

MANUAL SAGRILAFT

SMART SHOPPING GROUP S.A.S.

Versión: 1.0

Fecha de adopción: 01 de octubre de 2025

Vigencia: Indefinida, sujeta a revisión periódica

Ámbito de aplicación: Toda la organización

1. INTRODUCCIÓN

SMART SHOPPING GROUP S.A.S., en desarrollo de su compromiso con la **legalidad, la transparencia y la ética empresarial**, adopta el presente **Manual del Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SAGRILAFT)**, como parte integral de su modelo de control interno, prevención de riesgos y cumplimiento normativo.

El SAGRILAFT constituye un conjunto de **políticas, procedimientos, metodologías, responsabilidades y controles** orientados a **prevenir, detectar, gestionar y mitigar** los riesgos asociados al **lavado de activos (LA)** y la **financiación del terrorismo (FT)**, que puedan presentarse en el desarrollo de las actividades comerciales, operativas y administrativas de la empresa.

SMART SHOPPING GROUP S.A.S., como organización dedicada a la gestión, comercialización y consultoría en servicios de **telecomunicaciones y tecnología en el sector empresarial (B2B)**, reconoce que su modelo operativo —que incluye fuerza comercial en calle, call center, gestión digital y procesos de legalización de servicios— puede estar expuesto a riesgos relacionados con:

- Suplantación de identidad
- Vinculación inadecuada de clientes
- Ventas o activaciones irregulares
- Manipulación o uso indebido de datos personales
- Operaciones con información incompleta, inconsistente o falsa

En este contexto, el presente Manual establece un marco de actuación que permite a la organización **anticiparse a dichos riesgos, mitigarlos y gestionarlos**

de manera adecuada, protegiendo sus operaciones, su reputación, sus clientes y su sostenibilidad en el tiempo.

Principios del Sistema

El SAGRILAFT de SMART SHOPPING GROUP S.A.S. se fundamenta en los siguientes principios:

- **Debida diligencia**
- **Autocontrol**
- **Transparencia**
- **Prevención del riesgo**
- **Responsabilidad individual y colectiva**

Responsabilidades Clave dentro del SAGRILAFT

La efectividad del sistema depende de la participación activa y responsable de todos los niveles de la organización. En consecuencia, se establecen las siguientes responsabilidades:

1. Responsabilidad de la Gerencia

La Gerencia General es responsable de:

- Aprobar el Manual SAGRILAFT y sus actualizaciones
- Garantizar la implementación del sistema
- Asignar recursos necesarios para su funcionamiento
- Supervisar el cumplimiento del sistema dentro de la empresa
- Promover una cultura organizacional basada en la legalidad y la prevención del riesgo

2. Responsable SAGRILAFT / Oficial de Cumplimiento

La empresa designará un responsable del sistema (Oficial de Cumplimiento o responsable equivalente), quien tendrá a su cargo:

- Coordinar la implementación del SAGRILAFT
- Recibir, analizar y gestionar reportes internos de posibles riesgos
- Monitorear el cumplimiento de los procedimientos
- Proponer mejoras al sistema
- Servir como enlace interno frente a situaciones de riesgo
- Documentar y hacer seguimiento a eventos relevantes

3. Responsabilidad de los Líderes y Jefes de Área

Los líderes de área (comercial, back office, call center, etc.) deberán:

- Garantizar que sus equipos conozcan y cumplan el SAGRILAFT
- Supervisar el cumplimiento de los procedimientos operativos
- Detectar comportamientos inusuales o riesgosos
- Escalar cualquier situación sospechosa
- Participar en procesos de seguimiento y mejora

4. Responsabilidad de los Colaboradores

Todos los empleados, sin excepción, son responsables de:

- Conocer y cumplir el presente Manual
- Aplicar los procedimientos de debida diligencia en sus funciones
- Abstenerse de participar en actividades irregulares
- Reportar de manera oportuna cualquier situación sospechosa
- Proteger la información de clientes y la empresa

Este deber es especialmente crítico para:

- Comerciales en calle

- Call center
- Personal de back office
- Personal que gestiona documentos o datos

Integración con el Sistema Interno de la Empresa

El SAGRILAFIT no opera de manera aislada, sino que se integra con:

- Reglamento Interno de Trabajo
- Código de Ética y Buen Gobierno
- Políticas de protección de datos personales
- Procedimientos comerciales y operativos

Esto permite una gestión integral del riesgo dentro de la organización.

Carácter Obligatorio

El cumplimiento del presente Manual es **obligatorio para todos los colaboradores**, y su desconocimiento no exime de responsabilidad.

El incumplimiento de las disposiciones aquí contenidas podrá dar lugar a la aplicación de **medidas disciplinarias**, conforme al Reglamento Interno de Trabajo y la legislación vigente.

2. OBJETIVO DEL SAGRILAFT

El presente **Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SAGRILAFT)** tiene como objetivo principal establecer las políticas, procedimientos, controles y responsabilidades necesarios para **prevenir, detectar, gestionar y mitigar** los riesgos asociados al **lavado de activos (LA)** y la **financiación del terrorismo (FT)** dentro de las operaciones de **SMART SHOPPING GROUP S.A.S.**

Este sistema busca asegurar que todas las actividades comerciales, operativas y administrativas de la empresa se desarrollen dentro de un marco de **legalidad, transparencia, trazabilidad y debida diligencia**, evitando que la organización sea utilizada, directa o indirectamente, como instrumento para la materialización de actividades ilícitas.

