

Circular Externa 015

Marzo 22 de 2007

CIRCULAR EXTERNA 015 DE 2007

(Marzo 22)

Señores

REPRESENTANTES LEGALES, ADMINISTRADORES, REVISORES FISCALES Y DEFENSORES DEL CLIENTE DE LAS ENTIDADES SUJETAS A LA INSPECCIÓN Y VIGILANCIA DE LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA.

Referencia: Reglas sobre el defensor del cliente de las entidades sujetas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia.

Apreciados señores:

Este Despacho, en ejercicio de las facultades legales y en especial de las consagradas en el literal a), numeral 3° del artículo 326 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero en consonancia con lo dispuesto en el numeral 9° del artículo 11 y en el artículo 93 del Decreto 4327 de 2005, considera pertinente unificar y actualizar las instrucciones vigentes en materia de las reglamentaciones sobre Protección al Consumidor, especialmente en lo que se refiere al defensor del cliente.

En tal sentido, mediante la presente Circular Externa se modifica el nombre del Título Primero del Capítulo Sexto de la Circular Externa 007 de 1996 de la Superintendencia Bancaria (Circular Básica Jurídica) así "*Reglas sobre competencia y protección al consumidor financiero*".

Adicionalmente, se modifica el numeral 5° del Capítulo Sexto, del Título Primero, de la misma circular, en los siguientes aspectos:

- a) Se incluye lo establecido en el artículo 22 de la Ley 964 de 2005, relacionado con la obligación que tienen las entidades que se encontraban sujetas a la inspección y vigilancia permanente de la entonces Superintendencia de Valores, de contar con un defensor del cliente.
- b) Se establecen reglas sobre las calidades del defensor del cliente.
- c) Se establecen reglas sobre los mecanismos de publicidad, así como el contenido y las características mínimas de información que deben implementar las entidades vigiladas para divulgar la institución del defensor del cliente. Se aclara que este deber se hará exigible a partir del 1° de julio del presente año.
- d) Se establecen los requisitos mínimos que debe contener el informe anual de actividades del defensor del cliente o informe de gestión y se exige la remisión del mismo a esta Superintendencia y a la Junta Directiva de la entidad, precisando que éste debe ser presentado dentro del primer trimestre de cada año.

Se aclara que el informe objeto de este literal corresponde a las actividades efectuadas durante el año 2006 deberá presentarse a la entidad, rendirse a la Junta Directiva y remitirse a la Dirección de Protección al Consumidor Financiero de esta Superintendencia en el primer trimestre de 2007, y en lo sucesivo deberá remitirse dentro del primer trimestre de los años subsiguientes.

- e) Se precisan reglas mínimas sobre la función de vocería de clientes y usuarios.
- f) Se impone a las entidades el deber de remisión de la siguiente información a la Superintendencia Financiera de Colombia: **i)** al Grupo de Registro, los datos de identificación, contacto del defensor y cualquier modificación en los mismos, inmediatamente ocurran o en cualquier caso, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la fecha en la que se haya producido, y **ii)** a la Dirección de Protección al Consumidor Financiero, dentro de los tres (3) meses contados a partir de la fecha de su presentación: un informe sobre las actuaciones adelantadas o las consideraciones efectuadas frente a las recomendaciones o sugerencias si el defensor las hubiere realizado y un informe sobre los casos que el defensor hubiere solicitado llevar al conocimiento de la Junta Directiva o Consejo de Administración; finalmente y dentro del mes siguiente a su publicación, copia de los pronunciamientos del defensor que la entidad haya hecho públicos.
- g) Se precisan las reglas de información al público respecto de la presentación de quejas contra entidades no obligadas a contar con defensor del cliente o que no lo que no lo hayan designado voluntariamente.

La presente Circular Externa modifica el numeral 5° del Capítulo Sexto del Título Primero de la Circular Externa 007 de 1996 de la Superintendencia Bancaria (Circular Básica Jurídica), para lo cual se adjuntan las páginas correspondientes.

La presente Circular no modifica ni deroga la Circular Externa No. 045 del 22 de diciembre de 2006 de la Superintendencia Financiera de Colombia.

La presente Circular rige a partir de su publicación, con excepción del numeral 5.3. del Capítulo Sexto del Título Primero de la Circular Externa 007 de 1996 de la Superintendencia Bancaria (Circular Básica Jurídica), el cual entrará en vigencia a partir del 1° de julio de 2007.

Publíquese y cúmplase.

AUGUSTO ACOSTA TORRES

Superintendente Financiero de Colombia

060000 – 050300

CAPITULO SEXTO: REGLAS SOBRE COMPETENCIA Y PROTECCION AL CONSUMIDOR FINANCIERO

1. LIBRE COMPETENCIA, PRACTICAS RESTRICTIVAS Y COMPETENCIA DESLEAL

Con fundamento en el artículo 333 de la Constitución Nacional, que consagra el derecho a la libre competencia como un derecho de todos que supone responsabilidades, y correspondiéndole a esta Superintendencia el ejercicio de la función de control y vigilancia de las actividades financiera y aseguradora, como actividades de interés público a la luz del artículo 335 de la misma Carta Política, la Superintendencia se permite impartir las siguientes instrucciones a sus vigiladas:

Gran parte de las actividades desarrolladas por las entidades vigiladas incluyen la distribución de una diversidad de productos y servicios que comprenden, entre otros, depósitos, otorgamiento de créditos, servicios fiduciarios, seguros y emisión de tarjetas de crédito. Dentro de las competencias que le atribuye la ley a la Superintendencia Bancaria, se cuenta como uno de sus objetivos, el de velar por que las entidades sometidas a su vigilancia no incurran en prácticas comerciales restrictivas del libre mercado y desarrollen su actividad con sujeción a las reglas y prácticas de la buena fe comercial.

En desarrollo de lo anterior, este Despacho considera pertinente recordar a las entidades vigiladas la prohibición de realizar actos, acuerdos o convenios entre sí, o adoptar decisiones de asociaciones empresariales y prácticas concertadas, que directa o indirectamente tengan por objeto o como efecto impedir, restringir o falsear el juego de la libre competencia dentro de los sistemas financiero, asegurador o previsional, o cualquier acto que constituya un abuso de posición dominante, así como celebrar pactos que tengan como propósito excluir a la competencia del acceso al mercado o a los canales de distribución del mismo. Los usuarios de los sistemas vigilados deben contar con la posibilidad de obtener en el mercado diversas alternativas de inversión o de consumo, de suerte que puedan acceder en un contexto de absoluta transparencia a productos o servicios de mayor calidad y rentabilidad o menor costo según se trate.

En tal sentido, la ley 256 de 1996, y demás disposiciones complementarias, prohíbe los actos o hechos contrarios a la buena fe comercial que tiendan a establecer competencia desleal para con los participantes dentro de los sistemas

financiero, asegurador o previsional. Entendiendo que las prohibiciones indicadas se aplican a todas las entidades vigiladas, a las agremiaciones o asociaciones de ellas y, en general, a cualquier persona natural o jurídica cuya participación pueda afectar el funcionamiento de los mercados correspondientes.

En consecuencia, sin perjuicio de las autorizaciones especiales a que hubiere lugar de conformidad con las normas aplicables, las entidades vigiladas deberán, en los términos del artículo 4 de la ley 155 de 1959, informar a la Superintendencia Bancaria “de las operaciones que proyecten llevar a cabo para el efecto de fusionarse, consolidarse o integrarse entre sí, sea cualquiera la forma jurídica de dicha consolidación, fusión o integración,” y este Despacho deberá objetar la operación si tiende a producir una indebida restricción a la libre competencia.

Bajo el entendido que la plena observancia y aplicación de las normas vigentes, y que el ejercicio de la libre competencia dentro de los sectores enunciados redundará en un mayor grado de eficiencia en la prestación de los servicios, la Superintendencia Bancaria ejercerá una celosa vigilancia sobre el cumplimiento que den a las mismas las instituciones vigiladas.

Por último, esta Superintendencia estima que las entidades sometidas a su control deben revisar que sus procedimientos y políticas se ajusten al contenido de las disposiciones vigentes, y que no afecten la transparencia, el crecimiento y la eficiencia del mercado ni los intereses de los usuarios.

