. y evidenciar las falencias encontradas para generar planes de mejora en los temas críticos.

13.3. PROCEDIMIENTO PARA BRINDAR INFORMACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SE PRESTAN Y TARIFAS ASOCIADAS A CADA UNO.



- a. Toda información dirigida a los clientes o posibles clientes deberá ser objetiva, oportuna, completa, imparcial y clara.
- b. Los asesores comerciales deberán informar a los clientes antes de iniciar a operar con los mismos, la naturaleza jurídica y las características de los productos o instrumentos financieros ofrecidos o promovidos y los riesgos inherentes a los mismos.
- c. Mensualmente se enviará por correo a todos los clientes el extracto con los movimientos realizados de los productos que por normativa exija el reporte y envío de tal comprobante.
- d. Solo la información contenida en el extracto que se envía mensualmente a los clientes se considera válida, la información diferente al extracto no tendrá validez.
- e. Los comprobantes de liquidación de bolsa y los extractos se entregarán a través del servicio mensajería interno o externo, a la dirección registrada por el cliente para tal efecto. En ningún caso los asesores comerciales podrán participar en la entrega de dichos documentos.
- f. Para la definición del contenido de la publicidad de los productos de la **FIDUCIARIA**, se tomara como base la información contenida en el Brochure autorizado por la Superintendencia Financiera de Colombia.
- g. La **FIDUCIARIA** publicará en su página Web la política de Comisiones a clientes (si aplica a los productos ofrecidos), así como las tarifas de los servicios prestados.
- h. la **FIDUCIARIA** deberán suministrar al público el máximo de información, que le permita una adecuada orientación respecto de sus productos, así como protegerlo contra fraudes, engaños, prácticas ilícitas y en general todos los actos contrarios a los usos y sanas prácticas del mercado, en la medida en que le fuere posible.

13.4. PROCEDIMIENTO DE ATENCIÓN DE QUEJAS, RECLAMOS O SUGERENCIAS

La **FIDUCIARIA** han definido lo siguiente:

- **QUEJA:** Expresión de insatisfacción referida a la prestación de un servicio o a la deficiente o inoportuna atención de una solicitud, en el marco de lo establecido por la normatividad vigente.
- **RECLAMO:** Expresión de insatisfacción en relación con la conducta o la acción de los agentes, asesores comerciales o algún funcionario de la **FIDUCIARIA**.
- **SUGERENCIA:** Proposición o idea que ofrece un cliente para mejorar un proceso relacionado con la prestación de los servicios que ofrecen la **FIDUCIARIA** o el desempeño del prestador del mismo.

La **FIDUCIARIA** han creado un procedimiento para la atención de las solicitudes, reclamos y quejas que se detalla a continuación:

Los canales a través de los cuales los clientes pueden radicar sus solicitudes, reclamos o quejas, en forma verbal o escrita son los asesores comerciales, el enlace online y el contacto telefónico.

a. Procedimiento de Atención

Ciclo 1: el área de Servicio al Cliente, área Comercial, área de Operaciones y área de Funciones Globales a través de la recepción, son las áreas encargadas de registrar la solicitud del cliente, brindarle una respuesta

a la solicitud en línea o registrar el reclamo o queja a la etapa 2. Este nivel registra el evento, el detalle de la solicitud del consumidor y la solución generada.

La queja, reclamo o sugerencia del cliente se registra en la aplicación BP2S NA_HispanicLatam_Brazil Complaint Log, que es una aplicación en Excel que permite hacer un seguimiento al detalle de la solicitud del cliente.

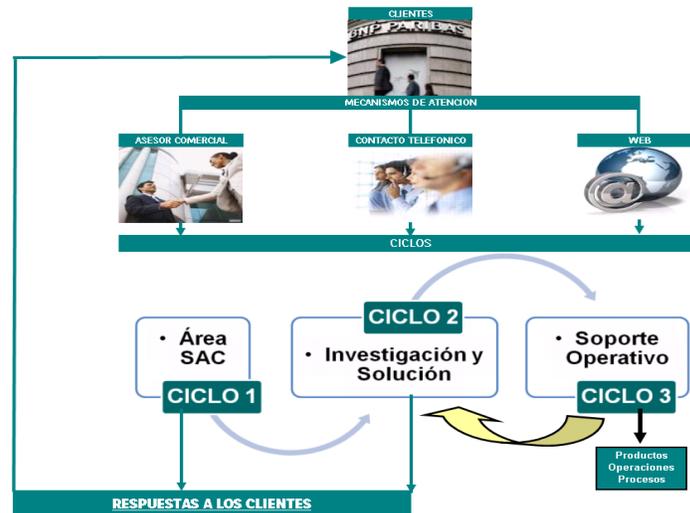
En los casos que se lleva a la etapa 2, la etapa 1 se encarga de explicar al consumidor el procedimiento a seguir, el tiempo total que tomara la solución del caso y le informara el consecutivo con el cual se registra para efectos de seguimiento o información adicional.

