



**Instituto de Previsión Social de la Fuerza Armada**

**Gerencia General**

**Oficina de Cumplimiento Contra el Lavado de Dinero**

**POLÍTICAS INSTITUCIONALES  
PARA CONOCER AL CLIENTE**

---

*Unidad de Desarrollo Organizacional*

*Junio de 2009*



## CONTENIDO

	<i>No. de Pág.:</i>
<b>I. Introducción</b>	<b>1</b>
<b>II. Objetivos d l Política</b>	<b>2</b>
<b>III. Fundamento Legal</b>	<b>3</b>
<b>IV. Políticas</b>	<b>4</b>
Generales	4
Identificación del Cliente	4
Diligenciamiento de Formularios	5
Solicitud de Documentos de Soporte	6
Verificación de Datos	6
Consulta de Listas Específicas	6
Solicitud de una Declaración Jurada	7
Conservación y Organización de la Información	7
Actualización de Datos y Documentos	7
<b>V. Disposiciones Finales</b>	<b>8</b>
<b>VI. Bitácora</b>	<b>9</b>

## **I. INTRODUCCIÓN**

Para muchas personas el conocimiento del cliente es la obligación que los sujetos obligados tienen de identificar a sus clientes y la prohibición de prestar servicios a personas no identificadas. Sin embargo, las autoridades de los diferentes países, en desarrollo de las recomendaciones internacionales, han ido más allá y demandan controles suplementarios como desarrollo de la Política de Conocimiento del Cliente. Por esta razón, es importante que usted conozca los alcances de esta figura y la utilidad que tiene para los fines de toda entidad.

Para efectos de la prevención al lavado de dinero y activos, el conocimiento del cliente desde el punto de vista del mercado y desde el punto de vista social son útiles pero no suficientes. Las políticas de conocimiento del cliente en toda entidad deben ser un esfuerzo organizado para recolectar la información relevante que nos permite detectar y analizar operaciones sospechosas. Todo el esfuerzo de los sujetos obligados por conocer a sus clientes tiene dos propósitos generales:

- a) Servir de medida disuasiva para alejar a los lavadores de la entidad.
- b) Permitir la detección de operaciones inusuales y la determinación de operaciones sospechosas, que deben reportarse a las autoridades.

No obstante lo anterior, se debe entender la política para el conocimiento del cliente, para efectos de la prevención al lavado de dinero y activos como parte integral de su negocio e integrarla a los demás esfuerzos que se hacen por conocer al cliente en otras áreas. De esta forma, el conocimiento del cliente desde el punto de vista del mercadeo sirve como guía para la política de prevención al lavado de dinero y activos, y a su vez, la labor de prevención lavado de dinero y activos puede arrojar información valiosa que se traduce en un mejor servicio a los clientes.



## II. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

Las Políticas Institucionales para el Conocimiento del Cliente, no debe mirarse como una actividad aislada que no cumple con los objetivos principales del Instituto. Por el contrario, una política efectiva para el Conocimiento del Cliente puede servir de base para una exitosa gestión comercial y de administración del riesgo.

El Objetivo de estas Políticas y de los controles relacionados es establecer principios para:

- Asegurar la conformidad con la legislación, reglamento e instructivo que disciplinan la prevención del Lavado de Dinero y Activos.
- Minimizar riesgos operativos, legales y de reputación a los cuales el Instituto pueda estar sujeto, en caso se utilice para el lavado de dinero, mediante la adopción de un efectivo sistema de monitoreo de transacciones, procedimientos y controles internos.
- Proteger la reputación e imagen de la institución.
- Establecer un buen conocimiento del cliente que nos permita saber de sus características y así contribuir a ser una institución confiable.
- Establecer los procesos o aspectos que conforman la Política de Conocimiento del Cliente.
- Establecer la prevención y control de la ocurrencia de operaciones de lavado así como la administración del riesgo reputación sancionatorio.

Otros objetivos que persiguen las Políticas para el Conocimiento del Cliente son:

### **Objetivo Comercial**

Conocer al Cliente nos permite conocer sus características como consumidor de servicios financieros, para ofrecer productos adicionales o novedosos. Los retos del mercado actual

exigen que las entidades conozcan las preferencias y los hábitos de consumo de sus clientes, toda esta información, debidamente analizada, permite personalizar y mejorar el servicio.

### **Objetivo Preventivo o de Control**

Ejercer las Políticas para el Conocimiento del Cliente, no solamente previene y controla la ocurrencia de operaciones de lavado de dinero y activos. Una entidad bien informada sobre la actividad económica de su cliente puede evitar otros delitos contra la entidad como el fraude.

### **Objetivo de Administración del Riesgo**

La esencia del negocio financiero es la administración del riesgo. Un seguimiento constante de las operaciones de los clientes, en particular y en su conjunto, permite evaluar correctamente el riesgo crediticio y tomar acciones frente a otros riesgos como el fraude.

## **III. FUNDAMENTO LEGAL**

- Ley Contra el Lavado de Dinero y de Activos  
Art. 10, literal e)



## IV. POLÍTICAS

### GENERALES

Se deberá recolectar y analizar información relevante sobre su identidad y su actividad económica del cliente. Esta información proviene de diferentes fuentes, públicas y privadas, y conforman un conjunto de datos que le sirven para conocer el riesgo relativo de cada uno de sus clientes frente a operaciones de lavado.

