



POLITICA DE PUBLICIDAD

	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

ASPECTOS GENERALES

Los textos e imágenes que se utilicen en las campañas publicitarias, deberán observar cuando menos las siguientes condiciones generales:

1. Cuando en los textos publicitarios desee incluirse información financiera, contable o estadística, deberán utilizarse exclusivamente las cifras históricas, salvo aquellas que por su carácter sean variables, cuya utilización publicitaria deberá efectuarse identificando claramente el período al cual corresponden.
2. Los mensajes publicitarios no pueden ser contrarios a la buena fe comercial, ni pueden tender a establecer competencia desleal.
3. En la difusión de programas publicitarios debe aludirse a la circunstancia de hallarse la entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia. Tratándose de mensajes publicitarios divulgados en medios escritos, deben seguirse los parámetros contenidos en el **ANEXO 1** de la presente política.
4. En la publicidad deberá utilizarse la denominación CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA o FIDUCORREVAL, acompañada siempre de la denominación genérica SOCIEDAD FIDUCIARIA. Los logos correspondientes se encuentran en el **ANEXO 2**.
5. En la difusión de la publicidad compartida con entidades no vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, el nombre, logo símbolo o sigla de CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA deberá estar ubicado en la parte inferior izquierda contigua a la anotación indicada en el **ANEXO 1**, y el de la marca compartida en el lado contrario guardando siempre el tamaño, proporción e igualdad con el de CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA.
6. Cuando en el momento de la difusión se detecte un error o equivocación en un texto publicitario o en una publicación que contenga cifras o datos financieros, CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA deberá por el mismo medio rectificarla, aclarando el error presentado.

PRÁCTICAS PROHIBIDAS

La imagen institucional o las características jurídicas, económicas o financieras de los productos o servicios que se pretenda promover deben ser ciertas y comprobables, guardando total acuerdo con la realidad financiera, jurídica y técnica de la entidad o del servicio promovido, de tal manera que en todo momento CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA se encuentre en capacidad de cumplir con los ofrecimientos que realiza a través de los medios publicitarios.

En tal sentido, se entienden prohibidas prácticas como las siguientes:

1. Ponderar un producto de manera tal que sus características sean contrarias a la realidad.
2. Presentar o apoyar la solidez de los servicios o productos en aspectos ajenos al verdadero sustento técnico, jurídico o económico de la publicidad, como sucedería cuando tal calidad se base en afirmaciones tales como "contamos con el respaldo de los mayores accionistas".
3. Utilizar afirmaciones que permitan deducir como definitivas situaciones que en realidad responden a fenómenos coyunturales, transitorios o variables en relación con el mercado financiero.
4. Utilizar o insinuar, ponderaciones o superlativos abstractos que no reflejen una situación exacta, como sucedería con expresiones tales como "somos los primeros", "los mejores", "el indicado", sin decir en qué, en relación con qué o con quienes.

	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Las campañas publicitarias que adelante CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA orientadas a promover productos o servicios fiduciarios deben precisar el tipo de contrato mediante el cual ha de instrumentalizarse el respectivo negocio (fiducia mercantil o encargo fiduciario), evitando el empleo de expresiones que induzcan al público a la convicción de que la entidad alcanzará el éxito en la gestión encomendada. En tal sentido debe señalarse de manera fácilmente visible en los programas publicitarios que las obligaciones asumidas por CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA con ocasión de la celebración de contratos fiduciarios tienen carácter de obligaciones de medio y no de resultado.

En términos generales, las campañas publicitarias que adelante CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA deben corresponder a:

1. Campañas institucionales: Aquellas que proyectan una impresión favorable sobre el nombre, la imagen o la reputación de CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA, para consolidarse en el medio, fundamentándose en valores de carácter ético, cívico, cultural o social.
2. Campañas publicitarias no institucionales: las restantes campañas publicitarias, como lo son todos aquellos mensajes publicitarios difundidos por cualquier medio de comunicación, orientadas a difundir los productos o servicios que esté facultada para ofrecer CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA, ya sea de manera masiva o no, siempre que durante su divulgación se de cumplimiento a los siguientes requisitos: **(i)** CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA no debe encontrarse en situación de quebranto patrimonial, ni sometida a vigilancia especial, **(ii)** CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA debe estar cumpliendo con las disposiciones que le sean aplicables sobre capitales mínimos, y relaciones patrimoniales, y **(iii)** CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA no debe haber sido sancionada o alguno de sus administradores por violación a normas legales o reglamentarias relacionadas con las campañas publicitarias.