De manera específica, el SAGRILAFT tiene los siguientes objetivos:

1. Prevención del Riesgo

Identificar de manera oportuna los riesgos asociados al lavado de activos y la financiación del terrorismo que puedan surgir en los diferentes procesos de la empresa, especialmente en:

- La vinculación de clientes
- La gestión comercial y ventas
- El manejo de información y documentación
- El uso de canales digitales y operativos

2. Detección de Operaciones Inusuales o Sospechosas

Implementar mecanismos eficaces que permitan detectar **comportamientos atípicos, inconsistentes o inusuales**, derivados de:

- Información incompleta o falsa de clientes
- Operaciones comerciales irregulares
- Patrones de comportamiento anormales en procesos de venta
- Uso inadecuado de datos o documentación

3. Gestión y Control del Riesgo

Establecer procedimientos claros para analizar, gestionar y dar tratamiento a los riesgos identificados, garantizando:

- Trazabilidad de las operaciones
- Control de la información
- Validación de clientes y transacciones
- Registro adecuado de la actividad comercial

4. Cumplimiento Normativo

Asegurar que la empresa actúe en cumplimiento de la legislación colombiana aplicable en materia de prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo, así como de las mejores prácticas empresariales en gestión del riesgo.

5. Protección de la Empresa

Proteger a SMART SHOPPING GROUP S.A.S. frente a:

- Riesgos legales
- Sanciones administrativas
- Daño reputacional
- Pérdidas económicas derivadas de actividades ilícitas

6. Cultura Organizacional de Prevención

Fomentar en todos los colaboradores una cultura de **prevención, responsabilidad y reporte**, promoviendo:

- Conductas éticas
- Transparencia en las operaciones
- Compromiso individual con el cumplimiento del sistema
- Reporte oportuno de situaciones sospechosas

7. Responsabilidad Individual y Colectiva

Establecer que la gestión del riesgo LA/FT no es exclusiva de un área, sino una responsabilidad de **todos los colaboradores**, especialmente de aquellos que intervienen en:

- Procesos comerciales
- Atención al cliente
- Manejo de documentos
- Validación de información

Parágrafo final. Alcance práctico del objetivo

El cumplimiento de este objetivo implica que todas las decisiones, operaciones y actividades dentro de SMART SHOPPING GROUP S.A.S. deberán ejecutarse de manera tal que:

- Sean verificables
- Sean trazables
- Sean transparentes
- Cumplan con los controles definidos

3. ALCANCE DEL SAGRILAFT

El presente **Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SAGRILAFT)** aplica de manera integral a todas las actividades, procesos, operaciones y relaciones comerciales de **SMART SHOPPING GROUP S.A.S.**, independientemente del canal, área o modalidad de prestación del servicio.

El alcance del sistema se determina bajo los siguientes criterios:

1. Alcance Personal

El SAGRILAFT es de **obligatorio cumplimiento para todos los colaboradores de la empresa**, sin excepción, incluyendo:

- Personal administrativo
- Personal de back office
- Ejecutivos de cuenta y comerciales en calle
- Personal de call center y ventas digitales
- Líderes de área
- Directivos y gerencia

Cada colaborador es responsable de aplicar las disposiciones del sistema en el desarrollo de sus funciones, especialmente en aquellas actividades que impliquen relación con clientes, manejo de información o procesos comerciales.

2. Alcance Funcional

El SAGRILAFT cubre todos los procesos internos de la empresa que puedan implicar exposición a riesgos de lavado de activos o financiación del terrorismo, incluyendo, pero sin limitarse a:

- Procesos comerciales y de ventas (PAP, call center, B2B)
- Vinculación y validación de clientes
- Recepción y gestión de documentación
- Legalización de servicios y contratos

- Gestión de bases de datos
- Atención al cliente y gestión de PQRS
- Uso y administración de herramientas tecnológicas

3. Alcance Operativo por Canales

El sistema aplica a todos los canales a través de los cuales SMART SHOPPING GROUP S.A.S. desarrolla su operación, tales como:

- a) Ventas en calle (PAP y gestión territorial)**
- b) Call center y atención remota**
- c) Gestión digital y plataformas tecnológicas**
- d) Procesos internos de validación y back office**

Cada canal presenta niveles de riesgo diferentes, por lo cual deberá aplicar controles específicos conforme a las políticas y procedimientos definidos en el sistema.

4. Alcance sobre Clientes y Relacionamento Comercial

El SAGRILIFT aplica a todas las relaciones comerciales establecidas por la empresa, especialmente en:

- Clientes nuevos
- Clientes actuales
- Prospectos
- Empresas aliadas o intermediarios (cuando aplique)

Incluye los procesos de:

- Identificación
- Validación
- Verificación de información
- Seguimiento de comportamiento

5. Alcance sobre la Información y Datos

El sistema cubre todo el ciclo de vida de la información, incluyendo:

- Recolección de datos
- Almacenamiento
- Uso
- Consulta
- Transferencia
- Eliminación

Aplica especialmente para:

- Datos personales
- Información comercial
- Documentación contractual
- Información financiera o de contacto

6. Alcance Geográfico

El SAGRILAFT aplica a todas las operaciones desarrolladas por SMART SHOPPING GROUP S.A.S. dentro del territorio nacional, así como a cualquier interacción comercial o digital que genere vinculación con clientes en diferentes regiones del país.

7. Alcance Tecnológico

El sistema aplica a todas las tecnologías, plataformas, sistemas y herramientas utilizadas por la empresa, incluyendo:

- CRM
- Sistemas de ventas
- Plataformas de call center
- Correos corporativos
- Aplicativos de gestión documental

Especialmente en el control de accesos, trazabilidad y uso adecuado de la información.

8. Obligatoriedad y Extensión del Alcance

El SAGRILIFT hace parte integral del sistema de control interno de la empresa y se articula con:

- Reglamento Interno de Trabajo
- Código de Ética y Buen Gobierno
- Políticas de protección de datos
- Procesos comerciales y operativos

Su cumplimiento es obligatorio y su alcance se extiende a todas las actuaciones realizadas en nombre de la empresa.

Parágrafo final. Responsabilidad dentro del alcance

Todo colaborador que intervenga, directa o indirectamente, en procesos incluidos dentro del alcance del presente sistema, será responsable de:

- Aplicar los controles establecidos
- Actuar con debida diligencia
- Reportar situaciones sospechosas
- Cumplir los lineamientos definidos en el Manual

El incumplimiento de estas obligaciones podrá generar consecuencias disciplinarias conforme al Reglamento Interno de Trabajo.

