

TABLA DE CONTENIDO

- 1.OBJETIVO
- 2.ALCANCE
- 3.GLOSARIO
- 4.ÁMBITO DE APLICACIÓN
- 5.POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE ASESORÍA.
 - 5.1. CLASIFICACIÓN DEL CLIENTE
 - 5.1.1. Aplicación del procedimiento.
 - 5.1.2. Captura de información
 - 5.1.3. Resultado de la evaluación.
 - 5.1.4. Actualización.
 - 5.2. PERFILAMIENTO DEL CLIENTE.
 - 5.2.1. Aplicación del procedimiento
 - 5.2.2. Perfilamiento de personas jurídicas
 - 5.2.3. Captura de información.
 - 5.2.4. Revelación del proceso de perfilamiento.
 - 5.2.5. Metodología de perfilamiento.
 - 5.2.5.1. Cuestionario.
 - 5.2.5.2. Ponderación del perfil de riesgo.
 - 5.2.5.3. Ponderación horizonte de tiempo
 - 5.2.5.4. Ponderación horizonte de tiempo.
 - 5.2.5.5. Ponderación aportes adicionales posteriores a la vinculación y garantías.
 - 5.2.6. Resultado de la evaluación.
 - 5.2.7. Revelación, aceptación y modificación del perfilamiento del Cliente.
 - 5.2.8. Actualización
 - 5.3. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTO
 - 5.3.1. Simples, Universal y Complejos
 - 5.3.2. Criterios para evaluar la clasificación del producto
 - 5.3.3. Documentación de la justificación de la clasificación del producto
 - 5.3.4. Procedimiento para el monitoreo y modificación de la clasificación del producto
 - 5.4. PERFIL DEL PRODUCTO.
 - 5.4.1. Aspectos generales.
 - 5.4.2. Principios.
 - 5.4.3. Identificación del Mercado Objetivo.
 - 5.4.4. Ciclo de vida de los Productos.
 - 5.4.5. Proceso de diseño y aprobación del Productos.
 - 5.4.5.1. Diseño y perfilamiento del Producto.
 - 5.4.5.2. Aprobación del Perfil del Producto y del Mercado Objetivo.
 - 5.4.6. Perfil de los Productos de la Entidad.
 - 5.4.6.1. Fondos de Inversión Colectiva.
 - 5.4.6.2. Fondos de Capital Privado.
 - 5.4.6.3. Contratos de Fiducia de Inversión.
 - 5.4.7. Revisión del perfil del Producto.
 - 5.5. ANÁLISIS DE CONVENIENCIA.
 - 5.5.1. Productos en los cuales resulta conveniente la realización de las inversiones.
 - 5.5.2. Distribución por fuera del Mercado Objetivo y el perfil del Cliente.
 - 5.5.3. Declaración del inversionista de FCP.
 - 5.6. RECOMENDACIÓN PROFESIONAL.
 - 5.6.1. Procedencia de la recomendación profesional.
 - 5.6.2. Aplicación.
 - 5.6.3. Reglas generales para el suministro de las recomendaciones profesionales para los Productos de la Entidad.
 - 5.6.4. Renuncia de la recomendación profesional.
 - 5.6.5. Carácter no vinculante de la recomendación profesional.
 - 5.6.6. Obligación de los asesores.
 - 5.6.7. Documento soporte del suministro de una recomendación profesional.
 - 5.7. DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DE INVERSIÓN COLECTIVA.
 - 5.7.1. Reglas generales.
 - 5.7.2. Promoción.
 - 5.7.3. Vinculación
 - 5.7.4. Redención.
 - 5.8. SUMINISTRO DE ASESORÍA Y CONFLICTOS DE INTERÉS.
 - 5.8.1. SUMINISTRO DE ASESORÍA
 - 5.8.1.1. Modalidad Independiente
 - 5.8.1.2. Modalidad No Independiente
 - 5.8.1.3. Condiciones Especiales para la Asesoría en la Modalidad No Independiente
 - 5.8.1.4. Procedimiento para determinar la Modalidad de la Asesoría
 - 5.8.2. CONFLICTOS DE INTERÉS
 - 5.8.2.1. Políticas Generales

- 5. 8. 2. 2. Políticas Especiales
- 5.9. MEDIOS VERIFICABLES Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.
- 5.10. CONTRATOS DE USO DE RED.
- 5.11. INFORMES DE INVESTIGACIÓN.
- 5.12. FONDOS DE INVERSIÓN COLECTIVA.
- 5.13. FIDUCIA DE INVERSIÓN

1. OBJETIVO

El objetivo del presente Manual es generar y establecer las políticas, procedimientos, controles, mediciones, atribuciones, responsabilidades y reportes necesarios para el cumplimiento de las Normas de Asesoría. Para los anteriores efectos, el Manual tomará en cuenta los siguientes ejes temáticos, conforme con lo establecido en las precitadas normas.

- . Obligaciones generales.
- . Deberes propios de la recomendación profesional.
- . Deberes propios del perfilamiento del cliente.
- . Deberes propios del perfil del producto.
- . Obligaciones propias del análisis de conveniencia.
- . Obligaciones de clasificación de clientes.
- . Suministro de asesoría y conflictos de interés.
- . Medios verificables y herramientas tecnológicas.
- . Herramientas tecnológicas.
- . Contratos de uso de red.
- . Informes de investigación.
- . Obligaciones mercado mostrador.
- . Obligaciones sociedades administradoras de FIC.

2. ALCANCE

Ubica al lector o usuario en el desarrollo de la actividad de asesoría en Fiducoldex.

3. GLOSARIO

- **ALTADIRECCIÓN:** Persona o grupo de personas que dirigen y controlan al más alto nivel una organización.
- **CIRCULAR BÁSICA JURÍDICA:** Se refiere a la Circular Externa 029 de 2014 expedida por la SFC.
- **CLIENTE POTENCIAL O CLIENTE:** Es la persona natural o jurídica, entidad pública privada, vehículo sin personería jurídica o Fondo cualquiera sea su denominación, con quien Fiducoldex S.A. establece relaciones de origen legal o contractual, o con las que se encuentran en tratativas previas, para el suministro de los Productos de la Entidad que contenga una administración de portafolios de terceros los cuales se involucren operaciones sobre valores.
- **COMITÉ DE PRODUCTOS:** Comité conformado por el Presidente de la Fiduciaria, Gerente Comercial Corporativo, el Gerente Jurídico, el Vicepresidente Corporativo, el Vicepresidente de Negocios, el Gerente de Inversiones y el Gerente de Riesgos o sus delegados, órgano que tiene dentro de sus funciones proponer, analizar, establecer e implementar las acciones para la gestión de nuevos productos fiduciarios, así como la mejora de los vigentes, de conformidad con las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes. Las demás funciones y reglas de funcionamiento del comité se encuentran previstas en su reglamento de funcionamiento.
- **COMITÉ DE ESTRUCTURACIÓN:** Órgano compuesto por un grupo interdisciplinario de la fiduciaria (Directores de área o sus delegados), cuyo objetivo es analizar, verificar y aprobar el esquema fiduciario, sus obligaciones y riesgos, derivados de la presentación de los prospectos de negocios no estándar y habituales puestos a consideración por la Gerencia Comercial Corporativa, aportando y complementando lo que considere necesario desde la especialidad de cada área, respecto de todos aquellos nuevos negocios que se encuentren dentro de sus facultades o viabilizando su presentación a instancias del comité de aprobación.
- **ENTIDAD:** Refiere a la FIDUCIARIA COLOMBIANA DE COMERCIO EXTERIOR S.A.
- **ESMA:** Autoridad Europea de Valores y Mercado, organismo de la Unión Europea que tiene como objetivo proteger a los inversionistas y garantizar la integridad, estabilidad y un funcionamiento fluido de los Mercados Financieros. Es la autoridad encargada de emitir instrucciones y guías sobre la regulación introducida por MIFID II.
- **FIDUCIA DE INVERSIÓN:** Son los negocios fiduciarios que tengan por finalidad u objeto invertir en valores registrados en el RNVE, o listados en sistemas de cotización de valores en el exterior. Estos negocios podrán ser contratos de fiducia mercantil o de encargo fiduciario.
- **FCP:** Fondo de Capital Privado
- **NORMAS DE ASESORÍA:** Corresponden a las reglas a las establecidas a través de los dispuesto en el Libro 40 de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010, aparte normativo que contiene las normas que regulan la actividad de asesoría en el mercado de valores, así como las instrucciones impartidas por la Superintendencia Financiera de Colombia en relación con la actividad de asesoría.
- **MERCADO OBJETIVO:** Consumidores Financieros a los cuales están dirigidos los Productos de la Entidad según sus

características.

- **MIFID II:** Es la Directiva de "Markets in Financial Instruments Directive II" ("MIFID II"), en la cual se inspiran las Normas de Asesoría

- **PRODUCTOS:** De conformidad con el literal e) del artículo 2 de la Ley 1328 de 2009, se entiende por productos las operaciones legalmente autorizadas que se instrumentan en un contrato celebrado entre el cliente y la Entidad o que tienen origen en la ley. Son Productos para efectos del presente Manual, los FIC, los FCP y los contratos de Fiducia de Inversión que actualmente ofrece la Entidad a sus Clientes.

- **SFC:** Superintendencia Financiera de Colombia

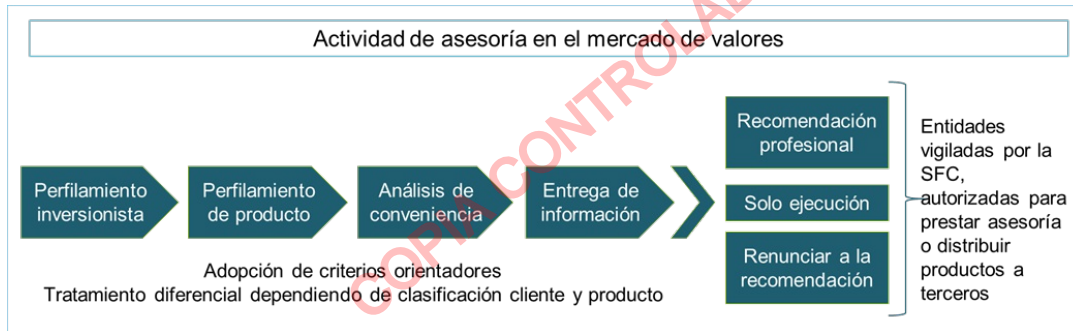
4. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El 17 de abril de 2018 el Ministerio de Hacienda y Crédito Público expidió el Decreto 661 de 2018 a fin de regular la actividad de asesoría en el mercado de valores. Lo anterior, teniendo como consideración que el suministro de información y asesoría es fundamental para brindar una adecuada protección a los inversionistas en las actividades de manejo, aprovechamiento e inversión de recursos captados del público que se efectúen mediante valores y otros vehículos de inversión del mercado de valores. De otra parte, el Gobierno Nacional evidenció la necesidad de introducir mejoras al marco regulatorio del mercado de valores, para que los inversionistas puedan tomar decisiones de inversión debidamente informados y asesorados.

Así mismo, se consideró necesario establecer mecanismos para proteger el interés de los inversionistas y que éstos conozcan, de manera previa a la realización de cualquier inversión propia del mercado de valores, los potenciales conflictos de interés que afectan a las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia (en adelante la "SFC") y la forma de administrarlos.

Para los anteriores efectos, el Gobierno Nacional elevó la labor de asesoría a una actividad del mercado de valores, conforme a lo establecido en el artículo 3 de la Ley 964 de 2005, regulando esta actividad en un nuevo aparte normativo del Decreto 2555 de 2010 ubicado el Libro 40 de la Parte 2 (en adelante las "Normas de Asesoría").

De conformidad con la Unidad de Regulación Financiera del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y las Normas de Asesoría, el suministro de asesoría pasó de ser una obligación propia de la actividad de intermediación de valores a un proceso que se compone, en términos generales, de varias etapas:



Las Normas de Asesoría establecen que las entidades vigiladas deben cumplir las disposiciones relativas a la actividad de asesoría, entre otras, cuando lleven a cabo la administración y/o distribución de fondos de inversión colectiva (en adelante "FIC"), la vinculación de Clientes a los Fondos de Capital Privados (en adelante "FCP") y la celebración y ejecución de negocios fiduciarios que tengan por finalidad invertir en valores, ya sea a través de contratos de fiducia mercantil o de encargo fiduciario (en adelante "Fiducia de Inversión") (en adelante los "Productos").

En virtud de lo anterior, la FIDUCIARIA COLOMBIANA DE COMERCIO EXTERIOR S.A. - FIDUCOLDEX (en adelante la "Entidad"), se encuentra obligada a atender las Normas de Asesoría, aspecto que motiva la expedición del presente manual de asesoría (en adelante el "Manual"), el cual contiene las políticas y procedimientos exigidas por las Normas de Asesoría para efectos de llevar a cabo la distribución de sus Productos, así mismo, realizar las modificaciones a que haya lugar en las políticas y procedimientos existentes relativos a la asesoría del mercado de valores, con el fin de que se ajusten a lo establecido en el Decreto 661 así como las disposiciones e instrucciones impartidas por al SFC y que se encuentran incorporadas en al Circular Básica Jurídica emanada.

5. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD DE ASESORÍA

5.1. CLASIFICACIÓN DEL CLIENTE

De acuerdo con el artículo 2.40.2.1.1 del Decreto 2555 de 2010, para la aplicación de las Normas de Asesoría se debe tener en cuenta la calidad de Inversionista Profesional o de Cliente Inversionista del Cliente, estableciéndose como obligación en cabeza de éstos suministrar la información requerida para que la Entidad pueda determinar la calidad que les corresponde.

En ese sentido, es obligación de la Entidad clasificar a todos sus Clientes conforme lo señalado en el artículo 7.2.1.1.5 del Decreto 2555 de 2010 en alguna de las dos (2) categorías previstas en dicho Decreto e informarles oportunamente la categoría a la cual pertenecen, así como el régimen de protección que les aplica.

5. 1. 1. Aplicación del procedimiento.

Al momento de la vinculación del Cliente y de acuerdo con el desarrollo de la actividad de asesoría realizado por la Entidad, se clasificará a los mismos en alguna de las dos (2) categorías de inversionistas antes señaladas. La clasificación de los Clientes se llevará a cabo a través del diligenciamiento del (FT-GCO-005) Formulario de perfilamiento y clasificación de cliente".

La clasificación de los Clientes será responsabilidad del funcionario del área comercial de la Entidad que vincula, quien deberá validar lo indicado por el cliente en el formulario de perfilamiento y clasificación de cliente FT-GCO-005. El formulario de clasificación está compuesto por preguntas de obligatoria respuesta que el Cliente debe diligenciar, sin excepción, de forma previa a su vinculación

5. 1. 2. Captura de información

Para realizar el proceso de clasificación del Cliente, la Entidad requiere obtener la información necesaria del mismo a fin de evaluar si pertenece a cualquier de las dos categorías:

• Inversionista Profesional:

De acuerdo con el artículo 7.2.1.1.2 del Decreto 2555 de 2010, podrá tener la calidad de "Inversionista Profesional", todo Cliente que cuente con la experiencia y conocimientos necesarios para comprender, evaluar y gestionar adecuadamente los riesgos inherentes a cualquier decisión de inversión.

Para ser clasificado en esta categoría, el Cliente debe acreditar a la Entidad, al momento de la clasificación, un patrimonio igual o superior a seis mil salarios mínimos legales mensuales vigentes (6.000 SMMLV) y al menos una de las siguientes condiciones:

. Ser titular de un portafolio de inversión de valores igual o superior a tres mil salarios mínimos legales mensuales vigentes (3.000 SMMLV).

. Haber realizado directa o indirectamente quince (15) o más operaciones de enajenación o de adquisición de valores, durante un periodo de sesenta (60) días calendario, en un tiempo que no supere los dos (2) años anteriores al momento en que se vaya a realizar la clasificación del Cliente. El valor agregado de estas operaciones debe ser igual o superior al equivalente a veintiún mil salarios mínimos legales mensuales vigentes (21.000 SMMLV).

También podrán ser clasificados como Inversionistas Profesionales, de conformidad con el artículo 7.2.1.1.3 del Decreto 2555 de 2010 las siguientes personas y entidades:

. Las personas que tengan vigente la certificación de profesional del mercado como operador otorgado por el Autorregulado del Mercado de Valores.

. Los organismos financieros extranjeros y multilaterales, y

. Las entidades vigiladas por la SFC.

. Aquellos inversionistas clasificados como inversionista profesional, o su equivalente, en las jurisdicciones que hacen parte de la Alianza del Pacífico.

• Cliente Inversionista:

De acuerdo con el artículo 7.2.1.1.4 del Decreto 2555 de 2010, tendrán la categoría de Cliente Inversionistas aquellos Clientes que no tengan la calidad de Inversionista Profesional.

5. 1. 3. Resultado de la evaluación.

Una vez se efectúe la categorización del Cliente por parte del área comercial, se informará al mismo sobre la clasificación efectuada, para que este la refleje en el formulario de vinculación, así como el nivel de ámbito de aplicación a las diferentes acciones asociadas a la actividad de asesoría según le corresponde dada la categoría asignada. Para los anteriores efectos, el cliente deberá diligenciar el FT-GCO-005 "Formulario de perfilamiento y clasificación de cliente".

En el mismo documento, se informará que todos los Clientes clasificados como Inversionistas Profesionales pueden solicitar en cualquier momento su re-categorización a Cliente Inversionista. Esta solicitud se realizará a través del precitado formulario.

5. 1. 4. Actualización.

Conforme lo establecido en las Normas de Asesoría, la Clasificación del Cliente se deberá por parte del Área Comercial actualizar con la periodicidad establecida por la Entidad, en cumplimiento del numeral 5.2. del proceso de verificación documental, vinculación y actualización de clientes de Fiducoldex. Para los anteriores efectos, teniendo en cuenta la estructura y el modelo de los negocios de la Entidad, ésta requerirá que los Clientes se pronuncien y actualicen su clasificación a fin de señalar si la misma debe ser modificada o no conforme su situación, con una periodicidad no inferior a dos(2) años contados desde el momento de la vinculación al Producto del que se trate.

Con base en lo anterior, una vez vencido el término señalado en precedencia, la Gerencia Comercial Corporativa o en su defecto, el área de servicio al cliente de la Entidad, remitirá al Cliente el FT-GCO-005 "Formulario de perfilamiento y clasificación de cliente" a fin de que éste indique si existe el algún cambio que amerite llevar a cabo nuevamente la clasificación. En caso de que el Cliente indique que su situación ha cambiado y requiere un cambio de clasificación inicial, deberá diligenciar por completo

5.2. PERFILAMIENTO DEL CLIENTE.

El propósito de estas políticas y procedimientos es demostrar y describir la forma en la que la Entidad garantiza la debida comprensión de las características propias de sus Clientes, a fin de ofrecer Productos que se ajusten a su perfil de riesgo, situación financiera, intereses y necesidades. Lo anterior, con el objetivo de dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 2.40.1.1.5 del Decreto 2555 de 2010.

Este perfilamiento es el primer paso que debe llevarse a cabo en el proceso de evaluación de idoneidad o análisis de conveniencia que debe realizar la Entidad para garantizar que los Productos que ofrece coinciden con los objetivos de inversión del Cliente, su conocimiento y experiencia.

5.2.1. Aplicación del procedimiento

La obligación de perfilamiento aplica a todos los tipos de Clientes de la Entidad. En ese sentido, cualquier persona que se pretenda vincularse a los Productos ofrecidos por la Entidad como inversionista a un FIC, a un FCP, o suscribir un contrato de Fiducia de Inversión, debe encontrarse clasificada en uno de los perfiles de riesgo según se establece en el presente Manual.

5.2.2. Perfilamiento de personas jurídicas

Teniendo como referencia las instrucciones impartidas por la Autoridad Europea de Valores y Mercado ("ESMA" por sus siglas en el idioma inglés) en torno a las políticas de idoneidad aplicables bajo la Directiva de "Markets in Financial Instruments Directive II" ("MIFID II"), en la cual se inspiran las Normas de Asesoría, se debe tener en cuenta que si bien este tipo de personas no tienen como tal un apetito de riesgo de orden emocional, conocimiento de inversiones y experiencia per se, en todo caso deberá llevarse a cabo esta evaluación según lo previsto en la normativa aplicable.

Por el anterior motivo, y conforme con lo establecido por ESMA, para efectos del perfilamiento de una persona jurídica, se deberá capturar la información de una persona natural vinculada a ésta, en los términos establecidos en el presente Manual. La persona que diligencie el cuestionario de perfilamiento deberá ser un representante legal, preferiblemente del área de tesorería, financiera, de inversión o de cualquier otra área que esté encargada de impartir instrucciones o tomar decisiones sobre las inversiones que lleva a cabo la respectiva sociedad.

5.2.3. Captura de información.

Para realizar el proceso de perfilamiento del Cliente, la Entidad requiere obtener información a fin de evaluar los siguientes aspectos:

- Conocimiento en inversiones.
- Experiencia.
- Objetivos de inversión.
- Tolerancia al riesgo.
- Capacidad para asumir pérdidas.
- Horizonte de tiempo.
- Capacidad para realizar contribuciones.
- Capacidad para cumplir con requerimientos de garantías.

Toda la información necesaria para realizar el perfilamiento del Cliente se recoge al momento de la vinculación del Cliente por parte del área Comercial de la Entidad. Para los anteriores efectos, al momento de realizar el proceso de vinculación los integrantes del área comercial de la Entidad deben obtener el diligenciamiento del FT-GCO-005 "Formulario de perfilamiento y clasificación de cliente".

5.2.4. Revelación del proceso de perfilamiento.

La Entidad, a través del Área Comercial, informará a los Clientes que el motivo por el cual se requiere el diligenciamiento del formulario de perfilamiento es llevar a cabo un proceso a fin de establecer la idoneidad de su perfil como inversionista, con el ánimo de adquirir el Producto al cual pretende vincularse.

Adicionalmente, debe informarse a los Clientes que de conformidad con el Decreto 2555 de 2010 y lo establecido en la CBJ expedida por la SFC, es obligación de los mismos suministrar la información requerida para la elaboración de su perfil. Igualmente, deberá tenerse en cuenta que el Cliente debe otorgar autorización particular para el tratamiento de sus datos personales conforme a la normativa aplicable.

En todo caso, es importante resaltar que las anteriores aclaraciones y autorizaciones se encuentran contenidas en el FT-GCO-005 "Formulario de perfilamiento y clasificación de cliente".

5.2.5. Metodología de perfilamiento.

5.2.5.1. Cuestionario.

El formulario de perfilamiento está compuesto por preguntas de obligatoria respuesta que el Cliente debe diligenciar con base a la entrevista o el acompañamiento que le brinde el área comercial, respecto de cada eje temático que se evalúa. Cada respuesta está sujeta a una puntuación que lleva a un resultado consolidado. Las preguntas para cada eje temático son las siguientes:

Cuadro No 1
Preguntas de perfilamiento

Eje temático	Preguntas
Horizonte de tiempo	<p>1. ¿Cuál es el plazo que estima para mantener la inversión o parte de ella?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inferior a 60 días. 2. Entre 1 y 2 años. 3. Entre 2 y 5 años. 4. Entre 5 y 10 años.
Conocimiento de inversiones	<p>2. ¿Cuenta con conocimientos previos en temas de inversión o del mercado de valores?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Si, realicé recientemente (menos de 5 años) un curso académico específico sobre la materia. 2. Si, mi experiencia laboral reciente (menos de 5 años) ha versado o tuvo relación sobre la materia 3. Parcialmente, mi profesión fue afín a los temas de inversión y mercado de valores, pero no lo he ejercido en la práctica laboral. 4. Parcialmente, he realizado inversiones previamente y mi conocimiento se deriva de esas experiencias. 5. Ninguno.
Experiencia	<p>3. ¿Cuál de las siguientes descripciones refleja mejor su experiencia o la de su empresa a la hora de invertir?</p> <ul style="list-style-type: none"> • No tengo experiencia previa en inversiones. • He manejado cuentas de ahorros, corrientes y/o CDTs. • He invertido en Fondos de Inversión Colectiva, fondos voluntarios de pensiones y/o fiducias. Comprende el funcionamiento básico y que hay una relación riesgo retorno en los principales activos. • He tenido inversiones en acciones o fondos de acciones a nivel local. • He tenido inversiones de portafolio fuera del país, derivados o productos estructurados. <p>4. La mejor descripción de su experiencia o la de su empresa como inversionista es:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Nula: sin experiencia en inversiones. b. Limitada: muy poca experiencia en inversiones. c. Moderada: alguna experiencia en inversiones, pero es preferible recibir asesoría adicional. d. Extensa: un inversionista activo y experto, cómodo tomando decisiones de inversión propias. <p>5. ¿Alguna vez ha tenido un momento de crisis en el que vio que sus inversiones o las de su empresa se desvalorizaron significativamente?</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Sí, se buscó más información para analizar la situación y sólo entonces se tomó una decisión. b. Sí, procediendo a rescatar inmediatamente las inversiones para evitar mayores pérdidas. c. Nunca ha sucedido. d. Mi empresa o yo somos capaces de resistir turbulencias financieras.
	<p>6. ¿Cuáles son las expectativas de retorno para la inversión?</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mantener el poder adquisitivo del dinero. Rentabilidad similar a la inflación. b. Mantener el poder adquisitivo del dinero con una rentabilidad mínima adicional. c. Generar un rendimiento promedio con la industria o similar a otras inversiones según su nivel de riesgo. d. El rendimiento debe ser superior a la media del mercado, aún si ello implica asumir más riesgo. <p>7. ¿Cuál es su propósito o el de la empresa para invertir?</p>

