



MERCANTIL COLPATRIA S.A.

Sociedad Controlante del Grupo Empresarial Colpatría

CODIGO DE BUEN GOBIERNO EMPRESARIAL

Contenido

PRESENTACIÓN	4
CAPITULO PRIMERO	5
EL GRUPO EMPRESARIAL COLPATRIA.....	5
1. CARACTERISTICAS.....	5
2. ESTAMENTOS DE GESTION.....	5
CAPÍTULO SEGUNDO.....	6
LOS ADMINIISTRADORES.....	6
1. CARÁCTER DE ADMINISTRADORES.....	6
2. TOMA DE DECISIONES	6
3. DEBERES.....	6
4. HERRAMIENTAS DE GESTION.....	6
5. AUDITORIA EXTERNA.....	6
CAPITULO TERCERO	7
LA POLITICA EMPRESARIAL	7
1. FUNDAMENTOS.....	7
2. POLITICAS.....	7
CAPITULO CUARTO.....	7
LA POLITICA PARA PROTEGER LA MARCA COLPATRIA	7
1. REGISTRO DE LA MARCA COLPATRIA.....	7
2. TUTELA DE LA MARCA.....	8
CAPITULO QUINTO	8
LA POLITICA PARA MOTIVAR Y MEDIR A SUS ADMINISTRADORES.....	8
1. AFILIACION.....	8
2. RECONOCIMIENTO	9
CAPITULO SEXTO	9
LA POLITICA DE PRACTICAS DE TRABAJO SEGURO	9
1. AMBIENTE DE TRABAJO.....	9
CAPÍTULO SEPTIMO.....	10
LA POLITICA DE PREVENCION DE CONFLICTOS DE INTERES.....	10
1. NOCIÓN.....	10
2. COMPROMISOS.....	10
3. ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	11
4. PRINCIPIOS RECTORES.....	11
5. MEDIDAS DE PREVENCION.....	11
6. JUNTA DIRECTIVA Y ASAMBLEA.....	12
7. CLAUSULA DECLARATIVA	12
8. CONDUCTAS ESPERADAS.....	12
9. CONFLICTOS DE INTERÉS CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES Y CONTRATISTAS - REGLAS GENERALES DE CONDUCTA.....	13
10. CRITERIOS Y MECANISMOS PARA LA RESOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS DE INTERÉS.....	15
11. PREVENCIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS.....	15
12. REVELACION DE ACTIVIDADES O INVERSIONES.....	15
CAPITULO OCTAVO	15
LA POLITICA GESTIONAR EL RIESGO INHERENTE AL GRUPO ECONOMICO	15

1.	OBJETIVO	16
2.	PROCESO	16
3.	SUFICIENCIA PATRIMONIAL	16
4.	LIMITACIONES Y PROHIBICIONES.....	16
CAPITULO NOVENO		17
LA POLITICA DE PROTECCION DE LOS DATOS, LA INFORMACION Y EL CONOCIMIENTO		17
1.	PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES	17
2.	TRATAMIENTO DE LOS DATOS Y LA INFORMACIÓN	17
3.	MEDIDAS DE PREVENCIÓN.....	17
4.	COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD POR TERCEROS.....	18
5.	BIG DATA.....	18
CAPÍTULO DECIMO.....		18
LA POLITICA CONTRA EL LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACION DEL TERRORISMO .		18
1.	PRINCIPIOS FUNDAMENTALES.....	18
2.	DEBERES.....	18
CAPÍTULO ONCEAVO.....		19
LA POLITICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL		19
1.	ENTORNO	19
2.	POLÍTICA AMBIENTAL	19
3.	CONVERGENCIA.....	19
4.	TRANSPARENCIA	19
5.	FOCO.....	19
6.	DIVERSIDAD.....	20
7.	DONACIONES	20
CAPÍTULO DOCEAVO.....		20
APLICACIÓN GRADUAL E INTERPRETACION DE ESTE CODIGO		20
	Revisiones, actualizaciones y labor de monitoria.....	20
	Interpretación	21

PRESENTACIÓN

De lo que se trata ahora con el Código de Buen Gobierno es de mejorar la *prospectiva política* con el fin de convertirlo en un cuerpo normativo viviente y no estático como ha sido hasta ahora. El verdadero conocimiento empresarial debe estar contenido de manera que Mercantil Colpatria S.A. (en adelante '*Mercantil*') pueda evolucionar y transformarse al ritmo de los tiempos y circunstancias cambiantes. Por ello, la prospectiva que analiza tanto las causas que promueven el avance como la previsión de las situaciones que podrían derivarse de sus influencias conjugadas se integra de dos factores: i) el estratégico, técnico y financiero; y, ii) y el **riesgo empresa** como factor de prevención o protección.