2. PROGRAMAS PUBLICITARIOS

Para efectos de lo dispuesto en la letra c), numeral 2o. del artículo 326 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, los programas publicitarios de las entidades vigiladas se sujetarán a las siguientes reglas:

2.1. Condiciones básicas de los textos publicitarios

Los textos e imágenes que se utilicen en las campañas publicitarias, deberán observar cuando menos las siguientes condiciones generales:

- a. Cuando en los textos publicitarios desee incluirse información financiera, contable o estadística, deberán utilizarse exclusivamente las cifras históricas, salvo aquellas que por su carácter sean variables, v.gr. las del total de depósitos captados, el patrimonio, los activos, número de clientes,

indicadores financieros, etc., cuya utilización publicitaria deberá efectuarse identificando claramente el período al cual corresponden.

- b. Los mensajes publicitarios no pueden ser contrarios a la buena fe comercial, ni pueden tender a establecer competencia desleal en los términos de la ley 256 de 1996.
- c. En la difusión de programas publicitarios debe aludirse a la circunstancia de hallarse la entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia. Tratándose de mensajes publicitarios divulgados en medios escritos, deben seguirse los parámetros contenidos en el Anexo 1 del presente capítulo.
- d. En la publicidad deberá utilizarse la denominación o razón social completa de la entidad o su sigla, tal como aparece en sus estatutos sociales, acompañada siempre de la denominación genérica de la entidad (banco, corporación financiera, compañía de seguros, etc.).
- e. En la difusión de la publicidad compartida con entidades no vigiladas por la Superintendencia Bancaria, el nombre, logo, símbolo o sigla de la entidad vigilada deberá estar ubicado en la parte inferior izquierda contigua a la anotación indicada en literal c., y el de la marca compartida en el lado contrario guardando siempre el tamaño, proporción e igualdad con el de la institución financiera.

En el caso de los plásticos de las tarjetas de crédito o débito, tendrán que compartir en todo su conjunto, los nombres, razones sociales o logotipos en igualdad de proporciones, tamaños y espesores de las letras.

- f. Cuando en el momento de la difusión se detecte un error o equivocación en un texto publicitario o en una publicación que contenga cifras o datos financieros, la entidad vigilada deberá por el mismo medio rectificarla, aclarando el error presentado, sin necesidad de que medie orden particular y expresa de esta Superintendencia y sin perjuicio de las sanciones a que haya lugar.

2.2 Prácticas prohibidas

La imagen institucional o las características jurídicas, económicas o financieras de los productos o servicios que se pretenda promover deben ser ciertas y comprobables, guardando total acuerdo con la realidad financiera, jurídica y técnica de la entidad o del servicio promovido, de tal manera que en todo momento la entidad se encuentre en capacidad de cumplir con los ofrecimientos que realiza a través de los medios publicitarios.

En tal sentido, se entienden prohibidas prácticas como las siguientes:

- a. Ponderar un producto de manera tal que sus bondades o características sean contrarias a la realidad, como sucedería vb.gr en los casos en que se exprese o se insinúe que se cuenta con cajeros automáticos en línea o con servicio entre ciudades, que se cuenta dentro de las oficinas con pantalla de consulta, o que se pueden hacer electrónicamente consignaciones para el pago de servicios públicos, sin que efectivamente ello sea así;
- b. Ofrecer condiciones o coberturas de seguros más allá de las contenidas expresamente en las pólizas respectivas ó en los títulos de capitalización;
- c. Presentar o apoyar la solidez de los servicios o productos en aspectos ajenos al verdadero sustento técnico, jurídico o económico de la publicidad, como sucedería cuando tal calidad se base en afirmaciones tales como "conglomerado X" "contamos con el respaldo de los mayores accionistas", etc. No obstante, se permite a las filiales de establecimientos de crédito que utilicen junto a su razón social la indicación de ser filial de XX (nombre de la matriz)
- d. Utilizar, sin perjuicio de lo establecido en el literal b. precedente, afirmaciones que permitan deducir como definitivas situaciones que en realidad responden a fenómenos coyunturales, transitorios o variables en relación con el mercado financiero.
- e. Utilizar o insinuar, ponderaciones o superlativos abstractos que no reflejen una situación exacta, como sucedería con expresiones tales como "somos los primeros", "los mejores", "el indicado", etc. sin decir en qué, en relación con qué o con quienes.

2.3. Régimen de autorización general

Se entienden autorizadas, de acuerdo con lo previsto en el artículo 99 numeral 1o. del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, las campañas publicitarias que adelanten las instituciones vigiladas bajo las siguientes condiciones:

- a. Campañas institucionales se entienden autorizadas las campañas institucionales, es decir, aquellas que proyectan una impresión favorable sobre el nombre, la imagen o la reputación de una entidad, para consolidarse en el medio, fundamentándose en valores de carácter ético, cívico, cultural o social, como serían, vr, gr. las campañas ecológicas, las que exaltan la protección de los recursos energéticos, o las que promueven la conservación de los valores culturales y familiares, entre otras.
- b. Campañas publicitarias no institucionales: las restantes campañas publicitarias, como lo son todos aquellos mensajes publicitarios difundidos por cualquier medio de comunicación (tales como televisión, radio, prensa, correo directo, envío de cupones o entregas a clientes o terceros, o cualquier otro medio escrito u oral), orientadas a difundir los productos o servicios que estén facultadas para ofrecer las entidades vigiladas, ya sea de manera masiva o no, se entienden autorizadas siempre que durante su divulgación las entidades cumplan los siguientes requisitos:
 - 1) No encontrarse la entidad en situación de quebranto patrimonial en los términos del artículo 457 del Código de Comercio, en concordancia con el literal g) del artículo 114 y la letra d) del numeral 5) del artículo 326 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, ni sometida a vigilancia especial.
 - 2) Estar cumpliendo la entidad con las disposiciones que le sean aplicables sobre capitales mínimos, y relaciones patrimoniales.
 - 3) No haber sido la entidad o alguno de sus administradores sancionados por violación a normas legales o reglamentarias relacionadas con las campañas publicitarias adelantadas por la institución, durante los seis meses anteriores a la fecha de lanzamiento del programa respectivo.

En todo caso se entienden autorizadas las campañas no institucionales que hacen simple mención o referencia adicional al servicio, sin calificación o ponderación del mismo, e igualmente los avisos que se limiten a informar la apertura, traslado y cierre de oficinas, así como aquellas en los cuales se de noticia del resultado de eventos para los que estén facultadas las entidades vigiladas, tales como sorteos, rifas, etc.

c. Publicidad de los intermediarios de seguros y reaseguros: Sin perjuicio del cumplimiento de los anteriores requisitos, los intermediarios de seguros y reaseguros deberán obtener previamente la autorización de la entidad aseguradora o capitalizadora cuando se adelante la publicidad de los productos que éstas ofrezcan. Dicha autorización deberá adjuntarse a la información que deba ser remitida ó mantenida a disposición de esta Superintendencia, según el caso.

d. Verificación posterior: Las entidades vigiladas que promuevan sus campañas publicitarias bajo el régimen de autorización general deberán conservar los documentos que a continuación se describen, en la Presidencia o Secretaría General de la entidad o en el órgano que haga sus veces, a disposición de esta Superintendencia, para que ésta pueda ejercer el control correspondiente:

1) Todos los documentos y soportes que integren la publicidad, así como aquellos adicionales que permitan identificar los períodos previstos para su difusión, las condiciones y los medios de comunicación que se utilicen al efecto.

2) Comunicación suscrita por el presidente de la entidad o por cualquier otro directivo que ostente la representación legal de la misma, en la que claramente se pueda evidenciar que la institución verificó haber dado cumplimiento a todos los requisitos previstos para la difusión de campañas publicitarias bajo el régimen de autorización general, y que se estableció la conformidad de la publicidad con la realidad económica y jurídica del servicio y de la entidad.

La Superintendencia Bancaria podrá ordenar la suspensión, en cualquier momento y sin previo aviso, de las campañas publicitarias que no se ajusten a lo prescrito para su difusión.

2.4 Régimen de autorización individual

Las siguientes campañas publicitarias deberán obtener de manera individual y previa la autorización de la Superintendencia Bancaria, para su difusión al público:

a. Las que no reúnan los requisitos previstos para la aplicación del régimen de autorización general.

- b. Tratándose de entidades sometidas a vigilancia especial o que se encuentren adelantando programas de recuperación, saneamiento o adecuación de capital, la SBC determinará, en cada caso, si requerirán obtener de manera individual y previa autorización para la difusión de sus campañas publicitarias no institucionales.