1. Todos los documentos y los datos recolectados en desarrollo de esta política servirán de sustento para detectar operaciones sospechosas y encontrarle justificación a operaciones que aparecían como tal a primera vista.
2. Los aspectos o labores que conforman el Conocimiento del Cliente son:
  - Identificación del cliente.
  - Diligenciamiento de formularios.
  - Solicitud de documentos de soporte
  - Verificación de datos.
  - Consulta de Listas Específicas.
  - Solicitud de una declaración jurada.
  - Conservación y organización de la información.
  - Actualización de datos y documentos.

### IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE

En términos sencillos, identificar es asegurarse que la persona que se acerca a la entidad no es otra, es decir no es suplantada o está actuando con una identidad falsa.

3. Todo personal que trabaje directamente con el cliente, deberá identificarle con el nombre y el número de documento de identidad (DUI). Se deberá dejar constancia que las personas que visitaron nuestra institución fueron efectivamente ellas quienes realizaron las operaciones o transacciones.

4. Se deberá realizar un cotejo o comparación de la firma, la fotografía y la huella dactilar en documentos que se presumen auténticos, frente a los documentos presentados por el cliente o usuario.
5. Los documentos que pueden ser utilizados para identificar personas naturales son documento de identidad (DUI) y licencia de conducir; en caso de tratarse de una persona extranjera, deberá solicitarse el pasaporte y/o carné de residente si es el caso. Para identificar las personas jurídicas se solicitarán algunos de los siguientes documentos: contratos sociales, estatutos, registro mercantil, documentos notariales, documentos de identificación tributaria, licencias o registros especiales.
6. Adicional a los documentos solicitados en la política anterior, se deberá solicitar referencias personales, laborales, bancarias o comerciales que tienen el propósito de determinar la existencia real de la persona, vincularla con otros individuos o empresas, y facilitar la verificación de los datos básicos.
7. Para los casos que se presenten personas a realizar operaciones por terceros, se exigirán los documentos de identificación personal y un poder judicial; y se solicitará el visto bueno del Departamento Jurídico.

## **DILIGENCIAMIENTO DE FORMULARIOS**

No basta con identificar a la persona, es necesario consignar la información en formularios.

8. Al momento de identificar al cliente, el empleado, deberá anotar los datos básicos y la información financiera del cliente, en tal forma que ésta pueda ser utilizada cuando se requiera.
9. Los formularios que utilizan las distintas áreas en donde se registra la información que permite obtener un conocimiento del cliente, deberán ser llenados adecuadamente.

## **SOLICITUD DE DOCUMENTOS DE SOPORTE**

Si bien existe el principio de buena fe, la información suministrada por los clientes debe ser verificada y soportada.

10. El empleado deberá solicitar al cliente, ciertos documentos originales para comprobar la veracidad de la información suministrada. En ciertos eventos se deberá conservar copias u originales de algunos de estos documentos como formatos, declaraciones, contratos, copia de DUI, etc.

## **VERIFICACIÓN DE DATOS**

La obligación de verificar la información suministrada, de la cual se hizo referencia en el punto anterior, puede cumplirse de varias formas, según el riesgo que implique la transacción, la experiencia de la entidad y las posibilidades prácticas.

11. Se deberá consultar información pública y fácilmente disponible para corroborar los datos suministrados por el cliente, fuentes como la guía telefónica y las autoridades que certifican antecedentes judiciales, cuando esta información está disponible.
12. Se deberá considerar tomar medidas adicionales y visitar al cliente en sus instalaciones domiciliarias para confirmar que la información suministrada es verdadera.

## **CONSULTA DE LISTAS ESPECÍFICAS**

Se pueden utilizar las listas que diferentes autoridades expiden con el propósito de alertar sobre los antecedentes de ciertas personas o empresas.

13. Las listas de consultas especiales deben ser utilizadas con sumo cuidado, pues la existencia de homónimos puede generar inconvenientes en su aplicación. Entre las listas que podemos consultar dentro de nuestro sistema financiero se encuentran la

Central de Riego de la Superintendencia del Sistema Financiero, DICOM y otra que muestre información financiera; para efectos del narcotráfico, es muy conocida internacionalmente las listas de la OFAC.

### **SOLICITUD DE UNA DECLARACIÓN JURADA**

Es sumamente importante informar al cliente de la necesidad de contar con información verdadera y exacta sobre su identidad y su actividad económica. Muchas veces los clientes abordan los formatos de la Política de Conocimiento del Cliente sin la debida atención, pues asumen que se trata de un trámite rutinario sin mayores consecuencias.

14. El empleado deberá solicitarle a los clientes que certifiquen la veracidad de la información suministrada mediante una Declaración Jurada.

### **CONSERVACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

La información que se recopila en desarrollo de las Políticas para el Conocimiento del Cliente, tiene como propósito servir de sustento para el análisis de operaciones.

15. Las diferentes áreas que por naturaleza de sus labores tengan relación con el cliente, deberán resguardar en el Archivo General los documentos físicos, durante el tiempo que establezca la Ley.

### **ACTUALIZACIÓN DE DATOS Y DOCUMENTOS**

Algunos de los datos que el cliente suministra al momento de su vinculación tienen baja probabilidad de cambiar con el tiempo. Por el contrario, la información financiera es por esencia cambiante, y por lo tanto es necesario actualizarla constantemente.



## **V. DISPOSICIONES FINALES**

- ❖ El presente documento entrará en vigencia a partir de la fecha de su autorización, dejando sin efecto cualquier anterior a éste.
- ❖ Toda modificación a su contenido, deberá ser canalizada a través de la Unidad de Desarrollo Organizacional.
- ❖ La aprobación de cualquier cambio a los procesos de trabajo establecidos, será responsabilidad exclusiva del Jefe de la Unidad o Gerente de Área respectivo. Así mismo, todo cambio deberá quedar debidamente documentado.