Objetivos de inversión	<p>a. Protección de capital. b. Planeación financiera. c. Obtener rentabilidad. d. Como un medio de ingreso.</p> <p>8. Usted o su empresa tienen la oportunidad de hacer una inversión financiera que parece casi segura, para producir un rendimiento considerable. Sin embargo, no tiene fondos para invertir en esta inversión. Una opción es pedir dinero prestado para este propósito. ¿Qué tan probable es que haga esto? Los recursos para realizar las inversiones son: a. Capital propio. b. Provenientes de un crédito. c. Son excedentes de liquidez.</p> <p>a. Muy improbable. b. Poco probable c. Algo probable. d. Muy probable.</p>
Tolerancia al riesgo	<p>9. En el manejo de sus inversiones, Usted preferiría:</p> <p>1. Entregar el dinero a terceros expertos para que ellos realicen las inversiones a su mejor criterio 2. Tomar mis decisiones de inversión con asesoría permanente 3. No recibir asesoría y tomar directamente las decisiones de inversión, aún estas impliquen un mayor riesgo.</p> <p>10. Las inversiones que usted hace son en:</p> <p>a. CDT, cuentas de ahorro y/o bonos. b. Fondos de inversión colectiva y acciones. c. Realizo inversiones en a y b. d. Realizo inversiones a y b más derivados.</p>
Capacidad para asumir pérdidas	<p>11. ¿Cuántos meses de gastos actuales podría cubrir con los ahorros e inversiones líquidas a corto plazo propias o de la empresa, antes de tener que recurrir a su portafolio de inversiones?</p> <p>a. Menos de 3 meses. b. De 3 a 6 meses. c. De 6 a 12 meses. d. Más de 12 meses.</p> <p>12. En los próximos años, ¿qué espera que pase con sus ingresos o los de la empresa?</p> <p>a. Probablemente disminuirán sustancialmente. b. Probablemente disminuirán ligeramente. c. Probablemente seguirán igual. d. Probablemente aumentarán.</p> <p>13. Suponga que usted o su empresa tiene guardado el equivalente a 10 meses de su ingreso mensual. En un día de crisis, las inversiones se desvalorizan el equivalente a 1 mes de ingresos. ¿Qué haría usted?</p> <p>a. Liquidaría las inversiones para evitar más pérdidas. b. Llamaría a mi asesor para decidir una estrategia que evite pérdidas. c. Analizaría por algunos días antes de tomar una decisión. d. Tendería a invertir más aprovechando el momento de mercado.</p>
Garantías y contribuciones	<p>14. ¿Está usted o su empresa en capacidad de realizar contribuciones?</p> <p>1. Si. 2. No.</p> <p>15. ¿Está usted o su empresa en capacidad de cumplir con requerimientos de garantías?</p> <p>1. Si.</p>

5. 2. 5. 2. Ponderación del perfil de riesgo.

Cada pregunta cuenta con cuatro o cinco posibles respuestas (a-b-c-d-e) a las cual les será asignado un valor numérico. Cada valor numérico asignado a las respuestas tendrá una correspondencia de riesgo de la siguiente forma

Cuadro No 2
Correspondencia al riesgo

Ítem	Valor por cada pregunta	Aversión al riesgo
Respuesta a)	1	Baja
Respuesta b)	2	Media
Respuesta c)	3	Intermedia
Respuesta d)	4	Alta
Respuesta e)	5	Muy Alta

Para efectos de la clasificación, se realizará la sumatoria del resultado de todas las preguntas, asignando un perfil dependiendo de la correspondencia al riesgo:

Cuadro No 3
Categorización de perfil

Rango		Perfil
13	25	Conservador
26	39	Moderado
40	52	Arriesgado

5. 2. 5. 3. Ponderación horizonte de tiempo

Cada pregunta de horizonte de tiempo cuenta con cuatro posibles respuestas (a-b-c-d) a las cual les será asignado un valor numérico. La sumatoria del resultado de todas las preguntas, asigna un horizonte de tiempo de la siguiente forma:

Cuadro No 4
Categorización de horizonte de tiempo

Rango	Perfil
1 a 2	Corto plazo (inferior a 60 días)
3 a 4	Mediano Plazo (Entre 1 y 2años)
5 a 6	Plazo intermedio (entre 2 y 5 años)
7 a 10	Largo plazo (entre 5 y 10 años)

5. 2. 5. 4. Ponderación horizonte de tiempo.

Cada pregunta de horizonte de tiempo cuenta con cuatro posibles respuestas (a-b-c-d) a las cual les será asignado un valor numérico. La sumatoria del resultado de todas las preguntas, asigna un horizonte de tiempo de la siguiente forma:

Cuadro No 5
Categorización de horizonte de tiempo

Puntaje	Horizonte de inversión
1 a 2	Corto plazo (Inferior a 60 días)
3 a 4	Mediano Plazo (entre 1 y 2 años)
5 a 6	Plazo intermedio (entre 2 y 5 años)
7 a 10	Largo plazo (entre 5 y 10 años)

Entre más extenso sea el horizonte de la inversión, el Cliente podrá acceder a inversiones más arriesgadas, teniendo en cuenta la capacidad de resistir ciclos de inversión.

5. 2. 5. 5. Ponderación aportes adicionales posteriores a la vinculación y garantías.

Para el caso de la capacidad de realizar aportes adicionales posteriores a la vinculación, y la capacidad de cumplir con requerimientos de garantías, se ha establecido una metodología simplificada de respuesta binaria si/no, la cual no será

ponderada conforme la metodología de perfilamiento contenida en el Numeral 3.2.5.2 anterior. Las respuestas a estas preguntas serán tenidas en cuenta para efectos de determinar los Productos que resultan idóneos para el Cliente, según su naturaleza apalancada o garantizada.

Cuadro No 6
Contribuciones y garantías

Ítem	Tipo de producto	Resultado
Capacidad para realizar contribuciones.	Productos apalancados o que requieran aporte de capital posterior a la vinculación. (ej. Cuentas de margen)	Sí. El cliente es idóneo para adquirir inversiones que requieran aportes adicionales posteriores a la vinculación.
		No. El cliente es idóneo para adquirir inversiones que requieran aportes adicionales posteriores a la vinculación.
Capacidad para cumplir con requerimientos de garantías.	Productos que requieran ajuste de garantías posterior a la vinculación (ej. repos).	Sí. El cliente es idóneo para adquirir inversiones que requieran garantías o ajuste de garantías posteriores a la vinculación.
		No. El cliente no es idóneo para adquirir inversiones que requieran garantías o ajuste de garantías posteriores a la vinculación.

La evaluación de este aspecto se realizará dentro del cuestionario de perfilamiento en los casos en que se realice la vinculación a Fondos de Capital Privado, ya que son los productos en los cuales la Entidad eventualmente puede requerir el otorgamiento de garantías y/o aportes adicionales posteriores a la vinculación.

5. 2. 6. Resultado de la evaluación.

Como resultado de la aplicación de la metodología atrás descrita, los Clientes se clasificarán de manera automática en una de las siguientes tres (3) categorías:

Cuadro No 7
Perfil del cliente

Categoría	Descripción de las características del cliente
Perfil Conservador:	<ul style="list-style-type: none"> No desea asumir riesgos importantes con el capital invertido. Admite fluctuaciones menores en su capital con un crecimiento moderado del mismo. Prefiere minimizar el riesgo, sacrificando rentabilidad. Busca inversiones con alta liquidez y baja calificación de riesgo de crédito. Tiene bajo conocimiento del mercado de valores.
Perfil Moderado:	<ul style="list-style-type: none"> Está dispuesto a asumir un riesgo mayor para obtener mejores utilidades. Busca una relación equilibrada entre riesgo y rentabilidad. Busca generar un crecimiento moderado en su capital y admite pérdidas del mismo. Busca inversiones con alta liquidez, pero asumen un mayor riesgo. Entiende el funcionamiento básico del mercado de valores.
Perfil Equilibrado.	<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de crecimiento a largo plazo del capital. Tolerancia media/alta al riesgo en el mediano y largo plazo. Disposición a invertir una parte mediana o alta de su cartera en activos de riesgo. No tiene necesidades de liquidez.
Perfil Arriesgado:	<ul style="list-style-type: none"> Prefieren asumir altos niveles de riesgo en busca de los retornos más altos posibles. Su principal objetivo es incrementar su capital en el corto y mediano plazo mediante la inversión en activos con mayor potencial de crecimiento y mayor volatilidad. Está dispuesto a perder parte importante del capital invertido. Puede invertir en instrumentos con mediana liquidez y alta calificación de riesgo. Tiene experiencia y conocimiento del mercado de valores.

5. 2. 7. Revelación, aceptación y modificación del perfilamiento del Cliente.

La Entidad, a través del Área Comercial o del área de servicio al cliente de la Entidad, debe informar al Cliente el resultado de su perfilamiento, conforme la metodología establecida en precedencia y éste debe declarar su conocimiento y aceptación del mismo, decisión que quedará reflejada en el FT-GCO-005 "Formulario de perfilamiento y clasificación de cliente".

No obstante, todo cliente podrá solicitar cambiar su perfil, siempre que la solicitud sea realizada por medio escrito y siempre que se ha remitido de forma física o digital a través de los canales dispuestos por la Fiduciaria. Para los anteriores efectos, el Cliente deberá indicar en el formulario precitado, cuál es el perfil con el que mejor se encuentra identificado

5. 2. 8. Actualización

Conforme lo establecido en las Normas de Asesoría, el perfil del Cliente se deberá actualizar con una periodicidad establecida por la Entidad. Para los anteriores efectos, teniendo en cuenta la estructura y el modelo de los negocios de la Entidad, ésta, a través del Área Comercial y del Área de Servicio al Cliente, requerirá que los Clientes se pronuncien y actualicen su perfil a fin de señalar si el mismo debe ser modificado o no conforme su situación, como mínimo cada dos (2) años contados desde el momento de la vinculación al Producto del que se trate.

Con base en lo anterior, una vez vencido el término señalado en precedencia, la Entidad remitirá al Cliente el FT-GCO-005 "Formulario de perfilamiento y clasificación de cliente" a fin de que éste indique si existe el algún cambio que amerite llevar a cabo nuevamente su perfilamiento. En caso de que el Cliente indique que su situación ha cambiado y requiere un cambio de su perfil inicial, deberá diligenciar por completo nuevamente el FT-GCO-005 "Formulario de perfilamiento y clasificación de cliente".

5.3. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTO

5. 3. 1. Simples, Universal y Complejos

De conformidad con el Capítulo IV del Título II de la Parte III de la Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia, la clasificación de productos del presente Manual es la siguiente:

• Productos Simples

Son productos simples aquellos que, atendiendo sus características particulares en cuanto a su complejidad, riesgos asociados, forma de analizarlos, la información disponible, las limitaciones para salir de la inversión, la forma de remuneración y los mecanismos de protección de capital, cumplen con todos los siguientes criterios:

- . Productos que según su estructura son fácilmente comprensibles para los inversionistas en sus términos, riesgos, costos, rendimientos esperados y características.
- . Productos en los cuales la información sobre sus características, riesgos y costos sea transparente y de fácil acceso por parte del inversionista.
- . Productos en los cuales exista información disponible para el inversionista sobre su valor o precio o se negocien en sistemas de negociación de valores.
- . Productos en los cuales el inversionista tenga la posibilidad de salir de su posición en un término razonable y a precios razonables de mercado.

No dejarán de ser productos simples, aquellos que, a pesar de contar con limitaciones temporales para salir de la posición o penalidades por retiro anticipado, éstas condiciones son claras y fácilmente comprensibles por los inversionistas.

• Productos universales

Serán productos Universales aquellos clasificados como simples pero que pueden ser ofrecidos a cualquier tipo de cliente por su perfil de riesgo y no contemplan ninguna Característica o exigencia particular.

La entidad dejará constancia de la verificación de los requisitos para clasificar el producto como Universal por parte del órgano encargado de la aprobación o actualización del producto.

• Productos complejos

Son productos complejos aquellos que, no cumplan con alguno de los criterios establecidos para considerarse como un producto simple o que considerándose simple el producto por cumplir todos los criterios definidos para recibir esta categorización, el producto cumpla con alguno de los siguientes criterios particulares:

I. Instrumentos Financieros Derivados y Productos Estructurados

El producto sea un instrumento financiero derivado estandarizado o un producto estructurado que involucre operaciones con valores y/o con instrumentos financieros derivados estandarizados y contenga alguna de las siguientes características:

- . Instrumentos financieros derivados estandarizados que no tengan un valor razonable diario disponible para el inversionista.
- . Productos estructurados establecidos en el subnumeral 5.3. del Capítulo XVIII de la Circular Básica Contable y Financiera que involucren operaciones con valores y/o con instrumentos financieros derivados estandarizados.

II. Instrumentos de Deuda

El producto sea un instrumento de deuda que incorporen alguna de las siguientes características:

- . El pago esté subordinado al reembolso de la deuda en poder de otros.
- . Carecer de una fecha de vencimiento o rescate específica.
- . Tener mecanismos de garantía sobre el principal o fuentes de pago que resulten ser de difícil comprensión.

III. Vehículos de Inversión Colectiva

El producto sea un vehículo de inversión colectiva, incluyendo, pero sin limitarse, a fondos de inversión colectiva y los portafolios y/o alternativas estandarizadas de los fondos voluntarios de pensión, que incorporen alguna de las siguientes características:

- . Que inviertan en títulos valores, documentos de contenido crediticio y cualquier otro documento representativo de obligaciones dinerarias, que no se encuentren inscritos en el RNVE ni listados en una bolsa de valores o sistema de negociación autorizado por la SFC o en un sistema de cotización de valores del extranjero.
- . Que inviertan en acciones u otros títulos de participación en el capital de sociedades u otras personas jurídicas de cualquier naturaleza, que no se encuentren inscritos en el RNVE ni listados en una bolsa de valores o sistema de negociación autorizado por esta SFC o en un sistema de cotización de valores del extranjero.
- . Que inviertan en commodities, siempre y cuando estos no estén representados en un valor.
- . Que realicen operaciones de naturaleza apalancada.
- . Inmobiliarios, siempre y cuando sus participaciones no se negocien a través de un sistema de negociación de valores.
- . Bursátiles o ETFs que repliquen o sigan índices nacionales o internacionales, los cuales no corresponden a los elaborados por bolsas de valores, entidades nacionales o del exterior reconocidas por esta SFC.
- . Ser bursátiles o ETFs que repliquen o sigan subyacentes y no sean claros o fácilmente comprensibles.
- . Fondos de capital privado.