Para obtener la autorización de esta entidad, deberá remitirse con antelación no menor a quince (15) días calendario 2 ejemplares que contengan los textos, imágenes y secuencias gráficas que llegarán al público -según el medio de comunicación a través del cual se pretenda adelantar-, los cuales, una vez obtenida la aprobación correspondiente, podrán utilizarse indistintamente a través de los diversos medios, sin necesidad de nueva autorización de la Superintendencia Bancaria, siempre que correspondan exactamente al proyecto autorizado.

2.5 Autorizaciones Especiales

Las entidades vigiladas que por razón de su naturaleza jurídica se encuentren dentro del presupuesto de que trata el Decreto 2437 de 1974 deberán proceder de conformidad con el mismo, obteniendo adicionalmente autorización del Ministro de Comunicaciones para adelantar la campaña publicitaria.

2.6 Programas publicitarios adelantados por las Sociedades Fiduciarias

En las campañas publicitarias que adelantan las Sociedades Fiduciarias, sin perjuicio de la aplicación de lo dispuesto en los numerales precedentes en todo cuanto no resulte contrario a las instrucciones que a continuación se imparten, deberán observarse las siguientes reglas:

- a. Aspectos generales: Las campañas publicitarias orientadas a promover productos o servicios fiduciarios deben precisar el tipo de contrato mediante el cual ha de instrumentalizarse el respectivo negocio -fiducia mercantil o encargo fiduciario-, evitando el empleo de expresiones que induzcan al público a la convicción de que la entidad alcanzará el éxito en la gestión encomendada. En tal sentido debe señalarse de manera fácilmente visible en los programas publicitarios que las obligaciones

asumidas por las entidades fiduciarias con ocasión de la celebración de contratos de fiduciarios tienen carácter de obligaciones de medio y no de resultado.

b. Condiciones para la publicidad de fiducia de inversión: la publicidad de la fiducia de inversión deberá adicionalmente observar las siguientes condiciones:

1) Ningún programa publicitario orientado a promover la fiducia de inversión debe inducir a los usuarios a considerar erróneamente que invierten en el contrato fiduciario, toda vez que este es apenas el medio a través del cual el fideicomitente se vincula con un fondo o proyecto específico de inversión.

2) Las entidades fiduciarias deberán abstenerse de designar los contratos fiduciarios de inversión con apelativos tales como “certificados”, “cuenta”, “título” o cualquiera otra expresión que pueda inducir al público a pensar equivocadamente que tales documentos constituyen activos financieros de renta fija o títulos de deuda.

3) Siempre que se desee publicar o divulgar, por cualquier medio, la tasa de rentabilidad obtenida por un fondo común ordinario o un fondo común especial de inversión deberán observarse los siguientes lineamientos:

- Deberá hacerse referencia a la rentabilidad obtenida durante los treinta días calendario inmediatamente anterior y expresarse en términos de rendimiento efectivo anual neto, independientemente de la posibilidad de expresar su equivalencia en tasas nominales.

- Para calcular dicho rendimiento neto deberán haberse deducido previamente todos los costos y gastos a cargo del fondo. Además se deducirá, para dicho cálculo, el porcentaje aplicado como comisión por concepto de la administración de los recursos del mismo. Cuando respecto de un mismo Fondo se aplicaren distintas comisiones, se calculará para estos efectos, la tasa de comisión promedio ponderada cobrada durante el período.

- La información deberá tener su fuente en los mismos datos que sirven de base para la elaboración del informe semanal estadístico conforme al formato que para el efecto expida la Superintendencia Bancaria.

- Siempre que se mencione la rentabilidad obtenida por un Fondo de inversión, deberá destacarse que dicha rentabilidad no es necesariamente indicativa de futuros resultados.

- Las entidades acreditarán el cumplimiento de las exigencias antes enunciadas mediante la remisión a esta Superintendencia de una copia del aviso respectivo dentro de los 5 días hábiles siguientes a su publicación.

4) Tratándose de fondos respecto de los cuales la correspondiente sociedad no se encuentra obligada a garantizar un determinado resultado, deberá mencionarse, igualmente, que la inversión efectuada envuelve el riesgo de pérdida, inclusive de la totalidad de la misma. Esta última aclaración debe incluirse en los reglamentos de los fondos respectivos.

c. Condiciones para la publicidad de fiducia inmobiliaria: en todos los programas o campañas publicitarias por medio de las cuales se promocionen negocios de fiducia inmobiliaria o de administración de proyectos inmobiliarios, así como en la papelería que se utilice para tales efectos, deberá informarse de manera expresa y destacada la gestión a desarrollar por la sociedad fiduciaria -esto es, si se trata de la administración de tesorería del proyecto, la vigilancia de todas las etapas de la obra, la inversión de los recursos que ingresen al fideicomiso, y demás conceptos de este tipo de fideicomiso-, de tal suerte que para el adherente, inversionista o beneficiario resulten claros e inequívocos los parámetros a los que se circunscribe la labor que adelantará la fiduciaria.

La inobservancia de esta instrucción se considerará una práctica insegura al tenor de lo dispuesto en la letra a) del numeral 5 del artículo 326 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero.

2.7 Programas publicitarios adelantados por las Sociedades Administradoras de Fondos de Pensiones y de Cesantía

Los programas o campañas publicitarias tendientes a promover la administración de recursos correspondientes a pensiones, y a divulgar las actividades que desarrollen conforme a la Ley 100 de 1993, relativa al nuevo Sistema General de Pensiones, deberán sujetarse al siguiente régimen de excepción:

a. Aspectos Generales: la publicidad relacionada con la administración de fondos de pensiones y/o de cesantías, deberá sujetarse a las siguientes condiciones generales:

1) Sólo podrán adelantar programas publicitarios relacionados con la administración de recursos correspondientes a pensiones dentro del Sistema General de Pensiones de que trata la Ley 100 de 1993, las entidades administradoras del régimen solidario de prima media con prestación definida, así como las sociedades administradoras de fondos de pensiones y/o de cesantía cuando hayan sido expresamente autorizadas por esta Superintendencia para administrar un fondo de pensiones del Régimen de Ahorro Individual con Solidaridad.

2) Las entidades aseguradoras, las sociedades administradoras de fondos de pensiones y de cesantía y las sociedades fiduciarias que estén autorizadas por esta Entidad para administrar fondos de pensiones voluntarios, podrán realizar campañas publicitarias sobre los mismos siempre y cuando efectúen de manera destacada la aclaración de que se trata de fondos de pensiones voluntarios, y que, por lo tanto, son distintos de los fondos que prevé la Ley 100 de 1993.

3) Las entidades aseguradoras que cuenten con autorización para la explotación del ramo de seguro de pensiones, cuando adelanten campañas publicitarias deberán advertir de manera destacada que se trata del seguro de un producto distinto a los fondos de pensiones voluntarios o de aquellos que prevé la Ley 100 de 1993.

b. Régimen de Autorización Individual: con excepción de lo previsto en el literal c. subsiguiente, todos los programas publicitarios a que hace referencia el presente numeral deberán someterse a la autorización individual y previa de la Superintendencia Bancaria, a fin de que ésta verifique que con la respectiva publicidad no se está induciendo a confusión a sus destinatarios y, en especial, que se ha dado cumplimiento a todos los parámetros y disposiciones generales señalados en los numerales 1.1 y 1.2 del presente capítulo.

Para obtener dicha autorización, deberá remitirse con una antelación no menor a quince (15) días calendario, los textos, imágenes y secuencias gráficas que llegarán al público según el medio a través del cual se pretenda adelantar, así como los documentos pertinentes mediante los cuales se acredite que el respectivo programa publicitario se contrató con cargo al presupuesto de gastos administrativos de la entidad, en el caso en que tal programa tenga por objeto la promoción de las actividades de la entidad.

c. Régimen de Autorización General: Se entienden autorizadas únicamente las campañas institucionales a que se refiere la letra a. del numeral 1.3 del presente capítulo relacionadas con el nuevo régimen pensional, donde se describan de manera general o parcial sus características y funcionamiento, pero en ellas no podrá hacerse alusión a servicios o productos de las entidades que están realizando la promoción.

d. Publicación de la Rentabilidad: cuando se pretenda obtener autorización para publicar o divulgar, por cualquier medio, la rentabilidad obtenida en los fondos que administren las sociedades administradoras de fondos de pensiones y de cesantía, deberán observarse los siguientes lineamientos:

1) Deberá hacerse referencia a la rentabilidad obtenida durante el período inmediatamente anterior, esto es, dentro del lapso que señale el Gobierno Nacional para la obtención de la rentabilidad mínima, en términos de rendimiento efectivo anual neto, sin perjuicio de la posibilidad de expresar su equivalencia en tasas nominales.