4. MARCO NORMATIVO DEL SAGRILAFT

El presente Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SAGRILAFT) de **SMART SHOPPING GROUP S.A.S.** se fundamenta en el marco normativo colombiano vigente, así como en las mejores prácticas nacionales e internacionales en materia de prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo.

Este sistema se adopta en cumplimiento del deber empresarial de **prevenir riesgos legales, reputacionales y operativos**, y de garantizar que la organización no sea utilizada como instrumento para actividades ilícitas.

1. Normativa Constitucional y Principios Generales

El SAGRILAFT se estructura sobre los principios fundamentales establecidos en la **Constitución Política de Colombia**, en especial:

- El principio de legalidad
- El deber de colaborar con la administración de justicia
- La protección del orden económico y social

2. Código Sustantivo del Trabajo

En el ámbito laboral, el SAGRILAFT se apoya en las disposiciones del **Código Sustantivo del Trabajo (CST)**, en especial:

- **Artículo 58:** Obligaciones del trabajador (lealtad, obediencia y diligencia)
- **Artículo 60:** Prohibiciones del trabajador
- **Artículo 62:** Terminación del contrato por justa causa

✦ Estas normas permiten vincular el incumplimiento del SAGRILAFT con medidas disciplinarias laborales.

3. Normativa sobre Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo

El sistema se alinea con las disposiciones generales del Estado colombiano en materia de prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo, incluyendo:

- Lineamientos emitidos por la **Unidad de Información y Análisis Financiero (UIAF)**
- Recomendaciones del Grupo de Acción Financiera Internacional (**GAFI/FATF**)
- Normas del ordenamiento penal relacionadas con lavado de activos y financiación del terrorismo

✦ Aunque SMART SHOPPING GROUP S.A.S. no es una entidad vigilada directamente por la Superintendencia Financiera, adopta voluntariamente estándares preventivos como parte de buenas prácticas.

4. Normativa de Protección de Datos Personales

El SAGRILAFT se articula con la normativa en materia de protección de datos personales, especialmente:

- **Ley 1581 de 2012**
- **Decreto 1377 de 2013**
- Normas concordantes sobre tratamiento de datos

Esto es particularmente relevante para la empresa debido al manejo de:

- Información de clientes
- Documentación comercial
- Bases de datos

5. Normativa en Seguridad y Salud en el Trabajo

El sistema se integra con el marco normativo del SG-SST, en especial:

- **Decreto 1072 de 2015**
- **Resolución 0312 de 2019**

En lo relacionado con la **prevención de riesgos psicosociales y organizacionales**, que pueden impactar indirectamente la gestión del riesgo de fraude o irregularidades.

6. Normativa sobre Acoso Laboral y Ética Empresarial

El presente sistema también se articula con:

- **Ley 1010 de 2006 (Acoso Laboral)**
- Políticas internas de ética y buen gobierno

Esto permite garantizar un entorno organizacional que favorezca la transparencia y el reporte de irregularidades.

7. Normativa Interna de la Empresa

El SAGRILAFT forma parte del sistema de control interno de SMART SHOPPING GROUP S.A.S. y se integra con:

- Reglamento Interno de Trabajo
- Código de Ética y Buen Gobierno
- Políticas de protección de datos personales
- Políticas de uso de tecnología y seguridad de la información
- Procedimientos comerciales y operativos

Estas normas internas permiten materializar la aplicación práctica del sistema dentro de la operación diaria.

8. Estándares y Buenas Prácticas Empresariales

Adicionalmente, el sistema se guía por estándares de buenas prácticas tales como:

- Enfoque basado en riesgo
- Debida diligencia
- Trazabilidad de operaciones
- Control interno y supervisión
- Cultura organizacional de cumplimiento

Estos estándares permiten a la empresa adoptar un enfoque preventivo, adaptable y alineado con las exigencias del mercado.

Parágrafo final. Aplicación del marco normativo

El presente marco normativo constituye la base jurídica para la adopción, implementación y exigibilidad del SAGRILAFI dentro de SMART SHOPPING GROUP S.A.S., y servirá como fundamento para la toma de decisiones, la aplicación de controles y la imposición de medidas disciplinarias cuando corresponda.

5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL SAGRILAFT

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. establece una estructura organizacional clara para la gestión del Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (SAGRILAFT), con el fin de garantizar su adecuada implementación, supervisión y cumplimiento en todos los niveles de la organización.

La responsabilidad del sistema se distribuye de la siguiente manera:

1. Gerencia General

La **Gerencia General** es la máxima autoridad responsable del SAGRILAFT dentro de SMART SHOPPING GROUP S.A.S. y deberá:

- Aprobar el Manual SAGRILAFT y sus actualizaciones
- Definir la política institucional de prevención de LA/FT
- Asignar los recursos humanos, tecnológicos y operativos necesarios para el funcionamiento del sistema
- Supervisar periódicamente la implementación del SAGRILAFT
- Promover una cultura organizacional basada en la legalidad, la transparencia y el control del riesgo
- Respalda las decisiones del responsable del sistema frente a situaciones de riesgo

La Gerencia no podrá delegar la responsabilidad final del sistema, aunque sí las funciones operativas.

2. Responsable del SAGRILAFT / Oficial de Cumplimiento

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. designará un **Responsable del SAGRILAFT (Oficial de Cumplimiento o equivalente)**, quien será el encargado de la administración, seguimiento y control del sistema.

Sus funciones principales serán:

- Coordinar la implementación del SAGRILAFT en toda la empresa
- Identificar, evaluar y monitorear los riesgos de LA/FT

- Recibir, analizar y gestionar reportes internos de operaciones inusuales o sospechosas
- Realizar seguimiento al cumplimiento de las políticas y procedimientos
- Proponer ajustes y mejoras al sistema
- Documentar y mantener evidencia de las actuaciones del sistema
- Servir como punto de contacto interno frente a situaciones de riesgo

Este rol podrá ser desempeñado por un funcionario interno designado por la Gerencia o un tercero contratado, según la estructura de la empresa.

