

POLÍTICA DE GOBIERNO DE PRODUCTOS



JUNIO 2024

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1. Objetivo del procedimiento	3
1.2. Responsabilidad de elaboración, aprobación, mantenimiento y actualización del procedimiento	3
1.3. Destinatarios de procedimiento.....	3
2. OBLIGACIONES DE SELINCA COMO FABRICANTE Y COMO DISTRIBUIDOR	4
2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETO.....	5
2.2. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	6
3. APROBACIÓN Y DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	6
3.1. Primera fase. Planteamiento y aprobación de un nuevo producto/servicio	6
2.1.1. Detección de la necesidad	6
2.1.2. Análisis	6
3.2. Segunda fase. Desarrollo y análisis del nuevo producto/servicio	7
2.2.1 Aprobación del Consejo de Administración	7
2.2.2. Aprobación de los organismos supervisores	7
2.2.3 Desarrollo del producto/servicio	7
Definición y características del producto	7
Comisiones	8
Preparación de la documentación necesaria	8
Impacto en la Entidad	9
Test	9
2.2.4 Tercera fase. Registro y lanzamiento del nuevo producto/servicio	9
Registro del producto/servicio	9
Presentación y formación	10
Revisión y adecuación de la política de remuneración.....	10
Acuerdos con terceros.....	10
Actualización del catálogo de productos y lanzamiento	10
4. MODIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS YA EXISTENTES.....	10
3.1. Detección de la necesidad de modificación de productos/servicios ya existentes	10
3.2. Análisis del impacto de la propuesta de modificación	10
3.3. Modificación de los productos/servicios ya existentes	11
3.4 Actualización del catálogo de productos y lanzamiento	11
5. CUMPLIMIENTO NORMATIVO.....	12

TABLA DE CONTROL DE CAMBIOS

Fecha	Nombre	Cambios realizados	Versión
Junio 2017	Unidad de Cumplimiento Normativo	Primera redacción	1
Junio 2024	Unidad de Cumplimiento Normativo	Modificación por transformación de la Entidad a SGIIC	2

1. INTRODUCCIÓN

1.1. OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO

En cumplimiento de lo establecido en la Circular 1/2014, de 26 de febrero, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, sobre los requisitos de organización interna y de las funciones de control de las entidades que prestan servicios de inversión, SELECCIÓN E INVERSIÓN DE CAPITAL GLOBAL, S.G.I.I.C., S.A. (en adelante, “Selinca”, o la “Entidad”), ha procedido a la redacción y a la implementación del presente procedimiento, el cual será presentado al Consejo de Administración para su aprobación.

El objeto principal de este Manual es establecer los productos y servicios que serán ofrecidos a clientes profesionales, especialmente en aquellos casos que se trate de nuevos productos, o que sean el resultado de una modificación de un producto ya existente.

1.2. RESPONSABILIDAD DE ELABORACIÓN, APROBACIÓN, MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

La responsabilidad de control y evaluación del presente procedimiento conforme a la normativa vigente recae sobre la **Unidad de Cumplimiento Normativo**, que a tal efecto colaborará con el resto de los departamentos que se vean implicados.

El **Consejo de Administración** de Selinca es el responsable de la aprobación del presente Procedimiento y sus sucesivas actualizaciones.

La responsabilidad última del mantenimiento, la permanente actualización y el correcto cumplimiento del presente documento corresponde al Consejo de Administración de la Entidad.

Este es un documento abierto y, por tanto, será actualizado y/o modificado, al menos, en los siguientes casos:

- a. Cuando tengan lugar cambios legales o normativos que afecten a los procedimientos descritos.
- b. Cuando tengan lugar cambios internos en la Entidad que afecten a los procedimientos descritos.
- c. Cuando, a propuesta de la Unidad de Cumplimiento Normativo, el Consejo de Administración apruebe la inclusión de nuevos controles o modifique los existentes.
- d. A propuesta de los directores de los diferentes departamentos de la Entidad, de auditores, tanto internos como externos, y de inspectores de órganos reguladores.

