

POLÍTICA DE INCENTIVOS

1 de septiembre 2022



Panza Capital

1. Elaboración, aprobación e histórico de versiones

CONTROL DEL DOCUMENTO			
Título	Panza Capital- Política de Incentivos		
Estado	Publicado		
Clasificación	Procedimiento interno		
REGISTRO DE CAMBIOS			
Versión	Fecha	Cambio	
1.0	1 de sept de 2022	Creación del documento	
RESPONSABLES			
Versión	Autor	Revisión	Aprobación
1.0	FinancialReg360, S.L. ("finReg")	Álvaro Jabón Gómez	Comité de Dirección

2. Introducción y objeto de la política

El presente documento contiene la política de incentivos (la “Política”) de PANZA CAPITAL, S.G.I.I.C., S.A. (“PANZA CAPITAL” o la “Entidad” o la “Sociedad”) en el ámbito de la prestación de servicios de inversión.

La Política tiene por objeto el control en la Entidad de los denominados incentivos (tal y como se definen más adelante), en relación con los requerimientos establecidos en la Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014, relativa a los mercados de instrumentos financieros y por la que se modifican la Directiva 2002/92/CE y la Directiva 2011/61/UE (“MiFID II”) y por sus normas de desarrollo y transposición¹ (conjuntamente, la “Normativa MiFID”) sobre dicha materia.

MiFID II recoge la definición de incentivo y establece ciertos requerimientos para la admisibilidad de estos, su control y la información que se debe facilitar a los clientes que contraten servicios en cuya prestación exista un incentivo.

Al objeto de dar cumplimiento a las obligaciones establecidas en la Normativa MiFID, la Entidad ha elaborado e implementado la presente Política, cuya finalidad es la siguiente:

- i. Establecer los mecanismos y procedimientos que permitan identificar potenciales incentivos;
- ii. Establecer las pautas para facilitar la debida información a los clientes cuando se den supuestos de percepción o pago de incentivos;
- iii. Documentar adecuadamente, para su control interno y, en su caso, para su explicación a los reguladores la implantación de las medidas establecidas para atender las anteriores finalidades;

¹ La normativa europea que desarrolla los requisitos que deben cumplir las SGIIIC con respecto a la percepción y entrega de incentivos es la siguiente:

- Directiva Delegada (UE) 2017/593 de la Comisión de 7 de abril de 2016 por la que se complementa la Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que respecta a la salvaguarda de los instrumentos financieros y los fondos pertenecientes a los clientes, las obligaciones en materia de gobernanza de productos y las normas aplicables a la entrega o percepción de honorarios, comisiones u otros beneficios monetarios o no monetarios; en adelante “**Directiva Delegada (UE) 2017/593**”.
- Q&A de ESMA sobre protección al inversor.

La normativa nacional que desarrolla los requisitos que deben cumplir las SGIIIC con respecto a la percepción y entrega de incentivos es la siguiente:

- Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores; en adelante “**TRLMV**”.
- Real Decreto 217/2008 de 15 de febrero sobre el régimen jurídico de las empresas de servicios de inversión; en adelante “**RD ESIS**”.
- Preguntas y respuestas de CNMV sobre la aplicación de la Directiva MiFID II.

- iv. Garantizar que todos los incentivos abonados o entregados por terceros o personas que actúen en nombre de terceros en relación con la provisión del servicio de gestión de carteras se asignen y transfieran a cada uno de los clientes pertinentes.
- v. Establecer el registro de incentivos.

3. Ámbito de aplicación

La Política es de aplicación con carácter general a la Entidad y a todas las personas de la Entidad relacionadas, directa o indirectamente, con la prestación de servicios de inversión o servicios auxiliares sobre instrumentos financieros.

En concreto, los servicios a los cuales será de directa aplicación esta Política son:

- Comercialización de IIC (“Comercialización”).
- Gestión de carteras (“GDC”).
- Asesoramiento en materia de inversión (“ASE”).