Si se recibe una queja reclamo o sugerencia por medio del sistema de correspondencia, este debe ser registrado en la aplicación SQR (Excel desarrollado para hacer registro y seguimiento a las quejas, reclamos o sugerencias)

Ciclo 2: Es la etapa en la cual se atienden los eventos que requieren una investigación más detallada para generar una solución al cliente. Se identifica el área responsable de brindar la respuesta y se comunica al Head del Área que se ha recibido una queja, reclamo o sugerencia para que sea atendido por su área. Se lleva a la etapa 3 cuando la solución al evento requiere algún proceso interno antes de generar la respuesta final o en su defecto con las herramientas puestas a su disposición generan de manera inmediata la solución al caso.

Finalmente este nivel se encarga de contactar al consumidor y comunicar la respuesta final al caso registrado aplicando el estándar definido.

Ciclo 3: Son las áreas de apoyo (operaciones, procesos, producto, entre otras) que entran a soportar la gestión de las etapas anteriores para garantizar un adecuado trámite del caso recibido y procesamiento de la solución final que se comunica a los consumidores.





- i. Recepción: en el ciclo 1 se recibe y se registra la queja o reclamo el cual debe generar una solicitud de queja o reclamo. Existe una aplicación desarrollada en excel para registrar y llevar el seguimiento de las quejas reclamos o sugerencias.
- ii. Análisis y Gestión: en el ciclo 2 se recibe la información, se analiza la queja o reclamo y se determina la gestión a realizar. Si la queja o reclamo aplica para ser informado a la defensoría se sigue tal procedimiento y se decide si se solicita apoyo al ciclo 3.
- iii. Apoyo: Si la queja o reclamo es recibido en el ciclo 3, en el cual se procesa la solicitud y finalmente se envía la respuesta al ciclo 2. Se cierra el procedimiento para el ciclo 3
- iv. Investigación y seguimiento: en el ciclo 2 se recopila la información recibida desde el ciclo 3 y se verifica si la respuesta requiere validación jurídica o se envía la respuesta definitiva al consumidor.
- v. Análisis Jurídico: se recibe la queja o reclamo con la información del caso, se analiza el caso y se emite un concepto, enviando este al ciclo 2.
- vi. Ajuste y envío: el ciclo 2 recopila la información recibida, ajusta la respuesta y la envía al cliente o a la defensoría. Se cierra el procedimiento para el ciclo 2.
- vii. Defensoría: recibe la respuesta generada por la **FIDUCIARIA**, solicita información adicional si lo requiere, emite concepto y finalmente notifica respuesta al consumidor.

b. Información Estadística de Quejas, Reclamos o Requerimientos

La **FIDUCIARIA**, a través de la herramienta diseñada en excel – BP2S NA_HispanicLatam_Brazil Complaint Log - , gestiona el manejo de sus quejas, reclamos y/o sugerencias, por medio de la herramienta se monitorean las estadísticas de los eventos registrados por sus consumidores financieros y le permite a la organización conocer su comportamiento para estructurar sus planes de mejoramiento.

13.5 PROCEDIMIENTOS RELACIONADOS CON LA ATENCIÓN DE LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD

- A. Las personas vinculadas a la Fiduciaria deben comunicar oportunamente a la organización cualquier caso de inconformidad proveniente de los consumidores financieros del que tengan conocimiento.
- B. Las quejas, peticiones o reclamos que considere requieran algún tipo de reconocimiento o acción correctiva específica deben ser informados al representante legal de la fiduciaria, para evitar su nueva ocurrencia y ofrecer una respuesta satisfactoria al cliente.



