



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 .....	5
LOS ADMINISTRADORES.....	5
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
CAPÍTULO SEXTO.....	9
LA POLITICA DE PREVENCION DE CONFLICTOS DE INTERES.....	9
1. NOCIÓN.....	9
2. COMPROMISOS.....	9
3. ÁMBITO DE APLICACIÓN .....	10
4. PRINCIPIOS RECTORES .....	10
5. MEDIDAS DE PREVENCION .....	10
6. JUNTA DIRECTIVA Y ASAMBLEA.....	11
7. CONDUCTAS ESPERADAS.....	11
8. CONFLICTOS DE INTERÉS CON RESPECTO A LOS PROVEEDORES Y CONTRATISTAS - REGLAS GENERALES DE CONDUCTA.....	12
9. CRITERIOS Y MECANISMOS PARA LA RESOLUCIÓN DE LOS CONFLICTOS DE INTERÉS .....	13
10. PREVENCIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS .....	14
12. REVELACION DE ACTIVIDADES O INVERSIONES .....	14
CAPITULO SEPTIMO .....	14
LA POLITICA GESTIONAR EL RIESGO INHERENTE AL GRUPO ECONOMICO .....	14
1. OBJETIVO.....	14
2. PROCESO.....	14
3. SUFICIENCIA PATRIMONIAL .....	15
4. LIMITACIONES Y PROHIBICIONES.....	15

CAPITULO OCTAVO .....	16
LA POLITICA DE PROTECCION DE LOS DATOS, LA INFORMACION Y EL CONOCIMIENTO .....	16
1. <i>PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES</i> .....	16
2. <i>TRATAMIENTO DE LOS DATOS Y LA INFORMACIÓN</i> .....	16
3. <i>MEDIDAS DE PREVENCIÓN</i> .....	16
4. <i>COMPROMISO DE CONFIDENCIALIDAD POR TERCEROS</i> .....	16
5. <i>BIG DATA</i> .....	17
CAPÍTULO NOVENO .....	17
LA POLITICA CONTRA EL LAVADO DE ACTIVOS Y FINANCIACION DEL TERRORISMO..	17
1. <i>PRINCIPIOS FUNDAMENTALES</i> .....	17
2. <i>DEBERES</i> .....	17
CAPÍTULO DECIMO .....	17
LA POLITICA ANTICORRUPCION .....	17
1. <i>OBJETIVO</i> .....	17
CAPITULO DECIMOPRIMERO .....	18
LA POLITICA DE SOSTENIBILIDAD .....	18
1. <i>ENTORNO</i> .....	18
2. <i>SOSTENIBILIDAD</i> .....	18
3. <i>PILARES DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD</i> .....	18
3.1 <i>GESTION CORPORATIVA RESPONSABLE</i> .....	18
3.2 <i>INVERSIÓN RESPONSABLE</i> .....	19
3.3 <i>OPERACIÓN RESPONSABLE</i> .....	19
4. <i>DEL IMPACTO EN LAS PERSONAS</i> .....	19
4.1 <i>EL TALENTO HUMANO</i> .....	19
4.2 <i>SEGURIDAD EN EL TRABAJO</i> .....	19
4.3 <i>RESPECTO A LA DIGNIDAD HUMANA</i> .....	19
4.4 <i>EDUCACION</i> .....	19
4.5 <i>DIVERSIDAD</i> .....	20
4.6 <i>DONACIONES</i> .....	20
CAPÍTULO DECIMOSEGUNDO .....	20
APLICACIÓN GRADUAL E INTERPRETACION DE ESTE CODIGO .....	20
<i>REVISIONES, ACTUALIZACIONES Y LABOR DE MONITORIA</i> .....	20
<i>INTERPRETACIÓN</i> .....	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. 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 de sostenibilidad; 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; así las cosas, la práctica empresarial de la compañía se enmarcará en principios de creación de valor económico, social y ambiental, en aplicación de un Gobierno Corporativo que vele por establecer un marco de actuación acorde con las expectativas de sus grupos de interés

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* es un marco de referencia 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 mejor práctica en desarrollo de sus actividades de inversión.

### **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

La composición y funcionamiento para la gestión empresarial está consagrada en los Estatutos Sociales, razón por la cual no se vuelve 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 y en todas aquellas adicionales que sea aprobadas por la Junta Directiva en el marco de su actividad empresarial, 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, cuya ejecución se establece a partir del nivel de intervención de su función, a nivel de la compañía, sus filiales y subordinadas y sus asociadas:

- Contratos de Desempeño.
- Función financiera.
- Función de talento humano.
- Función legal.
- Función de supervisión y control
- Función de gestión integral de riesgos
- 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 los asuntos correspondientes a su política de sostenibilidad.
- 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 Colpatria
- 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 y afianzar la cultura organizacional basada en conductas éticas para evitar los actos de corrupción
- La Sostenibilidad

## **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 Colpatría.
- La Vicepresidencia Legal 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.
- Implementar herramientas que permitan una adecuada gestión del conocimiento

## 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.

## CAPÍTULO SEXTO 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 conforme con lo dispuesto en el programa de comunicaciones establecido por la compañía.
- 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. CONDUCTAS ESPERADAS**

- 7.1. Los funcionarios de *'Mercantil'* deberán mantenerse ajenos a cualquier situación que ponga en conflicto sus propios intereses con los de ella.
- 7.2. 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.
- 7.3. 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.
- 7.4. 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.
- 7.5. 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.

- 7.6. 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.