5.3.2. Criterios para evaluar la clasificación del producto

La Entidad adelantará un proceso de evaluación y calificación de los productos que ofrecen para establecer si estos son "simples" o "complejos", actividad que se realiza de manera previa al ofrecimiento del producto.

Para estos efectos, la Gerencia Comercial Corporativa tendrá en cuenta los siguientes criterios para evaluar el tipo de producto: Cuadro No 8

Criterios Generales de Calificación de Producto

ÍTEM	Si	No/No Aplica
¿El producto es fácilmente comprensible para el inversionista en sus términos, riesgos, costos, rendimientos esperados y características?	1	0
¿La información sobre las características, riesgos y costos del producto es de fácil acceso y transparente para el inversionista?	1	0
¿La información del valor o precio del producto está disponible para el inversionista?	1	0
¿El producto se negocia en un sistema de negociación de valores?	1	0
¿El producto permite al inversionista la posibilidad de salir de su posición en un término razonable y a precios razonables de mercado?	1	0
¿El producto incorpora limitaciones temporales para salir de la posición o penalidades por retiro anticipado, pero son claras y fácilmente comprensibles para los inversionistas?	1	0
¿El producto puede ser ofrecido a cualquier categoría de perfil de cliente (Conservador, Moderado, Agresivo)?	1	0
¿El producto contempla características estandarizadas y generales que facilitan el ejercicio de los derechos del inversionista?	1	0

Cuadro No 9

Criterios Adicionales de Calificación de Producto

ÍTEM	Si	No/No aplica
¿El producto es un instrumento financiero derivado estandarizado que no tiene un valor razonable diario disponible para el inversionista?	1	0
¿Es un producto estructurado según se define en el subnumeral 5.3. del Capítulo XVIII de la Circular Básica Contable y Financiera que involucra operaciones con valores y/o con instrumentos financieros derivados estandarizados?	1	0
¿El producto es un instrumento de deuda?	1	0
¿El producto es un instrumento de deuda cuyo pago está subordinado al reembolso de la deuda en poder de otros?	1	0
¿El producto es un instrumento de deuda que carece de una fecha de vencimiento o rescate específica?	1	0
¿El producto es un instrumento de deuda que contiene mecanismos de garantía sobre el principal o fuentes de pago que resulten difícilmente comprensibles?	1	0
¿El producto es un fondo de capital privado?	1	0

Si el producto se estructura sobre un vehículo de inversión colectiva (distinto a un Fondo de Capital Privado), se deberá adicionar a la sumatoria de criterios el resultado del siguiente cuadro:

Cuadro No 10

Criterios Especiales para vehículos de inversión colectiva

ÍTEM	Si	No/No aplica
¿El FIC realiza operaciones de naturaleza apalancada?	1	0
¿El producto es un vehículo de inversión colectiva inmobiliario cuyas participaciones no se negocien a través de	1	0

sistemas de negociación de valores?		
¿Según la política de inversión del FIC se encuentra autorizada una participación mayor al 10% del total del portafolio para invertir en títulos valores, documentos de contenido crediticio y cualquier otro documento representativo de obligaciones dinerarias, no inscritos en el RNVE ni listados en una bolsa de valores o sistema de negociación autorizado por la SFC o en un sistema de cotización de valores del extranjero, divulgadas a través de la página web de la SFC?	1	0
¿Según la política de inversión del FIC se encuentra autorizada una participación mayor al 10% del total del portafolio para invertir en acciones u otros títulos de participación en el capital de sociedades u otras personas jurídicas de cualquier naturaleza, no inscritos en el RNVE ni listados en una bolsa de valores o sistema de negociación autorizado por esta SFC o en un sistema de cotización de valores del extranjero, divulgadas a través de la página web de la SFC?	1	0
¿Según la política de inversión del FIC se encuentra autorizada una participación para invertir en commodities, que no están representados en un valor?	1	0
¿Según la política de inversión del FIC se encuentra autorizada para invertir en fondos Bursátiles o ETFs que repliquen o sigan índices nacionales o internacionales que no corresponden a aquellos elaborados por bolsas de valores, entidades nacionales o del exterior reconocidas por esta SFC, divulgadas a través de la página web de esta SFC?	1	0
¿Según la política de inversión del FIC se encuentra autorizada una participación del total del portafolio para invertir en fondos Bursátiles o ETFs que repliquen o sigan subyacentes que no sean claros o fácilmente comprensibles?	1	0
El portafolio del FIC es mayor al 30% o tiene la posibilidad de invertir más del 30% de su portafolio en productos previamente clasificados como complejos	1	0

Se deberá marcar la casilla "Si" con el número "1" y la casilla "No/No Aplica" con el número "0" para posteriormente realizar una sumatoria de cada uno de los criterios, cuyo resultado clasificará el producto entre "simple" o "complejo", según el resultado de la siguiente tabla:

Cuadro No 11
Resultado de Criterios de Calificación de Producto

Tipo de Criterio	Resultado de la Calificación del Producto según los Criterios	Calificación del Producto
Criterios Generales	Resultado = 6	Universal
Criterios Generales	Resultado = 4	Simple
Criterios Especiales	Resultado => 1	Complejo
Criterios Especiales para vehículos de inversión colectiva	Resultado => 1	Complejo

5. 3. 3. Documentación de la justificación de la clasificación del producto

La Gerencia Comercial Corporativa dejará constancia escrita de la aplicación de los criterios para la clasificación del producto como "simple" o "complejo" en el proceso de diseño y aprobación del producto de que trata el numeral 5.3.1 del presente Manual y deberá estar a disposición de la SFC como análisis de justificación de la calificación del producto.

En caso de que la Entidad se aparte de los criterios establecidos para la clasificación de productos complejos, el análisis y la justificación para dicha decisión deben ser expresamente aprobados por el Comité de Producto designado por la junta directiva para tal efecto. Lo anterior, de acuerdo con lo establecido en el numeral 2.2.3. del Capítulo IV del Título II de la Parte III de la Circular Básica Jurídica de la Superintendencia Financiera de Colombia.

5. 3. 4. Procedimiento para el monitoreo y modificación de la clasificación del producto

La entidad aplicará el procedimiento aplicable para la Revisión del Perfil del Producto que se encuentra regulado en el numeral 5.4.7. del presente Manual para adelantar la labor de monitoreo y modificación de la clasificación de sus productos.

De este procedimiento se dejará constancia en el formato FT-GCO-004 "Formulario de perfilamiento del Producto"

5.4. PERFIL DEL PRODUCTO.

5. 4. 1. Aspectos generales.

De acuerdo con las Normas de Asesoría, la Entidad ha implementado políticas y procedimientos para el perfilamiento de los Productos y la identificación de los Clientes a los cuales están dirigidos los mismos (el "Mercado Objetivo").

La presente sección, tiene como propósito establecer las normas de conducta, incluida la supervisión de la Alta Dirección, para garantizar un proceso efectivo para el perfilamiento y desarrollo de los Productos de la Entidad y garantizar que las personas naturales vinculadas a la organización y los Clientes posean las herramientas necesarias para comprender las características de los Productos y los riesgos asociados a los mismos.

La Entidad cumplirá con los requisitos de perfilamiento de sus Productos conforme lo establecido en las Normas de Asesoría de manera apropiada, teniendo en cuenta la naturaleza y estructura de las mismas.

5. 4. 2. Principios.

Para efectos de dar cumplimiento de las Normas de Asesoría en relación con el perfilamiento de Productos, la Entidad debe observar los siguientes principios y obligaciones:

- Determinará el Mercado Objetivo para sus Productos.
- El proceso de perfilamiento de los Productos buscará que éstos sean compatibles con las características del Mercado Objetivo.
- Revisará y actualizará el perfil de los Productos para garantizar que sigan siendo sólidos y adecuados para su propósito conforme lo establecido en el presente Manual.
- Debe asegurarse de que el personal relevante involucrado en el diseño y comercialización de los Productos tenga la experiencia necesaria para comprender las características y los riesgos de los mismos.

5. 4. 3. Identificación del Mercado Objetivo.

La identificación del Mercado Objetivo se llevará a cabo como parte del proceso general de diseño y de revisión de los Productos y atendiendo la planeación estratégica definida por la Entidad. Por lo tanto, la identificación del Mercado Objetivo se producirá en una etapa temprana del desarrollo o durante la actualización de los mismos. La Entidad asegurará desde el principio del proceso de diseño o revisión la consistencia general de los Productos con las características del Mercado Objetivo, buscando que éstos se ofrezcan a los tipos de Clientes para los cuales fueron diseñados.

La Entidad, utilizará la información del perfilamiento de sus Clientes, así como su experiencia y conocimiento histórico para identificar al Mercado Objetivo. Los criterios que se considerarán para tales efectos, son los siguientes:

Cuadro No 12

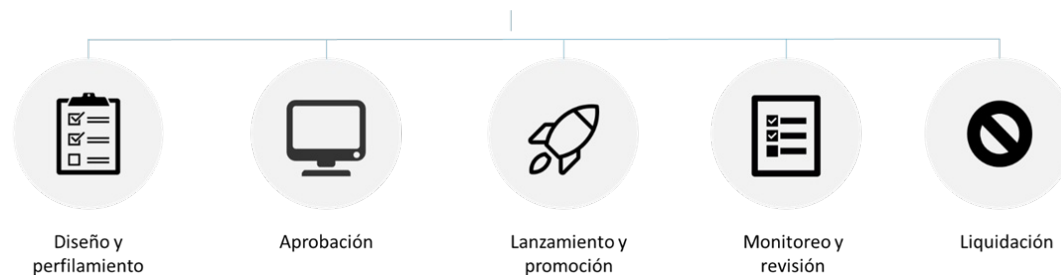
Criterios Mercado Objetivo.

Ítem	Características
Tipo de Cliente	Inversionista
	Profesional
Conocimiento	Básico
	Elemental
	Sofisticado
	Experto
Perfil	Conservador
	Moderado
	Arriesgado
Horizonte de tiempo	Corto plazo
	Mediano plazo
	Largo plazo

5. 4. 4. Ciclo de vida de los Productos.

Los Productos de la Entidad tienen un ciclo de vida que contiene cinco (5) etapas que, van desde su diseño hasta su liquidación, tal y como se resume en el cuadro que a continuación se presenta:

Cuadro No 9
Ciclo de vida del Producto



- Diseño y perfilamiento. En esta etapa se debe definir o estructurar las características del Producto y su Mercado Objetivo.
- Aprobación. En esta etapa la Alta Gerencia y la Junta Directiva deben asegurarse de que se hayan cumplido las Normas de Asesoría y aprobar el perfil del Producto y el Mercado Objetivo proyectado.
- Lanzamiento y promoción. En esta etapa se debe garantizar el cumplimiento de las Normas de Asesoría a fin de que los Productos sean ofrecidos al Mercado Objetivo.
- Monitoreo y revisión. En esta etapa se debe revisar el Producto a fin de establecer si sus características o Mercado Objetivo

han cambiado.

e. Liquidación. En esta etapa se termina el ciclo de vida del Producto, conforme la estrategia comercial definida por la Entidad, las características del Producto o sus reglamentos de funcionamiento.

A continuación, se procede a desarrollar las políticas frente a cada uno de los pasos del ciclo de vida del Producto.

5. 4. 5. Proceso de diseño y aprobación del Productos.

- El diseño y aprobación de Productos seguirá el siguiente proceso:

Cuadro No 10
Ciclo de diseño y aprobación del Producto



La Entidad podrá conformar grupos de trabajos o trasladar a sus comités, en los cuales participen de manera concomitante las diferentes áreas encargadas del diseño y aprobación del Perfil del Producto y Mercado Objetivo, el diseño de los mismos. En específico, la Entidad podrá cumplir los pasos necesarios para llevar a cabo el diseño y aprobación del Producto mediante reuniones del Comité de Productos y/o el Comité de Estructuración según sea el caso.

5. 4. 5. 1. Diseño y perfilamiento del Producto.

El proceso de perfilamiento del Producto inicia con la Gerencia Comercial Corporativa, quienes serán los encargados de diseñar los nuevos Productos estableciendo de manera preliminar su respectivo perfil y Mercado Objetivo. Para tal efecto, la Gerencia Comercial Corporativa podrá apoyarse en los comités internos establecidos por la organización.

Para el caso de los Contratos de Fiducia de Inversión, el diseño y perfilamiento del Producto será definido en coordinación con el Comité de Estructuración.

El perfil del Producto debe ser el resultado del análisis profesional de los aspectos que se encuentran previstos en el cuadro que se encuentra contenido en el literal a) siguiente de la presente sección, el cual permitirá realizar una tasación objetiva de sus características, a fin de dar un resultado sobre la naturaleza o nivel de riesgo del Producto.

