



# **CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL**

Octubre 2021

## CÓDIGO DE CONDUCTA EMPRESARIAL

A la hora de proporcionar información a los clientes sobre los servicios e instrumentos que ofrece, la Compañía necesita establecer estándares sólidos para cumplir con su obligación de actuar en el mayor interés de sus clientes.

### **1. COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES**

#### **1.1. Cientes potenciales**

Los Afiliados/Comerciales contactarán solo a clientes y clientes potenciales que hayan dado su permiso para ser contactados y expresado, como mínimo, un interés general en invertir y/o operar en CFDs u otros productos y/o servicios que la Compañía esté ofreciendo. Estos clientes y clientes potenciales serán contactados solo en relación con el producto/servicio por el que hayan mostrado, al menos, un interés general, y no en relación con otros productos. Los Afiliados/Comerciales no podrán contactar aleatoriamente a listas de clientes potenciales (ventas en frío) en ninguna circunstancia.

Es obligación de los Afiliados/Comerciales garantizar que cualquier lista de clientes potenciales obtenida de terceros o de cualquier otro modo cumpla con los requisitos anteriores, además de con todas las leyes de protección de datos relevantes, incluidas las leyes de protección de datos de Seychelles, las directivas de protección de datos de la UE y la legislación local en la materia.

Los Afiliados/Comerciales deben mantener una lista negra de contactos. Cuando el cliente o cliente potencial se niegue a ser contactado, sus números de contacto deben ser añadidos a esta lista y el Afiliado debe asegurarse que nunca vuelva a ser contactado.

Además del requisito de mantener grabaciones, los Afiliados/Comerciales deben mantener bases de datos con todos los clientes potenciales, con la fuente de sus datos personales, con el historial de llamadas y con la lista de números de teléfono utilizados por los agentes del afiliado (incluyendo el registro completo de los cambios en dichos números). Esta información debe estar en todo momento disponible para la Compañía.

En caso que los Afiliados/Comerciales utilicen los servicios de terceras partes para contactar a clientes potenciales (Preventas), DEBEN asegurarse que:

- Las listas de clientes potenciales utilizadas por el tercero se hayan obtenido de forma legítima:
  - se debe establecer un acuerdo entre el Afiliado/Comercial y el tercero y
  - debe haber evidencia que los clientes cuyos contactos están sujetos a dicho acuerdo hayan sido correctamente informados y hayan dado su consentimiento a hacerlo.
- En ninguna circunstancia los agentes de preventa mencionen el nombre de la Compañía ni cualquiera de sus marcas comerciales. Preferiblemente, el tercero no debería estar al tanto de esta información.
- El tercero mantenga una lista negra de contactos y la utilice para asegurarse que no se vuelva a contactar a ningún cliente potencial que se haya negado a ello.
- El tercero cumpla la legislación local en aquellas jurisdicciones en las que opere. Por ejemplo, en Australia, un cliente puede registrarse en ACMA <https://www.donotcall.gov.au/>, que prohíbe a las empresas utilizar su número para llamadas de marketing.
- El Afiliado obtenga una lista de todos los números de teléfono utilizados por las terceras partes para las llamadas de preventa y se la proporcione a la Compañía de la que el Responsable de Ventas/Responsable de Atención al Cliente mantiene los registros.
- El tercero no utilice software de marcado automático en aquellos países en los que este sea ilegal.
- Los scripts de preventa sean aprobados por el Afiliado y la Compañía antes de su utilización.

## 1.2. Ventas

## **1.2.1. Comunicación justa, clara y no engañosa**

Afiliados / Comerciales:

- No podrán contactar a los clientes sin contar con su permiso inicial para ser contactados;
- No podrán ser engañosos.
- No podrán utilizar técnicas agresivas de venta.
- No podrán tomar parte en políticas agresivas de venta; y
- No podrán decir ni sugerir que los CFDs u otros instrumentos financieros ofrecidos para el trading por la Compañía son apropiados para todo el mundo.
- Los riesgos y los beneficios deben mencionarse de forma equilibrada.