C. Atender eficiente y debidamente, así como en los plazos y condiciones previstos en la regulación vigente, las quejas o reclamos interpuestos por los consumidores financieros y, tras la identificación de las causas generadoras de aquellas, diseñar e implementar las acciones de mejora necesarias.

D. Siempre la respuesta a una queja, petición o reclamo de un cliente se dará por un medio verificable (escrito o llamada grabada).”

14. DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR FINANCIERO

En cumplimiento de la regulación aplicable, y con el fin de dar a conocer a los clientes y usuarios sobre la existencia del Defensor, la **FIDUCIARIA** publica en su página de Internet y en el material publicitario, la información que se menciona a continuación, en adición a la información de contacto.

i. ¿Qué es el Defensor del Consumidor Financiero?

El defensor del consumidor es una persona especializada que atenderá todas las preguntas, quejas o reclamos que se presenten acerca de los productos y servicios ofrecidos por la **FIDUCIARIA**.

ii. Características del Defensor del Consumidor Financiero.

- a. Independencia. No depende directa o indirectamente de la administración de la **FIDUCIARIA** y tiene absoluta independencia en la toma de decisiones.
- b. Conciliación y solución de conflictos. La principal función del defensor es alcanzar un acuerdo entre las partes cuando se han agotado las instancias de solución ante las oficinas y el área de servicio al cliente de la **FIDUCIARIA** y resolver los conflictos que sean de su conocimiento.
- c. Libre acceso y gratuidad. Los usuarios y clientes de la **FIDUCIARIA** pueden contactar directa y gratuitamente al Defensor del Consumidor.
- d. Profesionalismo. El Defensor del Consumidor Financiero cuenta con especialistas conocedores del sector financiero y con vocación de servicio al cliente.
- e. Asesoría. El Defensor del Consumidor Financiero genera recomendaciones a la **FIDUCIARIA** para mejorar el servicio al cliente y elevar los índices en los procedimientos de los diferentes productos ofrecidos por la **FIDUCIARIA**.

iii. Funciones Del Defensor Del Consumidor Financiero

La Defensoría del Consumidor Financiero será una institución orientada a la protección especial de los consumidores financieros, y como tal, deberá ejercer con autonomía e independencia las siguientes funciones:

- e. Dar trámite a las quejas y reclamos de las entidades vigiladas de forma objetiva y gratuita, en el momento en que estas no hayan tenido una respuesta o no hayan sido tramitadas por el la entidad o sus Filiales.
- f. Ser vocero de los consumidores financieros ante la institución, lo que implica la posibilidad de dirigir en cualquier momento las juntas directivas o consejos de administración de las entidades.
- g. Además de atender las recomendaciones, propuestas y peticiones. De acuerdo a lo establecido por la Ley 1328 de 2009 en su Artículo 13 se exponen a continuación:



- Atender de manera oportuna y efectiva a los consumidores financieros de las entidades correspondientes.
- Conocer y resolver en forma objetiva y gratuita para los consumidores, las quejas que estos le presenten, dentro de los términos y el procedimiento que se establezca para tal fin, relativas a un posible incumplimiento de la entidad vigilada de las normas legales, contractuales o procedimientos internos que rigen la ejecución de los servicios o productos que ofrecen o prestan, o respecto de la calidad de los mismos.
- Actuar como conciliador entre los consumidores financieros y la respectiva entidad vigilada en los términos indicados en la Ley 640 de 2001, su reglamentación, o en las normas que la modifiquen o sustituyan. Para el efecto, el consumidor financiero y la entidad vigilada podrán poner el asunto en conocimiento del respectivo defensor, indicando de manera explícita su deseo de que el caso sea atendido en desarrollo de la función de conciliación. Para el ejercicio de esta función, el Defensor deberá estar certificado como conciliador de conformidad con las normas vigentes. El documento en el cual conste la conciliación realizada entre la entidad vigilada y el consumidor financiero deberá estar suscrito por ellos y el Defensor del Consumidor Financiero en señal de que se realizó en su presencia, prestará mérito ejecutivo y tendrá efectos de cosa juzgada, sin que requiera depositarlo en Centro de Conciliación. El incumplimiento del mismo dará la facultad a la parte cumplida de hacerlo exigible por las vías legales respectivas.
- Ser vocero de los consumidores financieros ante la respectiva entidad vigilada.
- Efectuar recomendaciones a la entidad vigilada relacionadas con los servicios y la atención al consumidor financiero, y en general en materias enmarcadas en el ámbito de su actividad.
- Proponer a las autoridades competentes las modificaciones normativas que resulten convenientes para la mejor protección de los derechos de los consumidores financieros.
- Las demás que le asigne el Gobierno Nacional y que tengan como propósito el adecuado desarrollo del SAC.

iv. Asuntos exceptuados del conocimiento del Defensor del Consumidor Financiero.