3. Líderes de Área (Comercial, Back Office, Call Center, Administrativo)

Los líderes de área tienen un rol clave en la implementación práctica del SAGRILAF, ya que están en contacto directo con la operación.

Sus responsabilidades incluyen:

- Asegurar que los colaboradores de su equipo conozcan y apliquen el SAGRILAF
- Supervisar el cumplimiento de los procedimientos en su área
- Detectar comportamientos inusuales o inconsistentes
- Escalar de manera oportuna cualquier situación sospechosa
- Apoyar los procesos de seguimiento y evaluación del desempeño
- Asegurar que los procesos operativos incluyan validación y control de información

Los líderes son el primer filtro de control real dentro de la operación.

4. Área Comercial (Ejecutivos de Cuenta y Comerciales en Calle)

El personal comercial tiene **alto nivel de exposición al riesgo**, por lo que sus responsabilidades son críticas.

Deberán:

- Aplicar la debida diligencia en el proceso de vinculación de clientes
- Verificar la autenticidad de la información entregada por los clientes
- Abstenerse de realizar ventas con información incompleta, falsa o inconsistente

- Cumplir estrictamente los procesos de validación definidos por la empresa
- Reportar cualquier situación sospechosa relacionada con clientes o transacciones
- Evitar promesas comerciales engañosas o fuera de los lineamientos establecidos

El incumplimiento en este nivel puede generar riesgos legales directos para la empresa.

5. Personal de Call Center y Canales Digitales

El personal de call center y gestión remota deberá:

- Aplicar los protocolos de validación en cada interacción
- Registrar de manera veraz y completa toda la información de clientes
- Detectar inconsistencias en datos o comportamiento del cliente
- Reportar situaciones sospechosas al líder o responsable SAGRILAFT
- Cumplir con los guiones y procedimientos definidos

Este canal es crítico por el volumen de operaciones y la baja presencialidad.

6. Área de Back Office y Procesos de Legalización

El personal de back office cumple un rol clave en la **validación final de la información**, por lo que deberá:

- Verificar la completitud y consistencia de los documentos
- Validar información contra bases de datos y sistemas
- Evitar la aprobación de procesos que no cumplan requisitos
- Controlar la trazabilidad documental
- Reportar cualquier irregularidad detectada

Este es el **último control antes de formalizar operaciones**, por lo cual es altamente crítico.

7. Responsabilidad de Todos los Colaboradores

Todos los empleados de SMART SHOPPING GROUP S.A.S., sin excepción, deberán:

- Conocer y cumplir el presente Manual
- Actuar con diligencia, ética y transparencia
- Proteger la información de la empresa y de los clientes
- Reportar cualquier situación que pueda representar un riesgo
- Abstenerse de participar directa o indirectamente en actividades irregulares

El SAGRILIFT es una responsabilidad **colectiva, no exclusiva de un área.**

Parágrafo primero. Responsabilidad por omisión

La omisión en la aplicación de los controles, la falta de reporte de situaciones sospechosas o la participación en actividades contrarias al presente Manual podrá generar:

- Sanciones disciplinarias
- Terminación del contrato por justa causa
- Acciones legales en los casos que aplique

Parágrafo segundo. Articulación con el Reglamento Interno

Las funciones y responsabilidades establecidas en este artículo se encuentran alineadas con el Reglamento Interno de Trabajo, especialmente en materia de:

- Deberes del trabajador
- Uso de información
- Conductas indebidas
- Régimen disciplinario

6. METODOLOGÍA DE GESTIÓN DEL RIESGO SAGRILAFT

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. adopta una **metodología sistemática, continua y basada en riesgo** para la gestión del riesgo de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (LA/FT), la cual permite identificar, analizar, evaluar, controlar y monitorear los riesgos a los que está expuesta la organización.

Esta metodología se fundamenta en el principio de **autocontrol empresarial**, combinando prácticas preventivas, correctivas y de seguimiento permanente.

6.1 Etapas de la Gestión del Riesgo

La gestión del riesgo SAGRILAFT en SMART SHOPPING GROUP S.A.S. se desarrolla en las siguientes etapas:

1. Identificación del Riesgo

En esta etapa la empresa identifica los posibles escenarios en los cuales podría verse expuesta a riesgos de LA/FT, teniendo en cuenta su operación, modelo de negocio y canales de venta.

Los riesgos se analizan principalmente en función de:

- **Clientes:** identidad, comportamiento, tipo de empresa o persona
- **Canales:** ventas en calle, call center, digital
- **Productos o servicios:** servicios de telecomunicaciones, activaciones, contratos
- **Jurisdicción:** ubicación geográfica de los clientes

Ejemplo aplicado a SMART SHOPPING:

- Cliente con información incompleta
- Ventas con documentos inconsistentes
- Activaciones sin trazabilidad
- Uso indebido de datos de terceros

2. Medición o Evaluación del Riesgo

Una vez identificados los riesgos, se evalúan en función de:

- **Probabilidad de ocurrencia** (alta, media, baja)
- **Impacto en la empresa** (económico, legal, reputacional)

Cada riesgo se clasifica de acuerdo con su nivel de criticidad, permitiendo priorizar su tratamiento.

Ejemplo:

- Suplantación → alta probabilidad + alto impacto = **riesgo alto**
- Error en registro → baja probabilidad + bajo impacto = **riesgo bajo**

3. Control del Riesgo

En esta etapa se definen los mecanismos para mitigar o reducir los riesgos identificados.

