

## **Protocolo de Buenas Prácticas para los intermediarios del mercado de valores**

***OBJETIVO: el presente Protocolo será adoptado de manera voluntaria por la mayor variedad de intermediarios del mercado de valores, y procura promover las mejores prácticas en el ejercicio de su respectiva actividad, que van más allá de lo requerido por la legislación y la normativa, para propiciar relaciones más justas y equitativas con sus clientes.***

***De conformidad con el presente Protocolo, se entiende que un proveedor de servicios del mercado de valores observa y aplica buenas prácticas para con sus clientes en la medida que:***

1. Se ocupa de que sus clientes conozcan el código de conducta de la empresa. Para ello, el intermediario ha creado mecanismos e incentivos apropiados para promover que se cumpla con el código.
2. Brinda la información más completa y detallada posible al cliente, en todas las etapas: precontractual, ejecución de las operaciones y poscontractual, y se asegura de que las comprenda.
3. Brinda la información en lenguaje sencillo y comprensible para cualquier tipo de cliente, y evita utilizar términos técnicos ajenos al conocimiento del inversionista.
4. Suministra toda la información al cliente sobre las características, los riesgos y consecuencias de comprar o vender cada tipo de cuenta, producto o servicio, y procura asegurarse de que el cliente lo comprenda.
5. Cuando se trate de operaciones que impliquen endeudamiento, se asegura de que el cliente comprenda los riesgos y consecuencias de esa estrategia.
6. Informa sobre los riesgos específicos de participar en productos derivados, mercados no regulados y operaciones en mercados internacionales, y se asegura de que el inversionista lo comprenda.
7. Informa al cliente si delega o terceriza cualquiera de sus funciones o actividades a otra persona física o jurídica, así como las consecuencias de dicha delegación. Además, se asegura de que dichos terceros cumplan con la normativa respectiva.
8. Informa, por diferentes medios, que es una entidad regulada y supervisada por la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL), y la fecha de autorización de operaciones.
9. Informa sobre las relaciones que tenga con otros proveedores relacionados con los productos y servicios ofrecidos, en particular cuando puedan suponer conflictos de interés, así como si son entidades del mismo grupo de interés económico.

10. Revela los posibles conflictos de interés que pueda tener con el inversionista en la gestión de los servicios, y la manera en que los gestiona.
11. Informa desde el primer contacto, y en forma recurrente cuando ya han creado una relación comercial, que son una entidad afiliada a la Oficina del Consumidor Financiero, como mecanismo externo especializado en la atención y resolución de quejas, reclamos y disputas.
12. Se asegura que el inversionista comprenda si está siendo atendido por un representante o un agente con licencia, vinculado al intermediario de valores.
13. Se abstiene de vender productos y servicios cuya complejidad estima que no es adecuada de conformidad con el perfil del cliente.
14. Cuenta en todo momento con personal competente, calificado, con los conocimientos, habilidades y conductas necesarios para el desempeño de sus funciones, dependiendo de las complejidades de los productos que se ofrecen al inversionista.
15. Se asegura de que las tácticas de venta sean claras y transparentes, ajenas a cualquier tipo de sesgo que vaya en contra de los beneficios del cliente.
16. Se asegura de que el cliente conozca sobre las responsabilidades y deberes legales que enfrenta como proveedor de servicios del mercado de valores.
17. Diseña los estados de cuenta en un formato que facilite su lectura y comprensión.
18. Posee protocolos de actuación eficientes para proteger la confidencialidad y seguridad de la información del cliente.
19. Investiga periódicamente las causas que dieron origen a las quejas y reclamos con base en un registro histórico, y establece un mecanismo de análisis con el fin de evitar la recurrencia de éstas.
20. Desarrolla y promueve programas de educación financiera que incrementen la alfabetización financiera de la población.
21. Proporciona, por diferentes medios, información útil y relevante para la toma de decisiones de los inversionistas.