Las diferentes versiones de este documento constan en el cuadro de Registro de actualizaciones que se recoge al principio de este documento.

1.3. DESTINATARIOS DE PROCEDIMIENTO

Una vez aprobado por el Consejo de Administración, este documento, y sus sucesivas versiones y actualizaciones o modificaciones, será circularizado entre los sujetos destinatarios.

Los sujetos destinatarios del presente documento son todos los empleados, directivos y, en su caso, agentes de la Entidad, constanding una copia de la última versión actualizada del mismo en los servidores de la Entidad a disposición de los mencionados sujetos.

Los directores de los departamentos estarán permanentemente informados de las incidencias que se produzcan en relación con su cumplimiento y las trasladarán a los empleados de sus departamentos, al

objeto de que se adopten las medidas necesarias para corregirlas y se propongan, en su caso, modificaciones en los procedimientos implantados. En todo caso, comunicarán al responsable de la función de Cumplimiento Normativo las situaciones graves que se hubieran producido antes de tomar cualquier medida para subsanarlas.

2. OBLIGACIONES DE SELINCA COMO FABRICANTE Y COMO DISTRIBUIDOR

Selinca al gestionar y comercializar IIC/FCR, debe cumplir con las siguientes obligaciones:

- Asegurar que el diseño de los vehículos, incluidas sus distintas características, no perjudique a los clientes finales ni de lugar a problemas con la integridad del mercado.
- Analizar los posibles conflictos de intereses cada vez que se produzca el lanzamiento de un vehículo.
- Valorar si el vehículo puede constituir una amenaza para el funcionamiento ordenado o la estabilidad de los mercados financieros, antes de decidirse a proceder al lanzamiento de la misma.
- Identificar con el suficiente nivel de detalle el mercado destinatario potencial de cada instrumento financiero y especificar el tipo o los tipos de clientes cuyas necesidades, características, y objetivos son compatibles con el instrumento financiero (público objetivo positivo).
- Identificar los grupos de clientes cuyas necesidades, características y objetivos, no sean compatibles con los vehículos (público objetivo negativo).
- Analizar los escenarios de los vehículos donde se evaluarán los riesgos de que produzcan resultados deficientes para los clientes finales y en qué circunstancias pueden darse tales resultados.
- Definir la estrategia de distribución.
- Proponer el tipo o tipos de servicios de inversión a través del cual o los cuales se debe realizar la distribución de los vehículos, teniendo en cuenta su naturaleza.
- Analizar la estructura de costes propuesta y su nivel de adecuación al público objetivo delimitado.
- Realizar pruebas destinadas a simular el comportamiento de los vehículos (stress test) bajo circunstancias económicas y financieras tanto positivas como negativas, así como el control de su evolución futura. En particular, deberá evaluar qué ocurrirá con el vehículo si el entorno del mercado se deteriorase; el productor o un tercero participante en la producción o el funcionamiento del vehículo experimenta dificultades financieras u otro riesgo de contraparte; el vehículo no resulta viable desde el punto de vista comercial; o la demanda del vehículo es muy superior a la prevista y pone bajo presión los recursos de la Entidad o el mercado del instrumento subyacente.
- Disponer de mecanismos de gobernanza de productos adecuados para garantizar que los productos y los servicios que se propone ofrecer o recomendar sean compatibles con las necesidades, características y objetivos de un mercado destinatario identificado, y que la estrategia de distribución prevista sea conforme con dicho mercado.

- Utilizar la información de la que dispongan sobre sus propios clientes para identificar el mercado destinatario y la estrategia de distribución.
- Revisar y actualizar periódicamente los mecanismos de gobernanza de productos, así como revisar los productos de inversión que ofrecen o recomiendan y los servicios que prestan.
- Revisar y actualizar periódicamente sus mecanismos de gobernanza de productos, al objeto de garantizar que se mantienen sólidos y adecuados para su fin y que emprenden las acciones adecuadas cuando sea necesario.