Los controles pueden ser:

- Preventivos (antes de que ocurra el riesgo)
- Detectivos (para identificar irregularidades)
- Correctivos (para actuar cuando el riesgo se materializa)

Ejemplos de controles en SMART SHOPPING:

- Validación documental obligatoria
- Uso de CRM y trazabilidad
- Metas y control de gestión comercial
- Supervisión por líderes
- Restricción de accesos

4. Monitoreo y Seguimiento

Consiste en la revisión constante del comportamiento de los riesgos, asegurando que:

- Los controles funcionan correctamente

- Se identifican nuevas amenazas
- Se toman acciones correctivas oportunas

Incluye:

- Auditorías internas
- Seguimiento a indicadores
- Evaluación de desempeño
- Análisis de casos sospechosos

6.2 Factores de Riesgo en SMART SHOPPING

La empresa ha identificado como principales factores de riesgo LA/FT los siguientes:

1. Riesgo por Clientes

- Clientes con información incompleta o inconsistente
- Dificultad para validar identidad
- Empresas sin trazabilidad clara
- Clientes con comportamientos inusuales

2. Riesgo por Canales

- **Ventas en calle:** difícil validación en tiempo real
- **Call center:** riesgo de suplantación o información falsa
- **Digital:** menor control físico

3. Riesgo por Talento Humano

- Comerciales que priorizan metas sobre validación
- Manipulación de información
- Reportes incompletos o alterados

4. Riesgo por Tecnología

- Uso indebido de accesos
- Filtración de datos
- Falta de trazabilidad en sistemas

6.3 Herramientas de Gestión del Riesgo

SMART SHOPPING implementará herramientas para gestionar el riesgo, tales como:

- Matriz de riesgos SAGRILAFT
- CRM y sistemas de trazabilidad
- Formularios de validación
- Reportes internos
- Indicadores de desempeño

6.4 Enfoque Basado en Riesgo

La gestión del SAGRILAFT se aplicará bajo un enfoque basado en riesgo, lo que implica que:

- Los recursos de control se priorizan en áreas críticas
- No todos los procesos tienen el mismo nivel de control
- Las decisiones se toman con base en la criticidad del riesgo

6.5 Responsabilidad en la Gestión del Riesgo

Cada nivel organizacional participa en la gestión del riesgo:

- Gerencia → supervisión
- Oficial → control y análisis
- Líderes → ejecución
- Colaboradores → cumplimiento

Parágrafo final. Naturaleza preventiva del sistema

La metodología de gestión del riesgo establecida en este Manual tiene un carácter **preventivo y obligatorio**, orientado a:

- Evitar que la empresa sea utilizada para actividades ilícitas
- Detectar operaciones sospechosas
- Proteger la sostenibilidad del negocio

El incumplimiento de los controles establecidos en esta metodología podrá generar consecuencias disciplinarias conforme al Reglamento Interno de Trabajo.

7. MATRIZ DE RIESGO SAGRILAFT – SMART SHOPPING GROUP S.A.S.

Fecha: 01 de octubre de 2025

Metodología: Probabilidad vs Impacto

Escala: Bajo / Medio / Alto

● **RIESGO 1: Suplantación de identidad de clientes**

Factor: Clientes

Área impactada: Comercial / Call Center / Back Office

- **Descripción del riesgo:**
Posibilidad de vincular clientes utilizando información falsa, documentos adulterados o sin autorización del titular.
- **Probabilidad:** Alta
- **Impacto:** Alto
- **Nivel de riesgo:** ● ALTO

Controles existentes:

- Validación documental obligatoria
- Registro en CRM
- Verificación por call center
- Back office valida información

Controles adicionales recomendados:

- Validación cruzada con base de datos
- Doble validación para clientes empresariales
- Grabación obligatoria de confirmaciones

Responsable:

- Comercial
- Call center
- Back office

● **RIESGO 2: Ventas irregulares o fraudulentas**

Factor: Talento humano (comerciales)

Área impactada: Comercial / Facturación / Clientes

- **Descripción:**
Ventas realizadas con información falsa, promesas no autorizadas o manipulación de datos para cumplir metas.
- **Probabilidad:** Alta
- **Impacto:** Alto
- **Nivel:** ● ALTO

Controles existentes:

- Metas comerciales monitoreadas
- Registro obligatorio en CRM
- Seguimiento por líderes

Controles adicionales:

- Auditorías aleatorias de ventas
- Cruce con PQR
- Validación postventa

Responsable:

- Gerencia Comercial
- Líderes comerciales
- Back office

Conectado con reglamento: → Incumplimiento reiterado = **justa causa (Art. 62 CST)**

● **RIESGO 3: Información incompleta o inconsistente de clientes**

Factor: Cliente / proceso

Área: Comercial / Back office

- **Descripción:**
Ingreso de datos incompletos que dificultan trazabilidad o validación.
- **Probabilidad:** Media
- **Impacto:** Alto
- **Nivel:** ● MEDIO-ALTO

Controles:

- Checklists documentales
- Validación por back office
- Rechazo de documentación incompleta

Responsable:

- Comercial
- Back office

● **RIESGO 4: Uso indebido de datos personales**

Factor: Tecnología / talento humano

Área: Toda la empresa

- **Descripción:**
Uso, copia o filtración no autorizada de datos de clientes.
- **Probabilidad:** Media
- **Impacto:** Alto
- **Nivel:** ● MEDIO-ALTO

Controles:

- Política de protección de datos
- Restricción de accesos
- Monitoreo de sistemas

Responsable:

- Todos los empleados

- Oficial SAGRILAF

Conectado con reglamento: → Falta grave o muy grave

● RIESGO 5: Manipulación de reportes o indicadores

Factor: Comercial / Call center

Área: Control operativo

- **Descripción:**
Alteración de información en CRM o reportes para aparentar cumplimiento.
- **Probabilidad:** Media
- **Impacto:** Alto
- **Nivel:** ● MEDIO-ALTO

Controles:

- Auditoría de CRM
- Comparación de datos reales vs sistema
- Supervisión de leaders

● RIESGO 6: Fallas en la trazabilidad de operaciones

Factor: Proceso / tecnología

Área: Back office / sistemas

- **Descripción:**
Imposibilidad de rastrear operaciones o decisiones comerciales.
- **Probabilidad:** Media
- **Impacto:** Medio
- **Nivel:** ● MEDIO

Controles:

- Registro obligatorio en plataformas
- Control documental
- Auditorías de proceso