Así las cosas, la nueva mirada *prospectiva y ética* lleva a que para un buen gobierno, sea importante la organización en sí misma, pero también los efectos de su actividad y gestión tanto interna como externa. El énfasis está entonces en la posibilidad de generar *daños en el ejercicio de la actividad social*, en la mitigación de los mismos y en el asumir la responsabilidad derivada del hecho y de sus consecuencias en el resto del sistema económico.

A lo anterior se suma una nueva visión de la responsabilidad civil de los operadores de justicia globales y desde el punto de vista del riesgo, la hipótesis se mueve en la prospectiva de considerar eficiente imputar el daño más que sobre el autor material, sobre **quien ha creado el riesgo** y por esto son mejores que otros administrándolo. En suma, la responsabilidad viene, adosada no tanto sobre quien ha creado la situación de "riesgo empresa", sino sobre el sujeto que puede controlar o mitigar mejor el riesgo.

Por lo anterior el '*Código de Buen Gobierno Empresarial*' está constituido por una serie de políticas orientadas a mitigar el "riesgo empresa" inherente a su objeto social de inversionista.

El *Código* no es una norma imperativa sino una guía o brújula para la toma de decisiones de inversión de los administradores dentro del apetito de riesgo dictado por los accionistas al participar en el mercado.

El *Código* también acoge el modelo de organización societaria adoptado estatutariamente para administrar a '*Mercantil*', luego en su cuerpo no se repetirán preceptos legales ni estatutarios.

El *Código* debe interpretarse en conjunto con los Estatutos Sociales y la ley local colombiana.

CAPITULO PRIMERO **EL GRUPO EMPRESARIAL COLPATRIA**

1. CARACTERISTICAS

'Mercantil' es una sociedad anónima sometida a la regulación colombiana, de naturaleza privada que no está inscrita en Bolsa de valores.

'Mercantil' es la sociedad controlante y tiene unidad de propósito y de gestión con las sociedades inscritas en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá.

'Mercantil' no es una holding financiera por cuanto no es controlante de ninguna sociedad vigilada por la Superintendencia Financiera.

'Mercantil' califica como sociedades controladas a aquellas en las cuales tiene participación accionaria, directa o indirecta, superior al 50% del capital social.

'Mercantil' adopta este Código como una buena práctica y no por mandato legal.

2. ESTAMENTOS DE GESTION

'Mercantil' tiene los siguientes Estamentos de gestión empresarial:

- Junta Directiva.
- Presidente de la Junta Directiva.
- Comités de Junta Directiva
- Presidente de la sociedad
- Vicepresidentes de la sociedad
- Presidentes de las Unidades de Negocio

ADVERTENCIA: La composición y funcionamiento para la gestión empresarial está consagrado en los Estatutos Sociales, razón por la cual no se vuelven a copiar en este código.

CAPÍTULO SEGUNDO **LOS ADMINISTRADORES**

1. CARÁCTER DE ADMINISTRADORES

Tendrán el carácter de Administradores de *'Mercantil'*, los miembros de la Junta Directiva y de sus Comités, del Comité Asesor y de los Subcomités de éste, el Presidente y sus suplentes, los Vicepresidentes y los representantes legales.

2. TOMA DE DECISIONES

Los administradores de *'Mercantil'* toman sus decisiones orientados por las políticas corporativas contenidas en este Código para preservar la confianza de sus aliados, empleados e inversionistas.

3. DEBERES

Los Administradores tienen los deberes previstos en la ley comercial y los Estatutos Sociales.