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETO

Selinca debe identificar y concretar el “*Target Market*” teniendo en cuenta el tipo de clientes a quienes prestan la gestión y comercialización de los vehículos de inversión, la naturaleza de los productos de inversión y el tipo de servicios que prestan.

Para ello utilizará la información y conocimiento de su propia base de clientes.

En la identificación del mercado objetivo Selinca considera las siguientes cinco categorías y la relación entre ellas:

- 1) **El tipo de cliente:** Se deberá tener en cuenta la clasificación del cliente al que el producto va dirigido (profesional).
- 2) **Conocimientos y experiencia:** Conocimientos del cliente sobre el tipo de producto, sus características y/o conocimientos de otras materias que le permitan entender el producto. Experiencia previa en ese tipo de producto o sus características y/o experiencia en áreas relacionadas. Aunque en este caso, considerando que solo está autorizada para comercializar a clientes profesionales, Selinca ha establecido la presunción de que por tal condición sus clientes tendrán la experiencia y los conocimientos necesarios como para suscribir los vehículos gestionados.
- 3) **Situación financiera, con especial atención a la capacidad para soportar pérdidas:** Selinca especificará el porcentaje de pérdidas que los clientes destinatarios deberán poder y estarán dispuestos a soportar.
- 4) **Tolerancia al riesgo:** Actitud general del cliente hacia el riesgo que supone la inversión (ejemplo: perfil conservador, moderado, agresivo, etc.).
- 5) **Objetivos y necesidades del cliente:** Incluirá la estrategia general que pretende seguir el cliente, así como los propósitos de la inversión y el horizonte temporal.

Con el fin de evitar el riesgo de interpretaciones erróneas y malentendidos, Selinca definirá claramente los conceptos y la terminología utilizados al definir el mercado objetivo a través de las cinco categorías enumeradas anteriormente.

La identificación del posible mercado objetivo se realizará teniendo en cuenta la naturaleza del instrumento financiero. Esto significa que la identificación del mercado objetivo debe considerar las características del producto, incluida su complejidad (incluyendo la estructura de costes y gastos), perfil de riesgo-rentabilidad o liquidez, o su carácter innovador.

Si se determina que un determinado producto no es compatible con las necesidades y características de sus clientes actuales o potenciales, Selinca se abstendrá de incluir ese instrumento financiero en su catálogo de productos.

2.2. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Selinca tomará medidas razonables para garantizar que los vehículos gestionados se distribuyen al mercado objetivo identificado.

A la hora de definir la estrategia de distribución, tendrá en cuenta la naturaleza de los vehículos gestionados, el tipo de clientes a los que van a prestar el servicio, y los servicios que prestan.

3. APROBACIÓN Y DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

3.1. PRIMERA FASE. PLANTEAMIENTO Y APROBACIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO/SERVICIO

2.1.1. DETECCIÓN DE LA NECESIDAD

El lanzamiento de nuevos productos/servicios puede tener como origen la demanda de los clientes (actuales y potenciales), cambios en las condiciones del mercado, cambios en la estrategia comercial de la compañía y/o detección de nuevos nichos de mercado. La propuesta de lanzamiento de nuevos productos/servicios puede provenir de diferentes fuentes:

- Departamento de Gestión o Departamento Comercial, analizando el funcionamiento y tendencia del mercado, así como estudios de mercado publicados.
- La Alta Dirección, proponiendo nuevos productos/servicios alineados con la estrategia de la Entidad.