FIDUCIA INMOBILIARIA

En todos los programas o campañas publicitarias por medio de las cuales se promocionen negocios de fiducia inmobiliaria o de administración de proyectos inmobiliarios, así como en la papelería que se utilice para tales efectos, deberá informarse de manera expresa y destacada la gestión a desarrollar por la sociedad fiduciaria.

La publicidad que se relaciones con este tipo de fideicomisos deberá explicar con claridad cuál es el tipo de gestión que desarrollará CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA en el Proyecto Inmobiliario, como puede ser: **(i)** la administración de tesorería del proyecto, **(ii)** la vigilancia de todas las etapas de la obra, y **(iii)** la inversión de los recursos que ingresen al fideicomiso. También se deben incluir todos los demás conceptos que se relacionen con el fideicomiso, de manera que para el adherente, inversionista o beneficiario resulten claros e inequívocos los parámetros dentro de los cuales se desarrollará la actividad de CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA.

Nota: La inobservancia de esta instrucción es considerada como práctica insegura.

Adicionalmente, en los puntos de venta de los proyectos inmobiliarios se deben exponer al público carteles o afiches fácilmente visibles en donde se explique de manera sencilla el funcionamiento del fideicomiso y el papel que desempeña CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA dentro del proyecto.

	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

FIDUCIA DE INVERSIÓN

La publicidad de la fiducia de inversión deberá observar las siguientes condiciones:

1. Ningún programa publicitario orientado a promover la fiducia de inversión debe inducir a los usuarios a considerar erróneamente que invierten en el contrato fiduciario, toda vez que este es apenas el medio a través del cual el fideicomitente se vincula con un fondo o proyecto específico de inversión.
2. Abstenerse de designar los contratos fiduciarios de inversión con apelativos tales como “certificados”, “cuenta”, “título” o cualquiera otra expresión que pueda inducir al público a pensar equivocadamente que tales documentos constituyen activos financieros de renta fija o títulos de deuda.
3. Siempre que se desee publicar o divulgar, por cualquier medio, la tasa de rentabilidad obtenida por un fondo común ordinario o un fondo común especial de inversión deberán observarse los siguientes lineamientos:
 - a. Deberá hacerse referencia a la rentabilidad obtenida durante los treinta días calendario inmediatamente anteriores y expresarse en términos de rendimiento efectivo anual neto, independientemente de la posibilidad de expresar su equivalencia en tasas nominales.
 - b. Para calcular dicho rendimiento neto deberán haberse deducido previamente todos los costos y gastos a cargo del Fondo. Además se deducirá, para dicho cálculo, el porcentaje aplicado como comisión por concepto de la administración de los recursos del mismo. Cuando respecto de un mismo Fondo se aplicaren distintas comisiones, se calculará para estos efectos, la tasa de comisión promedio ponderada cobrada durante el período.
 - c. Siempre que se mencione la rentabilidad obtenida por un Fondo de inversión, deberá destacarse que dicha rentabilidad no es necesariamente indicativa de futuros resultados.

Nota: CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA **debe acreditar** el cumplimiento de las exigencias antes enunciadas mediante la remisión a la Superintendencia Financiera de Colombia de una copia del aviso respectivo dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a su publicación.
4. Tratándose de fondos respecto de los cuales la correspondiente sociedad no se encuentra obligada a garantizar un determinado resultado, deberá mencionarse, igualmente, que la inversión efectuada envuelve el riesgo de pérdida, inclusive de la totalidad de la misma. Esta última aclaración debe incluirse en los reglamentos de los fondos respectivos.