4. HERRAMIENTAS DE GESTION

Los administradores tienen entre otras las siguientes Herramientas de Gestión:

- Contratos de Desempeño.
- Función financiera.
- Función de talento humano.
- Función legal.
- Función de supervisión y control
- Participación como miembro de la Junta Directiva.

5. AUDITORIA EXTERNA

El Revisor Fiscal no es administrador, es el auditor externo previsto en la regulación colombiana, con funciones definidas específicamente en la ley.

CAPITULO TERCERO **LA POLITICA EMPRESARIAL**

1. FUNDAMENTOS

- La esencia de las políticas de *'Mercantil'* es asumir riesgos empresariales dentro del marco regulatorio, en un mercado de libre competencia, por lo cual tomara medidas para mitigarlos.
- La toma de decisiones de inversión, con sus riesgos inherentes, deben buscar alcanzar los resultados de rentabilidad, liquidez y seguridad propuestos sin dejar de considerar la responsabilidad social y ambiental.
- El conocimiento tiene valor económico y jurídico como bien intangible, lo cual reviste mayor importancia para la toma de decisiones de inversión.

2. POLITICAS

- Proteger la marca Colpatría
- Motivar y medir a sus administradores
- Prácticas de trabajo seguro.
- Gestionar los conflictos de interés.
- Gestionar el riesgo inherente al grupo económico
- Proteger los datos, la información y el conocimiento.
- Prevenir el lavado de activos y financiación del terrorismo
- Responsabilidad social

CAPITULO CUARTO **LA POLITICA PARA PROTEGER LA MARCA COLPATRIA**

1. REGISTRO DE LA MARCA COLPATRIA

Para protección legal de la marca COLPATRIA (nombre y emblema) *'Mercantil'* se ha registrado como marca, en Colombia y en los países donde hace sus inversiones.

2. TUTELA DE LA MARCA

- ‘*Mercantil*’ y las sociedades que tienen licenciado el uso de la marca tiene la obligación legal o contractual de estar alerta para evitar la violación de sus marcas registradas y de tomar todas las medidas necesarias para evitar y protegerse de los riesgos legales, reputacionales, económicos que podría ocasionar el uso no autorizado de sus marcas.
- El emblema de esta marca tendrá el diseño que se establece abajo y se usará conforme al Manual de Uso de Marca.



- ‘*Mercantil*’ participará en los comités de reputación que se activen con ocasión de un evento o noticia negativa en medios de comunicación o redes sociales, sobre cualquiera de las sociedades que tengan en uso la marca Colpatria.
- La Vicepresidencia Legal y de Gobierno actuará con las sociedades usuarias de la marca para promover actividades orientadas a protegerla en el mundo análogo y digital.

CAPITULO QUINTO

LA POLITICA PARA MOTIVAR Y MEDIR A SUS ADMINISTRADORES

1. AFILIACION

- Motivar el talento humano para que tome riesgos controlados que den mayor valor a la organización.
- Vincular, retener y recuperar talento de alto conocimiento.
- Medir y recompensar el desempeño con base en resultados individuales y de equipo. (Contrato de Desempeño o BSC)
- Promover en la relación laboral, el cumplimiento de los principios de lealtad, buena fe, respeto y recíproca confianza.

2. RECONOCIMIENTO

- Asumir que los administradores tienen las más altas funciones de representación y de organización de *'Mercantil'*, lo cual supone que al realizar su actividad, se identifican plenamente con los intereses de ella.
- Compensar adecuadamente los riesgos legales de su gestión, puesto que el régimen jurídico de sus responsabilidades difiere del que corresponde a los demás empleados de *'Mercantil'*.
- Aceptar que su carácter de directivos comprende también la representación profesional y social de *'Mercantil'* a nivel público.

CAPITULO SEXTO **LA POLITICA DE PRACTICAS DE TRABAJO SEGURO**

1. AMBIENTE DE TRABAJO

Las políticas institucionales de *'Mercantil'* buscan lograr que las oportunidades de progreso estén además favorecidas por un entorno más propicio para la realización personal y familiar. Con tal fin, ha establecido las siguientes políticas:

1.1. RESPETO A LA DIGNIDAD HUMANA

No se tolerará en el lugar de trabajo, por parte de ningún funcionario, comportamientos, acciones o conductas que tengan efecto nocivo o perjudicial, a corto o a largo plazo, caracterizados por faltas de respeto o que sean ofensivos o abusivos para sus accionistas, proveedores, contratistas, administradores u otros funcionarios.