2.1.2. ANÁLISIS

Una vez detectadas las necesidades, se inicia la fase de análisis que permite tomar la decisión de lanzamiento, y en la que se determinan:

- El tipo de producto/servicio a lanzar y sus características básicas (producto/servicio no clónico).
- La rentabilidad esperada.
- Estudios normativos y económico-financieros que permitan analizar su viabilidad.
 - o Previsión de ingresos generados por el producto (hipótesis de comisiones cobradas, etc.).
 - o Previsión de costes y gastos imputables, incluyendo el establecimiento de hipótesis de comisiones pagadas, análisis de costes de mecanización (Informática), etc.
 - o Análisis de las necesidades concretas, así como las características de los clientes a quienes van a ir dirigidos estos productos.
 - o Análisis de la existencia de las medidas y condiciones adecuadas para que el nuevo producto cumpla con la normativa del mercado de valores en materias tales como conveniencia, así como gestión de conflictos de interés.

- Asimismo, se realizará un análisis de los procedimientos de formación de precios con el fin de evaluar y controlar en cualquier momento el coste para el cliente, así como el beneficio de la Entidad.

Estas tareas se realizarán desde el departamento directamente afectado (Gestión, Comercial, Dirección General) junto con otras áreas afectadas de la empresa (Administración, Gestión de riesgos).

3.2. SEGUNDA FASE. DESARROLLO Y ANÁLISIS DEL NUEVO PRODUCTO/SERVICIO

2.2.1 APROBACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El análisis realizado es presentado al Consejo de Administración de la Entidad, quien analiza los datos aportados y toma la decisión final de lanzamiento o no del nuevo producto/servicio.

En caso de aprobación, se contrasta si el nuevo producto/servicio está recogido o no dentro del programa de actividades de Selinca. En el primer caso, se procede a realizar los pasos descritos a continuación. En el segundo caso, el departamento correspondiente solicitará una ampliación del programa de actividades al organismo regulatorio correspondiente y, una vez aprobada la solicitud, se continuará con el proceso de lanzamiento descrito a continuación.

Asimismo, todo el proceso de desarrollo y lanzamiento del nuevo producto/servicio está sujeto a la continua supervisión de la Dirección General de Selinca, quien puede tomar decisiones al respecto en cualquier punto del proceso si así lo estima necesario para el correcto funcionamiento y beneficio de la Entidad.

2.2.2. APROBACIÓN DE LOS ORGANISMOS SUPERVISORES

A partir de la aprobación del Consejo de Administración, se presenta el nuevo producto/servicio al organismo supervisor correspondiente para su aprobación/desestimación.

2.2.3 DESARROLLO DEL PRODUCTO/SERVICIO

Una vez aprobado por el organismo supervisor, Selinca realiza un desarrollo más profundo del producto/servicio.

Al igual que en la etapa de análisis, cada departamento directamente afectado (Gestión, Comercial, Dirección General) será el encargado de realizar el desarrollo del producto en colaboración con otras áreas afectadas de la empresa (Administración, Gestión de riesgos).

DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

En esta primera etapa se define de manera más detallada las características intrínsecas del producto/servicio:

- ✓ Nombre comercial del producto/servicio
- ✓ Familia en la que está incluido
- ✓ Perfil de riesgo del producto/servicio

- ✓ Público objetivo: para la correcta identificación del mercado objetivo se tendrán en cuenta los siguientes elementos:
 1. Tipo de clientes a los que va dirigido el producto.
 2. Conocimientos y experiencia requeridos.
 3. Situación financiera y capacidad para absorber pérdidas del cliente.
 4. Tolerancia al riesgo y compatibilidad del perfil de rendimiento-riesgo del producto.
 5. Objetivos y necesidades.
 6. Estrategia de distribución.
 7. Mercado objetivo negativo.
 8. Evaluación de los riesgos del producto para el mercado objetivo.
- ✓ Períodos de suscripción
- ✓ Formas de suscripción/reembolso
- ✓ Servicios que el producto/servicio incluye
- ✓ Límites y autorizaciones
- ✓ etc.