Estarán exceptuados del conocimiento y trámite ante el Defensor del Consumidor Financiero los siguientes asuntos:

- a) Los que no correspondan o no estén directamente relacionados con el giro ordinario de las operaciones autorizadas a la **FIDUCIARIA**.
- b) Los concernientes al vínculo laboral entre la **FIDUCIARIA** y sus empleados o respecto de sus contratistas.
- c) Aquellos que se deriven de la condición de accionista de la **FIDUCIARIA**.
- d) Los relativos al reconocimiento de las prestaciones y de las pensiones de invalidez, de vejez y de sobrevivientes, salvo en los aspectos relacionados con la calidad del servicio y en los trámites del reconocimiento de éstas.
- e) Los que se refieren a cuestiones que se encuentren en trámite judicial o arbitral o hayan sido resueltas en estas vías.
- f) Aquellos que correspondan a la decisión sobre la prestación de un servicio o producto.



- g) Los que se refieran a hechos sucedidos con tres (3) años o más de anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud ante el Defensor.
- h) Los que tengan por objeto los mismos hechos y afecten a las mismas partes, cuando hayan sido objeto de decisión previa por parte del Defensor.
- i) Aquellos cuya cuantía, sumados todos los conceptos, supere los cien (100) salarios mínimos legales mensuales vigentes al momento de su presentación.
- j) Las demás que defina el Gobierno Nacional.

v. Pronunciamientos del Defensor del Consumidor Financiero.

Las decisiones que adopte el Defensor del Consumidor Financiero no serán obligatorias cuando, sin perjuicio del trámite conciliatorio que se pueda adelantar de acuerdo con lo señalado en la normatividad, los consumidores y las entidades vigiladas así lo acuerden de manera previa y expresa.

vi. Independencia y autonomía de los Defensores del Consumidor Financiero.

El Defensor del Consumidor Financiero designado por la Asamblea de Accionistas de la **FIDUCIARIA** actuará con independencia de la **FIDUCIARIA** de sus organismos de administración, obligándose a poner en conocimiento de la Superintendencia Financiera de Colombia cualquier situación que menoscabe o limite sus facultades de actuación.

El Defensor del Consumidor Financiero no podrá desempeñar funciones distintas de las propias de su cargo.

No podrá ser designado como Defensor del Consumidor Financiero, quien sea o haya sido dentro del año inmediatamente anterior director, empleado, contratista, apoderado o agente de la **FIDUCIARIA**, ni de la matriz, filial o subsidiaria de la misma.

La **FIDUCIARIA** disponen de los recursos financieros para garantizar que el Defensor del Consumidor Financiero cuente con los recursos físicos, humanos, técnicos y tecnológicos y los demás que éste considere necesarios, para el adecuado desempeño de sus funciones asignadas.

vii. Designación y requisitos de los Defensores del Consumidor Financiero.

El Defensor del Consumidor Financiero de la **FIDUCIARIA** deberá estar inscrito en el Registro de Defensores del Consumidor Financiero de la Superintendencia Financiera de Colombia. La designación y nombramiento del Defensor del Consumidor Financiero de la **FIDUCIARIA** será la responsabilidad de la Asamblea General de Accionistas de la **FIDUCIARIA**. Igualmente, antes de ejercer su cargo deberá posesionarse ante la Superintendencia Financiera de Colombia.

Los Defensores del Consumidor Financiero serán designados para un período de dos (2) años, prorrogable por periodos iguales.

