

POLÍTICA DE INCENTIVOS

MAPFRE INVERSIÓN, S.V., S.A.
Diciembre de 2022



Control de cambios del documento

Documento / Archivo

	Nombre: Política de Incentivos
Título	POLÍTICA DE INCENTIVOS
Fecha	Diciembre 2022

Histórico de Versiones

Versión	Fecha	Resumen de los cambios	Autor
1.0	11/2017	Primera Versión	UCN
1.1	12/2018	Segunda Versión	UCN
1.2	12/2019	Tercera Versión. Actualización de referencias normativas. Actualización Registro de incentivos incluyendo el método del cálculo.	UCN
1.3	12/2022	Actualización sin cambios.	UCN

Autorizaciones

	Nombre	Fecha
Preparación	UCN	01/12/2022
Revisión	Alberto Peña Olalla	03/12/2022
Aprobación	Se informa al Consejo de Administración de la nueva versión sin cambios.	16/12/2022

Comentarios

ÍNDICE

1.	Introducción	4
2.	Finalidad	4
3.	Ámbito de aplicación objetivo.....	4
4.	Ámbito de aplicación subjetivo	5
5.	Concepto de incentivo, prohibiciones y requisitos para su percepción.....	5
5.1.	Incentivos en GDC: incentivos no permitidos	5
5.2.	Incentivos en Asesoramiento no independiente y en RTO: incentivos permitidos bajo cumplimiento de determinadas condiciones.....	5
6.	Gestión de las obligaciones en materia de incentivos derivadas de la Política.....	8
6.1.	Obligaciones generales: acreditación de la justificación del aumento de la calidad del servicio y actuación de la Entidad.....	8
6.2.	Procedimiento de comunicación interna de incentivos para la actualización del Registro de incentivos.....	8
6.3.	Comunicación a clientes sobre los incentivos.....	9
7.	Registro de incentivos.....	9
8.	Revisión y actualización del Registro de incentivos.....	10
9.	Aprobación y revisión de la Política	10

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene la política de incentivos de MAPFRE INVERSIÓN, S.V., S.A., (“la Sociedad” o la “Entidad”) en el ámbito de la prestación de servicios de inversión (la “Política” o la “Política de Incentivos”).

La Política de Incentivos tiene por objeto el control en la Entidad de los denominados en la normativa aplicable como “incentivos” (tal y como se definen más adelante), en relación con los requerimientos establecidos en la Directiva 2014/65/UE relativa a los mercados de instrumentos financieros (en lo sucesivo, “MiFID II”) y por sus normas de desarrollo y transposición (la “Normativa MiFID”) sobre dicha materia.

MiFID II recoge la definición de incentivo y establece ciertos requerimientos para la admisibilidad de los mismos, su control y la información que se debe facilitar a los clientes que contraten servicios en cuya prestación exista un incentivo. Esta definición y requisitos se concretan a continuación en la presente Política para su correcta aplicación.

2. FINALIDAD

La Política tiene como finalidad:

- I. Establecer los mecanismos y procedimientos que permitan identificar en la medida de lo posible, los incentivos reales o potenciales ;
- II. Determinar los criterios para la adecuada gestión de los supuestos de incentivos identificados;
- III. Establecer las pautas para facilitar la debida información a los clientes cuando se den supuestos de percepción o pago de incentivos;
- IV. 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;
- V. 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 (no se permitirá la compensación de estas cuantías con cualesquiera adeudos del cliente con la Entidad); y
- VI. Establecer el registro de incentivos.

3. ÁMBITO DE APLICACIÓN OBJETIVO

Las normas sobre incentivos serán de aplicación en la prestación de servicios de inversión y auxiliares sobre instrumentos financieros, así como en todas las actividades relacionadas con los mismos que lleve a cabo la Entidad.

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

- I. Recepción y transmisión de órdenes de clientes sobre instrumentos financieros (“RTO”);
- II. Asesoramiento no independiente en materia de inversión; y

III. Gestión discrecional de carteras (“GDC”).

4. ÁMBITO DE APLICACIÓN SUBJETIVO

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

Todos los directivos, empleados y agentes (así como los administradores que les representen y empleados, siempre que estos últimos realicen labores de comercialización de productos o servicios financieros), o personas vinculadas, directa o indirectamente, por una relación de control, en la medida en que corresponda, así como las personas que mantengan una relación de prestación de servicios de inversión a clientes en la Entidad deberán conocer y cumplir con la presente Política.