2) Para calcular dicho rendimiento neto deberán haberse deducido previamente todos los costos y gastos a cargo del fondo.

3) Siempre que se mencione la rentabilidad obtenida por un fondo de pensiones o de cesantía, deberá destacarse que dicha rentabilidad no es necesariamente indicativa de futuros resultados.

4) Tratándose de fondos respecto de los cuales la correspondiente sociedad no se encuentra obligada a garantizar un determinado resultado, deberá mencionarse, igualmente, que la inversión efectuada envuelve el riesgo de pérdida, inclusive de la totalidad de la misma. Esta última aclaración debe incluirse en los reglamentos de los fondos respectivos.

- e. Publicidad de servicios colaterales: las sociedades administradoras de fondos de pensiones y/o de cesantía, no podrán utilizar en sus textos publicitarios incentivos o beneficios sujetos a condición potestativa de parte de quien los otorga. Por tanto, para incluir en la publicidad dichos beneficios, éstos deberán gozar de absoluta certeza, entendida como el hecho de que su otorgamiento o concesión sea consecuencia directa de la afiliación al fondo respectivo, circunstancia que debe estar suficientemente garantizada por la entidad que otorgaría el aludido beneficio.

En ningún caso los beneficios o incentivos ofrecidos podrán consistir en el otorgamiento directo o indirecto de créditos por parte de instituciones sometidas al control y vigilancia de la Superintendencia Bancaria.

2.8 Responsabilidad personal

Los administradores de las entidades serán personalmente responsables ante esta Superintendencia por el incumplimiento de las previsiones descritas. en el numeral 1. del presente capítulo.

3. PROTECCION A LA LIBRE CONCURRENCIA DE OFERENTES PARA LA CONTRATACION DE POLIZAS DE SEGURO EN INSTITUCIONES FINANCIERAS POR CUENTA DE SUS DEUDORES.

3.1 Instituciones Financieras tomadoras de seguros por cuenta de sus deudores

El Decreto 384 de 1993, por medio del cual se reglamentó el artículo 22 del Decreto 2179 de 1992, incorporado como artículo 100 numeral 2o. del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, dispone que las instituciones financieras que actúen como tomadoras de seguros, por cuenta de sus deudores, deberán adoptar procedimientos de contratación que garanticen la libre concurrencia de oferentes; igualmente, de conformidad con lo previsto en el artículo 108 de la Ley 100 de 1994, las sociedades administradoras de fondos de pensiones deben adoptar, para la contratación de seguros de invalidez y sobrevivencia, procedimientos

autorizados por la Superintendencia Bancaria que aseguren la libre concurrencia de oferentes.

De acuerdo con lo establecido por el mencionado Decreto, los procedimientos que adopten las instituciones financieras para garantizar dicha libertad, deberán sujetarse a los criterios que el mismo establece.

Para efectos del control que le corresponde ejercer a esta Superintendencia, las instituciones financieras que actúen como tomadores de seguros, por cuenta de sus deudores, deberán informar a esta Superintendencia los procedimientos que para los fines previstos en las normas antes mencionadas se adopten, detallando especialmente lo siguiente:

- a. Se indicarán los mecanismos de amplia difusión a través de los cuales se invitará a presentar propuestas, a las entidades aseguradoras autorizadas para explotar el correspondiente ramo.
- b. La periodicidad con la cual se empleará dicho procedimiento y, si es el caso, la circunstancia de haberse utilizado.
- c. Tratándose de sociedades administradoras de Fondos de Pensiones, deberá, precisarse, cuando menos:
 - 1) los mecanismos de amplia difusión mediante los cuales se invitará a presentar propuestas a las entidades aseguradoras de vida que cuenten con autorización para la explotación del ramo de seguros previsionales de invalidez y sobrevivencia.
 - 2) la información que, con carácter igualitario, se ha de suministrar a las entidades aseguradoras de vida que atiendan la invitación a presentar propuestas, la cual ha de corresponder a los criterios previstos legalmente en el mencionado decreto, en particular si se prevé o no la existencia de intermediarios de seguros y el nivel previsto de comisión por su labor de promoción.
 - 3) los criterios de naturaleza objetiva con base en los cuales se procederá a la selección de la respectiva entidad aseguradora de vida que asumirá los riesgos de invalidez y sobrevivencia.

3.2 Verificación

La Superintendencia Bancaria verificará en cualquier momento el cumplimiento de tales procedimientos mediante las visitas de inspección que realiza a las instituciones financieras, para lo cual éstas tendrán a su disposición los siguientes documentos:

- a. La constancia de haberse utilizado, para cada proceso de selección, los mecanismos de amplia difusión previstos en el correspondiente manual.
- b. La información que para cada proceso de selección se suministre a las entidades aseguradoras que acepten la invitación a presentar propuestas, de acuerdo con lo establecido en el numeral 2o. del artículo primero del Decreto 384 de 1993.
- c. Las actas que para cada proceso de selección se elaboren, en las cuales se expondrán los criterios utilizados para la escogencia de una o varias entidades aseguradoras y, si es el caso, de intermediarios de seguros que hayan participado en los mismos, teniendo en cuenta lo dispuesto por el numeral 3o. del artículo primero del Decreto 384 de 1993.

3.3 Previsiones especiales aplicables al procedimiento de contratación de pólizas adelantado por las sociedades administradoras de fondos de pensiones

Sin perjuicio de la observancia de las instrucciones generales impartidas, en cuanto no pugnen con las directrices que se imparten a continuación, las sociedades administradoras de fondos de pensiones deberán observar las siguientes condiciones:

- a. Contenido de las Pólizas: Las pólizas de seguros que expidan las entidades aseguradoras de vida para amparar los riesgos de invalidez y sobrevivencia deberán sujetarse a lo previsto en la resolución 530 de 1994, emanada de la Superintendencia Bancaria.

- b. Publicidad de la aseguradora seleccionada: La publicidad de los montos de las primas, la indicación de la entidad aseguradora de vida seleccionada, el señalamiento del respectivo intermediario, si lo hubiere, y el monto de sus comisiones, en su caso, podrá efectuarse conjuntamente por la entidad aseguradora y la sociedad administradora de fondos de pensiones y se ha de sujetar a lo previsto en el literal f) del artículo 1o. y en el artículo 4o del decreto 718 de 1994. Dicha publicidad se hará dentro de los diez (10) días siguientes a la adjudicación correspondiente y se remitirá copia de la respectiva publicación a esta entidad dentro de los cinco (5) días siguientes a su realización.

3.4 Información a la Superintendencia Bancaria

Las entidades financieras que actúen como tomadoras de seguros por cuenta de sus deudores deberán informar a esta Superintendencia cada vez que vayan a proceder a la contratación de seguros indicando el procedimiento que se adopte. Para el caso de las sociedades administradoras de fondos de pensiones la oportunidad para la remisión de la información sobre los procedimientos se hará por lo menos con una antelación de 20 días comunes a la verificación de proceso de selección, y las modificaciones que se introduzcan al mismo, deberán informarse dentro de los diez (10) días siguientes a la fecha en que se hayan adoptado.

4. PROTECCION A LA LIBERTAD DE CONTRATACION DE TOMADORES Y ASEGURADOS PARA POLIZAS DE SEGURO COMO SEGURIDADES ADICIONALES DE CREDITOS.

4.1 Aspectos generales

El numeral 2 del artículo 100 del estatuto orgánico del sistema financiero contempla, en el segundo inciso, la libertad de contratación de seguros y la libertad de escogencia de aseguradora e intermediario, consagradas en favor de tomadores y asegurados.

Por su parte, el numeral 1 del artículo 101 de dicho estatuto, si bien exige la existencia de un seguro de incendio o terremoto, no dispone que la entidad vigilada sea la que contrate este seguro, de manera que puede ser el deudor o el dueño del inmueble quien tome la póliza.

Para el seguro obligatorio sobre los inmuebles hipotecados o en relación con el seguro de vida, constituidos como seguridades adicionales de un crédito contratado, el deudor ostenta la libertad de escogencia aunque la institución financiera haya contratado una o varias pólizas con sujeción a los criterios previstos en el decreto 384 de 1993; así, el deudor o dueño del inmueble siempre conserva la facultad de tomar un seguro con una compañía diferente.

