

# **CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN**

**NEORENTAS S.A. ADMINISTRADORA GENERAL  
DE FONDOS**

---

## ASPECTOS GENERALES

### 1. FUNDAMENTOS ESENCIALES

Neorentas S.A. Administradora General de Fondos (la “*Administradora*”) es una sociedad anónima especial, de objeto exclusivo consistente en la administración de recursos de terceros de conformidad con lo dispuesto por la Ley N°20.712 sobre Administración de Fondos de Terceros y Carteras Individuales, sin perjuicio de poder realizar las demás actividades complementarias a su giro que autorice la Comisión para el Mercado Financiero (la “*CMF*”).

Ello implica que toda su estructura, organización y funcionamiento está determinado por la confianza especial que nos entregan nuestros clientes, para gestionar de manera segura y rentable, parte significativa de su patrimonio, en una relación de eminente carácter **FIDUCIARIO**.

Esa confianza depositada por nuestros clientes, nos obliga, en forma permanente, a obrar privilegiando los intereses de estos últimos por sobre nuestros propios intereses (*Principio Fiduciario*), a la vez que nos impide discriminar entre clientes que se encuentran en una misma situación (*Principio de No Discriminación*).

En tal sentido todas las reglas contenidas en el presente Código de Autorregulación (el “*Código*”), pueden reconducirse al apotegma de que *todo cliente es más importante que nosotros; y ningún cliente es más importante que otro*.

En concordancia con ello, toda acción de la Administradora se enmarca dentro de un cuerpo normativo explícito, fiscalizado por la CMF, cuyo cumplimiento es obligatorio (*Principio Regulatorio*). Las reglas contenidas en este Código deben aplicarse, en toda situación, en el entendido que ellas son un complemento significativo de la regulación vigente, pero en ningún caso su sustitución.

En ese sentido, es importante tener presente que este Código constituye una forma de autorregulación, destinada a guiar el actuar general de quienes forman parte de la Administradora, en las materias indicadas en el presente Código (*Principio de Autorregulación*).

### 2. OBJETIVOS

Conforme lo anterior, el presente Código tiene como principal objetivo regular normas de conducta referidas a materias relacionadas con gobierno corporativo, ética empresarial, transparencia y competencia leal, conforme al contenido y estructura expresado en la Norma de Carácter General N° 424 de la CMF.

Igualmente es relevante destacar que este documento no intenta cubrir todas las circunstancias que puedan ocurrir en el desarrollo de la actividades y servicios que presta la Administradora, sino que sirve de base para reconocer las situaciones que se presenten, teniendo como función ser una guía complementaria al sentido común, la buena fe, la conducta ética, las políticas internas, amén del cumplimiento permanente en las leyes y regulaciones vigentes.

### 3. MARCO NORMATIVO ESPECÍFICO

El artículo 72 del Decreto Ley N° 3.538, modificado por la Ley N° 21.000, dispone que las administradoras generales de fondos, entre otras entidades, deben autorregularse con la finalidad de implementar buenas prácticas en materias de gobierno corporativo, ética empresarial, transparencia y competencia leal entre los distintos actores del mercado.

Para efectos de lo anterior, el artículo 77 del Decreto Ley N° 3.538, dispone que las entidades obligadas a autorregularse que no participen del Comité de Autorregulación Financiera, como es el caso de la Administradora, deben dictar sus normas y códigos de conducta para cumplir con lo dispuesto en el artículo 72 antes señalado, los cuales deben ser sometidos a la aprobación de la CMF.

En ese contexto normativo, la CMF emitió la Norma de Carácter General N° 424 que establece las materias que deben contener los Códigos de Autorregulación que deben presentar aquellas entidades sujetas a su fiscalización que se encuentran obligadas a autorregularse conforme a lo establecido en el Decreto Ley N° 3.538, modificado por la Ley N° 21.000.

Las normas contenidas en el presente Código deben ser consistentes con las leyes que rijan la administración de fondos y las actividades de la Administradora, incluyendo, pero no limitado a, la Ley N° 18.045 sobre Mercado de Valores, la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, la Ley N° 20.712 sobre Administración de Fondos de Terceros y Carteras Individuales y las leyes N° 19.913 y N° 20.393, entre otras. Asimismo, la Administradora deberá cumplir con todas las normas que al efecto dicte la CMF y que le sean aplicables.

### 4. APLICACIÓN

El presente documento es aplicable a los directores, ejecutivos y, en general, a todo el personal de la Administradora (los “Colaboradores”).

En ese contexto, es importante señalar que los principios en que se funda este Código inspiran las reglas contenidas en él, y sirven para la interpretación de su genuino sentido y alcance.

Las reglas establecidas en este Código son de aplicación obligatoria y su eventual infracción puede ser objeto de las sanciones establecidas en este documento.

## 5. CONTENIDO

En cumplimiento de las normas dictadas al efecto por la CMF, las normas de este Código se contienen en tres capítulos fundamentales, a saber:

- (i) Reglas relativas a las relaciones con los Clientes
- (ii) Reglas relativas a las relaciones con Terceros;
- (iii) Reglas relativas a las relaciones al interior de la entidad.