Especialmente, será de aplicación a la Alta Dirección y miembros del Consejo de administración de la Entidad.

Lo que aquí se disponga habrá de considerarse de forma conjunta con otras políticas y orientaciones internas que al efecto se publicaran y que tuvieran por objeto detallar con mayor profundidad los procedimientos, contenidos o soportes habilitados, al objeto de cumplir con las obligaciones establecidas en esta Política.

5. CONCEPTO DE INCENTIVO, PROHIBICIONES Y REQUISITOS PARA SU PERCEPCIÓN

Tendrán la consideración de incentivo, conforme a la normativa aplicable, todos aquellos honorarios, comisiones u otros beneficios monetarios o no monetarios abonados, cobrados o proporcionados a un tercero o de 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.

5.1. INCENTIVOS EN GDC: INCENTIVOS NO PERMITIDOS

En el caso de prestación del servicio de GDC la Entidad no aceptará ni retendrá honorarios, comisiones u otros beneficios monetarios o no monetarios abonados, cobrados o proporcionados a un tercero o de 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 se hubieran percibido de terceros honorarios, comisiones o beneficios monetarios en relación con la prestación del servicio de GDC, se transferirán en su totalidad al cliente.

5.2. INCENTIVOS EN ASESORAMIENTO NO INDEPENDIENTE Y EN RTO: INCENTIVOS PERMITIDOS BAJO CUMPLIMIENTO DE DETERMINADAS CONDICIONES

Se consideran admisibles los incentivos abonados o recibidos en los casos mencionados a continuación:

1. Los incentivos que hayan sido 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 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 asesoramiento no independiente: (i) la provisión de asesoramiento no independiente sobre inversión respecto a una amplia gama de instrumentos financieros adecuados, y el acceso a dichos instrumentos, incluido un número apropiado de instrumentos de proveedores terceros, de productos que carezcan de vínculos estrechos con la Entidad; o (ii) la provisión de asesoramiento no independiente sobre inversión combinado con, bien una oferta al cliente para evaluar, al menos anualmente, la idoneidad de los instrumentos financieros en los que haya invertido, o bien otro servicio continuo que probablemente sea de valor para el cliente, como el asesoramiento sobre la asignación óptima propuesta para sus activos (“servicio de *asset allocation*”); o
- (b) En caso de RTO: La provisión de acceso, a un precio competitivo, a una amplia gama de instrumentos financieros que probablemente satisfagan las necesidades del cliente, incluido un número apropiado de instrumentos de proveedores terceros, de productos que carezcan de vínculos estrechos con la Entidad, junto con 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 faculten para el seguimiento, la modelación y el ajuste de la gama de instrumentos financieros en los que haya invertido, o la provisión de informes periódicos del rendimiento y los costes y cargos asociados a los instrumentos financieros.

A efectos de lo dispuesto en los apartados a) y b) anteriores, 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.

La categoría de instrumentos financieros deberá establecerse con un nivel de granularidad suficiente que impida que se agrupen instrumentos financieros con distintas características y niveles de complejidad y riesgo.

Un producto tendrá la consideración de producto de tercero, si no están gestionado ni se presta el servicio de asesoramiento respecto al mismo por parte de entidades del mismo grupo ni entidades en las que el comercializador o entidades de su grupo tengan una participación significativa.

(1.2) No beneficia directamente a la Entidad, sus accionistas, directivos 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.

El pago o beneficio que permita o sea necesario para prestar servicios de inversión o auxiliares, tales como gastos de custodia, gastos de liquidación y cambio, tasas reguladoras o gastos de asesoría jurídica, y que, por su naturaleza, no puedan entrar en conflicto con el deber de actuar con honestidad, imparcialidad y profesionalidad en el mejor interés de sus clientes estará permitido sin necesidad de que se cumpla con lo dispuesto en los apartados (1.1), (1.2) y (1.3) anteriores.