Todos los directivos, empleados o personas vinculadas, directa o indirectamente, por una relación de control, en la medida en que corresponda, así como por las personas que mantengan una relación de prestación de servicios de inversión o auxiliares a clientes en la Entidad (en adelante, “Sujetos Afectados”) deberán conocer y cumplir la presente Política.

4. Concepto de incentivo, prohibiciones y requisitos para su percepción

4.1. Definición

Tendrán la consideración de incentivo conforme a la Normativa MiFID todos aquellos honorarios, comisiones u otros beneficios monetarios o no monetarios abonados o proporcionados por un tercero o por una persona que actúe por cuenta de un tercero en relación con la prestación del servicio de inversión o auxiliar a un cliente o la persona que actúe en nombre del cliente.

Quedan excluidos de la presente definición aquellos pagos o beneficios que permitan o sean necesarios para la prestación de los Servicios, tales como gastos de custodia, gastos de liquidación y cambio, tasas reguladoras o gastos de asesoría jurídica y que, por su naturaleza, no pueden entrar en conflicto con el deber de actuar con honestidad, imparcialidad y profesional en el mejor interés de sus clientes.

4.2. Incentivos no permitidos

En la prestación del **servicio de GDC**, la Entidad no aceptará ni retendrá honorarios, comisiones u otros beneficios monetarios o no monetarios abonados o proporcionados por un tercero o por una persona que actúe por cuenta de un tercero en relación con la prestación del servicio a los clientes.

En el caso de que dichos incentivos llegaran a recibirse, la Entidad estará obligada a trasladar al cliente correspondiente las cantidades de que se trate a la mayor brevedad posible, no estando permitido netear de estas cantidades los importes u honorarios adeudados por el cliente a la Entidad.

4.3. Incentivos permitidos

Se considerará que la Entidad cumple con todas las condiciones establecidas en la Normativa MiFID II para la percepción o entrega de incentivos, en relación con la prestación del servicio de comercialización cuando se cumplan los siguientes requisitos:

1. Los incentivos son concebidos para mejorar la calidad del servicio pertinente prestado al cliente. Se considerará que el incentivo está diseñado para elevar la calidad del servicio pertinente al cliente si se cumplen todas las condiciones siguientes:

1.1 Está justificado por la prestación de un servicio adicional o de nivel superior al cliente, proporcional al nivel de los incentivos recibidos, como:

- a. **En caso de comercialización y ASE:** el acceso, a un precio competitivo, a una amplia gama de IIC que probablemente satisfagan las necesidades del cliente, incluido un número apropiado de IIC de proveedores terceros de productos que carezcan de vínculos estrechos con la Entidad, junto con
 - i. la provisión de herramientas de valor añadido, como los instrumentos de información objetiva que ayuden al cliente pertinente a adoptar decisiones de inversiones o le faculen para el seguimiento, la modelación y el ajuste de la gama de instrumentos financieros en los que haya invertido; o
 - ii. la provisión de informes periódicos del rendimiento y los costes y cargos asociados a los instrumentos financieros.

En cumplimiento con lo estipulado en RD ESIS, se considera que se está incluyendo un número apropiado de instrumentos de terceras partes proveedoras cuando al menos se ofrezcan dos alternativas de terceros en cada categoría de fondos que se comercialicen y que al menos el veinticinco por cien del total de productos ofrecidos sean de terceros.

1.2 No beneficia directamente a la Entidad, sus accionistas o empleados sin un beneficio tangible para el cliente en cuestión.

- 1.3 Está justificado por la provisión de un beneficio continuo al cliente en cuestión en relación con un incentivo continuo.

En este sentido, la Entidad deberá identificar de forma continua todos aquellos incentivos cobrados y/o pagados en el marco de la prestación de servicios a clientes.

En ningún caso los incentivos se considerarán aceptables si la prestación de servicios al cliente está sesgada o distorsionada como resultado del pago o la recepción de estos.