- Captura de información sobre las características del Producto.

El área comercial, a través de un funcionario o comité designado para tal efecto, deberá diligenciar el FT-GCO-004 "Formulario de perfilamiento del Producto". En este formulario, se deberá analizar y asignar las características que mejor se ajustan al Producto, a fin de establecer su naturaleza y perfil, conforme lo establecido en el siguiente cuadro:

Cuadro No 13
Análisis del Producto

Ítem	Características	Descripción
Complejidad	Producto simple	Producto que según su estructura es fácilmente comprensibles para los inversionistas en sus términos, riesgos, costos, rendimientos esperados, información disponible y características.
	Producto Universal	Producto que siendo clasificado como simple, que está dirigidos a cualquier tipo de inversionista sin ninguna característica o exigencia particular y que no cuenta para el cliente con ningún pacto de permanencia
		Producto que según su estructura contiene un alto

	Producto complejo	grado de complejidad para el entendimiento de los atributos principales del producto por parte del inversionista, ya sea por sus características particulares o porque se refiere a productos que son considerados como complejos.
Estructura	No apalancado	El Producto no amplía la exposición del vehículo o de los recursos del Cliente por encima del valor de su patrimonio.
	Apalancado	El Producto permite ampliar la exposición del vehículo o de los recursos del Cliente por encima del valor de su patrimonio. Se incluyen en este concepto productos que inviertan principalmente en operaciones tales como: Ventas en corto, Repos pasivos y simultáneas pasivas, Operaciones de endeudamiento, Operaciones sobre instrumentos financieros derivados y Cuentas de margen.
Activos subyacentes	Valores, instrumentos o participaciones de Renta Fija	El instrumento garantiza la devolución del capital invertido y una cierta rentabilidad.
	Valores, instrumentos o participaciones de Renta Variable	La recuperación del capital invertido y la rentabilidad derivada del instrumento no están garantizadas, ni son conocidas de antemano.
	Divisas	Inversiones en moneda extranjera.
	Derechos o valores no inscritos en el RNVE	Títulos valores y/u otros derechos de contenido económico no inscritos en el RNVE.
	Derivados y Productos estructurados	Contratos cuyo valor se basa en el precio de un subyacente o contratos híbridos que tienen por lo menos un derivado implícito.
	Inmuebles y/o proyectos productivos.	Bienes o proyectos productivos en Colombia o en el exterior y/o derechos fiduciarios, titularizaciones o acciones o cuotas de interés social en compañías dedicadas a la inversión en inmuebles y/o proyectos productivos.
Rentabilidad	Preservación	El Producto tiene por objetivo la protección del capital y valoración estable del mismo con bajas expectativas de rentabilidad.
	Ingreso	El Producto permite tomar algunos riesgos con el objetivo de obtener rendimientos medios o altos, supone la capacidad de soportar algunas pérdidas por un período de tiempo limitado.
	Crecimiento	El Producto busca un alto rendimiento y supone tolerancia a los riesgos, con la posibilidad de sufrir pérdidas por largos períodos.
Riesgo	Conservador	El Producto tiene por objetivo no asumir riesgos importantes con el capital invertido, admitiendo fluctuaciones de capital con un crecimiento moderado del mismo.
	Moderado	El Producto busca exponerse a un riesgo mayor para obtener mejores utilidades, teniendo una relación equilibrada entre riesgo y rentabilidad.
	Arriesgado	El Producto busca asumir altos niveles de riesgo en busca de los retornos más altos posibles a fin de incrementar el capital en el corto y mediano plazo mediante la inversión en activos con mayor potencial de crecimiento y mayor volatilidad.
Liquidez	Alta	La inversión se puede liquidar dentro de un período de un (1) día hábil.
	Media	La inversión se puede liquidar dentro de un período de máximo 60 días.
	Baja	La inversión puede liquidarse dentro de un periodo de 90 días.
	Muy baja	La inversión puede liquidarse en un período mayor a 90 días.
Costos	No tiene	El Producto sólo acarrea el desembolso por parte del Cliente de la remuneración.
	Fijos	El Producto requiere o puede requerir del Cliente el desembolso de unos costos fijos para realizar o mantener la inversión, diferentes a la remuneración.
	Variables	El Producto requiere o puede requerir del Cliente el desembolso de unos costos variables para realizar o mantener la inversión, diferentes a la remuneración, tales como llamados al margen o garantías.
Estructura de remuneración	Comisión	Se cobra al Cliente una comisión por administración o por operación. Las comisiones por administración pueden ser de diversos tipos como, por ejemplo, la calculada sobre los recursos administrados, de éxito, entre otros.

	Margen o Spread	La ganancia de la Entidad se encuentra en la diferencia entre el precio de compra y de venta del Producto.
Calidad de la información disponible	Alta	El Producto se encuentra acompañado de información pública o privada y de fácil comprensión a través de la cual el Cliente puede conocer con un alto grado de certeza su desempeño y condiciones de funcionamiento.
	Medida	El Producto se encuentra acompañado de información a través de la cual el Cliente puede conocer su desempeño y condiciones, no obstante, esta información puede ser compleja y de difícil comprensión.
	Baja	El Producto cuenta con poca o nula información sobre su desempeño y condiciones o la información es de una complejidad muy alta.
Prelación de pago	No tiene	El Producto no implica una prelación de pago.
	Tiene	El Producto implica una prelación de pago. Entre éstos se encuentran, por ejemplo, las acciones en caso de liquidación o bonos que suponen un tipo de subordinación.

• Metodología de ponderación de las características del Producto.

Cada característica de los Productos tiene asignado un valor numérico, en forma ascendente. Cada valor numérico asignado a las características tendrá una correspondencia de riesgo de la siguiente forma:

Cuadro No 14
Relación riesgo y características del Producto

Ítem	Características	Valor de cada característica	Relación de riesgo
Complejidad	Producto simple	5	Bajo
	Producto complejo	10	Alto
Estructura	No apalancado	5	Bajo
	Apalancado	10	Alto
Rentabilidad	Preservación	3.333333333	Bajo
	Ingreso	6.666666667	Medio
	Crecimiento	10	Alto
Riesgo	Conservador	3.333333333	Bajo
	Moderado	6.666666667	Moderado
	Arriesgado	10	Alto
Liquidez	Alta	2.5	Bajo
	Media	5	Moderado
	Baja	7.5	Medio
	Muy baja	10	Alto
Costos	No tiene	3.333333333	Bajo
	Fijos	6.666666667	Medio
	Variables	10	Alto
Estructura de remuneración	Comisión	5	Bajo
	Margen	10	Alto
Calidad de la información disponible	Alta	3.333333333	Bajo
	Medida	6.666666667	Medio
	Baja	10	Alto
Prelación de pago	No tiene	5	Bajo
	Tiene	10	Alto
Activos subyacentes	Valores, instrumentos o participaciones de Renta Fija	0.5	Bajísimo
	Valores, instrumentos o participaciones de Renta Variable	1	Bajo
	Divisas	1.5	Medio Bajo
	Derechos o valores no inscritos en el RNVE.	2	Medio
	Derivados y Productos estructurados.	2.5	Medio Alto
	Inmuebles	3	Alto

Para efectos del perfilamiento del Producto, el Área Comercial realizará la sumatoria del resultado de la valoración de todas las características del mismo, asignando un perfil dependiendo de la correspondencia al riesgo del mismo:

Cuadro No 15
Categorización de perfil del Producto

Rango	Perfil
-------	--------

35	50	Producto Conservador
51	82	Producto Moderado
83	100	Producto Arriesgado

- Resultado de la evaluación.

Como resultado de la aplicación de la metodología atrás descrita, los Productos se clasificarán de manera automática en una de las siguientes tres categorías:

Cuadro No 16
Descripción del perfil del Producto

Categoría	Descripción de las características del Producto
Producto Conservador	El Producto tiene por objetivo que el Cliente no se exponga a riesgos importantes con el capital invertido, admitiendo fluctuaciones menores en su capital con un crecimiento moderado del mismo sacrificando rentabilidad y buscando alta liquidez.
Producto Moderado	El Producto tiene por objetivo que el Cliente asuma un riesgo mayor para obtener mejores utilidades, buscando una relación equilibrada entre riesgo y rentabilidad con un crecimiento moderado en su capital e inversiones con alta liquidez.
Producto Arriesgado	El Producto tiene por objetivo que el Cliente asuma altos niveles de riesgo en busca de los retornos más altos posibles, buscando incrementar su capital en el corto y mediano plazo mediante la inversión en activos con mayor potencial de crecimiento y mayor volatilidad.

5. 4. 5. 2. Aprobación del Perfil del Producto y del Mercado Objetivo.

Una vez la Gerencia Comercial Corporativo haya establecido el perfil y el Mercado Objetivo del Producto, el mismo se someterá a un proceso de aprobación como se explica a continuación.

- Evaluación previa por parte de la Gerencia Jurídica y/o asesor externo.

Las características del Producto, así como su Mercado Objetivo deben ser sometidos a consideración de la Gerencia Jurídica o de un asesor legal externo con el fin de verificar que no existan aspectos legales en torno al mismo que puedan derivar en una transgresión de la normativa aplicable.

- Evaluación por el Comité de Productos o el Comité de Aprobación.

Las características del Producto, así como su Mercado Objetivo deben ser presentados al Comité de Productos y/o el Comité de Aprobación, según sea el caso, a fin de que se verifique:

- . La posible existencia de conflictos de interés en el diseño del Producto.
- . Que el desarrollo del Producto cumpla con las Normas de Asesoría y se haya surtido el proceso correspondiente.
- . Que el perfil del Producto responda a un análisis profesional que sea consecuente con su naturaleza y características.

Lo anterior, teniendo en cuenta las respectivas reglas de funcionamiento de cada uno de los órganos colegiados antes citados.

- Aprobación por la Junta Directiva.

La Junta Directiva aprobará los nuevos Productos de la Entidad, así como los cambios en los Productos existentes. Las decisiones tomadas por la Junta Directiva se documentarán a través de las actas de dicho órgano colegiado

5. 4. 6. Perfil de los Productos de la Entidad.

De conformidad con la evaluación llevada a cabo por parte de la Entidad, los siguientes son los perfiles y el Mercado Objetivo de sus Productos.

5. 4. 6. 1. Fondos de Inversión Colectiva.

La Entidad ofrece FICs, los cuales tienen una variedad de estrategias de inversión. Estos fondos, están constituidos de conformidad con lo establecido en la Parte 3 del Decreto 2555 de 2010 y la Circular Externa 029 de 2014 expedida por la Superintendencia Financiera de Colombia.

- Fondo de Inversión Colectiva abierto con pacto de permanencia "Fiducoldex 60 Moderado"

Cuadro No 17

Perfil Producto

a. Fondo de Inversión Colectiva abierto con pacto de permanencia "Fiducoldex 60 Moderado"		
Ítem	Características	Descripción
		Producto que según su estructura es fácilmente

Complejidad	Producto simple	comprensibles para los inversionistas en sus términos, riesgos, costos, rendimientos esperados, información disponible y características.
Estructura	No Apalancado	El FIC no busca ampliar la exposición del mismo por encima del valor de su patrimonio.
Activos subyacentes	Valores, instrumentos o participaciones de Renta Fija	<ul style="list-style-type: none"> - Bonos, aceptaciones, Certificados de depósito a término- CDTs, Certificados de depósito de ahorro a término- CDATS, emitidos, avalados o garantizados por establecimientos de crédito vigilados por la Superintendencia Financiera de Colombia - SFC. - Títulos de tesorería TES denominados en pesos y Unidades de Valor Real - UVR, Títulos de Desarrollo Agropecuario, Bonos de Valor Constante, Bonos del gobierno colombiano denominados en dólares y demás valores emitidos, aceptados, avalados o garantizados por el gobierno nacional, el banco de la República u otras entidades de derecho público. - Bonos emitidos, avalados o garantizados por organismos multilaterales de crédito, gobiernos extranjeros o entidades públicas extranjeras. - Bonos y/o papeles comerciales emitidos, avalados o garantizados por emisores nacionales inscritos en el RNVE. - Títulos de contenido crediticio derivados de procesos de titularización de cartera hipotecaria, cuyos emisores u originadores sean instituciones financieras vigiladas por la SFC. - Títulos de contenido crediticio derivados de procesos de titularización cuyo subyacente sea distinto a cartera hipotecaria, inscritos en el RNVE y cuyo emisor u originador esté domiciliado en Colombia.
	Derechos o valores no inscritos en el RNVE	<ul style="list-style-type: none"> - Bonos, certificados de depósito y time deposit emitidos por entidades financieras u otras entidades del exterior inscritos en una o varias bolsas de valores internacionalmente reconocidas. - Participaciones en otros FIC'S nacionales. - Participaciones en ETF nacionales o extranjeros
Rentabilidad	Ingreso	El producto permite tomar algunos riesgos con el objetivo de obtener rendimientos medios o altos, supone la capacidad de soportar algunas pérdidas por un período de tiempo limitado.
Riesgo	Moderado.	El Fondo busca proporcionar a los inversionistas un instrumento de inversión con un perfil de riesgo medio, el cual logre el crecimiento del capital en un horizonte de inversión a mediano plazo a través de la combinación de diferentes activos, tanto en moneda legal como en moneda extranjera.
Liquidez	Baja	Es un FIC abierto con pacto de permanencia de dos (2) meses.
Costos	Fijos	El producto acarrea una multa o sanción sobre el valor de la redención equivalente al 1%, en caso de redenciones anticipadas.
Estructura de remuneración	Comisión	Se cobra al cliente una comisión por administración del FIC.
Calidad de la información disponible	Alta	El FIC cuenta con la información contenida en el Reglamento, el informe de rendición de cuentas, extractos, prospecto, etc.
Prelación de pago	No tiene	El FIC no tiene prelación alguna que se deba seguir para la redención de las participaciones.
PERFIL DEL PRODUCTO: MODERADO.		