FONDOS DE INVERSIÓN COLECTIVA

El contenido mínimo de los prospectos de los Fondos de Inversión Colectiva administrados por CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA debe ser el siguiente:

1. Identificación del Fondo de Inversión Colectiva (nombre completo). En el caso de los Fondos de Inversión Colectiva por compartimentos, se debe señalar que la cartera, bajo un mismo reglamento administrará compartimentos con planes de inversión diferentes, indicando las características que diferencian a cada uno de los compartimentos.
2. Mención a CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA como sociedad administradora del Fondo de Inversión Colectiva.

	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

3. Sede donde se atenderán los requerimientos del Fondo de Inversión Colectiva y oficinas de atención al público, contratos vigentes de uso de red de oficinas y corresponsalía local, cuando a ello haya lugar.
4. Duración del Fondo de Inversión Colectiva.
5. Alcance de las obligaciones de CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA. **Nota:** En todos los casos, se debe incluir la siguiente advertencia: *“Las obligaciones de CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA como administradora del Fondo de Inversión Colectiva relacionadas con la gestión del portafolio son de medio y no de resultado. Los dineros entregados por los inversionistas al Fondo de Inversión Colectiva no son depósitos, ni generan para la sociedad administradora las obligaciones propias de una institución de depósito y no están amparados por el seguro de depósito del Fondo de Garantías de Instituciones Financieras- FOGAFIN, ni por ninguno otro esquema de dicha naturaleza. La inversión en el Fondo de Inversión Colectiva está sujeta a los riesgos de inversión, derivados de la evolución de los precios de los activos que componen el portafolio del respectivo Fondo de Inversión Colectiva”.*
6. Explicación breve, clara y concisa de la política de inversión del Fondo de Inversión Colectiva. No se requiere la réplica de lo desarrollado en el respectivo reglamento.
7. Perfil general de riesgo. Cuando se trate de un Fondo de Inversión Colectiva con distintos compartimentos de inversión, se debe describir la forma de pasar de uno a otro y comisiones aplicables en tal caso, si las hay.
8. En cuanto a los órganos de administración y control se debe incluir: **(i)** indicación del Gerente, y en el caso de los Fondos de Inversión Colectiva de margen, la autorización expresa a la sociedad para que desarrolle esta actividad, **(ii)** nombre de la empresa que ejerce las funciones de Revisoría Fiscal de Fondo de Inversión Colectiva y adicionalmente, incluir el vínculo de la página de internet donde se encuentre la identificación, perfil profesional y datos de contacto de la persona que efectivamente ejerce como Revisor Fiscal, **(iii)** indicación de la existencia de un Comité de Inversiones, y **(iv)** referencia al custodio.
9. La información relativa a la forma, valor y cálculo de la remuneración a pagar a CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA en su calidad de sociedad administradora, así como la relación general de los gastos que puedan afectar la rentabilidad del Fondo de Inversión Colectiva.
10. Respecto a la información operativa del Fondo de Inversión Colectiva: **(i)** monto mínimo de ingreso y permanencia, cuando a ello haya lugar, **(ii)** constitución y redención de participaciones, y tratándose de fondos abiertos con pacto de permanencia, se debe incluir la sanción por retiro anticipado, y **(iii)** procedimiento para realizar redenciones parciales y anticipadas de participaciones y/o distribución de la mayor unidad cuando se trate de Fondos de Inversión Colectiva cerrados que hayan previsto esta posibilidad.
11. Obligaciones de los inversionistas.
12. Reportes de Información a los inversionistas.
13. Situaciones de conflicto de interés.

La constancia documental de la entrega de recursos en los Fondos de Inversión Colectiva deberá contener como mínimo:

- I. Nombre e identificación del titular y/o beneficiario de la inversión en el Fondo de Inversión Colectiva.
- II. Mención a CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA como sociedad administradora del Fondo de Inversión Colectiva.

	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

- III. Nombre del Fondo de Inversión Colectiva en la que se efectúa la inversión y del compartimento respectivo cuando se tenga la opción a esta modalidad.
- IV. Nombre de la oficina, sucursal o agencia de CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA donde se realiza la entrega de los recursos.
- V. Monto de los recursos entregados por el inversionista en pesos.
- VI. Especificación que se trata de una inversión en un Fondo de Inversión Colectiva.
- VII. Constancia de recibo de los recursos por parte de CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA o sus agentes o mandatarios.
- VIII. Certificación de la entrega de una copia del prospecto de inversión, así como de la aceptación y entendimiento de la información allí consignada, cuando la inversión se realice por primera vez.