2. Los incentivos no perjudican el cumplimiento de la obligación de la Entidad de actuar con honestidad, imparcialidad y profesionalidad, en el mejor interés de sus clientes.
3. Se ha informado claramente al cliente, antes de la prestación del servicio de inversión o servicio auxiliar sobre la existencia, naturaleza y cuantía de los mencionados pagos o beneficios o, cuando dicha cuantía no pueda determinarse, el método de cálculo de esa cuantía.

4.4. Beneficios no monetarios menores

Se podrán abonar o percibir los beneficios no monetarios menores que puedan servir para aumentar la calidad del servicio al cliente y cuya escala y naturaleza sean tales que no pueda considerarse que afectan al cumplimiento de la obligación de actuar en el mejor interés de sus clientes.

En su caso, los beneficios no monetarios menores deberán comunicarse con claridad al cliente.

A efectos de la definición de “**beneficios no monetarios menores**”, se considerarán como tales y, por tanto, aceptables:

1. Información o documentación relativa a un instrumento financiero o un servicio de inversión, de índole genérica o personalizada para reflejar las circunstancias de un determinado cliente.
2. Materiales escritos de terceros encargados y abonados por una sociedad emisora o un posible emisor para promover una nueva emisión por la sociedad en cuestión, o en los casos en los que un emisor contrata y paga a una empresa tercera para elaborar tales materiales de manera continua, siempre que la relación se revele

claramente en dichos materiales, y que estos se pongan a disposición al mismo tiempo de todas las empresas de inversión que deseen recibirlos, o del público en general.

3. La participación en conferencias, seminarios u otras actividades de formación sobre los beneficios y características de un determinado instrumento financiero o servicio de inversión.
4. Gastos de representación de un valor de minimis razonable, como las dietas durante una reunión empresarial o una conferencia, seminario u otra actividad de formación.
5. Otros beneficios no monetarios menores que se consideren capaces de elevar la calidad del servicio prestado al cliente y, teniendo en cuenta el nivel total de beneficios prestados por una entidad o un grupo de entidades, sean de una escala y naturaleza tal que sea poco probable que menoscaben el cumplimiento del deber de la Entidad de actuar atendiendo al mejor interés del cliente.

Los beneficios no monetarios menores aceptables serán razonables y proporcionados, y de tal escala que sea poco probable que influyan en la conducta de la Entidad de algún modo que vaya en detrimento de los intereses del cliente en cuestión.

5. Procedimiento de control de incentivos

5.1. Identificación y análisis de los incentivos percibidos y pagados

El procedimiento actualmente utilizado por la Entidad para el control y comunicación a los clientes de los incentivos se basa en el análisis inicial de incentivos percibidos o pagados y, adicionalmente, las sucesivas actualizaciones que el departamento de Cumplimiento Normativo realiza en el registro de incentivos.

Dicho procedimiento es el siguiente:

1. Todas las áreas de negocio tienen la obligación de identificar los tipos de productos y servicios en los que la Entidad perciba o pague incentivos, así como las áreas directamente relacionadas con los mismos. En caso de detectar/negociar nuevos incentivos deberán ser comunicados al departamento de Cumplimiento Normativo con una indicación expresa de las medidas adoptadas para garantizar que, en todo caso, los incentivos son admisibles y están justificados por un aumento de la calidad del servicio.

2. En caso de recibir información de nuevos incentivos, el departamento de Cumplimiento Normativo comprobará, con carácter previo a su inclusión en el citado registro, que estos cumplen los requisitos exigidos para ser admisibles por la normativa aplicable y que disponen de toda la información necesaria para incluir en el registro la información sobre la justificación del aumento de la calidad del servicio.
3. El departamento de Cumplimiento Normativo será responsable de supervisar el registro de incentivos de acuerdo con la información que le proporcionan las áreas.
4. En todos los casos en los que se concluya que existe un incentivo, se adoptarán las cautelas adecuadas y se establecerán, en su caso, las advertencias y manifestaciones a recabar del cliente en el proceso de comercialización.