### RELACIÓN CON CLIENTES

En conformidad al Principio Fiduciario y dentro del marco fijado por las normas legales, reglamentarias y contractuales aplicables, toda acción de la Administradora y sus Colaboradores debe privilegiar el interés de los clientes por sobre los de la Administradora y de los propios Colaboradores.

Sobre la base de lo anterior, el presente Capítulo de “RELACIÓN CON CLIENTES” establece reglas que la Administradora y sus Colaboradores deben observar en su interacción con los clientes, de acuerdo a las siguientes materias, según lo requerido por la Norma de Carácter General N° 424:

1. Normas de Trato, Comercialización y Publicidad.
2. Normas de Resguardo de Confidencialidad de Información de Clientes.
3. Normas de Entrega de Información Relevante a Clientes.
4. Normas de Atención a Clientes y Gestión de Reclamos.
5. Otras.

Para efectos de lo dispuesto en este Código, se debe entender por “*Cliente*” a cualquier entidad o persona natural o jurídica que interactúe con la Administradora como solicitante o beneficiario de los servicios de administración de recursos que presta la Administradora en conformidad a la Ley.

1. NORMAS DE TRATO, COMERCIALIZACIÓN Y PUBLICIDAD.

#### 1.1 Adquisición de calidad de Clientes

- 1.1.1 *Creación del Cliente.* La Administradora es una entidad regulada por la CMF y la Unidad de Análisis Financiero (“UAF”). En conformidad a ello, el proceso de creación de Clientes debe sujetarse a las reglas establecidas al efecto por la Autoridad competente.
- 1.1.2 *Calidad de Cliente.* Ninguna entidad o persona puede adquirir la calidad de Cliente de la Administradora sin el cumplimiento oportuno de todos los procedimientos establecidos al efecto, lo que incluye particularmente la suscripción física, electrónica o digital de toda la documentación relevante, con el especial objetivo de su debido conocimiento.

#### 1.2 Reglas de Trato, Comercialización y Publicidad

- 1.2.1 *Deber de trato deferente y atención eficaz.* Los Colaboradores tienen el deber de dar un trato deferente al Cliente, procurando que toda respuesta de la Administradora sea oportuna y eficaz, en todo momento.
  - 1.2.2 *Ausencia de conflicto.* Los Colaboradores deben mantener una relación de trabajo con el Cliente dentro de un marco profesional y ético que permita prestar un servicio satisfactorio, sin exceder las atribuciones que de acuerdo a su cargo le corresponda.
  - 1.2.3 *Información de productos.* En el proceso de comercialización, los Colaboradores deben poner a disposición de los Clientes la documentación preparada por la Administradora, en relación a las inversiones que efectúan los Clientes. Los Colaboradores deben abstenerse de entregar antecedentes o información sobre los productos de la Administradora, que ésta no haya aprobado.
2. NORMAS DE RESGUARDO DE CONFIDENCIALIDAD DE INFORMACIÓN DE CLIENTES.

### 2.1 Deber de Confidencialidad

- 2.1.1 *Confidencialidad.* Toda información confidencial del Cliente a la que acceda un Colaborador sólo puede ser utilizada por quienes tengan acceso a ella, para el objeto de los servicios que presta la Administradora. Lo anterior se extiende a la información sobre sus operaciones, patrimonio invertido y decisiones de inversión.
- 2.1.2 *Solicitud de información por Autoridad Competente.* En caso que alguna Autoridad judicial o administrativa con competencia al efecto, requiera información confidencial de los Clientes, los Colaboradores sólo podrán dar cumplimiento a dicho requerimiento previa autorización o instrucción expresa del Gerente General de la Administradora.
- 2.1.3 *Información al Cliente.* En caso que una Autoridad judicial o administrativa, dentro del marco de sus atribuciones, requiera información confidencial de un Cliente, los Colaboradores no podrán informar ni hacer comentario del requerimiento de la Autoridad o de su contenido a los Clientes, salvo que el Gerente General expresamente lo ordene.

### 2.2 Resguardo de la Información Confidencial

- 2.2.1 *Prohibición de revelación.* Queda estrictamente prohibido a los Colaboradores revelar, transmitir, informar o poner en conocimiento de cualquier forma, cualquier información confidencial de los Clientes a quienes no cuenten con autorización para acceder a tales antecedentes.
- 2.2.2 *Deber de manejo de la información.* Los Colaboradores no podrán discutir o comentar fuera del ámbito del desarrollo de su actividad laboral sobre información de los Clientes, ni,

en general, sobre cualquier otra información que no sea accesible al público en general, que perciban y/o tengan acceso como consecuencia de su relación laboral.