● **RIESGO 7: Conectividad deficiente en teletrabajo**

Factor: Tecnología

Área: Lead generators / Call center

- **Descripción:**
Pérdida de control operativo o errores por fallas técnicas.
- **Probabilidad:** Media
- **Impacto:** Medio
- **Nivel:** ● MEDIO

Controles:

- Requisitos mínimos de conexión
- Supervisión de tiempos de conexión
- Reportes obligatorios

● **RIESGO 8: Incumplimiento de protocolos internos**

Factor: Talento humano

Área: Todas

- **Descripción:**
No seguir procesos establecidos.
- **Probabilidad:** Baja
- **Impacto:** Medio
- **Nivel:** ● BAJO-MEDIO

Controles:

- Capacitación
- Manuales definidos
- Seguimiento disciplinario

8. ESCALA DE EVALUACIÓN

Nivel	Descripción
● Alto	Requiere control inmediato y seguimiento constante
● Medio-alto	Requiere controles reforzados
● Medio	Control estándar
● Bajo	Seguimiento periódico

8. DEBIDA DILIGENCIA (CONOCIMIENTO DEL CLIENTE)

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. implementa un proceso obligatorio de **Debida Diligencia**, con el fin de garantizar que todos los clientes vinculados a la empresa sean identificados, verificados y validados de manera adecuada, reduciendo el riesgo de lavado de activos, financiación del terrorismo y fraude comercial.

Este proceso será **obligatorio en todas las etapas de la relación comercial**, desde el primer contacto hasta la legalización del servicio.

8.1 Principio de Debida Diligencia

Toda relación comercial deberá cumplir con los principios de:

- **Identificación del cliente**
- **Verificación de la información**
- **Validación documental**
- **Trazabilidad de la operación**

Ninguna venta podrá ser formalizada sin el cumplimiento completo de este proceso.

8.2 ETAPAS DE LA DEBIDA DILIGENCIA

ETAPA 1: RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN (Comercial / Call Center)

El primer responsable es el **comercial o asesor**.

Debe obtener como mínimo:

Para personas jurídicas (empresas):

- Cámara de comercio actualizada
- NIT / RUT
- Documento del representante legal
- Datos de contacto (correo, teléfono, dirección)

Para personas naturales:

- Documento de identidad
- Datos completos de contacto
- Información básica de actividad económica

NO ESTÁ PERMITIDO:

- Recibir información incompleta
- Aceptar documentos ilegibles
- Inventar datos
- Registrar información sin verificar

Esto conecta directamente con faltas graves del reglamento.

ETAPA 2: VALIDACIÓN COMERCIAL (Primer filtro)

El comercial deberá verificar:

- Coherencia entre lo que dice el cliente y los documentos
- Que los datos coincidan
- Que el cliente realmente exista
- Que la operación tenga sentido comercial

Ejemplos de alerta:

- Empresa sin actividad clara
- Cliente que no sabe su propio negocio
- Información inconsistente

ETAPA 3: REGISTRO EN CRM Y TRAZABILIDAD

Todo cliente debe ser registrado en:

- CRM
- Plataforma comercial

- Sistema interno

El registro debe ser:

- Completo
- Veraz
- Trazable
- Sin modificaciones no justificadas

ETAPA 4: VALIDACIÓN BACK OFFICE (CONTROL CRÍTICO)

El equipo de **back office** actúa como **segunda línea de control (OBLIGATORIA)**.

Debe:

- Validar documentos
- Revisar coherencia de la información
- Confirmar cumplimiento de requisitos
- Rechazar casos incompletos o inconsistentes

PROHIBIDO:

- Aprobar ventas incompletas
- Omitir validaciones por presión comercial
- Aceptar documentos dudosos

Este es el punto más importante en defensa legal.

ETAPA 5: VALIDACIÓN FINAL / LEGALIZACIÓN

Antes de activar el servicio:

- Se valida que toda la información esté correcta
- Se confirma que el cliente es legítimo
- Se deja evidencia documental

Si hay dudas → NO SE APRUEBA

8.3 DEBIDA DILIGENCIA REFORZADA

Se aplicará una validación adicional cuando existan señales de riesgo, tales como:

- Información incompleta o inconsistente
- Cliente reticente a entregar documentos
- Cambios frecuentes de datos
- Activaciones sospechosas
- Reclamos o PQR recurrentes

En estos casos:

- Se escala al responsable SAGRILAF
- Se solicita información adicional
- Se detiene el proceso si es necesario

8.4 RESPONSABILIDAD POR NIVEL

Comercial / Call Center

- Recoger información correctamente
- Validar coherencia
- No forzar ventas

Back Office

- Validar documentación
- Rechazar irregularidades
- Garantizar trazabilidad

Líderes

- Supervisar cumplimiento
- Detectar patrones irregulares

Oficial SAGRILIFT

- Analizar casos sospechosos
- Definir acciones

8.5 PROHIBICIONES EXPRESAS

Queda estrictamente prohibido:

- Vender sin documentación completa
- Aceptar información falsa
- Alterar datos del cliente
- Crear clientes ficticios
- Omitir validaciones
- Priorizar metas sobre cumplimiento

Estas conductas constituyen **faltas graves o muy graves**.

8.6 CONSECUENCIAS DEL INCUMPLIMIENTO

El incumplimiento del proceso de debida diligencia podrá generar:

- Llamados de atención
- Suspensiones
- Terminación del contrato por justa causa
- Acciones legales

Conforme a:

- Reglamento Interno
- Artículo 62 CST

8.7 PRINCIPIO DE TRAZABILIDAD

Toda operación debe poder:

Ser rastreada

Ser verificada

Tener soporte documental

Esto es lo que protege a la empresa en auditoría o demanda.

9. SEÑALES DE ALERTA – SAGRILAFT

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. establece un conjunto de **señales de alerta**, entendidas como comportamientos, situaciones o características atípicas que pueden indicar la posible existencia de riesgos asociados al lavado de activos, financiación del terrorismo, fraude o irregularidades en las operaciones comerciales.

Estas señales no constituyen prueba de una conducta ilícita, pero sí representan indicios que deben ser **analizados, documentados y, cuando corresponda, reportados**.