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 correspondientes al cliente está sesgada o distorsionada, como resultado del pago o la recepción de los mismos.

2. Los incentivos que no perjudiquen el cumplimiento de la obligación por parte de la Entidad de actuar con honestidad, imparcialidad y profesionalidad, en el mejor interés del cliente.
3. Se haya 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.

Se podrán abonar o percibir los beneficios 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:

- i. 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;
- ii. 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;
- iii. La participación en conferencias, seminarios u otras actividades de formación sobre los beneficios y características de un determinado instrumento financiero o servicio de inversión;
- iv. 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 mencionada en el apartado iii.; u
- v. 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 Sociedad de actuar atendiendo al mejor interés del cliente.

6. GESTIÓN DE LAS OBLIGACIONES EN MATERIA DE INCENTIVOS DERIVADAS DE LA POLÍTICA.

6.1. OBLIGACIONES GENERALES: ACREDITACIÓN DE LA JUSTIFICACIÓN DEL AUMENTO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y ACTUACIÓN DE LA ENTIDAD

La Entidad dispone un registro interno de incentivos (“Registro de incentivos”) para acreditar que los incentivos se han diseñado para elevar la calidad del servicio pertinente prestado al cliente.

En su actuación, la Entidad cumple con la obligación de actuar de manera honesta, imparcial y profesional, atendiendo al mejor interés del cliente.

6.2. PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA DE INCENTIVOS PARA LA ACTUALIZACIÓN DEL REGISTRO DE INCENTIVOS

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 Cumplimiento Normativo realiza del Registro de incentivos.

Dicho procedimiento de control por parte de la Entidad es el siguiente:

- i. 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 de la Entidad directamente relacionadas con los mismos. Y, en caso de detectar/negociar nuevos incentivos deberán ser comunicados a 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.
- ii. Cumplimiento Normativo será responsable de supervisar el Registro de incentivos de acuerdo con la información que le proporcionan las áreas, en función de la responsabilidad que tienen a estos efectos y que se ha indicado en el punto previo.
- iii. En caso de recibir información de nuevos incentivos, 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 sobre la justificación del aumento de la calidad del servicio prestado.
- iv. El procedimiento anterior se completa con la identificación de posibles incentivos en el procedimiento de aprobación de nuevos productos o servicios, o actualización de los existentes por cambios sustanciales, conforme a las obligaciones establecidas en materia de Gobierno de Producto.
- v. La Entidad mantendrá a su vez una lista interna actualizada periódicamente en la que se recogen todos los incentivos percibidos y pagados en relación con la prestación de servicios de inversión o auxiliares.

6.3. COMUNICACIÓN A CLIENTES SOBRE LOS INCENTIVOS

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.

La Entidad ha articulado diversos métodos para cumplir con la obligación de informar a sus clientes en materia de incentivos:

- i. 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, la Entidad informará al cliente de la cuantía exacta a posteriori, una vez recibido o pagado el incentivo.
- ii. Información post-contractual anual de costes y gastos e incentivos: al menos una vez al año, y mientras la Entidad reciba incentivos (continuos) 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.
- iii. A solicitud del cliente, se facilitará información detallada sobre los incentivos.
- iv. A través de la página Web de la Entidad <https://www.mapfre.es/ahorro-inversion/mapfre-inversion-sociedad-valores/>.
- v. La revelación de los beneficios no monetarios menores se efectuará previamente a la prestación de los servicios de inversión o auxiliares correspondientes a los clientes y podrán describirse de un modo genérico.

7. REGISTRO DE INCENTIVOS

La Entidad, a través de Cumplimiento Normativo, dispone y mantiene un Registro de incentivos que incluye:

- i. Listado de todos los incentivos 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 justificar el aumento de la calidad del servicio.
- iv. Área de la Entidad que reporta la información a Cumplimiento Normativo.

- v. Cuantía o método de cálculo establecido.

El Registro de incentivos se encuentra recogido en el Anexo I de la presente Política.

Adicionalmente, el Registro de incentivos almacena y mantiene, por un periodo mínimo de 5 años 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.

8. REVISIÓN Y ACTUALIZACIÓN DEL REGISTRO DE INCENTIVOS

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.

