



EXTRACTO DE LA POLÍTICA DE CATEGORIZACIÓN Y
EVALUACIÓN DE CLIENTES DE BANCO SABADELL

1. Introducción

1.1. Definición

1.1.1. Categorización de clientes

1.1.1.1. Clientes Minoristas

Serán clasificados como clientes minoristas todos aquellos que no sean clientes profesionales ni contrapartes elegibles, según lo establecido en la Directiva 2014/65/UE (MiFID II). Los clientes minoristas gozan del mayor nivel de protección que otorga la normativa vigente.

1.1.1.2. Clientes Profesionales

Tendrán la consideración de clientes profesionales aquellos clientes que poseen la experiencia, los conocimientos y la cualificación necesarios para tomar sus propias decisiones de inversión y para valorar correctamente los riesgos inherentes a dichas decisiones.

Un cliente puede ser considerado profesional bien por corresponder a alguna de las diversas entidades señaladas en el Anexo II de la Directiva 2014/65/UE (MiFID II) o porque lo solicite expresamente, renunciando a su máxima protección, siempre que se realice una evaluación adecuada de la competencia, la experiencia y los conocimientos del cliente que ofrezca garantías razonables de que el cliente es capaz de tomar sus propias decisiones en materia de inversión y de comprender los riesgos en que incurre. En dicha evaluación se comprobará que se cumplen, como mínimo, dos de los siguientes criterios:

- Que el cliente haya realizado en el mercado de valores de que se trate operaciones de volumen significativo con una frecuencia media de 10 por trimestre durante los cuatro trimestres anteriores;
- Que el valor de la cartera de instrumentos financieros del cliente, formada por depósitos de efectivo e instrumentos financieros, sea superior a 500.000 euros;
- Que el cliente ocupe o haya ocupado por lo menos durante un año un cargo profesional en el sector financiero que requiera conocimientos sobre las operaciones o los servicios previstos.

1.1.1.3. Contrapartes Elegibles

Tendrán la consideración de contrapartes elegibles aquellos clientes definidos en el artículo 207 del Texto refundido de la Ley del Mercado de Valores. A las entidades clasificadas como contrapartes elegibles se les informará de la clasificación que se les ha otorgado. No obstante, pueden solicitar expresamente una clasificación que les otorgue mayor protección.

1.1.2. Clasificación de productos según su complejidad

1.1.2.1. Productos complejos

A los efectos de la presente política, los productos complejos son aquellos que poseen una o más de las siguientes características:

- Que puedan suponer un mayor riesgo de pérdida para el inversor;
- Que no suelen tener liquidez o tienen muy poca;
- Que el inversor puede llegar a perder un importe superior a su coste de adquisición;
- Que no existe información pública, completa y comprensible para un inversor minorista sobre las características del producto;
- Depósitos estructurados con una estructura que pueda dificultar que el cliente entienda el coste de una desinversión antes del vencimiento

- Que es un producto derivado.

Existe un subgrupo dentro de esta categoría denominados productos “especialmente complejos”, que con carácter general no resultan adecuados para clientes minoristas. Los productos de mayor distribución incluidos en esta categoría son:

- Emisiones de Entidades de Crédito: renta variable no cotizada, participaciones preferentes, emisiones convertibles, emisiones subordinadas.
- Estructurados con garantía de capital inferior al 90% cuyos subyacentes sean índices de inflación o fondos no negociados diariamente.
- IICs cuyo objetivo de rentabilidad a un plazo determinado no rebase el 90% y esté condicionado a la evolución de subyacentes poco líquidos.

1.1.2.2. Productos no complejos

A los efectos de la presente política, los productos no complejos son aquellos que cumplen con todas las siguientes características:

- Que se pueden reembolsar de forma frecuente a precios conocidos por el público. En general, siempre es fácil conocer su valor en cualquier momento y hacerlos efectivos;
- Que el inversor no puede perder un importe superior a su coste de adquisición, es decir, a lo que invirtió inicialmente;
- Que existe información pública, completa y comprensible para el inversor minorista, sobre las características del producto;
- Que no son productos derivados.