1.2. CONTRA EL ACOSO LABORAL

No se permitirá en el lugar de trabajo, cualquier forma de acoso laboral (agresión física y verbal, acoso moral, hostigamiento, aislamiento, amedrentamiento, chantaje, etc.) por parte de sus accionistas, proveedores, contratistas, administradores u otros funcionarios, toda vez que con ello se afecta el bienestar y la salud de los trabajadores, a la vez que genera consecuencias negativas en el medio, empresarial, social y familiar.

En todo lo concerniente a los mecanismos de prevención del acoso laboral y del procedimiento interno de solución de los casos que ocurran, se aplicarán las previsiones contenidas en el Reglamento Interno de Trabajo de *'Mercantil'*.

1.3. SEGURIDAD EN EL TRABAJO

'Mercantil' ha identificado los riesgos existentes en sus centros de trabajo y por ende cuenta con los planes y o procedimientos de mitigación a los mismos. (Emergencia, contingencia, evacuación).

CAPÍTULO SEPTIMO **LA POLITICA DE PREVENCIÓN DE CONFLICTOS DE INTERES**

1. NOCIÓN

Para efectos del presente Código, el conflicto de interés es una situación de contraste o incompatibilidad entre intereses, ya sean de la sociedad o ajenos a ésta, de la que se hacen cargo el accionista o el administrador, quienes, ante el enfrentamiento de distintas alternativas de conducta, con relación a intereses contrapuestos, deberán privilegiar el interés que representan en razón de una relación contractual, legal o moral.

Pueden existir situaciones de conflicto de interés que causan daño a *'Mercantil'*, pero también otras situaciones no susceptibles de ocasionarlo.

2. COMPROMISOS

En materia de conflictos de interés, los compromisos que adquiere *'Mercantil'* se concretan en tres objetivos primordiales, a saber:

- Realizar su actividad u objeto social de manera que sus interlocutores (administradores, órganos colegiados, accionistas, proveedores, etc.) sean siempre adecuadamente informados.
- Reducir al mínimo el riesgo de conflictos de interés
- En situaciones de conflicto, actuar de manera segura.

3. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las disposiciones sobre conflictos de interés contenidas en el presente Código, se aplican a todas las transacciones y/o relaciones comerciales en que participe '*Mercantil*', con terceros o con vinculados.

El término vinculado comprende, tanto las relaciones de subordinación que pueden existir entre las entidades, como los casos de vinculación económica, sea por participación o cualquiera otra causa que determine las relaciones entre las sociedades.

4. PRINCIPIOS RECTORES

Para el adecuado tratamiento de los conflictos de interés se tendrán en cuenta como marco general de actuación o de comportamiento, los principios consagrados en el Código de Comercio colombiano.

5. MEDIDAS DE PREVENCIÓN

Las medidas de prevención adoptadas por '*Mercantil*' y aplicables en situaciones de potenciales conflictos de interés, tienen el propósito de mantener o restablecer, según fuere el caso, la normalidad del juego en la contratación, impidiendo de esta manera que las personas interesadas puedan decidir por sí solas. Tales medidas son:

Cualquier convención o acuerdo celebrado entre '*Mercantil*' y uno de sus administradores, deberá ser previamente autorizado por la Junta Directiva. Igual procedimiento se aplicará para las convenciones o acuerdos en los cuales el administrador sea indirectamente interesado o en la que la contraparte sea persona interpuesta del administrador. Se exceptúan de esta regla las convenciones dirigidas a realizar operaciones celebradas o concluidas en condiciones normales, para las cuales se presume excluida '*a priori*' la posibilidad de abuso en perjuicio de la sociedad. En los casos antes indicados, el administrador interesado deberá informar y abstenerse de participar con su voto en las correspondientes deliberaciones de ese órgano social.

Los administradores no podrán tomar parte en las deliberaciones de la Junta Directiva que tengan por objeto la autorización de una operación en la cual estén directa o indirectamente interesados.

Si existiere interés contrapuesto, deberá revelarse a los demás administradores.