9. APROBACIÓN Y REVISIÓN DE LA POLÍTICA

La presente Política será aprobada por el Consejo de Administración de la Entidad, a propuesta de Cumplimiento Normativo.

Asimismo, será revisada periódicamente, al menos con carácter anual, por Cumplimiento Normativo o siempre que sea necesaria su modificación o adaptación a nuevos requerimientos regulatorios o se den cambios importantes en los procedimientos establecidos.

Anexo I: Registro de incentivos

1. Incentivos percibidos por la Entidad

Num.	Descripción del incentivo	Entidad de la que se percibe	Cuantía o método de cálculo	Descripción de las medidas adoptadas para justificar el aumento de la calidad del servicio	Fecha inclusión en Registro	Área que reporta información a UCN
1.1	Incentivos recibidos por la comercialización de instituciones de inversión colectiva como parte de la comisión de gestión de las sociedades gestoras	MAPFRE AM	80% de la comisión de gestión de las Instituciones de Inversión Colectiva de MAPFRE AM	Las medidas adoptadas para justificar el aumento de la calidad de este servicio consisten en: - Provisión de acceso, a un precio competitivo, a una amplia gama de instrumentos financieros que probablemente satisfagan las necesidades del cliente, incluido un número apropiado de instrumentos de proveedores terceros de productos que carezcan de vínculos estrechos con la Entidad. - provisión de herramientas de valor añadido, como los instrumentos de información objetiva que ayuden al cliente pertinente a adoptar decisiones de inversiones o le faculten para el seguimiento, la modelación y el ajuste de la gama de instrumentos financieros en los que haya invertido.	Ene. 2018	ÁREA DE CONTABILIDAD/ÁREA DE GESTIÓN DE PATRIMONIOS
		BANCO INVERSIÓN	100% de las comisiones de comercialización percibidas por BANCO INVERSIÓN de las sociedades gestoras de los fondos de inversión de terceros.			
1.2	Incentivos por la provisión de asesoramiento no independiente	MAPFRE AM	80% de la comisión de gestión de las Instituciones de Inversión Colectiva de MAPFRE AM	Las medidas adoptadas para justificar el aumento de la calidad de este servicio consisten en: - La provisión de asesoramiento no independiente sobre inversión combinado con la evaluación, al menos anual, sobre la idoneidad de los instrumentos financieros en los que haya invertido.	(1) Dic. 2019	ÁREA DE CONTABILIDAD/ÁREA DE GESTIÓN DE PATRIMONIOS
		BANCO INVERSIÓN	100% de las comisiones de comercialización percibidas por BANCO INVERSIÓN de las sociedades gestoras de los fondos de inversión de terceros.			

(1) Incentivos a percibir por MAPFRE INVERSIÓN en el momento en el que se habilite la prestación del servicio de asesoramiento.

2. Incentivos pagados por la Entidad:

Num.	Descripción del incentivo	Entidad a la que se paga	Cuantía o método de cálculo	Descripción de las medidas adoptadas para justificar el aumento de la calidad del servicio	Fecha inclusión en Registro	Área que reporta información a UCN
2.1	Incentivos pagados por operaciones por parte de clientes que son asesorados por la entidad de asesoramiento no independiente (EAF)	ENTIDADES DE ASESORAMIENTO FINANCIERO NO INDEPENDIENTE	% de los ingresos percibidos por MAPFRE Inversión de las entidades gestoras de fondos de inversión. El cálculo se hará considerando los saldos mantenidos por el cliente.	Las medidas adoptadas para justificar el aumento de la calidad de este servicio consisten en: - Provisión de acceso, a un precio competitivo, a una amplia gama de instrumentos financieros que probablemente satisfagan las necesidades del cliente, incluido un número apropiado de instrumentos de proveedores terceros de productos que carezcan de vínculos estrechos con la Entidad. - provisión de herramientas de valor añadido, como los instrumentos de información objetiva que ayuden al cliente pertinente a adoptar decisiones de inversiones o le faculten para el seguimiento, la modelación y el ajuste de la gama de instrumentos financieros en los que haya invertido.	Dic. 2018	ÁREA DE CONTABILIDAD / ÁREA DE GESTIÓN TERRITORIAL