5.2. Registro de incentivos

Como se ha mencionado previamente, la Entidad dispone de un **registro de incentivos** (Anexo I) como medio para acreditar que los incentivos se han diseñado para elevar la calidad del servicio pertinente prestado al cliente. Este registro incluye:

- i. Una lista interna actualizada periódicamente de todos los incentivos percibidos y pagados relacionados con la prestación de servicios de inversión o auxiliares.
- ii. El modo en que los incentivos pagados o percibidos por la Entidad, o que se propone utilizar, elevan la calidad de los servicios prestados a los clientes pertinentes.
- iii. Las medidas para no menoscabar la obligación de la Entidad de actuar de manera honesta, cabal y profesional atendiendo al mejor interés del cliente.

Adicionalmente, el registro de incentivos almacena y mantiene, por un **periodo mínimo de 5 años** (7 años a solicitud de la CNMV) desde que la información sea facilitada al cliente:

- i. Una copia de las comunicaciones realizadas a clientes, generales o individualizadas, en relación con los incentivos pagados o recibidos.
- ii. La copia de las peticiones realizadas por los clientes respecto a la información sobre incentivos pagados o recibidos.

El registro cumplirá, en todo momento, con la normativa vigente y con los principios recogidos en la Política de registros mínimos de la Entidad.

El departamento de Cumplimiento Normativo verificará, al menos anualmente, la existencia de otros posibles incentivos con los responsables de las áreas de negocio de la Entidad con la finalidad de incorporarlos, en su caso, al registro de incentivos y a los efectos de la adopción de las medidas que se estimen oportunas.

5.3. Comunicación a clientes sobre incentivos

La Entidad ha establecido varias medidas para cumplir con la obligación de informar a sus clientes en materia de incentivos:

1. **Información pre-contractual:** previamente a la prestación del servicio de inversión o auxiliar, se informará al cliente de forma clara de la cuantía exacta del incentivo y, en caso de no estar ésta disponible, se informará sobre su método de cálculo. Para ello, esta comunicación se incluirá en la información precontractual de los productos objeto del servicio. En caso de incluirse el método de cálculo en la información precontractual, se informará al cliente de la cuantía exacta a posteriori, una vez recibido o pagado el incentivo.

A estos efectos, en la definición de todos los procesos de contratación de productos o servicios de inversión de la Entidad se incluirá la preceptiva información sobre incentivos antes de la contratación del correspondiente producto o servicio.

2. **Información post-contractual anual de costes y gastos e incentivos:** al menos una vez al año, y mientras la Entidad reciba incentivos en relación con los servicios de inversión prestados a los clientes pertinentes, informará a sus clientes individualmente del importe efectivo de los incentivos percibidos o abonados en el Informe anual sobre costes, gastos e incentivos.
3. **A solicitud del cliente,** se facilitará información detallada y desglosada sobre incentivos, costes y gastos.

6. Aprobación, supervisión y revisión de la Política

La presente Política será aprobada por Consejo de Administración de la Entidad, así como las posteriores modificaciones que se produzcan. La Política se revisará al menos una vez al año y será actualizada y/o modificada, al menos, en los siguientes casos:

- Cuando tengan lugar cambios legales o normativos que afecten a la Política o establecido.

- A propuesta de Cumplimiento Normativo cuando entienda que existan aspectos susceptibles de mejora para la consecución de los objetivos propuestos o para adaptarse convenientemente a las características de los servicios ofrecidos por la Entidad en cada momento.
- A propuesta de los órganos supervisores.

Contenido del registro de incentivos

Número identificativo	
Descripción del incentivo	
Descripción del servicio de inversión por el que se perciben incentivos	
Datos de la entidad de la que se perciben incentivos	
Descripción de las medidas adoptadas para justificar el aumento de la calidad del servicio	
Fecha de inclusión en el registro	
Otras (especificar): 	