- 2.2.3 *Prohibición de uso.* Queda estrictamente prohibido a los Colaboradores utilizar la información confidencial de los Clientes para fines personales o de terceros, o revelarla fuera del ámbito de la prestación de servicios que entrega la Administradora.
- 2.2.4 *Deber de aviso temprano.* En caso que cualquier Colaborador acceda erróneamente a la información confidencial de un Cliente a la que no se encuentre autorizado en razón de su cargo o posición, deberá informar de ello en forma inmediata a cualquier persona autorizada para acceder a los antecedentes respectivos, a fin de que se adopten las medidas idóneas para evitar nuevas divulgaciones no autorizadas.
- 2.2.5 *Extensión buzón de correo electrónico.* El buzón de correo electrónico de los Colaboradores de la Administradora es personal e intransferible; y le corresponde a sus titulares velar por la seguridad protegiendo su clave de acceso. Cada Colaborador es el único responsable por el buen uso de su cuenta de correo electrónico.
- 2.2.6 *Acceso cuentas de dominio de la Administradora.* Sólo se podrá acceder al correo electrónico de dominio de la Administradora en las oficinas de ésta o por cualquier otro dispositivo electrónico autorizado e informados previamente tales como celulares, tablets u otros de similares características.
- 2.2.7 *Uso cuentas de correo alternativo.* Salvo autorización específica otorgada por el Gerente General, todo Colaborador se abstendrá de utilizar cualquier sistema de correo electrónico distinto a aquél que le proporcione la Administradora, para la transmisión de información que (i) sea de propiedad de los Clientes o de la Administradora; (ii) haya sido generada o adquirida con motivo de la prestación de servicios de la Administradora o a sus Clientes; (iii) de cualquier manera, pueda estar relacionada al cumplimiento de sus funciones en la Administradora.
- 2.2.8 *Acceso no autorizado a cuentas de terceros.* Queda estrictamente prohibido acceder a las cuentas de otros Colaboradores sin su autorización expresa, así como utilizar identidades ficticias o pertenecientes a otros usuarios para el envío de mensajes.
- 2.2.9 *Gravedad de infracciones.* La infracción a cualquiera de las reglas precedentes en resguardo de la confidencialidad de la información (sección 2.2 de este Código) se considerará para todos los efectos como una falta laboral gravísima.

### 3. NORMAS DE ENTREGA DE INFORMACIÓN RELEVANTE AL CLIENTE

#### 3.1 Deber de Información Relevante

- 3.1.1. *La Información como pilar del mercado.* En el contexto de los mercados financieros y de valores en que la Administradora desempeña sus funciones, el acceso oportuno a información veraz, suficiente e íntegra es un elemento fundamental para el adecuado funcionamiento de los mercados, la transparencia en la formación de precios y, en último término, el mejor interés de los inversionistas.
- 3.1.2. *Deberes legales.* En conformidad a lo anterior, la Administradora está sujeta a una serie de deberes legales y reglamentarios, tendientes a asegurar a los Clientes la entrega de toda información que pueda ser significativa para sus inversiones, cuyo cumplimiento es parte central de la acción de la Administradora.

#### 3.2 Entrega de Información Complementaria

- 3.2.1 *Información sobre fondos.* Más allá de los deberes de información directamente establecidos por las normas legales y administrativas imperativas, la Administradora ha establecido la política de entregar información detallada acerca de las materias que serán tratadas en las asambleas de aportantes, mediante una comunicación en el sitio web de la Administradora, que se encontrará permanentemente a su disposición con anterioridad a la asamblea.
- 3.2.2 *Sitio web.* La Administradora contará con una página web actualizada por medio de la cual los Clientes puedan acceder a toda la información pública de manera sencilla y de fácil acceso.
- 3.2.3 *Información de prensa.* En caso que la Administradora emita comunicados de prensa o proporcione a los medios de prensa, información acerca de sí misma, de sus servicios o de fondos que administre, dicha información será puesta a disposición de los Clientes por vía de correo electrónico o mediante mecanismos de información en el sitio web.

#### 4. NORMAS DE ATENCIÓN A CLIENTES Y GESTIÓN DE RECLAMOS.

##### 4.1 Reglas de Atención

4.1.1 La Administradora se relaciona con sus Clientes a través de distintos *Canales de Atención*, esto es, medios a través de los cuales recibe Solicitudes y Reclamos.

(i) Por *Solicitud* se entiende todo requerimiento efectuado por cualquier Canal de Atención que pueda ser resuelto a través de la operación normal de la Administradora, incluyendo consultas, peticiones de información o requerimientos de información, que no constituyan Reclamos.

(ii) Por *Reclamo* se entiende cualquier comunicación efectuada por un Cliente a la Administradora, por el cual el Cliente manifiesta algún tipo de disconformidad con la oportunidad y/o calidad de los servicios prestados por la Administradora, y que de su tenor, requiere de respuesta o reacción por ésta.

4.1.2 *Curso inmediato*. En caso que sea recibida una Solicitud o Reclamo por parte de un Cliente, cualquiera sea el Canal de Atención que éste haya utilizado y no exista un procedimiento especial, todo Colaborador está sujeto a la obligación de darle curso inmediato avisando inmediatamente a su superior jerárquico correspondiente.

