

GFED

Política de Incentivos

GESTIÓN FOND ENDOWMENT
AGENCIA DE VALORES, S.A.

ÍNDICE

1. DEFINICIONES, OBJETIVO Y PRINCIPIOS GENERALES	1
1.1 DEFINICIONES.....	1
1.2 OBJETIVO.....	1
1.3 ÁMBITO DE APLICACIÓN	1
2. DETECCIÓN Y DIAGNÓSTICO DE LOS INCENTIVOS	2
2.1 DETECCIÓN DE INCENTIVOS	2
2.2 CATÁLOGO DE INCENTIVOS NO PROHIBIDOS.	3
3. PROCEDIMIENTO PARA LA ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE INCENTIVOS NO PROHIBIDOS.....	4
4. INFORMACIÓN A LOS CLIENTES.....	5

1. DEFINICIONES, OBJETIVO Y PRINCIPIOS GENERALES

1.1 Definiciones

En general, se entenderá por “incentivo” los pagos o cobros de honorarios o comisiones por parte de la Sociedad, o las aportaciones o recepción de algún beneficio no monetario en relación con la provisión de un servicio de inversión o auxiliar al cliente.

1.2 Objetivo

El objetivo perseguido es la detección, actualización permanente y tratamiento de “incentivos”, tanto de los permitidos como de los no permitidos, que afectan a la Sociedad. De esta forma, se pretende a su vez, efectuar una gestión adecuada de los conflictos de interés que dichos “incentivos” pueden llegar a producir.

1.3 Ámbito de aplicación

Las situaciones y casos más frecuentes en las que se pueden recibir incentivos de un tercero se producen en los procesos de comercialización de instituciones de inversión colectiva u otros instrumentos financieros y, durante la transmisión de órdenes de nuestros clientes a un tercero para su ejecución.

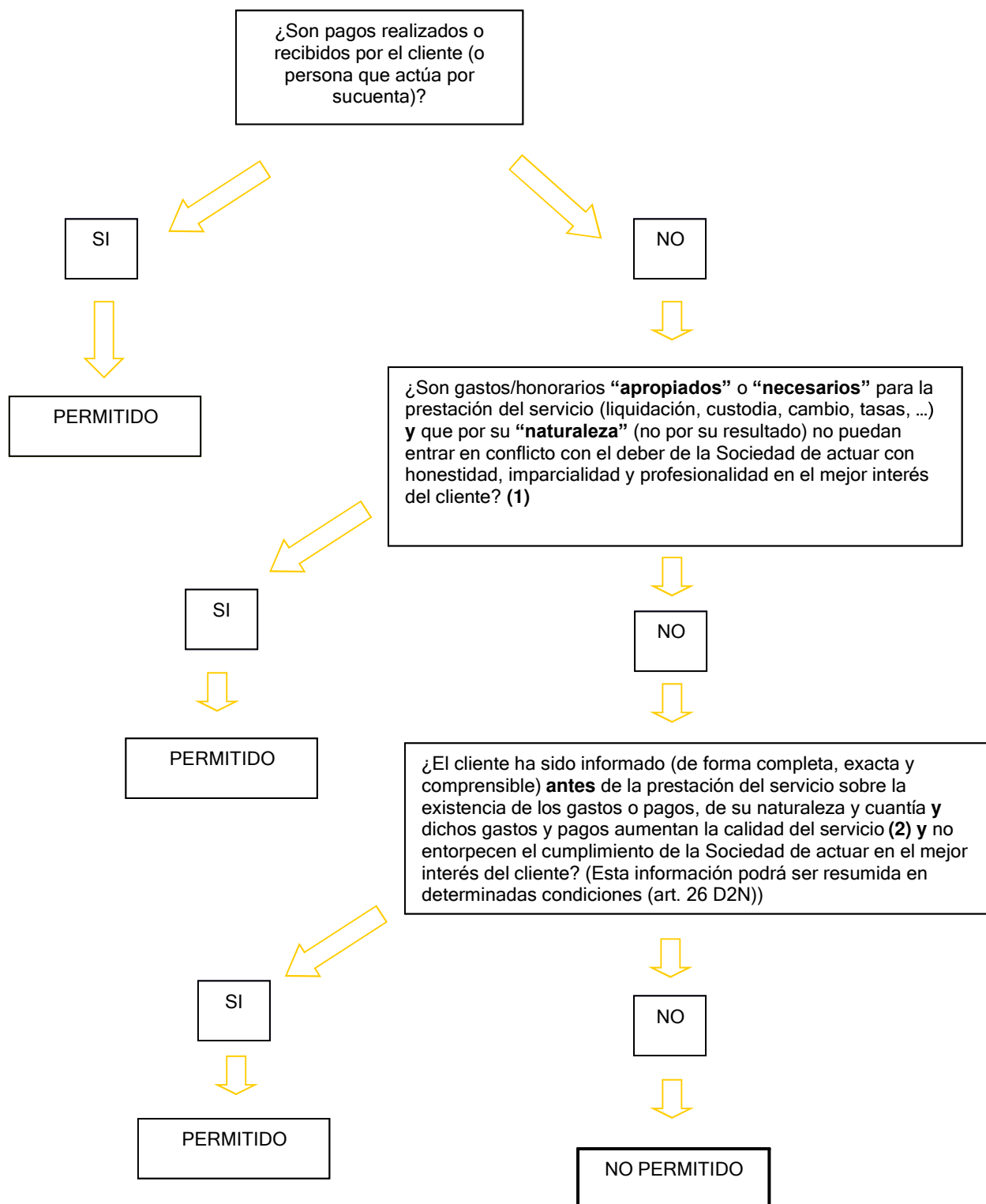
Existen también otros casos, además, donde se pueden percibir retrocesiones de terceras partes por la comercialización de instrumentos financieros sujetos a MIFID.