Por prescripción legislativa, toda la información, incluidas las comunicaciones de marketing, dirigida a los clientes o a los clientes potenciales, debe ser siempre clara, justa y no engañosa. El vendedor (incluidos los proveedores de servicios que se comuniquen con los clientes, los call centers, los IBs (brokers presentadores) y los afiliados), en su comunicación directa con los clientes en ninguna circunstancia debe hacer ninguna declaración que contenga:

- a) Compra, venta, suscripción, intercambio, reembolso, custodia o suscripción de instrumentos financieros.
- b) Ejercitar o no ejercer los derechos otorgados por un instrumento financiero para comprar, vender, suscribir, intercambiar o reembolsar un instrumento financiero, lo que no incluye una posible recomendación que se emita exclusivamente a través de canales de distribución o directamente al público.
- c) Solicitudes, recomendaciones, opiniones o juicios, por ejemplo, acerca de la conveniencia de una transacción.

## **1.2.2. Asesoramiento en inversiones**

En ninguna circunstancia el personal de ventas o de marketing de los Afiliados/Comerciales debe proporcionar ningún tipo de asesoramiento o consejo sobre instrumentos de trading, ni ofrecer beneficios potenciales, como se indicó anteriormente.

### **1.2.3. Énfasis en beneficios potenciales/información engañosa**

En relación con la información a los clientes minoristas, las compañías siempre deben dar indicaciones claras y destacadas de todos los riesgos relevantes al hacer referencia a cualquier beneficio potencial de un servicio o instrumento financiero. La información se presentará en el mismo idioma que el resto de la información al cliente, a menos que el cliente haya solicitado otra cosa. La información sobre el rendimiento futuro no debe basarse en los rendimientos pasados, sino en supuestos razonables. Debe mencionarse el efecto de costos y cargos e incluir la advertencia que no es una indicación fiable del rendimiento futuro. A las compañías también se les pedirá que aseguren que la información se basa en escenarios de rendimiento en distintas condiciones de mercado (tanto positivas como negativas) y que reflejen la naturaleza y los riesgos de los tipos específicos de instrumentos incluidos en el análisis.

En relación con las criptomonedas, los clientes existentes y potenciales deberán ser informados que sus valores son altamente volátiles, que existe un alto riesgo de perder todo el capital invertido y que están fuera del alcance de las actividades reguladas.

#### **Algunos ejemplos:**

- El personal no debe garantizar y/o prometer a los clientes ganancias y rendimientos en sus inversiones.
- No utilizar expresiones como "**110% de rentabilidad**", "**ganancias garantizadas**", "**sin riesgo**", "**todo el mundo obtiene beneficios**". Los vendedores deben explicar el impacto del apalancamiento utilizando frases como "*El apalancamiento puede aumentar sus beneficios, pero también puede aumentar sus pérdidas, y puede perder dinero muy rápidamente si no tiene cuidado*".

- Al hablar sobre los posibles rendimientos, también deben mencionarse las posibles pérdidas, con expresiones como **“el valor de la inversión puede aumentar y disminuir y los inversores pueden perder todo el capital invertido”**.
- No utilizar términos absolutos como **“aprender todo lo que necesita saber”, “lo más simple”, “lo más fácil”**, etc. No incluir solo los beneficios de un instrumento financiero; también se podrían mencionar sus desventajas.

### **1.2.4. Gestión de carteras**

La Compañía está autorizada a prestar el servicio de Gestión de Carteras. El personal de ventas o de marketing de los Afiliados/Comerciales puede prestar servicios de gestión de cartera de cualquier tipo a los clientes siempre que cuente con la licencia correspondiente.

Esto incluye el acceso a la cuenta de los clientes para negociar en su nombre o para demostrar, enseñar o proporcionar cualquier tipo de asistencia, dado que el cliente dio su consentimiento claro y verificable, o solicitó el servicio de gestión de cartera.

El Afiliado o su personal de ventas o marketing no debe aceptar ni retener tarifas, costos ni ningún beneficio monetario o no monetario pagado o proporcionado por terceros o por una persona que actúe en nombre de terceros, en relación con la prestación del servicio a los clientes.

### **1.2.5. Estudios sobre inversiones**

La Compañía está autorizada a prestar el servicio de estudios sobre inversiones. El servicio es prestado por el departamento de estudios sobre inversiones de la Compañía y/o de su(s) proveedor(es) de Servicios, y en él solo se ofrecen los servicios de estudios de inversiones y la publicación de los resultados de los estudios para nuestros clientes en el sitio web de la Compañía.

Los Afiliados/Comerciales se pueden referir a los resultados del departamento de estudios sobre inversiones proporcionando a los clientes el enlace al sitio web público donde se publican diariamente los resultados.