4.2 Admisibilidad del seguro como seguridad adicional de un crédito

Dado que los seguros de incendio y terremoto y de vida representan para las instituciones financieras una seguridad adicional de los créditos que otorgan, es razonable que tales instituciones señalen unas exigencias mínimas para que las pólizas presentadas por los deudores estén adecuadas a esta finalidad. No obstante, la póliza no puede rechazarse exclusivamente sobre la base de que existe un seguro contratado por la institución financiera.

Como desarrollo de lo anterior, la posición asumida por las instituciones financieras cuando el deudor, en uso de su libertad de contratación, escoge una aseguradora y presenta una póliza de seguro diferente de la que la entidad crediticia ha contratado por cuenta de terceros, deberá sintetizarse bajo la verificación de dos aspectos: Los requisitos que tendría que cumplir la compañía de seguros que expide la póliza de seguro y el contenido del contrato de seguro en particular.

- a. Respecto de la entidad aseguradora que expide la póliza de seguro, las entidades crediticias no podrán exigir condiciones más gravosas que los requisitos y cualidades que fueron exigidos en el proceso de selección, a la compañía con que se contrató el seguro por cuenta de terceros, y deberán efectuar una verificación objetiva de tales requisitos para que sean relevantes y aplicables a una compañía que expide una póliza con un asegurado en particular, de tal suerte que, en principio, sería admisible la contratación con cualquier compañía de seguros que se encuentre autorizada para operar el ramo correspondiente, y cumpla con las normas de funcionamiento que, para el efecto, señala la Superintendencia Bancaria.

Así las cosas, si la compañía de seguros que suscribe el contrato sometido a consideración, cumple con los requisitos exigidos y las normas de regulación prudencial para el desarrollo de su actividad, entre las cuales se cuentan las referidas al patrimonio técnico mínimo y al margen de solvencia, la póliza de seguro no podría ser objeto de rechazo por parte del acreedor, so pretexto de exigir idénticas calidades y condiciones a las que contiene su proceso licitatorio.

- b. A efecto de evaluar los requisitos que deben reunir las pólizas de seguros presentadas por el deudor, deberá tenerse en cuenta que, tanto para el seguro sobre inmuebles hipotecados como para el seguro de vida, el valor y/o riesgo asegurados se deberán encontrar ajustados a lo dispuesto en la ley, especialmente lo consagrado en los artículos 101, numeral 1. y 120 numeral 2. del estatuto orgánico del sistema financiero.

Para efectos de evaluar si la póliza de seguro cumple, más allá de lo indicado en el párrafo anterior, con las condiciones para ser considerada como una seguridad adicional que le brinde confianza a la entidad financiera acreedora, respecto de la obligación adquirida por el deudor, y sea efectiva en el cumplimiento de la obligación de asegurar contra los riesgos de incendio y terremoto o la vida del deudor, se deberán aplicar criterios de admisibilidad circunscritos a que la póliza presentada tenga un valor, establecido con base en criterios técnicos y objetivos, que sea suficiente para cubrir el monto de la obligación ante el evento dañoso, y que la misma ofrezca un respaldo jurídicamente eficaz para obtener el pago de su obligación en caso de siniestro.

Los criterios señalados están comprendidos en el decreto 2360 de 1993, Esta disposición, que hace referencia a cupos individuales de crédito, es la única que plantea instrumentos semejantes con el fin de establecer la admisibilidad de las garantías y contiene elementos de juicio que considera suficientemente rigurosos para esos efectos; así, sin que pueda entenderse que para las pólizas de seguro, constituidas como seguridades adicionales de un crédito, son aplicables las disposiciones contenidas en el decreto indicado, o que las entidades vigiladas se encuentran ante la posibilidad de sustraerse a la obligación de obtener dichas garantías cuando se hayan contratado los seguros relacionados, este Despacho establece los mismos criterios para ser aplicables a la admisibilidad de pólizas presentadas como seguridad adicional por parte de los deudores.

De conformidad con lo anotado, la exigencia de requisitos adicionales a los señalados en los párrafos anteriores, a efecto de la admisibilidad de las pólizas como seguridades adicionales de créditos, se constituiría claramente en la imposición de condiciones exorbitantes no permitidas, según se indica en el inciso segundo, numeral 4. del artículo 98 del estatuto orgánico del sistema financiero.

4.3 Instrucciones para la aceptación y rechazo de pólizas

Esta Superintendencia instruye a las entidades vigiladas, en el sentido de que cualquier argumento que no guarde relación con la suficiencia o la eficacia del respaldo jurídico, se entiende como una negativa no justificada y, por tanto, el contrato de seguro no podría ser objeto de rechazo por parte de las instituciones financieras. De la misma forma, el rechazo no podrá estar sustentado en la negativa a la inclusión de cláusulas que, por su carácter exorbitante, puedan afectar el equilibrio del contrato o dar lugar a un abuso de posición dominante, como lo señala el inciso segundo, numeral 4. del artículo 98 del estatuto orgánico del sistema financiero.

En todo caso, corresponderá a la institución crediticia, en desarrollo del deber de información a sus usuarios, contenido en el numeral 1. del artículo 97 del estatuto orgánico del sistema financiero, sustentar la causal de rechazo dentro de los términos señalados e indicar las razones por las cuales considera que la póliza de seguro, que le es sometida a consideración por el deudor, no cumple con los requisitos exigidos para tal efecto; la falta de justificación también podría vulnerar el principio de libertad de contratación que se encuentra consagrado en el inciso segundo del numeral 2. del artículo 100 del estatuto orgánico del sistema financiero.

4.4 Deber de información y manual

Las entidades vigiladas que otorguen créditos que conlleven la necesidad, legal o contractual, de contar con seguridades adicionales constituidas por los seguros de incendio y terremoto y/o vida, deberán disponer lo necesario, en materia de la transparencia en sus operaciones, para que sus deudores asegurados puedan ejercer eficazmente la libertad que les otorga la ley y que corresponde proteger a este Despacho.

Así, para la debida ilustración al deudor, de que habla el numeral 1. del artículo 97 del estatuto orgánico del sistema financiero, las entidades vigiladas deberán informarle por escrito sobre las posibilidades con que cuenta para acreditar la seguridad adicional que constituye el seguro y las condiciones de aceptación o rechazo de las pólizas que presente. En el mismo sentido, cuando el deudor opte por su adhesión como asegurado a la póliza tomada por la entidad de crédito, esta deberá suministrarle información sobre los requisitos y el procedimiento para el perfeccionamiento de su inclusión. Según esto deberán establecer mecanismos expeditos, objetivos y claros, que constarán en los correspondientes manuales de procedimiento y quedarán a disposición de esta Superintendencia en la respectiva sede social para ser revisados en las visitas de inspección.

4.5 Elementos justificativos del rechazo

Este Despacho se permite enunciar una serie de elementos que, bajo la aplicación de los criterios señalados, podrán tenerse en cuenta por parte de las entidades crediticias, para efectos del rechazo de las pólizas de seguros que presenten sus deudores, aplicables, en lo pertinente, tanto para el seguro sobre inmuebles hipotecados como para el seguro de vida:

- a. Que el valor y/o riesgo asegurados no se encuentren ajustados a lo dispuesto en la ley.
- b. No ser designado el acreedor como beneficiario del seguro a título oneroso.
- c. No preverse la posibilidad de que la institución crediticia pague el monto de la prima del seguro para evitar su terminación automática.
- d. No contemplarse el aviso previo a la institución crediticia sobre la revocatoria o terminación del seguro, a efecto de que el establecimiento de crédito pueda ejercer la facultad que consagra el numeral 3. del artículo 101 del estatuto orgánico del sistema financiero.
- e. No contemplarse, cuando sea aplicable, la obligación del tomador de mantener actualizados los valores asegurados.
- f. No establecerse la vigencia de la póliza durante toda la duración del crédito, siendo aceptable el establecimiento de vigencias inferiores con

renovaciones sucesivas y mecanismos que garanticen la continuidad de la garantía.

- g. No existir un adecuado respaldo de reaseguradores de primera línea, debidamente inscritos en el registro que lleva la Superintendencia Bancaria o autorizados de acuerdo a la ley para ejercer su actividad en el territorio nacional.