Cuando la deliberación sobre las operaciones esté reservada a los administradores desinteresados, el administrador interesado deberá acatar el deber de comunicar el hecho de estar incurso en un conflicto de interés, declarando no solamente la naturaleza de su propio interés en la operación, sino también su extensión o alcance, es decir, los beneficios que espera obtener, así como la información a él entregada que pueda ser útil a *'Mercantil'*.

6. JUNTA DIRECTIVA Y ASAMBLEA

La Junta Directiva de *'Mercantil'* considerará todas las operaciones en que los administradores estén directa o indirectamente interesados, y decidirá si autoriza o no la respectiva operación; sin embargo, cuando considere que por la trascendencia de la respectiva operación o por otras circunstancias, el conocimiento de ésta debe llevarse a la Asamblea de Accionistas, procederá a convocarla a una reunión extraordinaria con esa específica finalidad.

7. CLAUSULA DECLARATIVA

En los contratos que celebre *'Mercantil'* o cualquiera de sus sociedades subordinadas, de cuantía igual o superior al equivalente en pesos colombianos de Cien mil dólares de Estados Unidos de Norteamérica (USD100.000) [según la Tasa Representativa del Mercado vigente el día del contrato], deberá incluirse una cláusula en la que expresamente se declare la inexistencia de conflictos de interés (inhabilidades, incompatibilidades, prohibiciones establecidas en la ley y en este Código). Si por el contrario, existiere alguna de las anteriores situaciones, deberá manifestarse expresamente y se aplicará el procedimiento aquí establecido; en los casos no previstos se optará, en la medida de lo posible, por una solución en equidad y eficiencia.

8. CONDUCTAS ESPERADAS

- 8.1. Los funcionarios de *'Mercantil'* deberán mantenerse ajenos a cualquier situación que ponga en conflicto sus propios intereses con los de ella.
- 8.2. Antes de realizar o concretar una operación o de suministrar información, deberá evaluarse si lo uno o lo otro involucra algún compromiso o un interés directo o indirecto.

- 8.3. Ninguna persona vinculada con *'Mercantil'* podrá participar en eventos, negociaciones o relaciones que lo lleven a no ser objetivo en la formulación y práctica de las políticas corporativas o en la defensa de los intereses y objetivos de la sociedad.
- 8.4. Bajo ninguna circunstancia, los funcionarios de *'Mercantil'* podrán involucrarse en relaciones con personas que, así sea solo apariencia, parezca que dan tratamiento favorable a determinadas organizaciones, empresas o individuos, con los que aquélla tenga o llegue a tener alguna relación comercial.
- 8.5. Ningún funcionario de *'Mercantil'* podrá participar en transacciones, promociones o celebración de negocios, ni en la definición de políticas, normas o procedimientos, si tiene en ellas algún interés personal o familiar.
- 8.6. Los funcionarios de *'Mercantil'* que participen en juntas directivas de otra sociedad comercial, deberán informarlo a la Presidencia, quien determinará si dicha participación genera o no conflictos de interés.

Los funcionarios de *'Mercantil'* que tengan inversiones o aportes de capital en sociedades comerciales que sean competidoras de *'Mercantil'* o de sus sociedades controladas, o actuaciones profesionales generadoras de ingresos adicionales, deberán informar por escrito esta situación a la Presidencia de aquélla.

Los funcionarios de *'Mercantil'* de todos los niveles, procurarán no realizar negocios entre sí que puedan llevar a posteriores debates que interfieran en su rol laboral.

ADVERTENCIA. Los gestores de los Fondos de capital Privado de Mercantil tienen en su reglamento de inversión las pautas de conflicto de intereses que prevalecen por su especialidad contractual sobre las de este Código.

9. CONFLICTOS DE INTERÉS CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES Y CONTRATISTAS - REGLAS GENERALES DE CONDUCTA

'Mercantil' o sus sociedades subordinadas no podrán celebrar contratos con proveedores, contratistas o sus representantes, cuando éstos o aquéllos sean familiares de sus funcionarios, sin que previamente haya sido informada la respectiva Junta Directiva, de la relación de parentesco que existiere entre el funcionario y la persona con quien se pretenda contratar. Para este efecto, se

entiende por familiares los cónyuges o compañeros o compañeras permanentes y las personas que tengan con los funcionarios relaciones de parentesco hasta el segundo grado de consanguinidad (abuelos, padres, hijos y hermanos), segundo de afinidad (suegros y cuñados) o segundo civil (hijos adoptivos, padres adoptantes y padres de los adoptantes), inclusive.