1.2. Objetivo y responsable

El objetivo de la presente política es describir las principales medidas adoptadas por Banco de Sabadell, S.A. (en adelante Banco Sabadell o la Entidad) respecto de la categorización de los clientes nuevos o existentes, así como de la evaluación de la conveniencia e idoneidad de los mismos, relacionadas con la contratación de productos de ahorro e inversión según establece la normativa MiFID II.

Esta política es responsabilidad de la Dirección de Cumplimiento Normativo de Banco Sabadell.

1.3. Ámbito de aplicación

La presente Política será aplicable a las actividades de Banco Sabadell en su relación con los clientes en el marco de la prestación de servicios de inversión (sólo ejecución, asesoramiento o gestión de carteras).

No obstante, en términos de evaluación de clientes esta Política se focaliza en aquellos clientes clasificados como minoristas o profesionales conforme a la normativa vigente.

1.4. Marco normativo

Los instrumentos jurídicos de referencia para la presente Política son:

- 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).
- Reglamento Delegado (UE) 2017/565 de la Comisión de 25 de abril de 2016 por el que se completa la Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo en lo relativo a los requisitos organizativos y las condiciones de funcionamiento de las empresas de servicios de inversión y términos definidos a efectos de dicha Directiva.

- 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.

Adicionalmente, es preciso tener en cuenta los siguientes cuerpos normativos del ámbito nacional:

- Real Decreto 217/2008 de 15 de Febrero sobre el régimen jurídico de las empresas de servicios de inversión y de las demás entidades que prestan servicios de inversión.
- Circular 3/2013, de 12 de junio, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (en adelante, CNMV), sobre el desarrollo de determinadas obligaciones de información a los clientes a los que se les prestan servicios de inversión, en relación con la evaluación de la conveniencia e idoneidad de los instrumentos financieros.
- Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores.
- Circular 1/2018, de 12 de marzo, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, sobre advertencias relativas a instrumentos financieros
- Real Decreto-ley 14/2018, de 28 de septiembre, por el que se modifica el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre
- Real Decreto 1464/2018, de 21 de diciembre, por el que se desarrollan el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores (...)

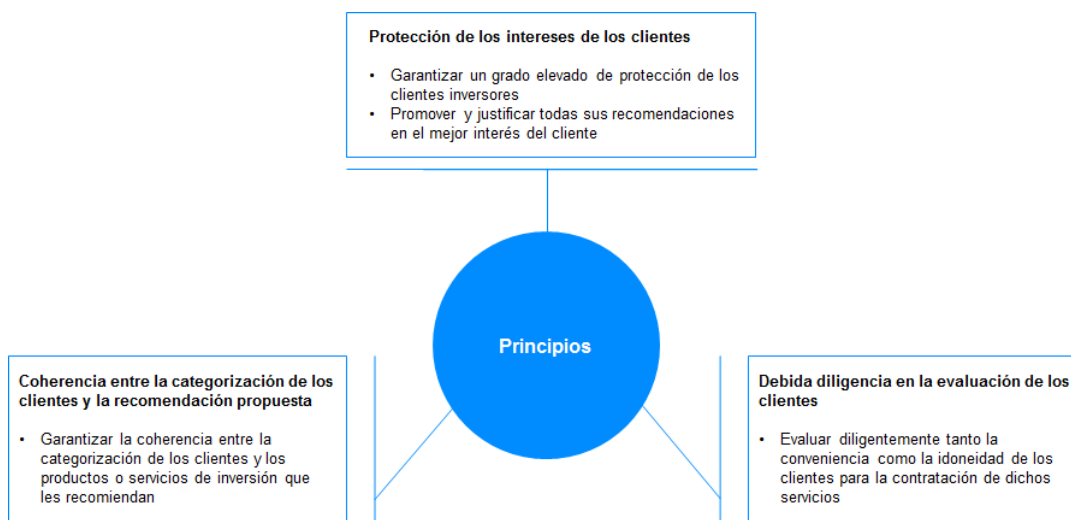
2. Principios y parámetros críticos de gestión