Con el fin de mantener una formación rigurosa y actualizada, respecto de los instrumentos financieros sujetos a MIFID, se podrá recibir formación de terceros que estén relacionados con el mundo financiero, siempre que esta redunde en un mayor y mejor servicio para los clientes.

Por otro lado, entidades con las que se opera o se tienen acuerdos para la transmisión de ordenes de clientes, podrían aplicar comisiones mayores, como consecuencia de la percepción por parte de Gestión Fondo Endowment, A.V., S.A. de análisis de mercados, valores o información financiera, que permiten incrementar el valor añadido de las recomendaciones que reciben los clientes.

2. DETECCIÓN Y DIAGNÓSTICO DE LOS INCENTIVOS

2.1 Detección de incentivos



Notas:

(1) Naturaleza del servicio. La remuneración obtenida en concepto de “asesoramiento o recomendación”, “comercialización/distribución”, etc. puede ser legítima, siempre y cuando el asesoramiento o recomendación no esté sesgada como resultado de la recepción de dicha comisión.

(2) Calidad del servicio. Para determinar si una comisión o beneficio no monetario recibido de terceros aumenta o no la calidad del servicio prestado por la Sociedad a sus clientes y si dificulta o no a la Sociedad su actuación en interés del cliente será necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

- a. El tipo de servicio de inversión o auxiliar prestado al cliente y el grado de cumplimiento de obligaciones contraídas con el cliente. Así, por ejemplo, para determinar si aumenta o no la calidad del servicio, será relevante esclarecer si con los “incentivos” se cumple o no con el principio de mejor ejecución y con las normas relativas a la gestión de conflictos de interés.
- b. El beneficio esperado para el cliente y para la Sociedad. En este sentido, se deberá determinar si, por ejemplo, la Sociedad recibe un pago de un tercero, el coste lo soportará finalmente el cliente de alguna manera y si de esta situación se deriva algún beneficio para el cliente que compense ese mayor coste soportado.
- c. Si habrá o no un incentivo que pueda cambiar el comportamiento de la Sociedad de forma que ésta no actúe en interés del cliente.
- d. La relación entre la Sociedad y la entidad que recibe o provee el beneficio, teniendo en consideración relaciones económicas, de competencia, comerciales, etc.
- e. La naturaleza del elemento de pago o beneficio no monetario, las circunstancias en que se paga y si lleva o no aparejadas condiciones.

En este sentido, la Sociedad entiende que se produce un “aumento en la calidad del servicio al cliente” cuando:

- Como consecuencia del incentivo se está reduciendo el riesgo operacional o se ayuda a cumplir con los principios de mejor ejecución y se evitan posibles conflictos de interés .
- Se obtienen unas mejores condiciones económicas para el cliente en relación a las que conseguiría operando directamente.
- Se recibe formación con la que se proporciona a los clientes una mayor y mejor información.
- Se reciben informes y análisis que permiten mejorar el asesoramiento y recomendaciones a los clientes.

2.2 Catálogo de incentivos no prohibidos.

La Sociedad ha identificado en el siguiente catálogo los incentivos que están permitidos según las pautas descritas en este Manual.

Los incentivos que la Sociedad ha aceptado son los que cumplen los siguientes requisitos:

- ✓ La existencia, naturaleza y cuantía de los honorarios, comisiones o beneficios no monetarios o, cuando su cuantía no se pueda determinar, el método de cálculo de esa cuantía, deberán revelarse claramente al cliente, de forma completa, exacta y comprensible, antes de la prestación del servicio de inversión o servicio auxiliar. A tales efectos, Gestión Fondo

Endowment A.V., S.A. podrá comunicar las condiciones esenciales de su sistema de incentivos de manera resumida, siempre que efectúe una comunicación más detallada a solicitud del cliente. Se entenderá cumplida esta última obligación cuando la entidad ponga a disposición del cliente la información requerida a través de los canales de distribución de la entidad o en su página web, siempre que el cliente haya consentido a dicha forma de provisión de la información; y

- ✓ El pago de los incentivos deberá aumentar la calidad del servicio prestado al cliente y no podrá entorpecer el cumplimiento de la obligación de Gestión Fondo Endowment A.V., S.A. de actuar en el interés óptimo del cliente.

