



**INFORME DEL REPRESENTANTE LEGAL SOBRE RECOMENDACIONES DEL DEFENSOR  
DEL CONSUMIDOR FINANCIERO AL SISTEMA DE ATENCIÓN AL CLIENTE (SAC)  
COMPAÑÍA DE FINANCIAMIENTO TUYA S.A.  
AÑO 2022**

De conformidad con lo estipulado en el numeral 1.7.3. de la Parte I, Título IV, Capítulo II de la Circular Externa 014 de 2014, y a lo dispuesto en el numeral 2.7.3.3 de la Parte I Título III, Capítulo II de la Circular Externa 013 de 2022, emitidas por la Superintendencia Financiera de Colombia, nos permitimos presentar los planes de acción propuestos por nuestra Compañía respecto de las recomendaciones realizadas por el Defensor del Consumidor Financiero en el informe anual de la Defensoría correspondiente al año 2022.

Es importante mencionar que de manera bimestral nuestra Compañía y la Defensoría del Consumidor Financiero realizan reuniones con la finalidad de compartir información acerca de las tipologías de requerimientos recibidos por dicho canal, así como la revisión del comportamiento de estos dentro de los periodos evaluados, el indicador de favorabilidad y el índice de reclamaciones por producto. Asimismo, durante las reuniones se han puesto de presente tanto por parte de la Defensoría como por la administración, distintos temas de interés para el consumidor financiero, así como la evaluación de problemáticas y la definición de planes de acción.

A continuación, nos permitiremos pronunciarnos respecto de cada una de las recomendaciones realizadas por el Defensor del Consumidor Financiero en el informe anual de la Defensoría del año 2022, y expondremos cada una de las acciones que la Compañía ha definido para la mitigación de la causa raíz de las diferentes tipologías:

**1. Activación de tarjetas, facturación, alternativas de pago, pagos y bloqueos:**

Para el proceso de activación de tarjetas se han venido ajustando funciones de activación del Centro de Atención de Tarjetas (CATT), para que los clientes que reciben su tarjeta de crédito a domicilio y que se acerquen a preguntar por la activación, puedan tener una solución en primer contacto, sin necesidad de crear una solicitud a través de CRM, y adicionalmente, puedan activar su tarjeta para uso inmediato.

Asimismo, se habilitó la página web como nuevo canal de activación, lo cual permite mayor autogestión por parte del cliente para lograr la activación de su tarjeta de forma inmediata y esta posibilidad es comunicada a los clientes al momento de la entrega de su tarjeta.

Adicional a lo anterior, se han desarrollado otras estrategias de intervención a procesos relevantes en este frente, tales como nuevas formas contingentes de validación de identidad para casos de indisponibilidad de biometría, personal exclusivo para el monitoreo en línea de los documentos para agilizar la activación, entre otros.

En cuanto al proceso de bloqueos se ha venido realizando una revisión integral de esta tipología, con el fin de identificar oportunidades de mejora y sus correspondientes planes de acción entre los que cabe resaltar desarrollos que permiten la solución al cliente en primer contacto cuando se presentan bloqueos en su medio de pago. Cabe aclarar que se continúa con el seguimiento e



implementación de iniciativas que permitan disminuir los requerimientos a los clientes por esta casuística.

En el frente de facturación, se fortaleció el proceso de explicación de los extractos con el fin de entregar esta información de una forma más clara para el cliente. Igualmente, se realizó un refuerzo en la capacitación para aquellos asesores que, luego del monitoreo realizado, se identificaron con oportunidad de mejora en esta materia. Asimismo, se implementaron videos con la explicación del extracto y se realizaron envíos de estos a clientes reincidentes en solicitudes por facturación y clientes primera cuota.

Asimismo, con el objetivo de atacar la causa raíz de las quejas interpuestas por la tipología de alternativas de pago, la Compañía ha realizado una asignación de personal exclusivo para la aplicación de dichas alternativas, y se han implementado controles en el proceso que permiten mitigar los riesgos asociados a dicha tipología.