Sólo para los casos de seguros de incendio y terremoto se podrá solicitar información respecto de los reaseguradores. En tal caso se solicitará directamente al asegurador, sin que pueda exigirse su presentación más de una vez durante la vigencia de los respectivos contratos de reaseguro.

Asimismo, la información que se solicite respecto de la compañía sólo podrá exigirse directamente a ésta una vez durante cada vigencia, y la entidad crediticia no podrá solicitarla respecto de un deudor asegurado si fue acreditada con anterioridad en relación con otro deudor dentro de los seis meses precedentes.

- h. Cualquiera otra circunstancia que pueda entenderse claramente sustentada en la carencia de la suficiencia y el respaldo jurídico eficaz que debe tener la póliza presentada, debidamente contemplada y tramitada según el respectivo manual y previa argumentación del establecimiento de crédito. Lo anterior, sin que el rechazo de la póliza se pueda estructurar bajo la exigencia de condiciones exorbitantes o restrinja la libertad de tomadores y asegurados, como se señala en los artículos 98, numeral 4. y 100, numeral 2. del estatuto orgánico del sistema financiero.

4.6 Régimen sancionatorio

Las entidades vigiladas que, con desconocimiento de lo dispuesto en los artículos 97, numeral 1., 98, numeral 4. y 100, numeral 2. del estatuto orgánico del sistema financiero, realicen conductas o prácticas que, menoscaben la debida transparencia en sus operaciones o la diligencia en la prestación de los servicios a sus clientes, o que deriven en la exigencia o estipulación de cláusulas exorbitantes o atenten contra la libertad de tomadores y asegurados para decidir la contratación de los seguros y escoger sin limitaciones la aseguradora o el intermediario, estarán sujetas a las sanciones que señala el artículo 211 del mismo estatuto; los funcionarios de dichas entidades que autoricen o ejecuten las infracciones

indicadas se harán acreedores a las sanciones que consagra el artículo 209 de la misma disposición.

5. REGLAS SOBRE EL DEFENSOR DEL CLIENTE DE LAS ENTIDADES SUJETAS A LA INSPECCIÓN Y VIGILANCIA DE LA SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA.

El artículo 24 de la Ley 795 de 2003 modificó el numeral 4° del artículo 98 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, señalando que las entidades vigiladas por la antes denominada Superintendencia Bancaria de Colombia (hoy Superintendencia Financiera de Colombia) debían contar con un defensor del cliente.

A su turno, el inciso 5° del artículo 22 de la Ley 964 de 2005 hizo extensiva la referida obligación de contar con un defensor del cliente a las entidades sometidas a la inspección y vigilancia permanente de la antes denominada Superintendencia de Valores (hoy Superintendencia Financiera de Colombia).

Bajo el anterior contexto, se expidieron los Decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005, mediante los cuales se reglamentaron, en su orden, el Defensor del Cliente en el Sector Financiero y en el Mercado de Valores. Mediante la presente Circular Externa esta Superintendencia imparte instrucciones a las entidades sujetas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia, que por mandato legal tienen la obligación de contar con un defensor del cliente y a aquellas que voluntariamente lo hayan designado, en los siguientes términos:

5.1 Ámbito de aplicación.

Lo previsto en el numeral 5° del Capítulo VI del Título I de la presente Circular, se aplica a aquellas entidades obligadas por la ley a contar con un defensor del cliente (numeral 4.2. del artículo 98 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, artículo 22 de la Ley 964 de 2005 y artículo 72 del Decreto 4327 de 2005 y demás normas que los modifiquen o sustituyan) y a aquellas que voluntariamente lo hayan designado.

En este orden de ideas, se encuentran obligadas por la ley a contar con defensor del cliente las entidades a las que hace referencia el artículo 1° de los Decretos

690 de 2003 y 4759 de 2005, a saber: los establecimientos de crédito, las sociedades de servicios financieros, las entidades aseguradoras, los corredores de seguros y las agencias de seguros y de títulos de capitalización que se asimilen a corredores de seguros, las sociedades de capitalización, las casas de cambio y las cajas, fondos o entidades de seguridad social administradoras del régimen solidario de prima media con prestación definida, así como los miembros de las bolsas de bienes y productos agropecuarios y agroindustriales, las sociedades comisionistas de bolsa, los comisionistas independientes de valores y las sociedades administradoras de fondos de inversión.

En cuanto a las agencias que no se asimilen a corredores de seguros y los agentes de seguros, en la medida en que son representantes de las entidades aseguradoras y sociedades de capitalización, las actuaciones que realicen y que afecten a sus clientes y usuarios serán responsabilidad de la entidad aseguradora y/o de la sociedad de capitalización, y por tanto, de competencia del defensor del cliente de éstas. Lo anterior de conformidad con lo dispuesto por los artículos 41 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, 101 de la Ley 510 de 1999 y demás normas que los modifiquen o sustituyan.

5.2. Reglas sobre las calidades de los Defensores del Cliente

Es deber de las entidades sujetas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia a las que se refiere el artículo 1° de los Decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005 designar Defensor del Cliente, para lo cual han de proceder en los términos establecidos en los artículos 10° de los mismos decretos, adoptando las medidas correspondientes para el mejor desempeño del Defensor de acuerdo con el mandato legal previsto en el inciso segundo del numeral 4.2. del artículo 98 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, en concordancia con lo establecido en el artículo 3° de los Decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005. Así, las entidades deberán constatar la idoneidad del defensor del cliente, examinando aspectos tales como su conducta, su solvencia moral, su formación académica, su experiencia laboral y su comportamiento crediticio, entre otros factores que considere relevantes para asegurarse de que los defensores podrán cumplir a cabalidad, en condiciones profesionales y personales adecuadas, eficientes y suficientes, las funciones previstas en los respectivos artículos 2° de los Decretos anteriormente enunciados y pueda garantizarse que actúen con absoluta independencia de los organismos de administración de las entidades y de sus vinculadas.

5.3. Reglas sobre la información que las entidades vigiladas deben suministrar al público respecto de los Defensores del Cliente.

De conformidad con lo establecido en el numeral 3° de los artículos 10 de los Decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005, las entidades que de acuerdo con la ley deban contar con un defensor del cliente o aquellas que voluntariamente lo hayan designado, tienen la obligación de hacer público, informando permanentemente a sus clientes o usuarios, la existencia y funciones del defensor, los medios para contactarlo, los derechos que les asisten para presentar sus quejas, la forma de interponerlas y el procedimiento para resolverlas.

Así, en la medida que la mencionada disposición pretende que los consumidores financieros conozcan acerca de la posibilidad de acudir al Defensor del Cliente como un instrumento de protección de sus derechos, la misma debe entenderse de conformidad con el precepto consagrado en el artículo 98, numeral 4.1. del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero que consagra el deber general de las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, de emplear la debida diligencia en la prestación de los servicios en cuanto desarrollan actividades de interés público, bajo la perspectiva de una atención debida en el desarrollo de las relaciones contractuales y en general, en el desenvolvimiento normal de sus operaciones.

En ese contexto, los mecanismos de publicidad que para tal efecto se diseñen en cada entidad deberán ser idóneos, adecuados y permanentes y contener la información correspondiente a cada medio de divulgación según se indica más adelante:

- a) El nombre del defensor del cliente y de su suplente.
- b) Datos para contactar al defensor y a su suplente: horario de atención, dirección física, teléfono, fax y correo electrónico.
- c) Las funciones del Defensor del Cliente: i) dar trámite a las quejas contra las entidades vigiladas en forma objetiva y gratuita ii) ser vocero de los consumidores financieros ante la institución, lo cual implica la posibilidad de dirigir en cualquier momento a las juntas directivas o consejos de administración de las entidades, recomendaciones, propuestas y peticiones.
- d) La posibilidad que tiene el usuario de formular sus quejas contra las entidades supervisadas con destino al defensor del cliente en cualquier agencia, sucursal, oficina de corresponsalía u oficina de atención al público de la correspondiente entidad, así como la posibilidad de dirigirse al defensor con el ánimo de que éste

formule recomendaciones y propuestas ante las vigiladas en aquellos aspectos que puedan favorecer las buenas relaciones entre éstas y sus clientes.

e) Señalar que para la presentación de quejas ante el defensor del cliente no se exige ninguna formalidad, sino que basta con indicar el motivo de la misma, describiendo los hechos y los derechos que considere vulnerados así como la identificación y demás datos que permitan contactar al consumidor financiero para hacerle llegar la correspondiente respuesta.