##### 4.2 Gestión de Reclamos y Solicitudes Especiales

4.2.1 *Procedimiento de atención*. El Procedimiento de atención de los Clientes establecido en este Código, requiere que con posterioridad a la adquisición de productos y/o servicios prestados por la Administradora, los Clientes reciban una adecuada prestación de servicios complementarios, que incluya la gestión de reclamos y Solicitudes Especiales, entendiendo por éstas aquellos requerimientos que no pueden ser gestionados mediante la operación ordinaria de los productos y servicios que presta la Administradora.

4.2.2 *Receptividad*. La adecuada gestión de los Reclamos y Solicitudes Especiales es particularmente relevante para la Administradora, ya que a través de ellos se puede tomar conciencia de oportunidades de mejora, así como también de riesgos que pueden resultar significativos. Debido a lo anterior, todo Colaborador tiene el deber de dar curso a las Solicitudes Especiales y Reclamos a la mayor brevedad posible, de acuerdo a los procedimientos que la Administradora defina al efecto.

4.2.3 *Información*. El Colaborador que tuviere a su cargo la gestión de un proceso de Solicitud Especial o Reclamo, deberá proporcionar al Cliente que haya iniciado un procedimiento de este tipo, la información acerca del estado de avance del procedimiento respectivo, siempre que ello no afecte el desarrollo de éste, ni la confidencialidad o integridad de la información relevante.

- 4.2.4 *Control del proceso.* Los Colaboradores que intervengan en procedimientos relativos a Solicitudes Especiales o Reclamos deberán mantener un control sistemático sobre sus avances, de manera de asegurar al Cliente la formulación de respuestas oportunas al efecto.
- 4.2.5 *Resolución de procedimientos por Solicitudes Especiales y Reclamos.* La resolución de las Solicitudes Especiales y Reclamos estará a cargo del Colaborador que corresponda, de acuerdo a los roles, responsabilidades y procedimientos comprometidos. En caso de duda entre dos o más Colaboradores, decidirá el superior jerárquico común de ambos.
- 4.2.6 *Reporte temprano.* Sin perjuicio de lo anterior, desde el inicio de un procedimiento especial originado en Solicitudes Especiales o Reclamos, los Colaboradores a los que les corresponda intervenir tendrán el deber de informar al Oficial de Cumplimiento el inicio del procedimiento.
- 4.2.7 *Informes al Directorio.* El Oficial de Cumplimiento será responsable de hacer el seguimiento de estos procedimientos, evaluarlos y reportar sus conclusiones al Directorio periódicamente. De acuerdo a ello, informará semestralmente al Directorio acerca de los procedimientos iniciados en virtud de Solicitudes Especiales y Reclamos en el período, y sus resultados.
- 4.2.8 *Evaluación anual.* El Oficial de Cumplimiento deberá emitir un informe anual al Directorio pronunciándose acerca del funcionamiento del sistema de solución de reclamos de la Administradora, identificando las contingencias y oportunidades de mejora detectadas, formulando las sugerencias que estime del caso al efecto.

## RELACIÓN CON TERCEROS

Neorentas S.A. Administradora General de Fondos desarrolla su acción corporativa siguiendo los principios enunciados en este Código, dando estricto cumplimiento a la normativa legal vigente, promoviendo el desarrollo de un mercado de capitales sanamente competitivo.

La existencia de un mercado de capitales sanamente competitivo es un factor clave para el desarrollo de la industria de *Administración de Recursos de Terceros* en el largo plazo, lo cual requiere compromisos específicos de cada uno de sus actores. Ello como herramienta para alcanzar el mejor beneficio de nuestros Clientes, el mayor desarrollo de la industria de *Administración de Recursos de Terceros* y, más ampliamente, de la economía nacional.

En cumplimiento de lo requerido por la Norma de Carácter General N° 424 de la CMF, en el presente Capítulo se establecen las reglas de autorregulación que la Administradora ha establecido en materia de su Relación con Terceros, cubriendo las siguientes materias:

1. Normas que Promueven la Competencia Leal;
2. Normas que Promueven el Desarrollo Sostenible de la Entidad; y
3. Normas que Previenen la Comisión de Fraudes, Abusos de Mercado u otros Delitos o Infracciones;
4. Otras.

1. NORMAS QUE PROMUEVEN LA COMPETENCIA LEAL.

### 1.1 Mercado sanamente competitivo

- 1.1.1 *Actos de competencia desleal.* La Administradora reconoce que la existencia de un mercado de capitales sanamente competitivo pasa por evitar los actos de competencia desleal así como las conductas contrarias a la buena fe o a las buenas costumbres que, por medios ilegítimos, persigan desviar clientela de un agente del mercado.
- 1.1.2 *Rechazo de colusión.* La Administradora rechaza cualquier tipo de coordinación o colusión con sus competidores.
- 1.1.3 *Prohibición a Colaboradores.* Se prohíbe a todo Colaborador participar, de cualquier manera, en la formación, celebración o ejecución de acuerdos cuya finalidad o efecto tengan el carácter de colusorios.