En el ámbito de categorización y evaluación de clientes, se han identificado los siguientes principios y parámetros críticos de gestión:

2.1. Principios

Los principios generales que regirán la categorización y evaluación de clientes son los siguientes:

Figura 1. Principios para la categorización y evaluación de clientes



2.1.1. Protección de los intereses de los clientes

La Entidad deberá garantizar un grado elevado de protección de los clientes inversores. En este sentido, se deberá promover y justificar todas sus recomendaciones de inversión y desinversión en las carteras sujetas a asesoramiento en el mejor interés del cliente.

Para la consecución de este objetivo, a la hora de prestar servicios de asesoramiento en materia de inversiones o de gestión de carteras, la Entidad deberá categorizar a sus clientes, evaluar sus conocimientos, experiencia y capacidad financiera para hacer frente a nuevas inversiones en productos de ahorro e inversión, así como considerar sus objetivos de inversión y el nivel de tolerancia de riesgos.

En caso que el cliente quiera llevar a cabo por iniciativa propia una operación en un producto complejo que no le sea conveniente, la Entidad se opondrá a su ejecución, por cuanto la protección al cliente será considerado el bien mayor.

2.1.2. Coherencia entre la categorización de los clientes y la recomendación propuesta

A la hora de recomendar servicios de inversión o instrumentos financieros o proponer estrategias de inversión a los clientes, la Entidad deberá garantizar la coherencia entre la categorización de los clientes y los productos o servicios de inversión que les recomiendan, considerando tanto la complejidad de sus características como la naturaleza de sus riesgos.

2.1.3. Debida diligencia en la evaluación de los clientes

Cuando se preste servicios de asesoramiento en materia de inversiones o de gestión de carteras, la Entidad deberá evaluar diligentemente tanto la conveniencia como la idoneidad de los clientes para la contratación de dichos servicios.

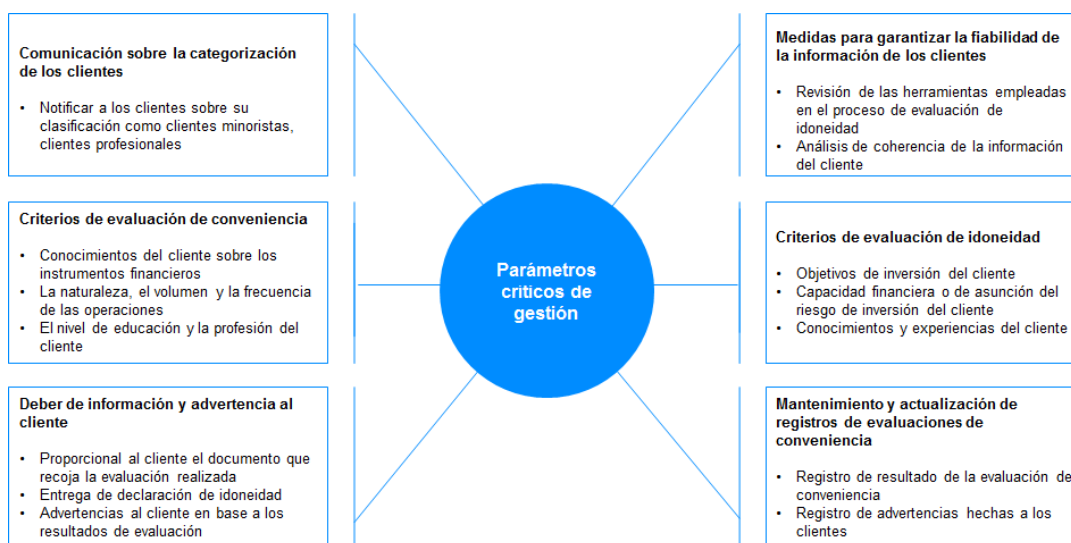
Para ello, se deberá recabar suficiente información sobre los conocimientos y experiencia del cliente en el ámbito de inversión correspondiente al tipo concreto de producto o servicio, su situación financiera, incluida su capacidad para soportar pérdidas, y sus objetivos de inversión incluida su tolerancia al riesgo.