En el frente de pagos, se levantaron controles para monitorear el tiempo de aplicación de estos y así levantar alertas tempranas cuando se evidencien demoras en el proceso y se ha implementado un monitoreo continuo de los requerimientos de los clientes que nos permitan trabajar en planes de acción más oportunos atacando la causa raíz de las reclamaciones.

## **2. Controles y monitoreos para mitigación del fraude.**

Durante el año 2022 continuamos fortaleciendo las capacidades analíticas en los procesos de detección de fraudes que nos permiten ser más precisos basados en el análisis del comportamiento transaccional de nuestros clientes, implementando seguimientos en ciclo corto lo que facilita ajustar los controles con mayor oportunidad.

Lo anterior, permitió obtener resultados muy positivos en los indicadores que miden la gestión del fraude, siendo algunos de los más relevantes el porcentaje de detección, el cual tuvo un desempeño superior al 70%; el indicador de falsos positivos que mide la efectividad de las reglas de monitoreo obtuvo un desempeño de 10:1. que nos ubica en una posición muy favorable comparados con el *benchmark* de la industria.

En términos de tecnología para apalancar nuestra estrategia de seguridad, contamos con diferentes herramientas que facilitan la protección de nuestra Compañía y clientes, las cuales se enfocan en la prevención de ataques masivos en originación de productos, autenticación de clientes, monitoreo transaccional y de canales. Dichas herramientas y la experiencia de nuestro equipo humano permitieron la participación en las diferentes iniciativas y proyectos de la Compañía, acompañando a los equipos en la evaluación de riesgos de posibles brechas de fraude interno y externo, permitiendo así la salida de productos que cumplan con el balance entre seguridad y experiencia.

Derivado de lo expuesto y buscando proteger las interacciones de nuestros clientes con sus productos y canales, se implementó una metodología de trabajo colaborativo entre diferentes líneas de experticia que permite desarrollar estrategias de mitigación de fraudes basadas en el ciclo integral de prevención que consta de: i) Prevención, ii) Detección, y iii) Investigación.

Asimismo, la industria tuvo un incremento de fraudes a través de diferentes tipologías, que al final concluyó con un resultado de 21 puntos base a nivel sector; sin embargo, gracias a las gestiones



de prevención realizadas por la Compañía se logró llegar a un indicador de 8 puntos base. Es de resaltar que durante el año 2022 se logró prevenir un valor de \$2.198 millones por la declinación en línea de transacciones inusuales detectadas por las reglas de monitoreo, que posteriormente fueron confirmadas como intentos de fraude.

En adición a lo anterior, la detección de fraude a partir de las gestiones en el monitoreo transaccional, permitieron mitigar su materialización y proteger a los clientes ante posibles eventos de vulneración de sus productos. Se resalta que en esta gestión se logró la protección de cupos por \$31.424 millones pertenecientes a tarjetas que presentaron alguna alerta de fraude.

Entendiendo que una de las tipologías con mayor incremento a nivel de industria durante 2022 para el fraude en utilidades fue la de pérdida y/o hurto de tarjeta y posteriores transacciones presentes, encaminamos esfuerzos desde la analítica para la generación de un modelo que nos permitiera atender de manera temprana la detección de desviaciones del comportamiento transaccional del cliente. Asimismo, nos encontramos en el despliegue de una segmentación por clúster de comercios que nos permitan, de acuerdo con sus niveles de facturación, determinar comportamientos de compras atípicos de acuerdo con los montos y velocidad con la que se transa en los mismos.

Finalmente, es importante reiterar la relevancia que tiene para nuestra Compañía el riesgo de fraude, el cual está catalogado como uno de los 10 riesgos empresariales y, por este motivo, uno de los principales focos de Tuya consiste en el fortalecimiento de todas las estrategias y herramientas que apoyan la mitigación de dicho riesgo, incluyendo iniciativas de educación financiera, con el fin de sensibilizar a nuestros consumidores frente a la importancia del cuidado de sus datos, el riesgo al que se exponen al proporcionar la información de sus productos y las diferentes técnicas usadas por los defraudadores para lograr acceder a su información sensible.