Para tal efecto, la **FIDUCIARIA** deberá corroborar que el Defensor del Consumidor Financiero cumple con los requisitos establecidos por la Superintendencia Financiera de Colombia, y en todo caso, estos deberán cumplir como mínimo:

- a. Acreditar conocimientos en las materias objeto de protección del consumidor, así como en derecho comercial, financiero, de seguros o de valores, preferiblemente relacionados con el sector al que pertenece la entidad o entidades en la cual el defensor ejercería sus funciones.
- b. Acreditar como mínimo cinco (5) años de experiencia profesional o estudios especializados en las áreas, específicas en el sector financiero, o de valores, contada a partir de la fecha de grado profesional.



- c. Acreditar conducta idónea y solvencia moral.

viii. Terminación en el ejercicio de las funciones del Defensor del Consumidor Financiero.

La terminación definitiva en el ejercicio de las funciones del Defensor del Consumidor Financiero sólo podrá ser consecuencia de:

- a. Falta definitiva del Defensor del Consumidor Financiero causada por incapacidad o muerte.
- b. Renuncia.
- c. Cancelación de la inscripción en el registro por parte de la Superintendencia Financiera de Colombia del Defensor del Consumidor Financiero o la revocatoria de la posesión ante la misma entidad.
- d. La designación de un nuevo Defensor del Consumidor Financiero por vencimiento del período para el cual fue designado.
- e. Haber incurrido en algunas de las causales señaladas en los incisos 3a y 4° del numeral 5 del artículo 53 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, modificado por la Ley 795 de 2003 y demás normas que lo modifiquen o adicionen.

ix. Quien es el Defensor Del Consumidor de la **FIDUCIARIA**:

Defensor Principal Dr. Ana Maria Giraldo Rincón
Defensor Suplente Dr. José Federico Ustàriz González
Miembros de la Firma Ustàriz & Abogados Estudio Jurídico

x. Contacte al Defensor Del Consumidor Financiero

Los datos de contacto y atención del Defensor del Consumidor Financiero son:

Dirección: Carrera 11A # 96 - 51 Oficina 203 Edificio Oficity de Bogotá D.C.

Teléfonos PBX: (57) 601 610 81 61 / 64

Horario de atención: de lunes a Viernes de 8am a 6:00 PM jornada continua

Correo electrónico: defensoriabnpparibas@legalcrc.com

xi. Como Presentar una Queja o un Requerimiento Ante el Defensor Del Consumidor Financiero de la **FIDUCIARIA**

Esta debe ser por escrito y debe incluir los siguientes datos:

- a. Sus datos de identificación, dirección, número telefónico, fax o correo electrónico.
- b. Indique si presentó reclamación previa ante la entidad y la fecha de ésta y su respuesta.
- c. Hechos, razones y causas de la reclamación, en donde exprese los derechos que considera vulnerados por la Entidad.
- d. Solución concreta que espera de la entidad.

Donde radicar el reclamo:

Las quejas y reclamos deben ser radicadas directamente ante el Defensor del Consumidor Financiero o en las oficinas de la Compañía.

De igual manera puede dirigirse ante la entidad y al Defensor con el ánimo de que éste formule recomendaciones y propuestas ante la entidad y sus filiales, en aquellos aspectos que puedan favorecer las buenas relaciones entre éstas y usted.



- xii. Procedimiento De Respuesta Del Defensor Del Consumidor Financiero
a. Elaboración de la queja o reclamo

El consumidor financiero debe presentar su queja o reclamo mediante documento dirigido al Defensor del Consumidor Financiero, en el cual consigne:

- Sus datos personales (Nombre, documento de identidad)
- La información de contacto (Dirección, teléfono, fax, etc.)
- La descripción de los hechos que motivan su queja o reclamo
- Las pretensiones concretas de su queja o reclamo

- b. Radicación de la queja o reclamo
La queja o reclamo puede ser:

- Radicada directamente en la oficina del Defensor del Consumidor Financiero, ubicada en la Carrera 11A # 96 - 51 Oficina 203 Edificio Oficity de Bogotá D.C.
- Enviada al fax No. (57) 601 610 81 61 / 64
- Remitida por correo electrónico a: co-bp2s@co.bnpparibas.com y/o defensoriabnpparibas@legalcrc.com