## 1.2 Publicidad

- 1.2.1 *Publicidad comparativa.* La Administradora sólo podrá realizar publicidad comparativa con otras administradoras, cuando la base de comparación utilizada para este objetivo esté constituida por datos, variables o antecedentes, susceptibles de comparación y de comprobación, y cumpla con la normativa establecida por la Autoridad respecto del contenido de las publicidades.
- 1.2.2 Queda prohibida toda publicidad comparativa que menoscabe el prestigio de una o más Administradoras o de los fondos que gestionan.
- 1.2.3 *Reputación ajena.* Se prohíbe a los Colaboradores adoptar medidas publicitarias o de promoción que tiendan a aprovecharse indebidamente de la reputación ajena, induciendo a confundir los propios bienes, servicios, actividades, signos distintivos o establecimientos con los de un tercero.

## 2. NORMAS QUE PROMUEVEN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ADMINISTRADORA.

La Administradora entiende que el desarrollo sostenible en el contexto de su industria pasa por promover la existencia de un mercado de capitales ordenado, transparente y competitivo, que contribuya al bienestar social.

Asimismo, la Administradora también entiende que el Desarrollo Sostenible también puede pasar por orientar las inversiones que efectúa hacia iniciativas empresariales que promuevan el desarrollo responsable, sin que ello vaya en desmedro de la rentabilidad.

Dentro de tales consideraciones, la Administradora ha establecido las siguientes reglas de autorregulación en materia de Desarrollo Sostenible:

### 2.1 Objetivos y Normas de Desarrollo Sostenible

- 2.1.1 *Conducción de los negocios.* La Administradora y sus Colaboradores deberán conducir sus negocios de manera de procurar un resguardo a los intereses sociales y ambientales de largo plazo.
- 2.1.2 *Responsabilidad ambiental.* Toda persona que preste servicios a la Administradora debe seguir las orientaciones del consumo consciente y evitar el desperdicio de recursos, tales como agua, energía, papel, objetos desechables, materiales de oficina y combustible, entre otros, haciendo un esfuerzo para preservar el medio ambiente y reciclar todo lo que sea posible.

### 3. NORMAS QUE PREVENGAN LA COMISIÓN DE FRAUDES, ABUSOS DE MERCADO U OTROS DELITOS O INFRACCIONES.

Consecuente con la visión de la Administradora reflejada precedentemente en este Código, todos los Colaboradores, en el desempeño de sus funciones, deben actuar promoviendo la honestidad al interior de la organización, teniendo la tranquilidad y confianza de estar actuando de manera apropiada, consistente con la cultura y los estándares corporativos.

El presente Código no intenta cubrir todas las circunstancias que puedan ocurrir en el curso de actividades de la Administradora, sino que sirve de base para reconocer las situaciones que se presenten, sirviendo de esta forma como una guía complementaria al sentido común, la buena fe, la conducta ética, las políticas internas, las leyes y regulaciones vigentes.

Es importante destacar que las normas contenidas en este Capítulo no son un modelo de prevención de delitos, ni pretenden establecer las políticas, procedimientos o controles aplicables en dicha materia. Por el contrario, las reglas de autorregulación que a continuación se establecen pretenden establecer las normas fundamentales en esta materia. Los Colaboradores deberán, entonces, atender a la normativa que la regula, y a las demás normas que la Administradora pueda establecer específicamente en materia de prevención de delitos, de acuerdo a la normativa vigente.

#### 3.1 Marco Normativo

- 3.1.1 *Cumplimiento de regulación.* La Administradora promueve que sus actuaciones se realicen cumpliendo la legalidad vigente y dentro de un marco ético que establece los estándares de conducta en el desarrollo de las actividades de la entidad. Dicho marco exige, a lo menos, tanto el cumplimiento de la regulación vigente, como el ejercicio de una conducta honesta y de buena fe, con respeto de los compromisos asumidos.

#### 3.2 Deberes Específicos

- 3.2.1 *Deber de reporte inmediato.* Los Colaboradores deben reportar inmediatamente por las vías que la Administradora destine al efecto, cualquier conducta contraria a la Ley, ética de los negocios o de este Código, así como también cualquier fraude, sea o no de monto significativo, que observaren en el cumplimiento de sus funciones.
- 3.2.2 *Prohibición de obediencia indebida.* Ningún Colaborador podrá ser obligado a realizar actos que resulten contrarios a la normativa vigente, o que impliquen un ocultamiento de antecedentes relevantes a la Administradora o a los Clientes.
- 3.2.3 *Regalos.* Los Colaboradores de la Administradora deben abstenerse de ofrecer regalos de cualquier tipo a empleados públicos o privados, sin sujetarse a las políticas que la Administradora haya aprobado al efecto. En ausencia de tales políticas, la entrega, directa o indirecta, de cualquier beneficio o regalo a empleados públicos o privados está terminantemente prohibida.