	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

ANEXO 1: REGLAS PARA UTILIZAR LA EXPRESIÓN “VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA” EN LA PUBLICIDAD IMPRESA

Tipografía

Se debe utilizar la fuente tipográfica: ARIAL, en un tamaño que le permita al receptor del mensaje identificarlo de manera clara, legible y visible, y que evite el empastelamiento de las palabras.

La dimensión de la letra para señalar el “Vigilado Superintendencia Financiera de Colombia” debe corresponder, como mínimo, al menor tamaño utilizado en el mensaje publicitario. Se exceptúa para su uso el tamaño de los llamados o notas aclaratorias.

Construcción del “Vigilado Superintendencia Financiera de Colombia”

La palabra **VIGILADO** se debe resaltar dentro del texto en una proporción mayor a la del nombre de la Superintendencia Financiera de Colombia, de la siguiente manera:



Medios publicitarios en los que se debe utilizar el “Vigilado Superintendencia Financiera de Colombia”

Se debe utilizar en todos los medios impresos que la entidad utilice como canal de comunicación para divulgar un mensaje publicitario relacionado con un servicio o producto, entre los cuales se pueden mencionar los siguientes:

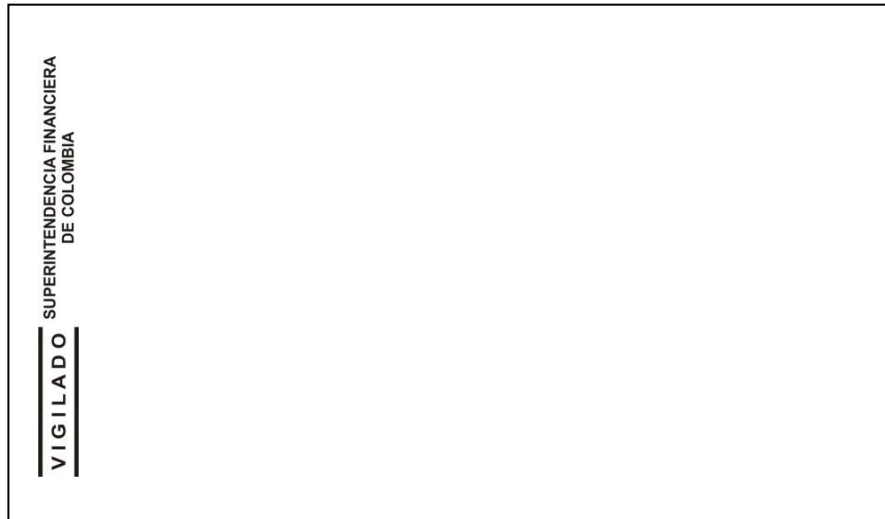
Periódicos, revistas, afiches, pancartas, volantes, pendones, catálogos, folletos, plegables y material P.O.P. (Publicidad en el Punto de Venta), etc.