En ninguna circunstancia se permite a los Afiliados/Comerciales prestar servicios no autorizados de estudios sobre inversiones.

## **1.2.6. Requisitos organizativos de personal**

La Compañía debe asegurarse que el Personal tiene los conocimientos y competencias necesarias para cumplir con los requisitos legales y reglamentarios pertinentes y con los estándares de ética empresarial. El nivel y la profundidad que se espera del conocimiento y la competencia del Personal deben ser determinados por la Compañía, reflejando el alcance y el grado de los servicios pertinentes prestados. El Personal (o por lo menos una persona que hará las funciones de supervisor) debe tener la cualificación y la experiencia adecuadas en la prestación de tales servicios a los clientes.

En caso que un/a miembro del Personal no posea los conocimientos y competencias necesarios solo podrá prestar los servicios pertinentes bajo supervisión y por un período de tiempo limitado.

La Compañía debe garantizar que el Personal siga teniendo las cualificaciones adecuadas y que mantenga y actualice sus conocimientos y competencias mediante el desarrollo profesional continuo o mediante la formación adecuada para la cualificación apropiada, así como la formación específica relevante para su campo. La formación se imparte a las nuevas incorporaciones de personal y continúa durante todo su período laboral. La formación debe acompañarse de una prueba que será evaluada por su responsable directo y todos los resultados, junto con los reconocimientos, serán enviados al Departamento de Cumplimiento.

Todo el Personal debe utilizar **su nombre real y no un alias, y no debe dar información falsa con respecto a sus credenciales** al comunicarse con los clientes.

La Compañía debe asegurarse que la remuneración del Personal se ajusta a la Política de Remuneración de la Compañía y que conoce, entiende y aplica las políticas y procedimientos internos.

La Compañía debe asegurarse que el Personal esté utilizando el texto en el que se indica la información que puede ser compartida con los clientes.

## **2. GRABACIÓN DE LLAMADAS TELEFÓNICAS O COMUNICACIONES ELECTRÓNICAS**

Es obligatorio que todo el Personal/Afiliados/Comerciales grabe todas las comunicaciones telefónicas/electrónicas realizadas con los clientes/clientes potenciales por parte de sus equipos. Las llamadas telefónicas no grabadas a clientes/clientes potenciales realizadas con dispositivos móviles personales están estrictamente prohibidas. El término "comunicación electrónica" cubre muchos tipos de comunicación e incluye, entre otras, videoconferencias, email, correo Bloomberg, SMS, dispositivos B2B, chats, mensajería instantánea y aplicaciones para dispositivos móviles.

La Compañía espera que todo el Personal/Afiliados/Comerciales registre todas las llamadas telefónicas internas o comunicaciones electrónicas relacionadas con la gestión de los pedidos y las transacciones.

Los Afiliados/Comerciales cargarán diariamente la llamada del día anterior en la carpeta designada del servidor en caso que no fuera posible el acceso directo.

Los nuevos clientes que completen un primer depósito solamente serán verificados y podrán operar en el sistema tras la provisión de la grabación de la llamada con la conformidad y tras la verificación por parte del Back Office.

Las grabaciones deben conservarse durante siete años, pero, si así lo solicita una autoridad reguladora, pueden conservarse por un periodo superior. Se deben poner a disposición de los

clientes que las soliciten. Si la Compañía decide cobrar a sus clientes por ello, el cargo debe ser razonable, de forma que no les disuada de hacer tales solicitudes.

El Departamento de Control de Calidad ("QA", por sus siglas en inglés) comprueba semanalmente las grabaciones y todos los resultados se registran en una hoja de cálculo que el Departamento de Cumplimiento auditará trimestralmente. Los casos más serios serán escalados por el Departamento de Control de Calidad diariamente al Departamento de Cumplimiento.

En cualquier caso, para determinar la frecuencia y el alcance apropiados en el monitoreo de las grabaciones se deberán tener en cuenta los siguientes criterios:

- a) volumen, frecuencia y características de los pedidos de los clientes
- b) características de los clientes
- c) instrumentos y servicios financieros ofrecidos y
- d) condiciones actuales del mercado en relación con valores específicos.

Además, los resultados de las actividades de monitoreo (incluida la evaluación del riesgo realizada durante el desarrollo de las funciones de cumplimiento) y de las conclusiones pertinentes de auditorías internas o externas sobre la grabación de conversaciones y comunicaciones electrónicas deberían tenerse en cuenta para determinar la frecuencia y el alcance del monitoreo.