f) Los asuntos que le corresponde conocer: i) en cuanto a quejas, por posible incumplimiento de las normas que rigen el desarrollo o ejecución de los servicios o productos que ofrecen o prestan las entidades vigiladas o respecto de la calidad de los mismos ii) como vocero de clientes y usuarios, sobre la actividad de las entidades y que a su juicio puedan mejorar, facilitar, aclarar o regularizar las relaciones, la correcta prestación del servicio, la seguridad y la confianza que debe existir con los consumidores financieros.

g) Una descripción del procedimiento establecido para atender las quejas presentadas con indicación de los tiempos máximos para cada etapa.

h) Los asuntos que se encuentran excluidos de la competencia del defensor del cliente y los casos en los cuales el defensor del cliente no puede intervenir o debe suspender su estudio del caso.

i) El derecho que le asiste a los consumidores financieros para escoger entre acudir directamente a la entidad supervisada, al defensor del cliente o a la Superintendencia Financiera de Colombia para presentar su queja de conformidad con lo establecido en el numeral 4.3. del artículo 98 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, advirtiendo que cada institución evaluará los trámites dentro del marco de competencia que le corresponda. Para el efecto, deben indicarse claramente los asuntos que están excluidos de la competencia del defensor del cliente.

j) La indicación del alcance y los efectos de las decisiones del defensor del cliente en el sentido que éstas no obligan a las partes, a menos que sean expresamente aceptadas o que las entidades en sus normas de buen gobierno o reglamentos internos establezcan que los pronunciamientos a favor del consumidor financiero y aceptadas por éste, sean de obligatorio cumplimiento para la entidad, de conformidad con lo establecido en el artículo 9° de los decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005.

k) La indicación de que el defensor del cliente puede ser sancionado, previa investigación administrativa, por el incumplimiento de las obligaciones a su cargo

y, a su turno, la entidad puede ser objeto de investigación con fines sancionatorios, por no designar defensor del cliente, no efectuar las apropiaciones necesarias para el suministro de recursos humanos y técnicos que requiera el defensor para su adecuado desempeño o por no proveer al defensor la información que necesite, de conformidad con lo establecido en los artículos 13 y 5° de los Decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005.

Para tales efectos y en desarrollo del deber de debida diligencia en la prestación del servicio antedicho, las entidades supervisadas deberán utilizar los siguientes mecanismos para divulgar la existencia del defensor del cliente, con la información que en cada numeral se indica para cada medio, advirtiendo que éstos deben ser suficientes para dar cumplimiento al objetivo de la norma y reemplazarse tantas veces como actualizaciones requieran en atención a las modificaciones que ocurran respecto del defensor y de su suplente:

- (i) Avisos en lugares y con características visibles para el público, los cuales deberán colocarse en todas las oficinas, sucursales y agencias de la entidad u oficinas de corresponsalía con la información contenida en los literales a), b), c) y e) de este numeral.
- (ii) En las comunicaciones o en los extractos que les envíen a sus clientes incluir una nota que haga referencia a información precisa de ubicación del defensor (dirección física, teléfonos, correo electrónico y fax).
- (iii) Folletos informativos mediante los cuales se dé a conocer la institución del defensor entregados al nuevo cliente y a disposición de los actuales clientes y usuarios con toda la información indicada en este numeral [literales a) al k)].
- (iv) En las páginas web incluir la información correspondiente con un vínculo de acceso directo a la defensoría del cliente desde la página principal de la entidad con toda la información indicada en este numeral [literales a) al k)].
- (v) En las respuestas a las reclamaciones de los usuarios informar sobre la posibilidad de que se acuda al defensor, quien resolverá dentro del marco de sus funciones, con la información contenida en los literales a), b), c) y e) de este numeral.

- (vi) Los demás mecanismos que consideren pertinentes a través de medios con plena cobertura, siempre y cuando mediante éstos se garantice que se pueda hacer público entre sus clientes y usuarios la existencia del defensor del cliente de la respectiva entidad.

Los administradores de las entidades vigiladas deberán asegurarse de que los mecanismos de información sean adecuada y permanentemente divulgados entre los consumidores financieros, lo que implica además un programa de capacitación a los funcionarios de las oficinas de atención al público y áreas de atención al cliente sobre la existencia y funciones del defensor.

5.4. Reglas sobre el informe de gestión del Defensor del Cliente.

Los numerales 4° de los artículos 11 de los Decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005 consagran dentro de las obligaciones del defensor del cliente la presentación de un informe a la entidad a la cual presta sus servicios dentro del primer trimestre de cada año, en el que refiera el desarrollo de sus funciones durante el año precedente.

De igual forma y dentro del mismo término, el defensor del cliente deberá rendir tal informe directamente a la Junta Directiva de la entidad y a la Dirección de Protección al Consumidor Financiero de la Superintendencia Financiera de Colombia.

El informe deberá contener como mínimo la siguiente información:

- a) Criterios utilizados por el defensor del cliente en sus decisiones.
- b) Reseña indicativa de las conclusiones de las reuniones que durante el periodo se realizaron con la revisoría fiscal, las áreas de control interno, servicio al cliente, otras oficinas, dependencias o funcionarios de la entidad para evaluar los servicios y los pronunciamientos del defensor sobre casos determinados (frecuentes, cuantiosos o importantes a juicio del defensor).
- c) Relación y breve descripción de los casos en los que la entidad i) consideró que el defensor carece de competencia ii) no colaboró con el defensor, vb.gr. no suministro la información requerida y iii) no aceptó el pronunciamiento del defensor a favor del consumidor financiero.
- d) Referencia estadística de quejas: i) número de quejas recibidas en el año anterior. ii) número de quejas tramitadas. Esta información debe corresponder al

“Informe estadístico de quejas-Defensor del Cliente” que se transmite a esta Superintendencia.

e) Indicación y breve descripción de las prácticas indebidas (ilegales, no autorizadas o inseguras) que haya detectado dentro del período respectivo.

f) Relación y breve descripción de los pronunciamientos que el defensor considere de interés general y/o de conveniente publicidad por el tema tratado. Copia de las citadas decisiones, respetando la reserva de identidad de los peticionarios, deberán incluirse como anexo del informe.

g) Indicación y descripción completa de las recomendaciones o sugerencias formuladas a la entidad durante el año precedente, encaminadas a facilitar las relaciones entre ésta y sus consumidores financieros, en caso de haberlas presentado o considerarlas convenientes.

h) Referencia a las solicitudes efectuadas a la entidad sobre los requerimientos humanos y técnicos para el desempeño de sus funciones, en caso de haberlas presentado o requerirlas.

i) Cualquier otro dato o información que el defensor considere de público interés o que solicite esta Superintendencia en desarrollo de lo establecido en los numerales 7° de los artículos 11 de los Decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005.

Dada la doble función de los defensores del cliente, relativas a ser vocero de los consumidores financieros ante la institución y dar trámite a las quejas, cabe advertir que la obligación de presentación del informe anual de actividades existe independientemente de la interposición o no de quejas durante el año precedente en contra de la entidad a la cual presta sus servicios el defensor. Así, de no existir quejas para el período respectivo, es claro que por sustracción de materia el informe no contendrá lo relativo a las mismas [literales a, c), d) y f) del numeral 5.4. de este Capítulo], tornándose más relevante aún su función como voceros de los clientes o usuarios según el numeral que sigue, entendiendo que estará contenida en el desarrollo de los demás literales [b), e), g) h) y el i)].

5.5. Reglas sobre la función de vocería de clientes y usuarios.

En virtud de lo consagrado en los artículos 2° y 5° de los decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005, el defensor del cliente tiene como función la de ser vocero de los clientes y usuarios ante la respectiva institución, de manera independiente de los asuntos relacionados con las quejas, pudiendo dirigir en cualquier momento a las

juntas directivas o consejos de administración de las entidades vigiladas: i). Recomendaciones, ii) Propuestas y iii). Peticiones.

De acuerdo con lo expuesto, es pertinente precisar que:

a) Las solicitudes versarán sobre la actividad de las entidades que hubieren merecido la atención del defensor y que puedan mejorar, facilitar, aclarar o regularizar cualquiera de los siguientes aspectos:

- La correcta prestación del servicio.
- Las relaciones entre las entidades y sus clientes
- La seguridad.
- La confianza que debe existir entre las entidades y sus clientes.