### **3. Educación Financiera:**

Durante el año 2022 adelantamos diferentes iniciativas con el propósito de acompañar y ser parte de la cotidianidad de nuestros clientes y empleados, guiándolos para que mejoren su relación con el dinero y cambien sus comportamientos alrededor de las finanzas. Tuvimos como foco el acompañamiento, bienestar e inclusión financiera y desplegamos las siguientes acciones:

Durante el segundo semestre del 2022 logramos la “Certificación Sello de Educación Financiera” otorgada por la Superintendencia Financiera de Colombia, lo cual es un reconocimiento al compromiso con la educación, la pertinencia, calidad e idoneidad del programa en la categoría “Gestión de Capacidades”. Esta certificación resulta importante para la nuestra Compañía porque apuntamos a ser reconocidos entre las entidades del sector financiero como referentes en educación financiera. Hoy en día estamos ubicados en el 4 puesto del ranking de las entidades a las que les han otorgado el sello en el nivel 1.

Se crearon dos módulos nuevos en la Universidad Tuya (plataforma interna de gestión del conocimiento), que buscan entregar nuevas herramientas a nuestros colaboradores con el propósito de poder acompañar a los clientes en el manejo responsable de los productos, contribuyendo así a su salud financiera.

Asimismo, a partir de la identificación de las necesidades de los clientes en materia de información, se rediseñaron las Guías de Educación Financiera con la finalidad de fortalecer el



proceso de suministro de información clara, transparente y oportuna a los Consumidores Financieros antes y durante su relación contractual con Tuya.

Cabe resaltar que las iniciativas de Educación Financiera desplegadas por nuestra Compañía se construyen a partir de los temas críticos identificados por Tuya y adicionalmente de los resultados del indicador de Conocimiento Financiero a través del cual se mide el nivel de conocimiento de nuestros clientes sobre temas relevantes en esta materia.

Finalmente, se continuó con la campaña “Hiperatentos” en materia de Educación financiera, con el fin de que nuestros clientes sean conscientes al momento de brindar información de sus productos financieros y personales a través de diferentes medios y de esta manera evitar posibles suplantaciones.

#### **4. Respecto del Top 5 de quejas:**

Es importante mencionar que tal y como lo ha mencionado el Defensor del Consumidor Financiero en su informe anual de 2022, el top de quejas de la Compañía presenta en la mayoría de sus tipologías una tendencia decreciente derivada de las campañas adelantadas por la entidad para generar cultura financiera entre los clientes.

Asimismo, durante todo el año 2022 se realizaron reuniones mensuales con la participación de las diferentes áreas de la Compañía, con el fin de realizar un seguimiento general del SAC y de sus principales indicadores, tales como el top de quejas, top de aclaraciones, el indicador de oportunidad, las tipologías de requerimientos realizados por los diferentes entes de control, entre otros. Asimismo, se revisó de manera conjunta con cada una de las áreas responsables la causa raíz de dichos requerimientos, así como los respectivos planes de acción a implementar para mitigarlas. Todas las acciones anteriormente descritas, derivaron en la disminución para el 2022 de un 20% del total de requerimientos Compañía, comparado con los requerimientos recibidos durante año 2021.

Finalmente, es importante mencionar que el actuar de la Compañía ha estado enfocado en el principio del trato justo, razón por la cual se propende en todo momento garantizar la atención de las necesidades y expectativas de los consumidores financieros, brindar acceso a información clara, transparente y oportuna, acorde con sus necesidades y garantizar el ejercicio oportuno de sus derechos a través de un adecuado proceso de atención de quejas o reclamos.

Cordialmente,

CARLOS IVÁN VILLEGAS RODRÍGUEZ  
Presidente