Mercado objetivo	
Ítem	Características
Tipo de Cliente	Inversionista o profesional
Conocimiento	Nivel básico o superior
Perfil	Conservador o superior
Horizonte de tiempo	De corto plazo o superior

Cuadro No 18

Perfil Producto

Fondo de Inversión Colectiva Abierto "Fiducoldex"		
Ítem	Características	Descripción
Complejidad	Producto universal	Producto que siendo clasificado como simple, que está dirigido a cualquier tipo de inversionista sin ninguna característica o exigencia particular y que no cuenta para el cliente con ningún pacto de permanencia.
Estructura	No Apalancado	El FIC no busca ampliar la exposición del mismo por encima del valor de su patrimonio.
Activos subyacentes	Valores, instrumentos o participaciones de Renta Fija	- Certificados de depósito a término denominados en moneda nacional o unidades representativas de moneda nacional, inscritos en el Registro Nacional de Valores y Emisores RNVE, cuya calificación mínima corresponda a la establecida en el Art. 49 del decreto 1525 de 2008 modificado por el decreto 4686 de 2010, o las normas que lo modifiquen o sustituyan. - Títulos de Tesorería TES, Clase "B" a tasa fija o indexados a la UVR.
Rentabilidad	Ingreso	El Producto permite tomar algunos riesgos con el objetivo de obtener rendimientos medios o altos, supone la capacidad de soportar algunas pérdidas por un período de tiempo limitado.
Riesgo	Conservador.	FONDO está dirigido a inversionistas que buscan una alta liquidez y la seguridad que ofrecen las inversiones en renta fija de bajo riesgo crediticio.
Liquidez	Alta	Es un FIC abierto sin pacto de permanencia. El inversionista puede redimir su inversión en un período de un (1) día hábil.
Costos	No tiene	El Producto sólo acarrea el desembolso por parte del Cliente de la remuneración.
Estructura de remuneración	Comisión	Se cobra al cliente una comisión por administración del FIC.
Calidad de la información disponible	Alta	El FIC cuenta con la información contenida en el Reglamento, el informe de rendición de cuentas, extractos, prospecto, etc.
Prelación de pago	No tiene	El FIC no tiene prelación alguna que se deba seguir para la redención de las participaciones.
PERFIL DEL PRODUCTO: CONSERVADOR.		

Mercado objetivo	
Ítem	Características
Tipo de Cliente	Inversionista o profesional
Conocimiento	Nivel básico o superior
Perfil	Conservador o superior
Horizonte de tiempo	De corto plazo o superior

5. 4. 6. 2.Fondos de Capital Privado.

La Entidad administra FCP, los cuales tienen una variedad de estrategias de inversión. Estos fondos, están constituidos de conformidad con lo establecido en la Parte 3 del Decreto 2555 de 2010 y la Circular Externa 029 de 2014 expedida por la Superintendencia Financiera de Colombia.

- Fondo de Capital Privado Bancóldex Capital Fondo de Fondos.

Cuadro No 19

Perfil Producto

Fondo de Capital Privado Bancóldex Capital Fondo de Fondos.		
Ítem	Características	Descripción
Complejidad	Producto complejo	Producto que según su estructura contiene un alto grado de complejidad para el entendimiento de los atributos principales del producto por parte del inversionista, ya sea por sus características particulares o porque se refiere a productos que son considerados como complejos.
Estructura	Apalancado	El FCP puede ampliar la exposición del mismo por encima

		del valor de su patrimonio a través de créditos.
Activos subyacentes	Inmuebles y/o proyectos productivos.	- Fondos de Capital Semilla: Fondos de Capital que invierten, a través de deuda o patrimonio, en empresas o proyectos que están en etapa inicial de validación de un producto, servicio o plan de negocios. - Fondos de Capital Emprendedor: Fondos de Capital que invierten, a través de deuda o patrimonio, en empresas que ya han financiado las primeras fases pre-operativas y/u operativas de su negocio; tienen un producto desarrollado y probado y han logrado sus primeros ingresos. - Fondos de Capital Privado: Fondos de Capital que invierten, a través de deuda o patrimonio, en empresas con trayectoria en el mercado que requieren recursos, principalmente para consolidación y/o expansión.
Rentabilidad	Crecimiento	El FCP busca un alto rendimiento y supone tolerancia a los riesgos, con la posibilidad de sufrir graves pérdidas por largos periodos.
Riesgo	Arriesgado.	El Fondo por la naturaleza de sus inversiones envuelve un alto riesgo de pérdida de la inversión. El Fondo está diseñado para Inversionistas que tengan una expectativa de inversión de largo plazo y una alta propensión al riesgo.
Liquidez	Muy baja.	Se trata de un Fondo cerrado a 20 años, aunque pueden existir redenciones parciales o anticipadas.
Costos	Fijos	Se establece una remuneración fija a favor del Gestor Profesional.
Estructura de remuneración	Comisión	Se cobra al cliente una comisión por administración del FCP.
Calidad de la información disponible	Alta	El FCP cuenta con la información contenida en el Reglamento, el informe de rendición de cuentas, extractos, prospecto, etc.
Prelación de pago	No tiene	El FCP no tiene prelación alguna que se deba seguir para la redención de las participaciones.
PERFIL DEL PRODUCTO: ARRIESGADO.		

Mercado objetivo	
Ítem	Características
Tipo de Cliente	Inversionista o profesional
Conocimiento	Sofisticado u experto
Perfil	Arriesgado
Horizonte de tiempo	Largo plazo.

5. 4. 6. 3. Contratos de Fiducia de Inversión.

La Entidad ofrece al Cliente la posibilidad de suscribir contratos de fiducia de inversión bajo la modalidad de fiducia mercantil o encargo fiduciario, a fin de que el mismo entregue recursos para conformar un portafolio administrado por la Entidad de acuerdo con sus instrucciones.

En la medida que los contratos de fiducia de inversión se elaboran a la medida del Cliente y de acuerdo con sus objetivos de inversión y apetito de riesgo, el perfil de este Producto puede variar de conservador a agresivo en cada caso específico, según los activos subyacentes en los que se decida invertir. Por el anterior motivo, de manera previa sólo es posible establecer las siguientes características generales del Producto:

Cuadro No 20
Perfil Producto

Ítem	Características	Descripción
Complejidad	Producto simple	Producto que según su estructura es fácilmente comprensibles para los inversionistas en sus términos, riesgos, costos, rendimientos esperados, información disponible y características. [Pendiente definición SFC
Estructura	No apalancado	El producto no amplía la exposición del vehículo o de los recursos del mismo por encima del valor de su patrimonio.
Costos	Fijos	El Producto no sólo acarrea el desembolso por parte del Cliente de la remuneración, sino otros costos fijos por la estructuración del mismo.

Estructura de remuneración	Comisión	Se cobra al cliente una comisión por administración.
Calidad de la información disponible	Alta	El fondo cuenta con la información contenida en el contrato, extractos, rendición de cuentas, etc.
Prelación de pago	No tiene	El fondo no tiene prelación alguna que se deba seguir para el pago de las redenciones.

Mercado objetivo	
Ítem	Características
Tipo de Cliente	Inversionista o profesional
Conocimiento	Nivel básico o superior
Perfil	Experto
Horizonte de tiempo	Largo plazo

A fin de garantizar el cumplimiento de las Normas de Asesoría cada vez que la Entidad pretenda suscribir un contrato de fiducia de Inversión con el Cliente deberá indagar por las políticas de riesgo y de inversión que el mismo pretenda alcanzar a través del contrato y proceder a diligenciar la información correspondiente a los activos subyacentes del FT-GCO-004 "Formulario de perfilamiento del Producto" para cada caso particular, teniendo en cuenta las siguientes características:

- . Rentabilidad.
- . Riesgos.
- . Activos Subyacentes.
- . Liquidez.

El perfil del Producto que se establezca en cada caso en particular no será objetivo de aprobación en los términos del Numeral 5.3.2 en la medida. No obstante, se informará al Cliente de manera previa el perfil del Producto a fin de proceder con el análisis de conveniencia.

5. 4. 7. Revisión del perfil del Producto.

La Gerencia Comercial Corporativa revisará el perfil de sus Productos al menos una vez cada tres (3) años, o con menor frecuencia si se considera necesario, para evaluar si se han presentado cambios materiales en los principales elementos que se utilizan para el análisis profesional de los mismos.

En caso de que se haya presentado un cambio material, se procederá a actualizar el perfil de los Productos conforme con lo establecido en la presente sección del Manual. En estos eventos, la Entidad deberá considerar si el Producto sigue siendo consistente con el Mercado Objetivo.

Una vez surtida la revisión del Producto, el funcionario de mayor jerarquía de esa dependencia, procederá a diligenciar y suscribir el formato FT-GCO-004 " Formulario de perfilamiento del Producto" a fin de dejar la trazabilidad de la actualización del perfil del Producto

5.5. ANÁLISIS DE CONVENIENCIA

Corresponde a la evaluación que realiza la Entidad, a través del Área Comercial, para determinar si el perfil del Producto es adecuado para un inversionista de acuerdo con el perfil del Cliente. Comprender la complejidad y el riesgo del Producto es esencial para garantizar que el mismo se ofrezca al Cliente apropiado de conformidad con el Mercado Objetivo definido.

5. 5. 1. Productos en los cuales resulta conveniente la realización de las inversiones.

Basados en las instrucciones de ESMA en materia de idoneidad , la Entidad ha adoptado como política asumir que el conocimiento y la experiencia del Cliente son suficientes para adquirir todos los Productos que ofrece la entidad si se ha clasificado como Inversionista Profesional. De igual manera, se puede asumir que un Inversionista Profesional per se tiene la capacidad de soportar cualquier riesgo relacionado con sus objetivos de inversión.

Para el caso de los Clientes Inversionistas, el análisis realizado por el Área Comercial, de conveniencia radicará en la verificación de la coincidencia del perfil del Cliente y el perfil del Producto conforme con lo establecido en el siguiente cuadro:

Cuadro No 21
Análisis de conveniencia

		Perfil Producto			
		Producto Conservador	Producto Moderado	Producto Equilibrado	Producto Arriesgado
Perfil Cliente	Cliente Conservador				
	Cliente Moderado				
	Cliente Equilibrado				
	Cliente Agresivo				

Si el perfil del Cliente coincide con el Perfil del Producto definido, la inversión del Cliente será conveniente para el mismo. Adicionalmente, para efectos del análisis de conveniencia se deberá tener en cuenta el Mercado Objetivo.

5. 5. 2. Distribución por fuera del Mercado Objetivo y el perfil del Cliente.

Cuando se cumplan todos los demás requisitos legales establecidos en las Normas de Asesoría, los Productos podrán venderse u ofrecerse fuera del Mercado Objetivo y del perfil del Cliente, siempre la decisión de desviación del Cliente está claramente documentada. Si las ventas por fuera del Mercado Objetivo y del Perfil del Cliente se vuelven significativas la Entidad, a través de la Gerencia Comercial, deberá revisar y actualizar el Perfil del Producto.

Cuando el Cliente desee realizar una operación que se encuentra por fuera del perfil que le ha sido designado conforme con el presente Manual, debe suscribir el documento FT-GCO-007 "Constancia del cumplimiento de la actividad de asesoría". En dicho documento, el Cliente manifestará su pleno conocimiento de que se encuentra actuando por fuera de su perfil, así como el riesgo implícito derivado de tal decisión. Dicho documento, le será suministrado por parte de la Gerencia Comercial.

5. 5. 3. Declaración del inversionista de FCP.

Aunque el Parágrafo 2 del artículo 3.3.7.1.3 del Decreto 2555 de 2010, señala que no le será aplicable a la Entidad las Normas de Asesoría, cuando adelante la actividad de gestión de FCP, el artículo 3.3.2.2.5 del mismo compendio normativo señala que al momento de la vinculación del inversionista se debe realizar un procedimiento de perfilamiento del riesgo del Cliente y proceder de conformidad con el mismo, de lo cual deberá entregar una constancia al inversionista.

Para los anteriores efectos, el inversionista de FCP deberá diligenciar el FT-GCO-007 "CONSTANCIA DE CUMPLIMIENTO DE LA ACTIVIDAD DE ASESORIA FIC FIDUCOLDEX 60 MODERADO ". El resultado del perfilamiento deberá ser informado conforme lo indicado en el Numeral 5.2.6 anterior de este Manual.

5.6. RECOMENDACIÓN PROFESIONAL.

5. 6. 1. Procedencia de la recomendación profesional.