El monitoreo deberá hacerse periódicamente y, de ser necesario, en el momento que se precise. También debe darse la debida consideración a cualquier riesgo emergente.

El monitoreo debe enfocarse, como mínimo, a:

- evaluar el cumplimiento de los procedimientos de grabación establecidos,
- evaluar la adecuación de dichos procedimientos,
- asegurar que las grabaciones sean fácilmente accesibles y
- garantizar que las grabaciones reconstruyan con precisión el registro de una transacción para fines de auditoría.

### **3. GESTIÓN DE RECLAMACIONES**

Todas las reclamaciones de los clientes deben escalarse al departamento de Atención al Cliente de la Compañía en cuanto se reciban por parte del cliente y escalarse al departamento de Cumplimiento en consecuencia. A petición de la Compañía, todo tipo de comunicaciones y correspondencia por correo electrónico mantenida con los clientes debe ponerse a disposición del equipo directivo y del equipo de Cumplimiento de la Compañía.

Todas las reclamaciones serán gestionadas de acuerdo con la Política de gestión de reclamaciones y disputas de la Compañía. Todo el personal de los Afiliados/Comerciales debe responsabilizarse de haber leído y entendido la Política de gestión de reclamaciones de la Compañía.

### **4. CORREO ELECTRÓNICO CORPORATIVO Y SITIOS WEB**

Todos los Afiliados/Comerciales deben comunicarse con clientes y clientes potenciales desde un correo electrónico corporativo (nunca desde un correo web como Gmail, Yahoo, etc.).

En caso que el Afiliado mantenga un sitio web, este debe ser revisado y aprobado por el equipo de Cumplimiento de la Compañía.

En caso que el Afiliado/Comercial/Departamento de Atención al Cliente realice una comunicación de negocio desde un correo electrónico web, esta no será respondida.

### **5. INCORPORACIÓN DE AFILIADOS**

Todos los Afiliados/Comerciales y sus personas jurídicas deben cumplir con la política KYC ("Know Your Customer") y haber sido plenamente integrados antes de recibir el acceso a las plataformas tecnológicas y de gestión de relaciones con el cliente ("CRM", por sus siglas en inglés). En ninguna circunstancia los Afiliados/Comerciales deben relacionarse con los clientes o actuar en representación de BDSwiss antes de estar completamente involucrados en la Compañía.

**En caso que el Afiliado sea una persona jurídica debe enviar la siguiente documentación KYC al departamento de Back Office:**

1. Estatutos sociales
2. Escritura de constitución
3. Certificate of good standing (certificado de vigencia) o equivalente
4. Certificado de domicilio social
5. Certificate of Directors (certificado del equipo directivo)
6. Certificate of shareholders (certificado de accionistas) - Si el accionista es una compañía (mismos documentos indicados anteriormente)
7. Estructura organizativa hasta el último propietario persona física
8. Documento de identidad y prueba de domicilio con menos de tres meses de antigüedad para propietarios/accionistas y miembros del Consejo de Administración
9. Copia de la licencia vigente o certificado de registro profesional (en caso de estar disponible)
10. Resolución del Consejo de Administración de la Compañía en la que se nombra el representante de la Compañía o en la que se le otorgan sus poderes
11. El extracto bancario de cuenta puede solicitarse en el primer retiro de fondos

**En caso que el Afiliado sea una persona física se le requerirá la siguiente documentación:**

1. Documento de identidad;
2. Prueba de domicilio con menos de seis meses de antigüedad.
3. El extracto bancario de cuenta puede solicitarse en el primer retiro de fondos

Todos los documentos **DEBEN** estar certificados y en idioma inglés o traducidos y certificados por un traductor y **DEBEN** enviarse en un único correo electrónico (para las solicitudes de Agentes Vinculados).

En caso que los documentos no estén en inglés, el departamento de Cumplimiento puede, **a su entera discreción**, autorizar el inicio de la actividad del Afiliado hasta que estén listas las traducciones.