El reconocimiento oportuno de estas señales es una responsabilidad compartida por todos los colaboradores.

9.1 Señales de alerta relacionadas con clientes

Se consideran señales de alerta, entre otras:

- Clientes que **se niegan a entregar información completa o documentación requerida**
- Información inconsistente entre documentos (nombre, NIT, dirección, etc.)
- Empresas recién creadas sin actividad clara o verificable
- Clientes que **no conocen su propia actividad comercial**
- Uso frecuente de intermediarios sin justificación clara
- Clientes que solicitan procesos rápidos evitando controles

9.2 Señales de alerta en el proceso comercial

Especialmente críticas para comerciales y call center:

- Ventas con datos incompletos o inconsistentes
- Presión indebida para cerrar ventas sin validación
- Uso de documentos de terceros sin soporte claro
- Ofertas o condiciones comerciales no autorizadas
- Clientes que cambian constantemente de información durante el proceso

- Cantidad inusual de ventas en corto tiempo sin respaldo claro

En SMART SHOPPING este es uno de los riesgos más altos.

9.3 Señales de alerta en comportamiento del cliente

- Cliente que evita contacto directo
- Uso de diferentes números o correos sin justificación
- Respuestas evasivas o incoherentes
- Clientes que no aceptan verificación
- Solicitudes repetitivas de modificación de datos

9.4 Señales de alerta en documentación

- Documentos ilegibles o incompletos
- Alteraciones visibles en documentos
- Inconsistencia entre documentos entregados
- Documentos vencidos o inválidos
- Información duplicada en diferentes clientes

9.5 Señales de alerta en canal Call Center y digital

- Cliente que responde con información contradictoria
- Uso sospechoso de canales digitales
- Grabaciones con inconsistencias
- Respuestas automatizadas o no coherentes
- Solicitudes realizadas por terceros sin autorización

9.6 Señales de alerta en Back Office

- Expedientes incompletos que pasan múltiples filtros
- Validaciones omitidas o no documentadas

- Presión para aprobar procesos sin requisitos
- Diferencias entre lo reportado por comerciales y lo documentado
- Activaciones sin trazabilidad clara

9.7 Señales de alerta relacionadas con colaboradores

MUY IMPORTANTE para protección de la empresa:

- Comerciales que priorizan metas sobre validación
- Alteración de información en CRM
- Rechazo a controles o supervisión
- Uso indebido de bases de datos
- Alta tasa de errores o reclamaciones asociadas a un colaborador
- Reincidencia en incumplimiento de procedimientos

9.8 Señales de alerta operativas y sistémicas

- Picos inusuales en activaciones
- Altos niveles de PQR o cancelaciones tempranas
- Diferencias entre sistemas
- Actividades sin registro en CRM
- Pérdida de trazabilidad

9.9 Tratamiento de señales de alerta

Cuando se identifique una señal de alerta:

1. **El colaborador deberá reportarla inmediatamente** a su líder o al responsable SAGRILAFT
2. Se realizará un **análisis preliminar**
3. Se podrá:
 - Solicitar información adicional

- Detener el proceso
- Escalar el caso

NUNCA se debe ignorar una señal de alerta

9.10 Prohibición de omisión

Queda estrictamente prohibido:

- Ignorar señales de alerta
- Continuar procesos a pesar de inconsistencias
- Omitir controles por presión comercial
- No reportar situaciones sospechosas

9.11 Consecuencias del incumplimiento

El incumplimiento en la gestión de señales de alerta podrá generar:

- Llamados de atención
- Sanciones disciplinarias
- Terminación del contrato por justa causa

Conforme a:

- Reglamento Interno
- Artículo 62 del Código Sustantivo del Trabajo

Parágrafo final

Las señales de alerta constituyen un mecanismo fundamental para la prevención del riesgo y deben ser consideradas como una herramienta de protección tanto para la empresa como para los colaboradores.

Su gestión adecuada contribuye a garantizar la legalidad, transparencia y sostenibilidad de SMART SHOPPING GROUP S.A.S.

10. REPORTE DE OPERACIONES SOSPECHOSAS (ROS)

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. establece el presente procedimiento para el **reporte, análisis y gestión de operaciones inusuales o sospechosas**, con el fin de garantizar la oportuna identificación de riesgos asociados al lavado de activos, financiación del terrorismo, fraude o irregularidades en la operación.

10.1 Definición de Operación Sospechosa

Se entenderá como **operación sospechosa** toda aquella situación, comportamiento, transacción o actividad que:

- No tenga justificación clara
- No guarde coherencia con la actividad del cliente
- Presente inconsistencias o irregularidades
- Genere dudas razonables sobre su legalidad

Puede surgir a partir de una o varias señales de alerta.

10.2 Principio de Reporte Obligatorio

Todos los colaboradores tienen la obligación de:

Reportar cualquier situación sospechosa

Hacerlo de manera inmediata

No omitir información relevante

Actuar con buena fe

Ningún colaborador podrá ignorar una operación sospechosa.

10.3 Flujo de Reporte de Operaciones Sospechosas

ETAPA 1: Detección

El proceso inicia cuando un colaborador identifica una señal de alerta en:

- Clientes
- Documentación

- Proceso comercial
- Comportamiento del cliente
- Uso de información

Principalmente detectado por:

- Comerciales
- Call center
- Back office

ETAPA 2: Reporte Interno

El colaborador deberá reportar inmediatamente la situación a:

- Su líder directo
o
- El responsable SAGRILAFT

El reporte puede hacerse a través de:

- Correo institucional
- Formato definido por la empresa
- Canal interno establecido

ETAPA 3: Registro del Caso

Toda situación reportada deberá:

- Ser documentada
- Tener fecha
- Identificar responsable
- Describir la situación

Esto permite trazabilidad completa.