De conformidad con las Normas de Asesoría, la recomendación profesional no procede en todos los eventos y puede ser renunciante. La Entidad, a través del Área Comercial, para efectos de determinar si procede o no el deber de recomendación profesional frente a un cliente deberá tener en cuenta el siguiente cuadro:

Cuadro No 22
Procedencia de la recomendación profesional

Tipo de Cliente	Clasificación del Producto	Procedencia de la recomendación profesional
Cliente inversionista	Universal	No requiere que se lleve a cabo recomendación profesional
	Simple	El Cliente puede renunciar a la recomendación profesional.
	Complejo	La recomendación profesional es obligatoria en todos los casos.
Inversionista Profesional	Universal	No requiere que se lleve a cabo recomendación profesional
	Simple	No es obligatoria. No obstante, podrán solicitar una recomendación profesional cuando en su criterio la requieran o cuando se presente renuncia a dicha calidad e implique recibir el tratamiento de Cliente inversionista.
	Complejo	

5. 6. 2. Aplicación.

En los casos en los que proceda la recomendación profesional, según el cuadro contenido en el Numeral 5.6.1 anterior de este Manual, los funcionarios del área comercial deberán suministrar una recomendación individual o personalizada que tenga en

cuenta el perfil del Cliente y el perfil del Producto.

Esta recomendación comprende una opinión idónea sobre una determinada inversión dada a un Cliente o a su ordenante para comprar, vender, suscribir, conservar, disponer o realizar cualquier otra transacción sobre los Productos de la Entidad. Para los anteriores efectos se deberá tener en cuenta:

- Recomendación "individual o personalizada": se dirige al inversionista debidamente identificado y tiene en cuenta sus condiciones particulares. Este aspecto será cumplido por parte de los funcionarios del área comercial de la Entidad mediante una entrevista en la cual, teniendo en cuenta el perfil del Cliente, indagará por su situación financiera y no financiera a fin de conocer de primera mano las posibles alternativas de inversión en las cuales puede estar interesado.

- Comprende una opinión idónea: la recomendación de los funcionarios del área comercial debe fundamentarse en el perfil del Cliente y el perfil del Producto, de tal forma que incorpora un análisis profesional que responda debidamente al interés del inversionista destinatario de la misma.

Del resultado de este proceso, el comercial deberá recomendar al Cliente uno o varios Productos que el Cliente, podría adquirir conforme a su perfil de riesgo, teniendo en cuenta los intereses personales que éste pretende satisfacer con la realización de la inversión.

La información debe ser justa, transparente, clara, comprensible y completa y se deberá entregar de forma que no resulte engañosa.

5. 6. 3. Reglas generales para el suministro de las recomendaciones profesionales para los Productos de la Entidad.

Cuando aplique, el suministro de recomendaciones profesionales a los Clientes inversionistas se debe realizar conforme a las siguientes reglas:

• Para la distribución de FIC

. Se debe suministrar una recomendación profesional al momento de su vinculación del Cliente de conformidad con el perfil resultante del proceso de perfilamiento del producto, la cual debe permitir al inversionista tomar la decisión. Esto aplica incluso en los casos en los que un Patrimonio Autónomo administrado por la Entidad se vincule a un FIC como Cliente.

• Negocios fiduciarios.

. Para la celebración de negocios fiduciarios que tengan por finalidad invertir en valores se deben suministrar recomendaciones profesionales a los inversionistas.

. En los respectivos contratos se deberá establecer si al inversionista se le suministrarán recomendaciones profesionales durante su ejecución y los términos y condiciones para la prestación de este servicio.

Para el caso de los FCP, la recomendación profesional no aplica.

5. 6. 4. Renuncia de la recomendación profesional.

Los Clientes inversionistas podrán renunciar a la recomendación profesional, siempre que el Producto del que se trate sea clasificado como simple. La renuncia a la recomendación profesional procede bajo las siguientes condiciones:

a. De forma previa a la renuncia el Cliente inversionista debe declarar que ha recibido la información del Producto simple y una explicación de sus características y riesgos. Esto se llevará a cabo presentando o poniendo a disposición del Cliente el perfil de los Productos, contenida en el Numeral 5.4.6 de este Manual, o cualquier otra información como, por ejemplo, prospectos, fichas, reglamentos, contratos, entre otros.

b. El Cliente inversionista debe manifestar de forma expresa que conoce y entiende el Producto simple y por tanto renuncia a recibir una recomendación profesional respecto de transacciones en el mismo.

c. La Entidad debe realizar el análisis de conveniencia de forma previa a la realización de la inversión.

d. La Entidad debe explicar las consecuencias de la renuncia a la recomendación profesional.

La decisión del Cliente y el cumplimiento de los anteriores elementos debe constar en el formato FT-GCO-007 "CONSTANCIA DE CUMPLIMIENTO DE LA ACTIVIDAD DE ASESORIA FIC FIDUCOLDEX 60 MODERADO", el cual ha sido especialmente diseñado para este propósito.

En todo caso, la Entidad no podrá establecer en ningún caso una cláusula contenida en un contrato de adhesión a modo de renuncia general de la recomendación profesional. No obstante, el Cliente inversionista podrá efectuar una renuncia con carácter general respecto de aquellos Productos simples en los cuales hubiere realizado inversiones previas

5. 6. 5. Carácter no vinculante de la recomendación profesional.

El Cliente que recibe la recomendación profesional tiene la libertad de proceder de conformidad con la misma o de actuar de forma diversa. Si un cliente inversionista decide realizar su inversión en condiciones más riesgosas que las recomendadas, tal decisión debe quedar consignada en el formato denominado "Constancia del Cumplimiento del Deber de Asesoría", de forma previa a la realización de la operación, o a través de cualquier otro medio verificable.

5.6.6. Obligación de los asesores.

La persona natural que participa en la actividad de asesoría debe estar inscrita en el Registro Nacional de Profesionales del Mercado de Valores y contar con la certificación en la modalidad pertinente. Igualmente, el asesor debe conocer y entender el perfil del Cliente y el perfil del Producto que sugiere de forma previa al suministro de recomendaciones profesionales.

5.6.7. Documento soporte del suministro de una recomendación profesional.

El Cliente puede solicitar la entrega del documento FT-GCO-006 "Soporte del Suministro de una Recomendación Profesional" el cual que soporta el suministro de la recomendación profesional. Este documento podrá ser físico o electrónico y deberá incluir por lo menos la siguiente información:

- a. Modalidad de la asesoría prestada, independiente o no independiente, incluyendo las limitaciones que permitan calificarla en esta última categoría.
- b. La recomendación profesional con una síntesis de los argumentos que le sirven de fundamento.
- c. Los conflictos de interés y la forma en que puedan afectar al cliente, así como los mecanismos utilizados para administrarlos o mitigarlos.
- d. La identificación del asesor, la calidad en que actúa, su forma de vinculación con la entidad y las certificaciones profesionales con que cuenta.
- e. Las políticas de remuneración de la entidad que tienen relación con el producto o servicio ofrecido.

El documento FT-GCO-006 "Soporte del Suministro de una Recomendación Profesional" incorporará vía referencia la siguiente información, la cual deberá estar a disposición del cliente por cualquier medio:

- a. Clasificación del cliente.
- b. Perfil del cliente.
- c. Perfil del producto recomendado y mercado objetivo.
- d. Descripción general de todos los gastos y demás factores que influyen en el precio del producto ofrecido y/o en el precio de la asesoría suministrada.

La Entidad llevará un registro que conserve los soportes de las recomendaciones profesionales suministradas y permita verificar el cumplimiento de las reglas previstas en las Normas de Asesoría.

5.7. DISTRIBUCIÓN DE FONDOS DE INVERSIÓN COLECTIVA

5.7.1. Reglas generales.

De acuerdo con las Normas de Asesoría, la Entidad debe contar con políticas para el suministro de recomendaciones profesionales que permitan al inversionista tomar la decisión de vinculación a los FIC. Igualmente, la Entidad debe adoptar políticas para que, en la distribución de los FIC, se cumpla con las obligaciones relativas a la actividad de asesoría.

Para los anteriores efectos, la Entidad deberá atender los siguientes lineamientos.

. Oportunidad de la recomendación profesional. La Entidad debe suministrar una recomendación profesional al inversionista al momento de vincularse al FIC, salvo se trate de fondos clasificados como universales. Lo anterior, en los términos y condiciones establecidos en la Sección 5.6 de este Manual.

. Entidad responsable. La recomendación profesional debe ser suministrada por quien distribuye el FIC. En ese sentido, en el caso de que la Entidad no lleve a cabo la actividad de distribución conforme lo establece el Decreto 2555 de 2010, deberá reflejar en los acuerdos correspondientes esta situación, a fin de que el distribuidor se comprometa a dar el debido cumplimiento conforme sus propias políticas y procedimientos.

. Recomendación profesional durante la permanencia del inversionista en los FIC. Durante la permanencia del inversionista en los FIC, se le proporcionará a su solicitud, recomendaciones profesionales según lo que disponga sobre el particular cada reglamento de los FIC. En todo caso, los reglamentos de los FIC deberán prever, salvo la Entidad lo estime no aplicable según el perfil del FIC del que se trate, las siguientes reglas en relación con la procedencia del deber de asesoría:

"La Sociedad Administradora, el Distribuidor Especializado y el Prestador del Contrato de Uso de Red, según corresponda, deberán dar cumplimiento al deber de asesoría de que trata el Libro 40 de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010. Al respecto, y con el propósito de que los inversionistas y/o potenciales inversionistas adopten decisiones de inversión lo suficientemente informadas, se suministrará una recomendación profesional, entendida ésta como una recomendación individual o personal realizada en atención al perfil del cliente y del producto, y el resultado del análisis de conveniencia efectuado. Dicha asesoría podrá ser suministrada a través de herramientas tecnológicas según lo previsto en el artículo 2.40.5.1.1 del Decreto 2555 de 2010.

Adicionalmente, según lo dispuesto en el inciso segundo del artículo 3.1.4.1.3 del Decreto 2555 de 2010, la recomendación profesional, la cual deberá constar en cualquier medio verificable, deberá ser suministrada para la vinculación al fondo, durante la permanencia en el mismo a solicitud del inversionista, ante cualquier circunstancia que afecte de manera sustancial la inversión, así como, en la etapa de redención. Para el efecto, la sociedad administradora dispondrá en su página web los medios y condiciones a través de los cuales los inversionistas podrán solicitar las recomendaciones profesionales que estimen pertinentes.

Parágrafo Primero: En el evento que el fondo sea clasificado como un "fondo universal" de acuerdo con lo establecido en el parágrafo segundo del artículo 2.40.1.1.6 del Decreto 2555 de 2010, no se requerirá de la realización de un perfilamiento del

cliente en los términos del artículo 2.40.1.1.5."

. Recursos. Durante la vigencia de la inversión en el FIC, la Entidad o el distribuidor, según corresponda, deberá contar con los recursos apropiados para atender en forma oportuna las consultas, solicitudes y quejas que sean presentadas por el inversionista. Para los anteriores efectos, la Entidad ha adoptado un Sistema de Atención al Consumidor, conforme las instrucciones impartidas por parte de la SFC.

5. 7. 2. Promoción.

Para efectos de la promoción, vinculación y redención de participaciones de inversionistas a los FIC, se deberá tener en cuenta lo establecido en el procedimiento "PRGCO01 - procedimiento contacto con clientes", teniendo en cuenta las siguientes pautas:

Durante la etapa de promoción de los FIC, la Entidad deberá tener en cuenta las siguientes pautas:

. Identificación. Quien realiza la promoción del FIC se debe identificar como promotor de la Entidad.

. Información. El promotor debe entregar y presentar a los potenciales inversionistas toda la información necesaria y suficiente para conocer las características y los riesgos del FIC promovido. Para los anteriores efectos, el promotor entregará al Cliente:

- Una copia del Reglamento del FIC.
- Una copia del prospecto de información del FIC.
- Una copia de la ficha técnica del FIC.

El promotor también indicará que la información puede ser revisada igualmente en la página web www.fiducoldex.com.co

. Deber de abstención. El promotor debe evitar hacer afirmaciones que puedan conducir a apreciaciones falsas, engañosas o inexactas sobre el FIC, su objetivo de inversión, el riesgo asociado, gastos, o cualquier otro aspecto.

. Aceptación de condiciones. El promotor debe verificar que el inversionista conoce, entiende y acepta el prospecto del FIC, aspecto que se entenderá verificado una vez el Cliente suscriba todos los documentos de vinculación del FIC y en especial el formato FT-GCO-007 "CONSTANCIA DE CUMPLIMIENTO DEL DEBER DE ASESORIA FIC FIDUCOLDEX 60 MODERADO".

5. 7. 3. Vinculación

Durante la etapa de vinculación a los FIC, la Entidad, en el caso que lleve a cabo la distribución de los FIC, deberá tener en cuenta las siguientes pautas:

. El distribuidor debe poner a disposición del inversionista el reglamento del FIC.

. El distribuidor debe remitir las órdenes de constitución de participaciones en forma diligente y oportuna, en los términos establecidos en la Parte 3 del Decreto 2555 de 2010.

. El distribuidor debe entregar al inversionista los documentos representativos de participación en el FIC e indicar los diferentes mecanismos de información del mismo, en los términos establecidos en la Parte 3 del Decreto 2555 de 2010.