## **8. 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.

## **9. 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 y/o el Vicepresidente a

cargo de los asuntos de Gobierno de la Compañía, con el fin de determinar la procedencia de llevarlos o no a conocimiento de la Junta Directiva.

## **10. 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**

Todos los colaboradores, al momento de su ingreso a *'Mercantil'* y de forma anual, declararán aquellas actividades o inversiones que consideren ser originadoras de un conflicto de interés. (Según formulario diseñado para el efecto).

# **CAPITULO SEPTIMO** **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 de 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, salvo que dicha transferencia tenga por objeto evitar un perjuicio material a la salud financiera de una de las compañías.
- 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 OCTAVO**  
**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, del Comité Asesor y de los Subcomités de éste, el Presidente y sus suplentes, los Vicepresidentes, Representantes Legales y los demás empleados 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 NOVENO** **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 Riesgo Integral de Lavado de Activos, Financiación del Terrorismo y Financiación para la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva–SAGRILAF- de acuerdo con lo dispuesto por la ley y las circulares de la Superintendencia de Sociedades.

### **2. DEBERES**

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

## **CAPÍTULO DECIMO** **LA POLITICA ANTICORRUPCION**

### **1. OBJETIVO**

La Política de Anticorrupción será desarrollada en el marco de la legislación vigente y persigue el compromiso de la compañía de cero tolerancia con cualquier conducta que pueda ser considerada como soborno o corrupción.

Para efectos del desarrollo de su actividad empresarial, Mercantil Colpatria ha establecido lineamientos que se deben cumplir en el relacionamiento con los

diferentes grupos de interés buscando afianzar una cultura corporativa fundada en conductas éticas y en la prevención de hechos relacionados con corrupción y soborno que puedan afectar la reputación de la compañía y de la marca Colpatría

## **CAPITULO DECIMOPRIMERO**

### **LA POLITICA DE SOSTENIBILIDAD**

#### **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 Colpatría'*.

#### **2. SOSTENIBILIDAD**

Mercantil Colpatría considera la creación de un valor económico, social y ambiental en desarrollo de sus inversiones y para tal fin, el gobierno corporativo debe establecer un marco de actuación acorde con las expectativas de los grupos de interés

Mercantil Colpatría aplicará su política de Sostenibilidad atendiendo su rol como holding del Grupo Empresarial Colpatría. En lo que a las inversiones se refiere, la compañía ejecutará sus actividades según el nivel de intervención correspondiente, sea que se trate de inversiones controladas o de inversiones de portafolio.

#### **3. PILARES DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD**

Mercantil Colpatría ha definido 3 pilares en los cuales se soportará la estrategia que desarrollará su política de sostenibilidad, a saber:

##### **3.1 GESTION CORPORATIVA RESPONSABLE.**

*'Mercantil'* ha implementado herramientas de gobierno que permiten la supervisión de las inversiones y el funcionamiento responsable de Mercantil Colpatría como holding del Grupo Empresarial.

### 3.2 INVERSIÓN RESPONSABLE.

*'Mercantil'* realiza una asignación del capital de manera eficiente al momento de realizar inversiones buscando una adecuada relación riesgo – entorno, incorporando criterios ambientales, sociales y de gobernanza.

### 3.3 OPERACIÓN RESPONSABLE.

*'Mercantil'* actúa como un articulador de la visión común de sostenibilidad para que cada inversión implemente su propio modelo de sostenibilidad atendiendo las variables propias de la industria o sector en donde desarrolla su objeto social

## 4. DEL IMPACTO EN LAS PERSONAS

### 4.1 EL TALENTO HUMANO

Las políticas institucionales de *'Mercantil'* pretenden lograr que las oportunidades de progreso estén además favorecidas por un entorno más propicio para la realización personal y familiar; en concordancia con lo anterior, *'Mercantil'* buscará que las compañías Colpatria sean una organizaciones flexibles y conscientes de que la felicidad, la realización y el reconocimiento de los colaboradores son el motor de la innovación y la productividad a nivel del grupo.

### 4.2 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.

### 4.3 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.

### 4.4 EDUCACION

*'Mercantil'* considera que la educación es el factor de cambio de la sociedad

colombiana y por lo tanto su actividad social responsable estará enfocada a promover la educación superior universitaria y tecnológica.

#### 4.5 DIVERSIDAD

'Mercantil' adopta el concepto de la diversidad entendido este como el enriquecimiento a partir de la variedad, que permite comprender la complejidad, especialmente en contextos de cambio y gestión de riesgos; para Colpatria la diversidad es multidimensional al abarcar categorías como género, diferencias generacionales, antecedentes educativos, escuelas de pensamiento y aspectos multiculturales.

#### 4.6 DONACIONES

'Mercantil' ejecuta su programa de donaciones mediante la entrega de aportes en dinero y/o especie a programas con fines educativos, cívicos o de ayuda humanitaria, a movimientos o partidos políticos.

En desarrollo de esta práctica, podrá desarrollar inversiones sociales, celebrar contratos de patrocinio y participar en proyectos de protección ambiental y del patrimonio cultural de la Nación.

### **CAPÍTULO DECIMOSEGUNDO** **APLICACIÓN GRADUAL E INTERPRETACION 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 a cargo de los asuntos de Gobierno de la sociedad

\* \* \*

La versión actualizada del anterior Código de Buen Gobierno Empresarial fue considerada y aprobada por la Junta Directiva de 'Mercantil Colpatria S.A.' en reunión celebrada el 29 de abril de 2.022.