Asimismo, y teniendo en cuenta la normativa en vigor, se determinan otras características del producto/servicio:

- ✓ Canales de distribución
- ✓ Características fiscales
- ✓ Características legales
- ✓ Clasificación del producto como MiFID / no MiFID
- ✓ Clasificación producto como complejo / no complejo
- ✓ Modalidades de comercialización (Recepción y transmisión, Asesoramiento, Gestión)
- ✓ Fecha de lanzamiento prevista

COMISIONES

En esta fase se determinan:

- ✓ Si se van a pagar comisiones/retrocesiones a terceros (intermediarios, plataformas para la operativa, etc.).
- ✓ Las comisiones a cobrar al cliente.

PREPARACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN NECESARIA

Esta fase tiene como objetivo la elaboración de la siguiente documentación funcional y técnica necesaria del nuevo producto/servicio, tanto para clientes como para agentes y representantes de la Entidad y del producto/servicio:

- ✓ Información pre-contractual
- ✓ Ficha de producto/servicio
- ✓ Información previa a suscripción/contratación
- ✓ Otros según legislación aplicable
- ✓ Información post-contractual
- ✓ Presentaciones

Esta documentación se actualiza en función de las necesidades surgidas, así como por cambios normativos que puedan tener lugar.

IMPACTO EN LA ENTIDAD

Asimismo, se analiza el posible impacto que el lanzamiento del nuevo producto/servicio pueda tener en las diferentes áreas afectadas de Selinca y se toman las medidas oportunas para solventarlo, incluyendo a estos efectos, con mero carácter ilustrativo y no exhaustivo:

- ✓ Área de Contabilidad. Se analizan las características del producto/servicio para realizar su correcta contabilización tanto en la contabilidad (Balance, Cuenta de PyG, etc.), como en los estados financieros de la Entidad, así como para su posterior seguimiento.
- ✓ Área Comercial. Se garantiza que se ofrece información clara, veraz, suficiente y actualizada del nuevo producto/servicio. Asimismo, se impartirá la formación que sea necesaria con el fin de garantizar que el personal cuente con la suficiente experiencia y conocimientos para la correcta distribución de los nuevos productos.
- ✓ Área Informática. Se toman las medidas necesarias para implantar el nuevo producto/servicio en las plataformas de la Entidad, así como en plataformas de terceros.
- ✓ Área Administración. Se establecen los circuitos operativos para el correcto tratamiento del producto/servicio (administración de clientes y productos, contratos, control de la operativa y de las operaciones, etc.)

TEST

Realización de las pruebas necesarias para garantizar el correcto funcionamiento de los sistemas informáticos.

Se realizarán también simulaciones, a partir de la presunción de diferentes escenarios, para detectar los posibles riesgos derivados del nuevo producto/servicio y así poder tomar medidas al respecto, y en todo caso poder comportar que dichos riesgos son acordes con el perfil de riesgo de Selinca y su actividad.

2.2.4 TERCERA FASE. REGISTRO Y LANZAMIENTO DEL NUEVO PRODUCTO/SERVICIO

REGISTRO DEL PRODUCTO/SERVICIO

Una vez el producto/servicio ha sido diseñado, analizados sus pros y contras, y habiendo sido testado, se procede a registrar el producto/servicio y su documentación en los organismos correspondientes, según la normativa en vigor.

PRESENTACIÓN Y FORMACIÓN

Una vez el producto/servicio ha sido elaborado, se realiza la correspondiente presentación y formación del nuevo producto/servicio a los departamentos y personas directamente afectadas.

REVISIÓN Y ADECUACIÓN DE LA POLÍTICA DE REMUNERACIÓN

En su caso se procederá a revisar la política general de remuneraciones de carácter variable del personal que esté implicado en la comercialización del nuevo producto.

ACUERDOS CON TERCEROS

Se procederá a cerrar contratos con terceros (plataformas operativas, agentes nacionales e internacionales, etc.) para la comercialización y distribución del nuevo producto, y se les facilitará toda la información necesaria para el correcto funcionamiento de sus funciones.

ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE PRODUCTOS Y LANZAMIENTO

El catálogo de productos/servicios se actualiza en la Intranet y en la página web de la Entidad. Asimismo, se procede a lanzar el producto/servicio para su comercialización por parte del departamento Comercial y/o canales que se hayan definido.

4. MODIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS YA EXISTENTES

3.1. DETECCIÓN DE LA NECESIDAD DE MODIFICACIÓN DE PRODUCTOS/SERVICIOS YA EXISTENTES

La propuesta de modificación de los productos/servicios ya existentes puede provenir de diferentes fuentes relacionadas con la Entidad:

- ✓ Departamento de Gestión, analizando el funcionamiento y tendencia del mercado, así como estudios de mercado publicados.
- ✓ Cumplimiento normativo, a través de cambios normativos que deriven en modificaciones significativas de los productos/servicios existentes.
- ✓ Dirección General, proponiendo modificaciones con el objetivo de alinear con mayor precisión los actuales productos/servicios con la estrategia de la Entidad.

3.2. ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN

Los departamentos afectados de Selinca analizan el posible impacto de la modificación del producto/servicio a diferentes niveles:

- ✓ Nivel interno (diferentes áreas afectadas de la Entidad).
- ✓ Nivel externo (clientes y, en su caso, generación de derechos de separación, plataformas operativas, normativa en vigor...).
- ✓ Realización de simulaciones, a partir de la presunción de diferentes escenarios, para detectar los posibles riesgos derivados de la modificación del producto/servicio.

Una vez detectados los posibles impactos, se emite un informe en los que éstos se enumeran, así como posibles soluciones a los mismos, el cual se eleva al Consejo de Administración para su revisión y posterior emisión de la decisión para la aprobación/desestimación de la propuesta de modificación.

En caso de aprobación, el proceso está sujeto, en todo momento, a la continua supervisión de la Dirección General de la Entidad, quien puede tomar decisiones al respecto en cualquier momento, si así lo considera necesario, para el correcto funcionamiento y beneficio de la Entidad.

3.3. MODIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS YA EXISTENTES

Una vez aprobada la modificación por parte del Consejo de Administración, el departamento directamente afectado:

1. Comunica/registra los cambios a los organismos reguladores correspondientes (CNMV, Registro Mercantil...)
2. Comenta los cambios con los diferentes departamentos de la Entidad también afectados para proceder a parametrizar los nuevos cambios.
3. El departamento directamente afectado realiza las modificaciones pertinentes sobre el producto/servicio y su documentación (folletos, fichas del producto/servicio, contratos, etc.)
4. Una vez el producto/servicio modificado, se procede a informar a:
 - a. Los clientes ya existentes, para que puedan valorar si continuar disponiendo o no del producto/servicio.
 - b. En su caso, el departamento comercial y plataformas de contratación del producto/servicio.

Se impartirá la formación que sea necesaria con el fin de garantizar que el personal comprenda y esté al día sobre la modificación de los productos.

3.4 ACTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE PRODUCTOS Y LANZAMIENTO

De forma periódica y al menos una vez al año a no ser que otros factores (legislativos, de mercado, etc...) se procederá a la revisión de los productos y servicios ofrecidos y se verificará su adecuación al mercado objetivo inicialmente definido, en caso de que se de cualquier cambio se procederá a actualizar la documentación e informar a los distintos distribuidores.

Esta revisión afecta a la Entidad en su condición de productora y distribuidora de productos y servicios financieros, en este sentido, se tendrá especialmente en consideración las posibles desviaciones que pudieran surgir en el marco de la comercialización de productos fuera del mercado objetivo identificado.

5. CUMPLIMIENTO NORMATIVO

La función de Cumplimiento Normativo supervisará y revisará la adecuación de los mecanismos de gobernanza establecidos por la Entidad.