No constituyen incentivos en el sentido de la presente Política:

- ✓ Los honorarios, comisiones o beneficios no monetarios pagados o aportados al cliente o a una persona que actúe por cuenta suya, u ofrecidos por éstos a Gestión Fondo Endowment A.V., S.A.
- ✓ Los honorarios que permitan la prestación de servicios de inversión o sean necesarios a tal fin, como gastos de custodia, gastos de liquidación, etc., y que, por su naturaleza, no puedan entrar en conflicto con el deber de la empresa de actuar con honestidad, imparcialidad, diligencia y transparencia con arreglo al interés óptimo de sus clientes.
- ✓ Las remuneraciones pagadas a los empleados y las comisiones pagadas a los agentes de la Sociedad por el normal desempeño de su actividad.

En caso de que la Unidad de Control considere que los cobros o pagos no cumplen con lo establecido en la presente Política, se comunicará a las áreas afectadas para que cesen inmediatamente dichos cobros o pagos.

Asimismo, deberán ponerse en conocimiento de la Unidad de Control de Gestión Fondo Endowment A.V., S.A. todos aquellos acuerdos o contratos que conlleven el pago o recibo de comisiones, honorarios o beneficios, a fin de poder proceder a su análisis de forma previa a la perfección de dichos contratos e instrumentalizar las medidas oportunas.

En caso de que aparezcan incentivos no detectados con anterioridad, se procederá a un análisis exhaustivo de los mismos a fin de determinar si cumplen o no con las condiciones exigidas. Si la comisión u honorario no cumple con las condiciones exigidas, se impedirá su cobro o pago, en todo caso, instrumentalizándose las medidas oportunas.

3. PROCEDIMIENTO PARA LA ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE INCENTIVOS NO PROHIBIDOS

Los requisitos establecidos en la normativa vigente y en este Manual deberán verificarse con anterioridad a que se produzcan. Por lo tanto, la valoración sobre la aceptabilidad del pago de unos honorarios, comisiones o beneficios no monetarios deberá realizarse en el momento en que se plantee el acuerdo concreto con la empresa pagadora o receptora y no después de que los pagos/cobros hayan sido realizados.

Todos los acuerdos con terceros que puedan originar “incentivos” serán comunicados a la Unidad de Control con la antelación suficiente, quien, tras el correspondiente análisis, lo elevará al **Consejo de Administración**, para la adopción de las medidas pertinentes.

La Unidad de Control será la responsable de tener permanentemente actualizado el catálogo de

incentivos permitidos, así como de tener archivada toda la información, comunicaciones, análisis, etc. que se generen en el proceso de mantenimiento del catálogo de incentivos.

Si tras la consideración y el análisis de la Unidad de Control, éste considera que efectivamente existe un nuevo incentivo, deberá elevarse al Consejo de Administración para que adopte una decisión vinculante al respecto para la prohibición o no del incentivo. El acuerdo del Consejo de Administración deberá estar argumentado y documentado.

La decisión adoptada por el Consejo de Administración podrá basarse en el análisis efectuado por la Unidad de Control y en la información recabada de unidades de negocio o de terceros.

Dicho incentivo será incluido en el “catálogo de incentivos prohibidos o permitidos”, según el caso.

4. INFORMACIÓN A LOS CLIENTES.

Gestión Fondo Endowment A.V., S.A. se compromete a no recibir pagos o beneficios no monetarios de terceros, ni a aportar a esos mismos terceros honorarios o comisiones, que no cumplan con las exigencias establecidas en la normativa vigente.

Con esta finalidad, la Unidad de Control verificará en el momento de la entrada en vigor de la presente Política, y en cada momento posterior en que se vaya a alcanzar un acuerdo o contrato en el seno del cual pueda realizarse el cobro o pago de honorarios o beneficios no monetarios a terceras personas no vinculadas con el cliente, si los pagos o cobros tienen la consideración de incentivos permitidos según lo establecido en el punto 1 de la presente Política.

Asimismo, la Unidad de Control garantizará que todos los clientes son informados, en línea con lo establecido en la presente Política, de las condiciones esenciales del sistema de honorarios, comisiones o beneficios no monetarios que sea de aplicación en cada caso concreto, en atención a los productos o servicios ofrecidos a cada cliente. La comunicación remitida a los clientes contendrá las condiciones esenciales del incentivo detectado, e informará del derecho que asiste a dichos clientes a solicitar detalles adicionales acerca del incentivo.

La presente Política será aplicada en correlación con las normas de prevención de conflictos de interés y será revisada anualmente.