En caso de que no se disponga de la información anterior, la Entidad no podrá recomendar servicios de inversión o instrumentos financieros al cliente.

2.2. Parámetros críticos de gestión

La figura que se presenta a continuación recoge los parámetros críticos de gestión para la POLÍTICA DE CATEGORIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE CLIENTES:

Figura 2. Parámetros críticos de gestión para la categorización y evaluación de clientes



2.2.1. Comunicación sobre la categorización de los clientes

La Entidad deberá notificar a sus clientes su clasificación como clientes minoristas, clientes profesionales o contrapartes elegibles.

Asimismo se deberá comunicar, en soporte duradero, que les asiste el derecho, en su caso, de exigir una clasificación distinta, indicando las limitaciones que esa nueva clasificación podría suponer en cuanto a su protección como cliente.

2.2.2. Medidas para garantizar la fiabilidad de la información de los clientes

La Entidad deberá garantizar la fiabilidad de la información recogida sobre sus clientes a los efectos de su categorización. Para ello, se deberá considerar los siguientes aspectos:

- cerciorarse de que los clientes sean conscientes de la importancia de facilitar información exacta y actualizada;
- velar por que todas las herramientas empleadas en el proceso de evaluación, tales como las utilizadas para definir perfiles de evaluación de riesgos o para valorar los conocimientos y la experiencia del cliente, estén adaptadas y adecuadamente diseñadas
- velar por que las preguntas formuladas en el proceso puedan ser entendidas por los clientes y permitan obtener una imagen exacta de los objetivos y necesidades del cliente, y la información necesaria para llevar a cabo la evaluación de idoneidad; y
- adoptar las medidas oportunas para asegurar la coherencia de la información del cliente, por ejemplo, examinando si existen inexactitudes evidentes en la información proporcionada por los clientes.

En el supuesto de que la Entidad mantenga una relación continua con el cliente, se deberá disponer de mecanismos y procedimientos apropiados para mantener la información adecuada, actualizada y fiable sobre los clientes.

2.2.3. Criterios de evaluación de conveniencia

Cuando se presente al cliente un servicio o instrumento de inversión, la Entidad deberá determinar si el cliente tiene la experiencia y los conocimientos necesarios para comprender los riesgos inherentes a los mismos.

Para ello, se deberá considerar los siguientes aspectos en la evaluación de conveniencia:

- Los tipos de servicios, operaciones e instrumentos financieros con que está familiarizado el cliente;
- La naturaleza, el volumen y la frecuencia de las operaciones del cliente con instrumentos financieros y el período a lo largo del cual se han llevado a cabo;
- El nivel de educación y formación y la profesión o, cuando proceda, la profesión anterior del cliente.

La Entidad podrá presumir que un cliente profesional tiene la experiencia y los conocimientos necesarios para comprender los riesgos que implican aquellos servicios de inversión u operaciones concretas, o tipos de operaciones o productos, por los que el cliente esté clasificado como cliente profesional.

Cuando se presten servicios de inversión que se limiten exclusivamente a la ejecución o recepción y transmisión de órdenes de clientes, la Entidad no está obligada a realizar la evaluación de conveniencia a sus clientes siempre que se cumplan todas las siguientes condiciones:

- Que los servicios estén relacionados con alguno de los instrumentos financieros inventariados en el art. 25. 4 a) de la Directiva 2014/65/UE (MiFID II) (eso es, sean considerados no complejos);
- Que el servicio se preste a iniciativa del cliente o posible cliente;

- Que se haya informado claramente al cliente de que en la prestación de dicho servicio la Entidad no está obligada a evaluar la conveniencia del instrumento financiero ofrecido o del servicio prestado y de que, por tanto, el cliente no goza de la correspondiente protección de las normas de conducta pertinentes. Dicha advertencia podrá facilitarse en un formato normalizado;