	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

Aplicaciones

1. Horizontal

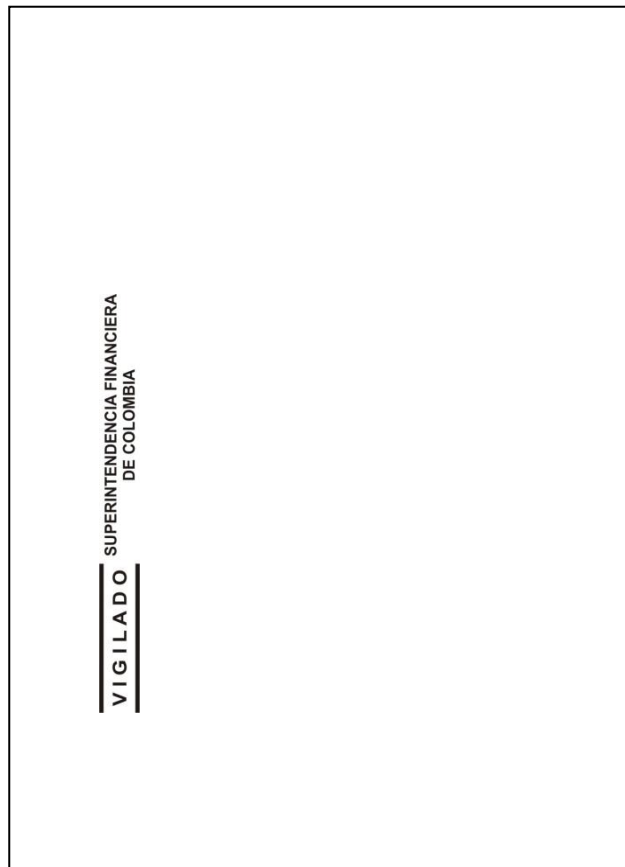
Cuando se trate de mensajes publicitarios presentados en formato horizontal, el “Vigilado Superintendencia Financiera de Colombia” debe publicarse en el margen izquierdo y en sentido vertical ascendente.



	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

2. Vertical

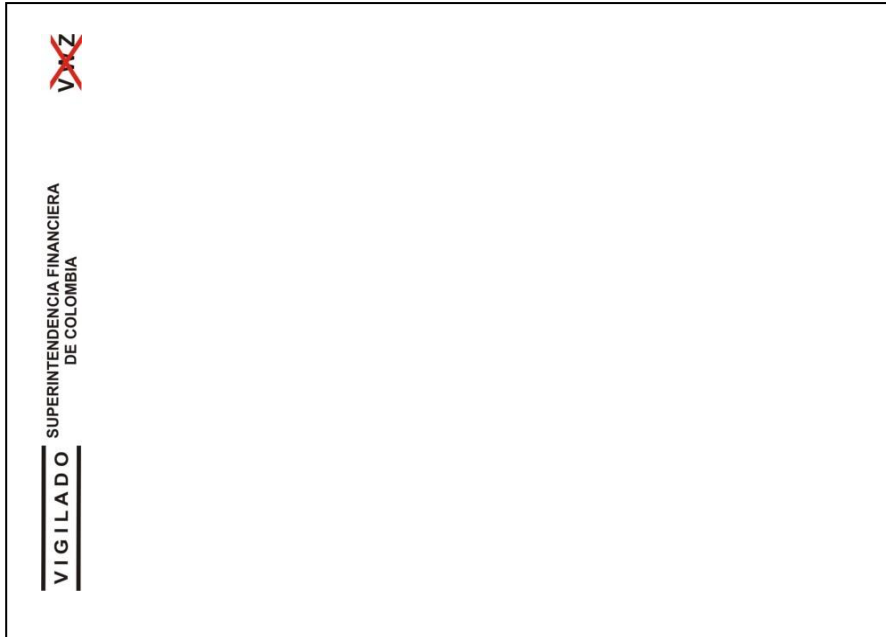
En la publicidad de formato vertical el “Vigilado Superintendencia Financiera de Colombia”, debe publicarse en el margen izquierdo y en sentido vertical ascendente.



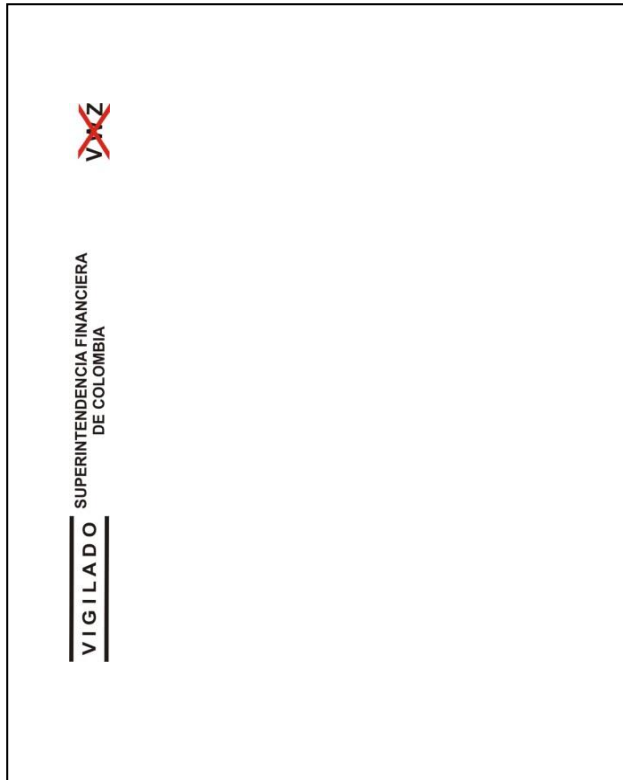
Importante: Dentro de las márgenes anteriormente descritas no debe existir ningún tipo de leyenda, nombre, marca o eslogan que tenga relación con una firma no vigilada por este organismo de control, tal como se describe en los siguientes ejemplos:

	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

Horizontal

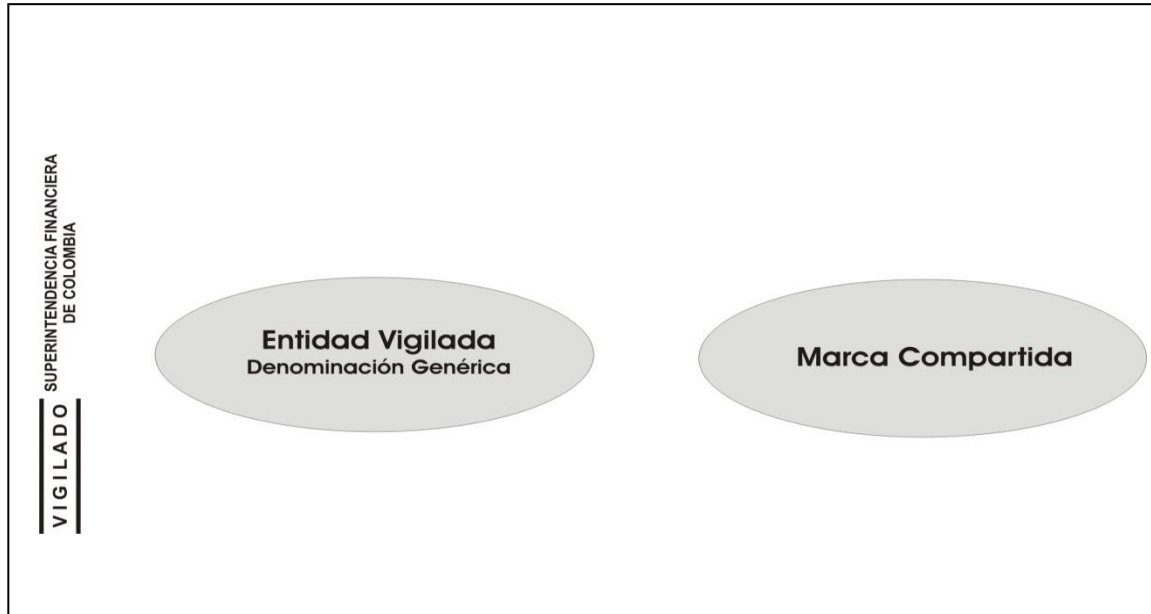


Vertical



	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

Cuando se trate de publicidad compartida con entidades no vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, el nombre, logotipo o sigla de la vigilada se debe ubicar en la parte inferior izquierda acompañado de la denominación genérica de la entidad, y el de la firma no vigilada en el lado contrario guardando siempre el tamaño, proporción e igualdad con el de la entidad vigilada, tal como se señala a continuación:



	POLITICA DE PUBLICIDAD	CÓDIGO PO-GCS-001
		FECHA 27/11/2013
		VERSIÓN 01

ANEXO 1: LOGOS CREDICORP CAPITAL FIDUCIARIA S.A.



CONTROL DE CAMBIOS

Fecha Cambio	Versión	Descripción del Cambio
27/11/2013	001	Publicación de Política de Publicidad

Elabora	Revisa	Aprueba
Andrea Carolina Ruiz Dirección Jurídica	Daiana Alejandra García Gerente de Riesgo Fiduciaria	