- 3.2.4 *Recepción de beneficios no autorizada.* Queda estrictamente prohibido, asimismo, que los Colaboradores de la Administradora reciban cualquier tipo de beneficio, prebenda o retribución que no esté autorizada en conformidad a las políticas que la Administradora defina al efecto. En ausencia de tales políticas, la recepción, directa o indirecta de tales beneficios, prebendas o retribuciones queda estrictamente prohibida
- 3.2.5 *Trabajo en la competencia.* Se prohíbe, asimismo, la prestación asalariada de servicios para empresas de la competencia por parte de los Colaboradores.
- 3.2.6 *Conducta Personal Relevante.* Los Colaboradores de la Administradora deben mantener una conducta financiera y comercial ejemplar, debiendo dar en todo momento cumplimiento íntegro y oportuno a sus obligaciones y compromisos comerciales.

## RELACIÓN AL INTERIOR DE ADMINISTRADORA

La Administradora es una sociedad anónima especial que, en conformidad a las normas legales vigentes, se encuentra sujeta a las normas aplicables a las sociedades anónimas abiertas y a la fiscalización por parte de la CMF.

En cumplimiento de la Norma de Carácter General N° 424 de la CMF, la Administradora debe, asimismo, contemplar normas de autorregulación en lo que se refiere a sus asuntos internos, de manera que sus objetivos corporativos se alcancen de manera eficaz y oportuna.

De acuerdo a ello, en el presente Capítulo de este Código, se incorporan reglas respecto de las siguientes materias:

1. Normas de Gobierno Corporativo
2. Normas de Prevención, gestión y comunicación de conflictos de interés
3. Normas que prevengan la comisión de fraudes internos u otros delitos o infracciones
4. Normas respecto de la observancia del presente Código y eventuales sanciones por su incumplimiento
5. Otras.

1. NORMAS DE GOBIERNO CORPORATIVO.

### 1.1 Rol del Directorio

- 1.1.1 *Liderazgo.* El directorio es el encargado de dirigir la Administradora, bajo un liderazgo colectivo ejercido en sala legalmente constituida, de acuerdo a las normas legales vigentes. Dicho liderazgo debe reflejarse en la elección de los gerentes y ejecutivos principales, y en la influencia positiva en su gestión y evaluación.
- 1.1.2 *Estrategia.* El directorio debe diseñar, con el apoyo de la gerencia y de los asesores que considere oportuno, las políticas y definiciones estratégicas de la Administradora. El objetivo de la Administradora es prestar servicios de administración de recursos de terceros, maximizando el interés de los Clientes. Ello pasa por obtener, permanentemente, adecuadas relaciones de riesgo/retorno, y seguridad de las inversiones.
- 1.1.3 *Supervisión.* El directorio debe establecer una clara línea entre sus funciones de supervisión y fiscalización, frente a las funciones de gestión de la gerencia. En tal sentido, sin perjuicio del ánimo colaborativo que debe guiar a todo directorio, los directores deben desarrollar y exhibir una posición fiscalizadora frente a la administración.
- 1.1.4 *Control interno.* El debido cumplimiento de las funciones precedentes requiere que el directorio promueva una cultura de control, habida consideración del tamaño y

funciones de la Administradora. El directorio debe supervisar, directamente o a través de informes o su estructura gerencial el sistema de control interno de la organización.

## 1.2 Deberes fiduciarios básicos

- 1.2.1 *Deber de cuidado.* Los directores de Administradora deben emplear en el ejercicio de sus funciones el cuidado y diligencia que las personas emplean ordinariamente en sus propios negocios.
- 1.2.2 *Deber de lealtad.* Los directores deben guiar el cumplimiento de sus funciones, resguardando los intereses de los Clientes y de los accionistas, postergando cualquier interés personal específico que pudieran tener.
- 1.2.3 *Deber de reserva.* Los directores deben guardar reserva respecto de los negocios de la Administradora y de la información a que tengan acceso en razón de su cargo y que no haya sido divulgada oficialmente. No rige este deber cuando la reserva lesione el interés corporativo o se refiera a hechos u omisiones constitutivas de infracción de los estatutos, de las leyes o de la normativa dictada por la CMF. Los directores deben guardar especial cuidado en la reserva de la información confidencial de los Clientes.
- 1.2.4 *Rendición de cuentas.* Los directores deben rendir cuenta del ejercicio de su cargo. La rendición de cuentas constituye el deber legal y ético que tienen todos y cada uno de los miembros del directorio en forma colegiada e individual de responder por la dirección superior y administración, manejo y rendimiento de los fondos, bienes y recursos de la institución, de los resultados logrados y del cumplimiento normativo en el ejercicio del mandato que les ha sido conferido.
- 1.2.5 *Deber de informar.* Los directores deben proporcionar la información suficiente, fidedigna y oportuna que la ley y, en su caso, la CMF, determinen respecto de la situación legal, económica y financiera de la entidad, o que la Administradora decida voluntariamente divulgar.
- 1.2.6 *Deber de independencia.* Los directores deben mantener la independencia y autonomía en sus decisiones y votaciones, sin dejarse influir por la mayoría o por otros directores, discrepando en caso de ser necesario, sin que ello le pueda significar detrimento o menoscabo. Los directores podrán fundar su rechazo o discrepancia en las reuniones y dejar constancia en actas, si así lo estiman pertinente.
- 1.2.7 *Comités.* El directorio puede funcionar mediante comités, en caso que considere que ello va en el mejor beneficio del cumplimiento de sus funciones. A dichos comités podrán integrarse uno o más directores, Colaboradores y terceros, siempre que estos últimos estén sujetos a deberes explícitos de confidencialidad.