Los funcionarios serán totalmente neutrales frente a los proveedores, contratistas, consultores, o personas que pretendan celebrar cualquier tipo de transacción o negociación con *'Mercantil'*.

En todos los casos de materialidad con respecto al presupuesto anual de gastos se aplicará el principio de transparencia y competencia en la selección de proveedores y contratistas; siempre se considerarán por lo menos dos (2) propuestas de proveedores y contratistas de servicios comparables.

Los proveedores materiales o relevantes deberán tener en regla sus documentos legales, tales como certificaciones sobre existencia y representación, obligaciones laborales, de higiene y seguridad social e industrial, de impuestos, etc.

El proveedor o contratista que esté interesado en contratar con *'Mercantil'*, deberá tener la capacidad y logística que le permita cumplir y realizar con la debida, necesaria y comprobada competencia, la respectiva gestión o contrato.

Ningún proveedor o contratista podrá emplear la razón social de *'Mercantil'* ni la marca "Colpatria", como medio publicitario para incrementar su clientela, sin autorización previa y escrita de aquélla.

El proveedor o contratista deberá garantizar la confidencialidad de la información que le suministre *'Mercantil'* y que sea necesaria para el desarrollo de la gestión contratada; para tal fin, el acuerdo de vinculación deberá contener una cláusula en tal sentido.

A todos los funcionarios de *'Mercantil'* les queda prohibido pedir a los proveedores o contratistas de esta, regalos, dádivas, atenciones, agasajos o gratificaciones de cualquier índole. Tampoco podrán otorgar concesiones en materia de precios o trámites preferenciales a proveedores o contratistas, que de alguna manera puedan dar lugar a reciprocidades con el funcionario. Si fuere necesario algún viaje fuera del domicilio de *'Mercantil'* para reuniones de trabajo proveedores o contratistas, los gastos correspondientes serán asumidos única y exclusivamente por aquélla, salvo que exista una autorización expresa por el Presidente de la Compañía.

10. CRITERIOS Y MECANISMOS PARA LA RESOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS DE INTERÉS

Por regla general, las situaciones de conflicto de interés serán resueltas a instancia de *'Mercantil'*, sin perjuicio de que las partes involucradas o perjudicadas por actuaciones contrarias al interés común, acudan a instancias judiciales o de resolución alternativa de conflictos.

Cuando deban resolverse conflictos de interés originados en relaciones jurídicas surgidas al interior de *'Mercantil'*, ésta deberá tener en cuenta el interés de la sociedad. Para este efecto y por tratarse de hechos sobrevinientes, cada vez que se presente duda razonable sobre su existencia, el funcionario responsable del área respectiva sustentará la situación ante el Presidente, o el Vicepresidente de Asuntos Legales y de Gobierno, con el fin de determinar la procedencia de llevarlos o no a conocimiento de la Junta Directiva.

11. PREVENCIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS

La política de *'Mercantil'* en materia de prevención de conflictos de interés está orientada a adelantar las acciones conducentes a *'sensibilizar'* continuamente a los administradores y funcionarios, con el fin de enervar las posibles situaciones que los incentive a obrar deslealmente, para lo cual se enfatizará en la observancia por parte de ellos, de comportamientos socialmente correctos y opuestos a conductas que persigan su propio interés con daño a la sociedad, o que sean una motivación para no abstenerse de concluir operaciones convenientes para ellos o para la misma sociedad.

12. REVELACION DE ACTIVIDADES O INVERSIONES

Los administradores al momento de su ingreso a *'Mercantil'* y de forma anual declarará en la Vicepresidencia Legal y de Gobierno aquellas actividades o inversiones que estimen que puedan causar conflictos de interés. (Según formulario diseñado para el efecto).

CAPITULO OCTAVO **LA POLITICA GESTIONAR EL RIESGO INHERENTE AL GRUPO** **ECONOMICO**

1. OBJETIVO

El principal objetivo de esta política es fijar el apetito de riesgo de *'Mercantil'* de forma agregada y consolidada.