ETAPA 4: Análisis del Caso

El responsable SAGRILAFT deberá:

- Revisar la información
- Solicitar soporte adicional
- Analizar el nivel de riesgo
- Determinar si la operación es:
 - Normal
 - Inusual
 - Sospechosa

ETAPA 5: Decisión

Dependiendo del análisis, se podrá:

Aprobar operación (si no hay riesgo)
Solicitar correcciones
Rechazar operación
Escalar a Gerencia
Activar medidas disciplinarias

ETAPA 6: Cierre y Seguimiento

El caso debe:

- Quedar documentado
- Tener una decisión final
- Hacer seguimiento si aplica

10.4 Confidencialidad del Reporte

Toda la información relacionada con reportes de operaciones sospechosas será tratada con:

- Confidencialidad

- Reserva
- Uso exclusivo para fines internos

El colaborador que reporta será protegido.

10.5 Protección del Colaborador

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. garantiza que:

No habrá represalias contra quien reporte de buena fe

Se protegerá la identidad del colaborador

El reporte no afectará su posición laboral

10.6 Prohibiciones

Se prohíbe expresamente:

- Omitir reportes
- Ocultar información relevante
- Alterar evidencia
- Permitir operación pese a sospechas
- Tomar decisiones sin autorización

10.7 Consecuencias del Incumplimiento

El incumplimiento del proceso de reporte podrá generar:

- Llamados de atención
- Sanciones disciplinarias
- Despido por justa causa
- Acciones legales

Conforme a:

- Reglamento Interno
- Artículo 62 CST

10.8 Evidencia y Soporte

Toda operación sospechosa deberá contar con:

- Registro documental
- Evidencia de análisis
- Decisión trazable

Esto es clave en caso de auditoría o investigación.

Parágrafo final

El reporte de operaciones sospechosas constituye un pilar fundamental del SAGRILAF, ya que permite a SMART SHOPPING GROUP S.A.S. actuar de manera oportuna frente a riesgos potenciales, fortaleciendo la cultura de prevención y la protección de la organización.

11. CAPACITACIÓN Y CULTURA SAGRILAFT

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. implementará programas de capacitación continua en SAGRILAFT con el fin de garantizar que todos los colaboradores comprendan, apliquen y refuercen los controles establecidos en el sistema.

11.1 Objetivo de la Capacitación

Fortalecer la cultura organizacional en materia de:

- Prevención de LA/FT
- Cumplimiento normativo
- Identificación de riesgos
- Reporte de operaciones sospechosas

11.2 Alcance de la Capacitación

Será obligatoria para:

- Todo el personal de la empresa
- Nuevos ingresos (inducción)
- Áreas críticas:
 - Comerciales
 - Call center
 - Back office

11.3 Modalidades

- Capacitaciones presenciales
- Virtuales
- Material digital
- Socialización vía intranet o plataformas

11.4 Periodicidad

- Inducción al ingreso
- Reinducción anual
- Refuerzo cuando haya cambios normativos o internos

11.5 Evaluación

Se podrá realizar evaluación del conocimiento y seguimiento del cumplimiento.

Parágrafo

La no participación injustificada en capacitaciones será considerada incumplimiento laboral.

12. CONSERVACIÓN Y GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. garantizará la conservación adecuada de toda la información relacionada con el SAGRILAFT.

12.1 Tipos de Información a Conservar

- Documentos de clientes
- Validaciones realizadas
- Reportes de operaciones sospechosas
- Registros en CRM
- Soportes de decisiones

12.2 Tiempo de Conservación

La información deberá conservarse por un período mínimo de:

Cinco (5) años

o el término que la normatividad vigente establezca.

12.3 Medio de Conservación

- Digital (Drive / SharePoint / CRM)
- Físico (cuando aplique)

12.4 Condiciones

La información debe ser:

- Accesible
- Segura
- Trazable
- Íntegra

Parágrafo

La pérdida, alteración o eliminación no autorizada de información será considerada falta grave o muy grave.

13. RÉGIMEN SANCIONATORIO SAGRILAFT

El incumplimiento de las disposiciones del presente Manual dará lugar a la aplicación de sanciones disciplinarias, conforme al Reglamento Interno de Trabajo.

13.1 Conductas sancionables

Entre otras:

- No aplicar debida diligencia
- Omitir señales de alerta
- No reportar operaciones sospechosas
- Validar clientes sin documentación
- Manipulación de información
- Uso indebido de datos personales

13.2 Tipos de sanción

Dependiendo de la gravedad:

- Llamados de atención
- Suspensiones
- Terminación del contrato por justa causa
- Acciones legales

Fundamento legal:

Artículo 62 del Código Sustantivo del Trabajo

13.3 Relación con Reglamento Interno

Este régimen se entiende integrado con:

- Faltas leves
- Faltas graves
- Faltas muy graves

ya definidas en el Reglamento Interno de Trabajo.

14. ACTUALIZACIÓN DEL SISTEMA

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. mantendrá el SAGRILAFT como un sistema dinámico.

14.1 Revisión del Manual

El Manual será revisado:

- Mínimo **una vez al año**
- Cuando existan cambios operativos
- Cuando cambie la regulación
- Cuando se detecten fallas en el sistema

14.2 Responsable de la actualización

- Responsable SAGRILAFT
- Aprobación por Gerencia

14.3 Divulgación

Toda actualización será comunicada a los colaboradores a través de:

- Intranet
- Correo
- Plataformas institucionales

15. DISPOSICIÓN FINAL DEL SISTEMA

El presente Manual SAGRILAFT:

- Constituye el marco oficial de prevención de LA/FT
- Es de obligatorio cumplimiento
- Aplica a toda la organización

CONCLUSIÓN FINAL DEL MANUAL

SMART SHOPPING GROUP S.A.S. reafirma su compromiso con una gestión empresarial:

- Transparente
- Responsable
- Legal
- Controlada

entendiendo que la prevención del riesgo de lavado de activos y financiación del terrorismo es un elemento esencial para la sostenibilidad del negocio.

APROBACIÓN



DANIEL ESTEBAN VASQUEZ GUAQUETA

1003540877 de Fusagasugá – Cund.

Representante Legal

SMART SHOPPING GROUP S.A.S.