2.2.4. Criterios de evaluación de idoneidad

Con el fin de que la Entidad pueda recomendar (asesoramiento) o elegir (gestión de carteras) los servicios de inversión e instrumentos financieros que sean idóneos para el cliente y que mejor se ajusten a su nivel de tolerancia al riesgo y su capacidad para soportar pérdidas, se deberá considerar los siguientes criterios:

- Que la operación recomendada responda a los objetivos de inversión del cliente en cuestión, incluida su tolerancia al riesgo;
- Que el cliente pueda asumir, desde el punto de vista financiero, cualquier riesgo de inversión conexo coherente con sus objetivos de inversión;
- Que el cliente cuente con la experiencia y los conocimientos necesarios para comprender los riesgos que implica la operación o la gestión de su cartera.
- Cuando la Entidad preste un servicio de inversión a un cliente profesional según descripción del apartado 1 del Anexo II de la Directiva MiFID II, se podrá presumir que este cliente tiene la experiencia y los conocimientos necesarios para comprender los riesgos que implican la operación o la gestión de su cartera, y que puede asumir, desde el punto de vista financiero, cualquier riesgo de inversión conexo coherente con los objetivos de inversión de dicho cliente.

2.2.5. Deber de información y advertencia al cliente

En el proceso de evaluación de la conveniencia del cliente, la Entidad deberá velar por el cumplimiento de las siguientes obligaciones relativas a su deber de información y advertencia:

- Entregar al cliente una copia del documento que recoja la evaluación realizada. Dicha evaluación deberá ser coherente con toda la información proporcionada por el cliente o disponible por la Entidad y utilizada en la evaluación.
- Recabar una copia firmada por el cliente del documento entregado en el que deberá figurar la fecha en que se realiza dicha entrega, a través del registro de la comunicación al cliente por medios electrónicos, o por cualquier otro medio que resulte fehaciente.
- Cuando la evaluación no pueda realizarse porque el cliente no proporcione información suficiente, la Entidad deberá advertirle que la deficiencia de información le impide determinar si el servicio de inversión o el producto concretos son adecuados para él.

Cuando realizada la evaluación, la Entidad considere que el servicio o producto no es conveniente para el cliente, deberá advertírselo. Esta advertencia podrá facilitarse al cliente en un formato normalizado.

En el proceso de evaluación de idoneidad, la Entidad deberá observar los siguientes requisitos de información y advertencia:

- Proporcionar por escrito o mediante otro soporte duradero un documento (conocido como declaración de idoneidad según MiFID II) en el que se incluye una descripción de cómo se ajusta la recomendación realizada a las características y objetivos del inversor cada vez que efectúen una recomendación.

- Recabar una copia firmada por el cliente del documento entregado en el que deberá figurar la fecha en que se realiza dicha entrega, a través del registro de la comunicación al cliente por medios electrónicos, o por cualquier otro medio que resulte fehaciente.

2.2.6. Mantenimiento y actualización de registros de evaluaciones de conveniencia

Con el fin de facilitar la actividad supervisora de las autoridades competentes, la Entidad deberá mantener un registro actualizado de las evaluaciones de conveniencia efectuadas a sus clientes, en los que se deberán recoger, entre otros, los siguientes aspectos:

- El resultado de la evaluación de conveniencia;
- Cualquier advertencia hecha al cliente en caso de que el servicio de inversión o la compra del producto se hubieran evaluado como potencialmente no convenientes para el cliente, si el cliente ha solicitado efectuar la operación a pesar de la advertencia y, cuando proceda, si la Entidad ha aceptado la solicitud del cliente de realizar la operación;
- Cualquier advertencia hecha al cliente en caso de que el cliente no hubiera proporcionado información suficiente para permitir a la Entidad llevar a cabo una evaluación de conveniencia, si el cliente ha solicitado efectuar la operación a pesar de la advertencia y, cuando proceda, si la Entidad ha aceptado la solicitud del cliente de realizar la operación.

ANEXOS

Glosario de abreviaturas y acrónimos

Abreviatura / acrónimo	Significado
CNMV	Comisión Nacional del Mercado de Valores