## 1.3 Gerentes General y ejecutivos principales

- 1.3.1 *Funciones del Gerente General.* El gerente general es el ejecutor de los acuerdos de Directorio, siendo el responsable de la implementación de las decisiones estratégicas

del Directorio. En tal calidad es el ejecutivo máximo responsable de la gestión del día a día de la Administradora. Asimismo, el Gerente General debe poner a disposición del Directorio la capacidad de la Administradora para los efectos que el Directorio estime pertinente.

1.3.2 *Oficial de Cumplimiento.* La Administradora debe contar con un oficial de cumplimiento que tendrá a su cargo la planificación, administración y control de las actividades de control interno, así como la implementación de las políticas de la Administradora en materia de prevención de lavado de activo y financiamiento del terrorismo.

1.3.3 *Descripción de cargos.* Para efectos de una mejor organización interna, el Directorio podrá aprobar, de tiempo en tiempo, descripciones de cargos que establezcan las funciones y requisitos de cada uno de los cargos a través de los cuales se lleve adelante la gestión de la Administradora.

## 1.4 Poderes

*Estructura de poderes.* El Directorio, con la asesoría del Gerente General, establecerá una estructura de poderes que asegure la ejecución eficiente de las funciones de la Administradora y el desarrollo de sus operaciones con seguridad suficiente.

## 2. NORMAS DE PREVENCIÓN, GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE CONFLICTOS DE INTERÉS.

### 2.1 Conflictos de Interés.

2.1.1 *Definición.* Para los efectos de este Código se entenderá por *Conflicto de Interés* toda vez que una relación de negocio, parentesco, amistad, afecto personal u otra similar, de alguna importancia, de un Colaborador de la Administradora, pueda afectar su independencia de juicio al adoptar una decisión o cumplir una actuación que involucra a la Administradora.

2.1.2 *Interés indirecto.* Las actividades y los intereses de los familiares por consanguinidad o afinidad hasta el tercer grado inclusive, cuando son Clientes, proveedores, competidores directos, etc., pueden dar lugar a un potencial conflicto de interés o a un aparente conflicto de interés, y serán tratados en la forma señalada en la sección 2.1.1 anterior.

### 2.2 Gestión y Comunicación de Conflictos de Interés

2.2.1 *Deber de Comunicación.* Todo Colaborador deberá informar a su jefatura directa, al Oficial de Cumplimiento, Gerente General o al Presidente del Directorio, según corresponda, de toda situación de la que tenga conocimiento en la que se presente un potencial conflicto de interés en el cumplimiento de sus funciones. La omisión de entrega de dicha información constituirá una falta grave a sus deberes.

2.2.2 *Abstención.* Todo Colaborador afectado por un conflicto de interés debe excusarse de participar, intervenir o influir en todo acuerdo o decisión relacionado con actos, contratos o materias en las que tengan interés directo o indirecto.

2.2.3 *Intervención en decisiones de inversión.* Los Colaboradores que guarden una relación personal con un Cliente, deberán abstenerse de prestarle servicios directamente. En caso que un Cliente mantenga una relación personal con un Colaborador de la Administradora, éste deberá informarlo a su jefatura directa, al Gerente General o al Presidente del directorio, con la finalidad de que se implementen las medidas necesarias al efecto.

2.2.4 *Regla residual.* En caso de cualquier duda acerca de la forma de resolver un conflicto de interés, los Colaboradores deben abstenerse de realizar el acto, hasta que éste sea resuelto en la forma establecida por la Administradora.

### 3. NORMAS QUE PREVENGAN LA COMISIÓN DE FRAUDES INTERNOS U OTROS DELITOS O INFRACCIONES.

#### 3.1 Oficial de Cumplimiento y canal de denuncias

3.1.1 *Oficial de Cumplimiento.* La Administradora pondrá a disposición del Oficial de Cumplimiento los recursos humanos y materiales que, de acuerdo al tamaño y actividades de la Administradora, sea necesario para desarrollar actividades que tiendan a mitigar los riesgos de comisión de fraudes internos y otros delitos.

3.1.2 *Canal de denuncias.* La Administradora pondrá a disposición de los Colaboradores sistemas o canales de denuncia, que permitan al denunciante poner en conocimiento de la Administradora en forma anónima, hechos contrarios a las políticas de la organización, delitos y, en general, cualquier conducta que sea contraria a la ética y buena fe. El sistema de denuncias, en la medida que ello sea factible, deberá permitir al denunciante conocer del estado de dichas denuncias y su resultado.