2. PROCESO

'Mercantil' evalúa la estructura organizativa, las políticas, los planes de negocio, los presupuestos y la implementación de la gestión de riesgos inherentes a la actividad, a través de la participación de los administradores en las Juntas Directivas y Comités y de la aplicación de las herramientas gerenciales descritas en este código.

Al acceder y evaluar esta información de las sociedades controladas y a las inversiones relevantes fijara su criterio sobre el apetito de riesgo asociado a la rentabilidad esperada del portafolio estratégico.

Se verifica que la rentabilidad esperada esté en línea con el apetito de riesgo de Mercantil, por el tamaño y la complejidad del portafolio de inversiones estratégicas y de oportunidad.

3. SUFICIENCIA PATRIMONIAL

Las empresas individuales que conforman el grupo deben mostrar al mercado su condición de solidez a partir de sus propios indicadores, toda vez que Mercantil no es su garante.

A través de transacciones intragrupo no se deben generar oportunidades para tomar posiciones y riesgos que no se articule con los niveles de capital regulatorios en el plano individual, debilitando potencialmente la solvencia y la liquidez del conglomerado como un todo.

4. LIMITACIONES Y PROHIBICIONES

- No se debe hacer Arbitraje regulatorio para hacer negocios prohibidos.
- No se debe hacer doble o múltiple apalancamiento.
- Las operaciones con vinculados deben ser reveladas en las notas a los estados financieros.

- Evitar el Riesgo de Contagio al hacer inversiones en las que ya participan otras sociedades del grupo.
- Ser garante de sus vehículos societarios en las condiciones que determine la Junta Directiva.
- No hacer Transferencia de activos tóxicos, entre sociedades del grupo.
- No tomar decisiones que coloquen a una sociedad controlada en riesgo de insolvencia.
- No hacer transacciones de activos a precios fuera de mercado.
- Evitar la concentración de riesgos materiales en una misma inversión con varias sociedades controladas por *'Mercantil'*.

CAPITULO NOVENO **LA POLITICA DE PROTECCION DE LOS DATOS, LA INFORMACION Y EL** **CONOCIMIENTO**

1. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

Los datos acumulados por *'Mercantil'* o sus sociedades controladas en sus propias bases (analógicas o digitales), se ajustarán en un todo a las previsiones de la regulación colombiana.

2. TRATAMIENTO DE LOS DATOS Y LA INFORMACIÓN

Los datos y la información que maneja y cuida *'Mercantil'* son reservados, salvo las excepciones legales.

El tratamiento de los datos se hará conforme a los 8 principios consagrados en la ley 1581.

Los administradores velarán siempre por mantener en reserva la información de *'Mercantil'* que tenga carácter confidencial.

3. MEDIDAS DE PREVENCIÓN

Prohibiciones: Los miembros de la Junta Directiva y sus Comités, del Comité Asesor y de los Subcomités de éste, el Presidente y sus suplentes, los Vicepresidentes, Representantes Legales y los demás empleados, contadores, abogados o mandatarios de *'Mercantil'*, no podrán revelar a los accionistas o a

terceros, las operaciones de ella, salvo que lo exijan las autoridades competentes.

4. COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD POR TERCEROS

Todas las personas naturales o jurídicas que contraten con '*Mercantil*' y que para la ejecución del respectivo contrato deban conocer alguna información sobre sus actividades sociales, deberán suscribir un documento en el cual se obliguen a guardar absoluta reserva o confidencialidad sobre las operaciones sociales y a no revelar ninguna información relacionada con ellas, salvo las excepciones contempladas en la ley o en este Código.

5. BIG DATA

'*Mercantil*' y sus sociedades controladas y relacionadas procurarán que todos sus clientes autoricen el tratamiento de sus datos con fines estadísticos y analíticos para formar conocimiento en los mercados en los que invierte.