Lo anterior ya porque el defensor lo haya determinado directamente o en uso del derecho que asiste a los consumidores financieros de dirigirse a éste con el ánimo de formular recomendaciones o propuestas según se resalta en el literal d) del numeral 5.3.

b) Las solicitudes se harán a través de la persona que cada institución haya designado para llevar a cabo sus relaciones con el defensor conforme lo señalan las normas; sin embargo es preciso señalar que éste funcionario deberá poner en conocimiento de las juntas directivas o consejos de administración de la entidad las comunicaciones que el defensor le dirija a más tardar en la sesión inmediatamente siguiente.

c) En desarrollo de la función de vocería es necesario que el Defensor del Cliente haga seguimiento a las recomendaciones, sugerencias o asuntos que hubiere solicitado llevar al conocimiento de la Junta Directiva o del Consejo de Administración; por tanto la respectiva entidad deberá informarle sobre las actuaciones adelantadas o consideraciones efectuadas por la entidad frente a las mismas, dentro de los tres (3) meses contados a partir de la fecha de su presentación a la entidad.

5.6. Reglas sobre la información que deben suministrar las entidades vigiladas a la Superintendencia Financiera de Colombia.

En desarrollo de lo dispuesto en el presente numeral, las entidades a que se refiere el numeral 5.1. del presente capítulo deben remitir a la Superintendencia Financiera de Colombia la siguiente información:

5.6.1. Al Grupo de Registro, la información relativa al nombre, identificación, ubicación física (dirección, teléfono y fax) y dirección electrónica, tanto de su defensor del cliente como del respectivo suplente, así como el tipo, fecha y número del documento mediante el cual se hicieron las respectivas designaciones. La información deberá remitirse inmediatamente ocurran las designaciones y en todo caso dentro de un término que no debe superar los tres (3) días hábiles siguientes a la fecha en la cual hayan tenido lugar.

5.6.2. Al Grupo de Registro, cualquier modificación que ocurra respecto de la información mencionada en el numeral anterior, tantas veces como cambios se presenten a efectos de mantener actualizadas las bases de datos y la información suministrada al público. Este deber implica el reporte de la información sobre todas las decisiones relacionadas directamente con el defensor del cliente y su suplente vb.gr. remoción, reelección, designación de uno diferente, etc, lo cual deberá ser informado inmediatamente y en todo caso dentro de un término que no debe superar los tres (3) días hábiles siguientes a la fecha en la cual se hayan producido.

5.6.3. A la Dirección de Protección al Consumidor Financiero, un informe del representante legal de la entidad, sobre las actuaciones adelantadas o consideraciones efectuadas por la entidad frente a las recomendaciones o sugerencias en caso de que el defensor las hubiere realizado. Igual deber tendrá la administración de la entidad respecto de los casos y asuntos que el defensor hubiere solicitado llevar al conocimiento de la Junta Directiva o del Consejo de Administración.

El término máximo para la remisión de estos informes será a los tres (3) meses contados a partir de la fecha de su presentación a la entidad y desde la fecha del escrito en el cual el defensor solicitó llevar a conocimiento de la Junta determinado caso o situación.

5.6.4. A la Dirección de Protección al Consumidor Financiero, copia de los pronunciamientos del defensor que hayan hecho públicos según lo dispuesto por el parágrafo segundo del artículo 7 de los decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005 en el entendido que la Superintendencia podrá hacer públicas las decisiones que

considere útiles. Tal remisión deberá realizarse dentro del mes siguiente a la publicación de tales decisiones.

5.6.5. La información que la Superintendencia tenga a bien solicitar en cualquier momento de acuerdo con lo dispuesto en los numerales 7° de los artículos 11 de los Decretos 690 de 2003 y 4759 de 2005.

5.7. Reglas de información al público respecto de la presentación de quejas contra entidades no obligadas a contar con defensor del cliente o que no hayan designado voluntariamente

Las entidades sujetas a la inspección y vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia que no estén obligadas a contar con un defensor del cliente y que tampoco lo hayan designado de manera voluntaria, en desarrollo del deber general establecido en el numeral 4.1. del artículo 98 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, deben diseñar e implementar en todas sus oficinas, sucursales y agencias, mecanismos por medio de los cuales informen a sus consumidores financieros acerca de la posibilidad que tienen de formular sus solicitudes a la propia institución en uso del derecho de petición en interés particular consagrado en el Código Contencioso Administrativo y de acudir directamente a la Superintendencia Financiera de Colombia para presentar las quejas en su contra, relativas al adecuado cumplimiento de las normas que las obligan. Para el efecto podrán utilizar los mecanismos de divulgación sugeridos en el numeral 5.3. precedente.

6. REGLAS SOBRE PROTECCION DEL CONSUMIDOR EN MATERIA DE ACCESO A LOS SERVICIOS DE ENTIDADES VIGILADAS

Las entidades vigiladas por la SBC, en tanto desarrollan actividades de interés público (art. 335 de la C.N.) deben, en cumplimiento de la obligación de emplear la debida diligencia en la prestación de sus servicios y de abstenerse de abusar de su posición dominante (artículo 98 del EOSF), evitar incurrir en prácticas que impidan injustificadamente el acceso a los mismos.

En tal sentido, si bien corresponde a las entidades vigiladas definir los segmentos de mercado en los cuales desarrollan su actividad, una vez definidos éstos, el acceso a los servicios que prestan no puede ser discriminatorio, desigual, negado o suspendido injustificadamente.

De tal forma, cuando la prestación de un servicio no sea impuesta obligatoriamente por su régimen respectivo, la negativa para suministrarlo o su terminación unilateral debe basarse, estrictamente, en la evaluación de las condiciones y los riesgos inherentes a las operaciones que se realizan o se realizarían con cada consumidor, de forma que la abstención de prestarlos esté plenamente justificada en criterios objetivos y razonables que deben ponerse en conocimiento del consumidor cuando lo solicite.

En tal sentido, es deber de las entidades vigiladas adoptar en los procedimientos de vinculación de clientes las medidas necesarias dirigidas a evitar incurrir en prácticas que impidan infundadamente el acceso a los servicios.

7. REGLAS relativas al informe estadístico de reclamaciones presentadas POR LOS CONSUMIDORES FINANCIEROS ante las entidades VIGILADAS POR LA SUPERINTEDECENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA O ante los defensores del cliente

La Superintendencia Financiera de Colombia, en desarrollo de lo dispuesto en los numerales 2° y 3° del artículo 20 del Decreto 4327 de 2005, y en ejercicio de las facultades contempladas en el literal a) del artículo 6° de la Ley 964 de 2005, en el literal a) del numeral 3° del artículo 326 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y en concordancia con lo previsto en el numeral 9° del artículo 11 del Decreto 4327 de 2005, impone a las entidades vigiladas -incluso aquellas que no tienen el deber de contar con defensor- la obligación de diligenciar el “Informe estadístico de reclamaciones-entidad”. Así mismo, se impone a los defensores del cliente la obligación de diligenciar el “Informe estadístico de reclamaciones-defensor del cliente”

Del mismo modo, se impone a las entidades vigiladas la obligación de remitir a esta Superintendencia los informes: (i) “Informe estadístico de reclamaciones-entidad (Informe N° 54 Proforma N° F0000-116 Formato N° 379) e (ii) “Informe estadístico de reclamaciones-defensor del cliente (Informe N° 41 Proforma N° F0000-98 Formato N° 378). Ambos informes deberán venir suscritos con la firma digital del representante legal de la respectiva entidad.

Respecto de las decisiones proferidas por el defensor del cliente a favor del consumidor financiero, las entidades vigiladas tendrán las siguientes obligaciones: (i) Informar al defensor las decisiones que hayan sido aceptadas por la entidad, indicando la cuantía, modo, tiempo, lugar y cumplimiento de las obligaciones pactadas. (ii) Informar al defensor del cliente las decisiones que no hayan sido

aceptadas por la entidad, indicando las razones por las cuales se aparta de las mismas.

Los trámites que no constituyan por su naturaleza una reclamación, como aquellos casos en los que simplemente se solicita información ó documentos, no deben relacionarse en los informes mencionados.

Finalmente, cuando la entidad vigilada reciba reclamaciones por parte de sus consumidores financieros en contra del defensor del cliente, deberá remitir copia de éstas a la Superintendencia Financiera de Colombia.

Circular Externa 015

Marzo 22 de 2007