#### 3.2 Control interno

3.2.1 *Gestión de riesgos y control interno.* En cumplimiento de la normativa vigente, la Administradora debe contar con un sistema de gestión de riesgos y control interno, una de cuyas finalidades es precaver la comisión de fraudes internos. La Administradora velará por que el sistema de gestión de riesgos y control interno sea idóneo y efectivo, habida consideración de las actividades y tamaño de la Administradora.

### 4. NORMAS RESPECTO A LA OBSERVANCIA AL CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN Y EVENTUALES SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO.

#### 4.1 Observancia

4.1.1. *Capacitaciones.* Anualmente la Administradora revisara internamente el conocimiento de los manuales y de este código y la aplicación práctica por parte de sus Colaborador.

- 4.1.2. *Disponibilidad permanente.* Un ejemplar del presente Código estará permanentemente disponible para todos los Colaboradores en las oficinas de la Administradora y en su sitio web.
- 4.1.3. *Consultas.* El Oficial de Cumplimiento atenderá las consultas que los Colaboradores tengan en lo relativo al sentido y alcance de las reglas del presente Código.
- 4.1.4. *Agentes Colocadores.* En la eventualidad que la Administradora celebre contratos con agentes colocadores de cuotas, éstos deberán ajustarse a las reglas establecidas en este Código, en lo que resulte aplicable, particularmente con respecto a la relación con los Clientes.

## 4.2 Sanciones

- 4.2.1 *Sanciones.* El incumplimiento de las reglas establecidas en el presente Código, podrá ser sancionado conforme a la normativa interna de la Administradora.
- 4.2.2 *Infracciones graves.* En caso de incumplimiento grave de obligaciones establecidas en este Código, la Administradora podrá tratar dichos incumplimientos como incumplimientos graves a las obligaciones del contrato de trabajo, para efectos laborales.

## VIGENCIA Y DIFUSIÓN

Este Código fue aprobado en sesión de directorio de fecha 03 de enero de 2019 y será publicado en la página web de la Administradora, una vez que la CMF apruebe su contenido. Una vez aprobado el presente Código conforme lo anterior, su difusión será realizada por el Gerente General o quien éste designe.

### CONTROL DE ACTUALIZACIONES:

Preparado por	Neorentas S.A. Administradora General de Fondos
Aprobado por	Directorio
Fecha de Aprobación	03-01-2019
Versión	Uno

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>ASPECTOS GENERALES .....</b>	<b>1</b>
1. Fundamentos Esenciales.....	1
2. Objetivos .....	1
3. Marco Normativo específico.....	2
4. Aplicación.....	2
5. Contenido.....	3
<b>RELACIÓN CON CLIENTES .....</b>	<b>3</b>
1. Normas de Trato, Comercialización y Publicidad. ....	3
1.1 Adquisición de calidad de Clientes.....	3
1.2 Reglas de Trato, Comercialización y Publicidad .....	3
2. Normas de resguardo de confidencialidad de información de clientes. ....	4
2.1 Deber de Confidencialidad.....	4
2.2 Resguardo de la Información Confidencial .....	4
3. Normas de Entrega de Información Relevante al Cliente.....	6
3.1 Deber de Información Relevante.....	6
3.2 Entrega de Información Complementaria .....	6
4. Normas de Atención a Clientes y Gestión de Reclamos. ....	7
4.1 Reglas de Atención .....	7
4.2 Gestión de Reclamos y Solicitudes Especiales .....	7
<b>RELACIÓN CON TERCEROS .....</b>	<b>9</b>
1. Normas que promueven la Competencia Leal. ....	9
1.1 Mercado sanamente competitivo .....	9
1.2 Publicidad.....	10
2. Normas que Promueven el Desarrollo Sostenible de la Administradora.....	10
2.1 Objetivos y Normas de Desarrollo Sostenible.....	10
3. Normas que Prevengan la Comisión de Fraudes, Abusos de Mercado u otros Delitos o Infracciones. ....	11
3.1 Marco Normativo .....	11
3.2 Deberes Específicos .....	11
<b>RELACIÓN AL INTERIOR DE ADMINISTRADORA .....</b>	<b>13</b>
1. Normas de Gobierno Corporativo.....	13
1.1 Rol del Directorio .....	13
1.2 Deberes fiduciarios básicos .....	14

1.3	Gerentes General y ejecutivos principales .....	14
1.4	Poderes .....	15
2.	Normas de Prevención, Gestión y Comunicación de Conflictos de Interés .....	15
2.1	Conflictos de Interés. ....	15
2.2	Gestión y Comunicación de Conflictos de Interés.....	15
3.	Normas que Prevengan la Comisión de Fraudes Internos u Otros Delitos o Infracciones. ...	16
3.1	Oficial de Cumplimiento y canal de denuncias .....	16
3.2	Control interno.....	16
4.	Normas Respecto a la Observancia al Código de Autorregulación y Eventuales Sanciones por Incumplimiento.....	16
4.1	Observancia .....	16
4.2	Sanciones.....	17
<b>VIGENCIA Y DIFUSIÓN .....</b>		<b>18</b>