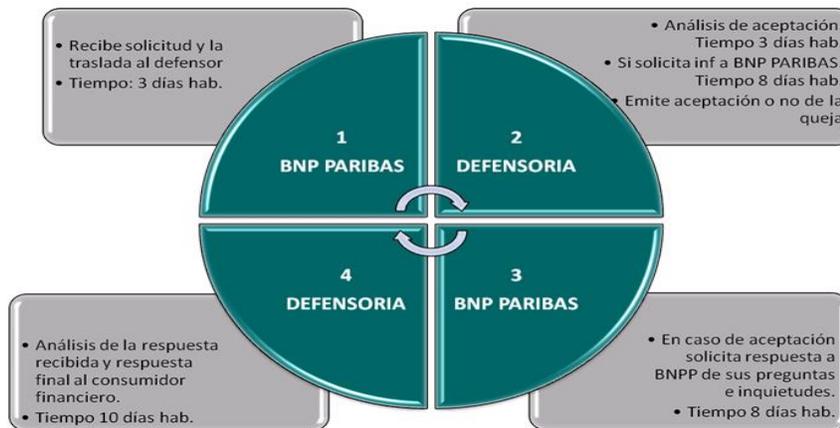
- c. Trámite que debe dar el Defensor del Consumidor Financiero a la queja o reclamo.

- Recibida la queja por el Defensor del Consumidor Financiero, éste debe decidir si el asunto es de su competencia o no, decisión que debe ser comunicada tanto al consumidor financiero como a la **FIDUCIARIA** dentro de los 3 días hábiles siguientes a la recepción de la solicitud.
- Si la queja o reclamo es inadmitida, debe enterar de su decisión al consumidor financiero, indicando los motivos que tuvo para ello e informando que no obsta para el ejercicio de las demás acciones legales existentes.
- Si el Defensor del Consumidor Financiero estima que para el análisis necesita más información de parte de la **FIDUCIARIA** o del consumidor financiero, procederá a enterarlos por cualquier medio verificable de tal situación, para que se allegue por parte de quien corresponda la información requerida dentro del plazo que fije para el efecto, el cual no podrá exceder de ocho (8) días hábiles contados a partir del día siguiente al que se solicite la información.
- Se entenderá que el consumidor financiero ha desistido de la queja o reclamo si no da respuesta a la solicitud dentro del término máximo concedido por el Defensor. Lo anterior no obsta para que el consumidor financiero pueda volver a presentar posteriormente su queja o reclamo con la información completa.
- Una vez recibida la información solicitada, el Defensor decidirá sobre la admisión o no de la queja o reclamo en un término máximo de tres (3) días hábiles.
- Admitida la queja o reclamo, el Defensor del Consumidor Financiero dará traslado de la misma a la **FIDUCIARIA**, a fin de que allegue la información y presente los argumentos que sirven de fundamento a su posición, dentro de los ocho (8) días hábiles, contados desde el día siguiente al que se realice el traslado. Este término podrá ser ampliado a petición de la **FIDUCIARIA** y a juicio del Defensor del Consumidor Financiero.
- De la solicitud de ampliación y su justificación la **FIDUCIARIA** debe informar al consumidor financiero.
- La respuesta de la **FIDUCIARIA** al Defensor del Consumidor Financiero debe ser completa, clara y suficiente, manifestando la aceptación o no de la decisión en caso de que ésta le sea desfavorable.



- El Defensor del Consumidor Financiero deberá evaluar la información aportada y resolver la queja en un término que no excederá de ocho (8) días hábiles. La decisión que profiera deberá ser motivada, clara y completa y será comunicada al consumidor financiero y a la **FIDUCIARIA** el día hábil siguiente después de proferida.
- En el evento que la decisión sea desfavorable al consumidor financiero, éste puede acudir a cualquier medio de protección de sus derechos.

Para una queja ante la Defensoría del Consumidor Financiero de la **FIDUCIARIA**, los tiempos de respuesta estipulada por el Decreto 2281 de 2010 son:



15. EDUCACIÓN FINANCIERA

15.1. MÉTODO DE EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

La **FIDUCIARIA** brindan educación personalizada a sus consumidores acerca de su portafolio de productos y servicios, canales de atención y servicios especializados utilizando los medios disponibles.

15.2. MEDIOS DE EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO

- Acceso a Internet – <https://securities.bnpparibas.com/Colombia>
- Consejos de seguridad
- Atención telefónica - Bogotá
- Información Escrita
- Asesoría Personalizada
- Información suministrada por nuestros funcionarios especializados en los productos, servicios o Información de interés solicitada en forma específica por nuestros consumidores.