CAPÍTULO DECIMO **LA POLITICA CONTRA EL LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACION DEL** **TERRORISMO**

1. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

Prevención y Control: '*Mercantil*' hará siempre un esfuerzo razonable y acorde con sus capacidades, para conocer a sus accionistas, funcionarios, aliados (joint venture) y proveedores o contratistas, lo cual significa contar con procedimientos que permitan ejecutar adecuadamente el Sistema de Autocontrol y Gestión del Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo – SAGRLAFT- de acuerdo con lo dispuesto por la ley y las circulares de la Superintendencia de Sociedades.

2. DEBERES

Además del cabal cumplimiento del SAGRLAFT, cumplir los procedimientos aplicables a la vinculación de nuevos accionistas conforme con los Estatutos Sociales.

CAPÍTULO ONCEAVO **LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL**

1. ENTORNO

En todas sus inversiones '*Mercantil*' considera el entorno social y ambiental, razón por la que respeta la dignidad humana y hace uso eficiente de los recursos medio ambientales.

Por ende, para '*Mercantil*' es de suma importancia contribuir al desarrollo de su entorno a través de políticas sociales respaldadas en el compromiso de la administración de divulgar, concientizar, participar, implementar y sostener estas políticas a todos los niveles del '*Grupo Colpatria*'.

2. POLÍTICA AMBIENTAL

La política ambiental de '*Mercantil*' se ha diseñado como una herramienta dirigida a mejorar la capacidad de respuesta a los problemas prioritarios que se presenten en este campo específico y que se refieran al cambio climático y el medio ambiente. Las soluciones a estos problemas deberán considerar aspectos técnicos, sociales, económicos, legales y culturales, teniendo en cuenta, además, los diversos elementos que hacen parte de una comunidad.

3. CONVERGENCIA

La actuación de '*Mercantil*' se adecuará a los lineamientos de la política ambiental nacional, con los cuales se promueve el equilibrio dinámico entre el desarrollo socio-económico, la conservación y el uso del medio ambiente y de los recursos naturales. Por tanto, se compromete a prevenir y minimizar los impactos significativos que se puedan generar sobre el medio ambiente, como resultado del desarrollo de sus actividades.

4. TRANSPARENCIA

La adopción y cumplimiento de prácticas correctas o socialmente responsables.

5. FOCO

'Mercantil' considera que la educación es el factor de cambio de la sociedad colombiana y por lo tanto su responsabilidad social empresarial (RSE) está enfocada a promover la educación superior universitaria y tecnológica.

6. DIVERSIDAD

Fomentar prácticas dirigidas a promover la diversidad y la igualdad entre hombres y mujeres.

7. DONACIONES

Realizar donaciones con fines educativos, cívicos o de ayuda humanitaria, a movimientos o partidos políticos, lo mismo que inversiones sociales, celebrar contratos de patrocinio y participar en proyectos de protección ambiental y del patrimonio cultural de la Nación.

CAPÍTULO DOCEAVO **APLICACIÓN GRADUAL E INTERPRETACIÓN DE ESTE CODIGO**

El presente Código corresponde a un modelo de organización en funcionamiento de *"una sociedad viva"*, y, por tanto, es necesario aplicarlo en forma gradual. Por otra parte, su utilidad y generosidad está en proveer Las políticas para tomar decisiones racionalmente, sobre la organización interna y la forma en que opera 'Mercantil', sin perjuicio de lo establecido en su Estatuto Social como acto medular de su organización jurídica.

Revisiones, actualizaciones y labor de monitoria

El presente Código deberá también ser objeto de revisiones periódicas para mantenerlo permanentemente actualizado de acuerdo con la dinámica del entorno de los negocios, de los desarrollos normativos de tipo primario y secundario, tanto en el país como fuera de él, de la progresiva internacionalización o globalización de los mercados, y de la estructura económica y social del país.

Interpretación

Las normas y principios constitucionales, así como los principios generales del derecho, servirán para interpretar el presente Código.

De existir dudas o inquietudes sobre el contenido, alcance o aplicación de lo dispuesto en este Código, siempre se deberá consultar antes de actuar, a la Vicepresidencia de Asuntos Legales y de Gobierno.

* * *

La versión actualizada del anterior Código de Buen Gobierno Empresarial fue considerada y aprobada por la Junta Directiva de 'Mercantil Colpatría S.A.' en reunión celebrada el 30 de septiembre de 2.016 (Acta No. 226).