



SILVERWAY
ASSET MANAGEMENT

POLÍTICA DE INCENTIVOS

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETO DE LA POLÍTICA

El presente documento contiene la política de incentivos (la “**Política**”) de SILVERWAY ASSET MANAGEMENT, S.G.LLC., S.A. (“**SILVERWAY**” 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 transposición' (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:

- Establecer los mecanismos y procedimientos que permitan identificar potenciales incentivos;
- Establecer las pautas para facilitar la debida información a los clientes cuando se den supuestos de percepción o pago de incentivos;
- 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;
- 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 comercialización se asignen y transfieran a cada uno de los terceros pertinentes.
- Establecer el registro de incentivos.

2. SUJETOS OBLIGADOS Y 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**”).

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.

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

3.1 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 o a un tercero o por o a 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.

3.2 Incentivos no permitidos

En caso de prestar en un futuro servicios de gestión discrecional de carteras y/o asesoramiento independiente 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.

3.3 Incentivos permitidos

La Entidad cumplirá con todas las condiciones establecidas en la Normativa MiFID II para la entrega de incentivos, en relación con la prestación del servicio de comercialización cuando se cumplan los requerimientos previstos en la Ley y así se lo declare el Distribuidor que será el encargado de verificar el cumplimiento frente a sus clientes.

3.3 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 puedan 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 consideran 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, 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.

4. PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE INCENTIVOS

4.1 Identificación y análisis de los incentivos percibidos y abonados

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 abonados y, adicionalmente, las sucesivas actualizaciones que el departamento de Cumplimiento Normativo realice 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.

4.2 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:

1. Una lista interna actualizada periódicamente de todos los incentivos percibidos y pagados relacionados con la actividad de SILVERWAY.
2. 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.
3. 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:

1. Una copia de las comunicaciones realizadas a clientes, generales o individualizadas, en relación con los incentivos pagados o recibidos.
2. 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 medidas que se estimen oportunas.

4.3 Comunicación a clientes sobre incentivos

En el caso de concurrencia de incentivos registrará el principio de transparencia para con los clientes.

La presente política de incentivos estará a disposición del cliente, tanto en las oficinas de

SILVERWAY, como a través de su publicación en su página web.

La presente política cubre la obligación de informar a los clientes sobre la existencia y naturaleza de los incentivos. La información sobre la cuantía para cada producto o familia de productos se detallará en cada caso. Si la cuantía exacta no puede ser determinada, deberá ser comunicado el método de cálculo de ésta.

5. ACLARACIONES

Para cualquier aclaración en referencia a las comunicaciones comerciales, deberá contactarse con el Departamento de Cumplimiento Normativo.

6. TRAZABILIDAD DEL DOCUMENTO

CONTROL DEL DOCUMENTO			
Título	Política de Incentivos		
Estado	Publicado		
Clasificación	Política Interna		
REGISTRO DE CAMBIOS			
Versión	Fecha	Cambio	
1.0	Noviembre 2025	Creación del documento	
RESPONSABLES			
Versión	Autor	Revisión	Aprobación
1.0	Álvaro Jabón	Enrique Hernández	Consejo de administración

ANEXO I: CONTENIDO DE LA HOJA DE REGISTRO INCENTIVOS

- Número identificativo
- Descripción del incentivo
- Descripción del servicio de inversión por el que se perciben/entregan incentivos
- Datos de la entidad de la que se reciben/entregan incentivos
- Descripción del acuerdo soporte, así como la forma de cálculo del incentivo
- Descripción de las medidas adoptadas para justificar el incentivo
- Fecha de inclusión en el registro de incentivos
- Otros (especificar):