5. 7. 4. Redención.

En la etapa de redención de la participación en el FIC, la Entidad, en caso de actuar como distribuidor de los FIC, debe atender en forma oportuna las solicitudes de redención de participaciones, indicando la forma en que se realizó el cálculo para determinar el valor de los recursos a ser entregados al inversionista. Lo anterior, en los términos establecidos en la Parte 3 del Decreto 2555 de 2010.

5.8. SUMINISTRO DE ASESORÍA Y CONFLICTOS DE INTERÉS.

5. 8. 1. SUMINISTRO DE ASESORÍA

La Entidad informará al cliente, de manera expresa y antes de brindar cualquier tipo de asesoría, la modalidad en la que le será suministrada, ya sea en la: (i) Modalidad Independiente o (ii) Modalidad No Independiente.

Con la finalidad de determinar la modalidad en que se suministra la asesoría, la Entidad tendrá en cuenta los siguientes criterios:

5. 8. 1. 1. Modalidad Independiente

La asesoría será brindada por la Entidad en la Modalidad Independiente cuando respecto de los productos y/o servicios que ofrece la persona jurídica o sus asesores comerciales no reciben beneficios económicos de terceros y no se presenta un conflicto de interés en el ofrecimiento del producto y en todo caso de cumplimiento a los criterios previstos en los numerales 1, 2 y 3 del numeral I. del artículo 2.40.3.1.1. del Decreto 2555 de 2010.

La Modalidad de Independiente en que se brinda la asesoría no limita la Entidad o su Asesor para ofrecer al Cliente productos propios de la Entidad o su vinculados, siempre que se dé cumplimiento con los criterios anteriores.

5. 8. 1. 2. Modalidad No Independiente

La asesoría será brindada por la Entidad en la Modalidad No Independiente cuando se cumpla con los siguientes criterios:

- i. Cuando los productos ofrecidos al Cliente se limitan a los de la Entidad o su vinculados o a productos propios o diseñados por terceros con los cuales se tiene una vinculación previa con la Entidad.
- ii. Cuando la Entidad no realizó previamente un análisis del mercado relevante de los productos que podría invertir el Cliente según su perfil de riesgo.
- iii. Cuando el estudio del mercado realizado por la Entidad se limitó exclusivamente a los propios productos que ofrece o comercializa.
- iv. Cuando la Entidad recibe un beneficio monetario o no monetario de un tercero o una persona que actúe por cuenta de un tercero en relación con el Producto ofrecido al Cliente.
- v. Cuando el funcionario de la Entidad que brindará la asesoría recibe ningún beneficio monetario o no monetario de un tercero o una persona que actúe por cuenta de un tercero en relación con el Producto ofrecido al Cliente.
- vi. Cuando se presenta un conflicto de interés de la Entidad al momento de ofrecer el producto al Cliente.
- vii. Cuando se presenta un conflicto de interés del funcionario que brindará la asesoría al Cliente al momento de ofrecer el producto respectivo.

5. 8. 1. 3. Condiciones Especiales para la Asesoría en la Modalidad No Independiente

Cuando la Entidad suministre la asesoría en la Modalidad de No Independiente, deberá informar al Cliente, de manera previa y estar documentado en un medio verificable, las siguientes condiciones especiales:

- a. Informar expresamente que la asesoría se suministra en la Modalidad No Independiente
- b. Informar las diferencias entre la Modalidad Independiente y la Modalidad No Independiente
- c. Informar el alcance de las limitaciones de la asesoría en la Modalidad No Independiente
- d. Informar las circunstancias por las cuales la asesoría se brinda en la Modalidad No Independiente

5. 8. 1. 4. Procedimiento para determinar la Modalidad de la Asesoría

La Gerencia Comercial Corporativa dejará constancia escrita de la aplicación de los criterios para la determinación en que se brindará la Asesoría del producto, ya sea en la Modalidad Independiente o en la Modalidad No Independiente en el proceso de diseño y aprobación del producto de que trata el numeral 5.8.1 del presente Manual.

5. 8. 2. CONFLICTOS DE INTERÉS

5. 8. 2. 1. Políticas Generales

La Entidad aplicará las políticas aprobadas por su Junta Directiva en su Código de Ética y/o Buen Gobierno Corporativo para identificar, prevenir, administrar y revelar las situaciones de conflictos de interés que puedan llegar a surgir en el marco del desarrollo de la actividad de asesoría. En todo caso, las políticas que se apliquen deben privilegiar el interés del cliente.

Las políticas de conflictos de interés serán aplicables a la Entidad, sus representantes legales, accionistas, miembros de su junta directiva, funcionarios en general y en especial a los asesores de los productos y servicios respecto de los cuales se debe cumplir con las disposiciones contenidas en el Libro 40 de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010, sin limitarse, a las personas dedicadas a la distribución de productos de la Entidad.

5. 8. 2. 2. Políticas Especiales

Sin perjuicio del cumplimiento de los deberes que se imponen a la Entidad y sus funcionarios en su Código de Ética y/o Buen Gobierno Corporativo para el manejo de conflictos de interés, se deberá dar cumplimiento a las siguientes políticas especiales:

- La remuneración e incentivos que pacte la Entidad con los clientes respecto de los cuales se haya suscrito contratos para realizar la intermediación de valores o actividades respecto de las cuales se deba dar cumplimiento a la Actividad de Asesoría, estarán precedidos de negociaciones que concluyan en precios de comisiones por el servicio prestado que se ajusten a la costumbre mercantil o al valor comercial del servicio y en todo caso, se ajuste a los límites que haya propuesto su Junta Directiva.
- Los asesores que desempeñan la labor de asesoría para la Entidad deberán regirse y acatar las reglas internas sobre tratamientos de incentivos y remuneración que determine la Entidad para el desempeño de su labor.
- En todo caso, la remuneración de los funcionarios encargados de la asesoría de los potenciales clientes de la Entidad estará ajustada a criterios de equidad, nivel de responsabilidades del cargo e impacto en los resultados, competencias requeridas y los niveles de desempeño y proyección de las personas que los ocupan
- La Entidad deberá garantizar, en su manual interno de funciones que, los asesores encargados del cumplimiento de las Actividades de Asesoría sean distintas a aquellas que se encargan de la elaboración de informes de investigación sobre posibles o futuras inversiones que podrían recomendarse a los clientes potenciales o vinculados con la Entidad.

- En todo caso, la Entidad segregará las funciones de asesoría con la elaboración técnica de investigaciones de inversión y por tanto ambas funciones no estarán concentradas en un área específica. En todo caso, la función de elaboración de informes de investigación sobre inversiones no deberá pertenecer al área comercial de la Entidad
- La Entidad propenderá porque exista una clara diferenciación de las funciones de los colaboradores que participan en las diferentes etapas de la estructuración de productos en cuanto al perfilamiento de cliente, de producto, la realización del análisis de conveniencia y el suministro de una recomendación profesional
- Los asesores que brinda la recomendación profesional serán distintos a aquellos que realizan el perfilamiento del cliente, el producto y realizan el análisis de conveniencia
- Los papeles de trabajo, las investigaciones de mercado y las conclusiones técnicas preliminares que realice la Entidad en la estructuración de productos respecto de los cuales se deberá cumplir los deberes de asesoría, serán manejados de manera reservada o confidencial y solo serán suministrados a los clientes o utilizados por los asesores una vez los documentos, investigaciones y conclusiones estén en su versión final y aprobados por las instancias correspondientes
- Los asesores que brinda la recomendación profesional se abstendrán de revelar información parcial y no concluyente que pueda tener un impacto directo o indirecto en la recomendación profesional y en la decisión de inversión del cliente inversionista

Se informará al cliente de manera previa y se tendrá un archivo en el medio verificable que determine la Entidad, cualquier hecho o circunstancia que pueda generar un conflicto de interés.

En todo caso, de presentar un conflicto de interés, el mismo deberá informarse al cliente en la recomendación profesional, en donde se indicará, además, a forma en que puedan afectar al cliente, así como los mecanismos utilizados para administrarlos o mitigarlos.

5.9. MEDIOS VERIFICABLES Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS.

En atención a lo señalado en el artículo 2.40.5.1.1 del Decreto 2555 de 2010, la Entidad podrá utilizar herramientas tecnológicas para el suministro de recomendaciones profesionales, la cual podrá ser objeto de complementación por parte de un asesor certificado, cuando así lo soliciten los Clientes, evento en el cual la Entidad estará en la obligación de atender dicha solicitud conforme a los términos contractuales acordados.

Las herramientas tecnológicas que implemente la Entidad atenderán los criterios o requerimientos particulares que para tal efecto imparta la SFC.

5.10. CONTRATOS DE USO DE RED.

En la promoción y gestión de las operaciones de que trata el artículo 2.34.1.1.2 del Decreto 2555 de 2010 se deberán cumplir las reglas de la actividad de asesoría de conformidad con lo previsto en el Libro 40 de la Parte 2 de la norma en mención. El contrato de uso de red deberá garantizar los derechos de los inversionistas establecidos en el Libro 40 de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010 y serán atendidos por personas naturales inscritas en el RNPMV, quienes contarán con la modalidad de certificación que les permita realizar dicha actividad.

La entidad prestadora de la red cumplirá con las reglas de la actividad de asesoría para la debida atención del cliente. La documentación y registro que permitan acreditar el cumplimiento de las obligaciones previstas en el Libro 40 de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010 corresponde a la Entidad con la colaboración del prestador de la red en los términos que se acuerden para el efecto en el contrato de uso de red.

5.11. INFORMES DE INVESTIGACIÓN.

Los informes de investigación sobre inversiones y las comunicaciones de carácter general relativas a las mismas elaborados por la Entidad, que incorporen una descripción del producto y promuevan sus beneficios para los destinatarios, que se remitan a un inversionista, cualquiera sea el canal o medio de distribución, no se considerarán como una recomendación profesional en los términos del artículo 2.40.1.1.2 del Decreto 2555 de 2010.

No obstante, lo anterior, dichos informes de investigación y comunicaciones generales, cuando cumplan con los requisitos que para tal efecto determine la SFC, recibirán el tratamiento de recomendaciones profesionales.

Las recomendaciones generales de que trata el artículo 2.40.1.1.3 del Decreto 2555 de 2010 incluirán una leyenda con el siguiente texto: "El contenido de la presente comunicación o mensaje no constituye una recomendación profesional para realizar inversiones en los términos del artículo 2.40.1.1.2 del Decreto número 2555 de 2010 o las normas que lo modifiquen, sustituyan o complementen".

Aunado a lo anterior, la Entidad, en los mensajes o comunicaciones que se utilicen para difundir recomendaciones generales, no podrá utilizar un lenguaje o contenido que induzca al receptor a pensar que la inversión es adecuada en atención a su perfil.

Finalmente, debe tenerse en cuenta que el envío o entrega de informes de investigación y/o de las comunicaciones generales de que trata el artículo 2.40.1.1.3 del Decreto 2555 de 2010, no reemplazan o sustituyen el suministro de la recomendación profesional que deba realizarse de conformidad con las reglas del presente Libro.

5.12. FONDOS DE INVERSIÓN COLECTIVA

De acuerdo con lo establecido en el numeral 4º del artículo 2.40.1.3.1 del Decreto 2555 de 2010, para la distribución de FIC la Entidad suministrará una recomendación profesional que permita al inversionista tomar la decisión de vinculación.

El deber de asesoría para la distribución de los FIC será cumplido de conformidad con lo establecido en el Decreto 2555 de 2010 y la recomendación profesional será suministrada por quien los distribuya a través de cualquiera de los medios previstos en el artículo 3.1.4.1.2 de la norma en mención.

Tratándose de FIC clasificados como productos simples, que estén dirigidos a cualquier tipo de inversionista sin ninguna característica o exigencia particular, los mismos serán identificados como "productos universales" y no requerirán la realización de un perfilamiento de clientes conforme a lo establecido en el artículo 2.40.1.1.5 del Decreto 2555 de 2010.

5.13. FIDUCIADE INVERSIÓN

Tratándose de la celebración y ejecución de negocios fiduciarios que tengan por finalidad invertir valores, bien sea a través de contratos de fiducia mercantil o de encargo fiduciario, la Entidad dará cumplimiento a lo establecido en el Libro 40 de la Parte 2 del Decreto 2555 de 2010, el cual ha sido objeto de desarrollo en el presente Manual.

En concordancia con lo anterior, para la celebración de negocios fiduciarios que tengan por finalidad invertir en valores, ya sea a través de contratos de fiducia mercantil o de encargo fiduciario, la Entidad suministrará recomendaciones profesionales a los inversionistas. Adicionalmente, en los respectivos contratos se establecerá si al inversionista se le suministrarán recomendaciones profesionales durante su ejecución y los términos y condiciones para la prestación de este servicio.

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
1	19/Sep/2022	versión inicial
2	28/Nov/2023	Actualización de numerales dentro del documento

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre: Angela Liliana Pulido Soler Cargo: Director Comercial Empresarial FICS Fecha: 28/Nov/2023	Nombre: Sergio Mejía Rojas Cargo: Gerente Comercial Corporativo Fecha: 28/Nov/2023	Nombre: Sergio Mejía Rojas Cargo: Gerente Comercial Corporativo Fecha: 28/Nov/2023

COPIA CONTRA FOLIO