**En estos casos el Afiliado no recibirá ningún pago en ninguna circunstancia hasta que no esté completamente aprobado y sea conforme con toda la documentación exigida.**

Procedimiento de incorporación de Afiliados/Comerciales:

- Ingreso y aceptación de los Términos y condiciones generales, Directrices de marketing, Código de conducta y Política de privacidad de la Compañía
- Cuestionario de diligencia debida, contrato de Afiliación o de IB aceptado online por el Afiliado y acuse de recibo, debidamente registrado por la Compañía.
- Las actividades de los Afiliados serán revisadas por el departamento responsable para comprobar su adecuación al cumplimiento normativo, y por el departamento de Back Office en cuanto a la recepción de la documentación KYC correcta y completa.
- Aprobación por parte del departamento de Cumplimiento Afiliado, documentada en el registro interno de la Compañía.
- Se prohíbe el comienzo de toda actividad, aunque sea temporal, a los Afiliados/Comerciales, hasta que no estén totalmente aprobados y conformes.

## **6. PLATAFORMAS CRM Y TECNOLOGÍA**

El acceso a los CRM y a todos los sistemas tecnológicos que use el afiliado debe contener:

- a) dirección IP declarada (una por operación) y
- b) un usuario asignado para cada usuario individual que tenga acceso a la plataforma en concreto.

No se crearán nombres de usuario genéricos (p. ej. sales bi, abc1, etc.).

Los nombres de usuario serán el nombre abreviado o las iniciales de cada usuario.

## **7. MONITOREO DE LA ACTIVIDAD Y MEDIDAS DISCIPLINARIAS**

Las normas de la Compañía están en gran medida establecidas en este documento y en las instrucciones vigentes (p. ej. Cumplimiento normativo, Manual de operaciones internas, etc.), pero otras están implícitas en el trabajo desempeñado para y junto con compañías de inversión reguladas, entre las que se incluyen, pero sin limitarse a ellos, los requisitos fundamentales para el cuidado, la honestidad y la confidencialidad en la gestión del negocio de la Compañía y de sus clientes.

Todos los gestores tienen la responsabilidad de mantener los estándares profesionales de trabajo y conducta. Deben asegurarse que su personal conoce la normativa de la Compañía y los estándares que se esperan de él. El personal, por su parte, tiene la responsabilidad de familiarizarse con sus obligaciones.

Es importante que las infracciones de estas reglas o los problemas de rendimiento en curso se traten de forma eficaz desde el punto de vista de la Compañía y de forma justa, tanto en interés de la Compañía como del personal.

## **8. PROCEDIMIENTO**

Cuando el/la empleado/a se involucre en conductas que violen las responsabilidades anteriores se tomarán acciones disciplinarias o correctivas para mejorar el rendimiento o el comportamiento inaceptable en caso que otros métodos, como la orientación o los avisos, no hayan tenido resultado. En casos de mala conducta grave, es apropiado proceder directamente a la acción disciplinaria.

Cuando resulte evidente que el enfoque disciplinario progresivo hubiera fallado continuamente para el personal de un Afiliado o un Agente Vinculado, y que no se lograra el cambio de comportamiento necesario, la Compañía podría decidir terminar su relación con ellos.

Los asuntos menores o claros se pueden manejar sin una audiencia disciplinaria, pero si la Compañía considera que el asunto es más serio se utilizará el procedimiento que se describe a continuación.

En algunos casos puede ser necesario suspender a un/a empleado/a de su paga completa para que los hechos del caso sean investigados adecuadamente. Esto no se considera una acción disciplinaria.

Una vez investigados los hechos, el Responsable del Departamento y el Director de Cumplimiento y/o el Director de Recursos Humanos, según corresponda, discutirán el asunto con el/la empleado/a y seguirán el siguiente procedimiento:

El/la empleado/a:

- Será informado/a antes de la audiencia disciplinaria que está sujeto/a a acción disciplinaria.
- Recibirá detalles de la materia alegada antes de la audiencia.
- Tendrá la posibilidad de ver/escuchar todas las evidencias de la materia alegada.
- Tendrá la posibilidad de negar cualquier parte de las acusaciones en su contra y exponer su caso, y
- Podrá aportar evidencias, incluyendo el testimonio de testigos para su defensa o mitigación.

El Responsable y el Director de Cumplimiento y/o el Director de Recursos Humanos decidirán si el/la empleado/a se comportó de manera contraria a los requisitos de la Compañía y, de ser así, determinarán la sanción o el aviso según corresponda. Excepto en el caso de una advertencia verbal, que será registrada, las sanciones serán por escrito y estarán confirmadas por el/la empleado/a.