16. CAPACITACIÓN A LOS FUNCIONARIOS

La **FIDUCIARIA** tiene programas de formación y entrenamiento dirigido al desarrollo de las competencias requeridas por sus funcionarios para el desarrollo de los objetivos estratégicos, liderados por la oficina de recursos humanos.

La **FIDUCIARIA** cuenta con un sistema de capacitación donde periódicamente los funcionarios son notificados de los temas de interés para la organización, las fichas técnicas de sus productos o servicios. En el caso del SAC la capacitación se basa en la lectura del Manual del SAC, sus actualizaciones y procedimientos contemplados en el manual.

Anualmente se tiene un plan de capacitación para cada área donde se consignan las necesidades específicas de capacitación que requiere cada funcionario de la organización para garantizar una adecuada prestación del servicio a los consumidores financieros, acorde con la evolución del negocio y los cambios del entorno.

En cumplimiento de las disposiciones legales aplicables, la **FIDUCIARIA** ha implementado un sistema de atención al consumidor financiero SAC. El alcance del SAC, y los términos y condiciones del mismo, están definidos por la ley 1328 de 2009, y las demás regulaciones complementarias aplicables.

En cumplimiento de tales disposiciones, la Asamblea General de Accionistas designa el Defensor del Consumidor Financiero, proveyendo los recursos necesarios para su operación y funcionamiento, y garantizando su independencia para lograr su efectividad.

Las funciones están definidas por la ley, y pueden ser resumidas como ser vocero de los clientes o usuarios ante la respectiva institución, así como conocer y resolver las quejas que estos le presenten relativas a la prestación de los servicios de la Compañía.

El Grupo BNP Paribas realiza anualmente una capacitación virtual sobre conflicto de intereses a todos sus funcionarios.

17. CONFLICTO DE INTERESES

La política global de los conflictos de intereses del grupo hace una distinción entre cuatro categorías de conflictos de intereses:

1. Conflictos de intereses de uno o varios clientes
2. Conflictos de intereses internos a las entidades del grupo
3. Conflictos de intereses entre intereses privados de los empleados y los de los clientes
4. Conflictos de intereses entre los intereses privados de las entidades del grupo y de sus empleados.

18. ROLES AND RESPONSABILIDADES

Ver numerales 7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SAC
9.6. CANALES DE ATENCIÓN AL CLIENTE O PARTES INTERESADAS.

19. RIESGOS RELACIONADOS

<input checked="" type="checkbox"/>	Reputation risk
<input type="checkbox"/>	Credit risk
<input type="checkbox"/>	Market risk
<input type="checkbox"/>	Legal & tax
<input checked="" type="checkbox"/>	Operational

<input type="checkbox"/>	Accounting & finance
<input type="checkbox"/>	IT
<input type="checkbox"/>	Treasury

20. ACTUALIZACIÓN GUIA CASILLERO VIRTUAL SUPERFINANCIERA DE COLOMBIA CARTA CIRCULAR 33 DE 2019 MAYO 09

La Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), en implementación de la iniciativa de Gobierno en Línea y con el ánimo de mejorar la comunicación con las Entidades Supervisadas, desarrolló el Casillero Virtual el cual permite el intercambio de las comunicaciones que se manejan actualmente en papel. (Anexo 3).

21. CONTROLES

Ref.	Descripción del control que se está ejecutando	Frecuencia en la que el control se está ejecutando
001	Informe Quejas Y Reclamos A La Entidad, Consolidar Información del Sistema de Atención Al Consumidor Financiero y Presentar Al Comité De Riesgo Y JD	Mensual
002	Verificar Correo De Quejas, Verificar Semanalmente Las Quejas Presentadas y Las Que Se Hayan Enviado Por Las Áreas Al Correo De Quejas co-bp2s@co.bnpparibas.com Enviar A Correspondencia Para Su Registro Y Atención A Tiempo	Mensual

22. ANEXOS

22.1. Carta Circular 075 de 2016



CARTA CIRCULAR
075 DE 2016.pdf

22.2. Apéndice A



Apendice A.pdf

22.3. Apéndice B



Apendice B.xlsx

22.4. Anexo 1 y 2



F0000-116 formatos
379.xls

22.5. Anexo 3



guia_casillero_virtual
MAY 2019.pdf