



POLÍTICA DE INCENTIVOS



Introducción

Al objeto de cumplir con los objetivos de protección al cliente que impone la Directiva Europea sobre Mercados de Instrumentos Financieros, MIFID, y sus normas de desarrollo, en relación con la Política de Incentivos, Mercados y Gestión de Valores AV S.A., (la Agencia), ha instaurado, aplica y mantiene una eficaz gestión de dicha política.

El artículo 19.1 de la Directiva de Nivel I establece el deber de las entidades sujetas a MIFID de actuar con honestidad, imparcialidad y profesionalidad, en el mejor interés de los clientes.

Esto ha sido recogido por la legislación española en el artículo 208 del Texto Refundido aprobado por el RD 4/2015 de 23 de octubre y en el artículo 59 del R.D. 217/2008, de 15 de febrero, sobre el régimen jurídico de las empresas de servicios de inversión.

Artículo 208 del Texto Refundido aprobado por el RD 4/2015

Artículo 208. Obligación de diligencia y transparencia

“1. Las entidades que presten servicios de inversión deberán comportarse con diligencia y transparencia en interés de sus clientes, cuidando de tales intereses como si fueran propios, y, en particular, observando las normas establecidas en este capítulo y en sus disposiciones reglamentarias de desarrollo.

2. En concreto, no se considerará que las empresas de servicios de inversión actúan con diligencia y transparencia y en interés de sus clientes si en relación con la provisión de un servicio de inversión o un servicio auxiliar pagan o perciben algún honorario o comisión, o aportan o reciben algún beneficio no monetario que no se ajuste a lo establecido en las disposiciones que desarrollen esta ley.”

Artículo 59 del R.D. 217/2008, de 15 de febrero

Artículo 59. Incentivos.

A los efectos de lo dispuesto en el artículo 208 del Texto Refundido aprobado por el RD 4/2015 de 23 de Octubre, se considerarán incentivos permitidos los siguientes:

a) Los honorarios, comisiones o beneficios no monetarios pagados o entregados a un cliente o a una persona que actúe por su cuenta, y los ofrecidos por el cliente o por una persona que actúe por su cuenta.



b) Los honorarios, comisiones o beneficios no monetarios pagados o entregados a un tercero o a una persona que actúe por cuenta de aquel, y los ofrecidos por un tercero o por una persona que actúe por cuenta de aquel, cuando se cumplan las siguientes condiciones:

i) 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, las entidades que presten servicios de inversión, podrán comunicar las condiciones esenciales de su sistema de incentivos de manera resumida, siempre que efectúen 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.

ii) El pago de los incentivos deberá aumentar la calidad del servicio prestado al cliente y no podrá entorpecer el cumplimiento de la obligación de la empresa de actuar en el interés óptimo del cliente.

c) Los honorarios adecuados que permitan o sean necesarios para la prestación de los servicios de inversión, como los gastos de custodia, de liquidación y cambio, las tasas reguladoras o los gastos de asesoría jurídica 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.

Principios generales

El objetivo principal de la Agencia es la detección, actualización permanente y tratamiento de incentivos en aras de realizar una gestión eficiente para evitar los conflictos de interés y que se actúe siempre en interés del cliente.

Se considera que se actúa con honestidad, imparcialidad y profesionalidad con arreglo al interés óptimo del cliente, cuando se percibe algún incentivo no monetario que aporta valor trasladable al cliente.

No se permiten incentivos no monetarios que puedan entrar en conflicto con el deber de la Agencia de actuar con honestidad, imparcialidad y profesionalidad con arreglo al interés de los clientes.



Comunicación de condiciones de incentivos a clientes

En relación al contenido de las comunicaciones sobre incentivos que se tienen que hacer llegar al cliente, la Agencia considera dos niveles de detalle:

- i) Comunicación resumida: antes de realizar la operación se informa al cliente de las condiciones esenciales del incentivo:
 - a. Existencia de la comisión/honorario
 - b. Naturaleza de la comisión/honorario.

- ii) La comunicación detallada: se encuentra a disposición del cliente, en la que se detalla:
 - a. Existencia de la comisión / honorario
 - b. Naturaleza de la comisión / honorario
 - c. Cuantía de la comisión / honorario. (O si no puede determinarse, el método de cálculo)

Identificación de comisiones y otros incentivos en relación con clientes

La Agencia distribuye entre sus clientes IICs de terceros, recibiendo por este concepto pagos dinerarios por parte, Tressis AV SA, Merchbank y Gespensión Caminos.

En el caso de Tressis AV SA la cantidad percibida es un porcentaje de la comisión de gestión, que variará entre el 30% y el 50% en función del tipo de fondo.

En relación a Merchbank las cantidades percibidas corresponden a un porcentaje sobre la valoración fondo y que variará entre el 0,53% y el 0,80% anual, en función del tipo de fondo.

La Gestora Gespensión Caminos nos abona la cantidad del 1.235% anual sobre patrimonio, por la gestión del fondo MG Jubilación Oro.



Política de Incentivos

La Agencia considera que la recepción de estos incentivos no actúa en detrimento de la obligación de actuar en el máximo interés del cliente, ya que no suponen un sobre coste para él. Si el cliente accediera directamente a la compra de estos productos, el coste sería idéntico. Por otro lado, el importe recibido por la Agencia, en ningún caso contempla objetivos de colocación, ni de asesoramiento.