Singular Bank

# POLÍTICA DE GOBERNANZA DE PRODUCTOS

JULIO 2025

1 Objeto; ....2
2 Ámbito de aplicación;....3
3 Normativa Principal Aplicable; ....3
4 Roles y responsabilidades; ....4
4.1 Consejo de administración....4
4.2 Comité de Comercialización y Productos....4
4.3 Área de cumplimiento normativo....6
5 Requerimientos para la aprobación de nuevos productos y elaboración del procedimiento de generación, aprobación, modificación, seguimiento y cancelación de productos; ....7
5.1 Establecimiento, proporcionalidad, revisión y documentación; ....7
5.2 Definición de Nuevos productos y adaptaciones significativas ....7
5.3 Relación fabricante y distribuidor....8
5.4 Identificación del mercado destinatario o público objetivo ....9
5.5 Conflictos de interés y remuneración ....11
5.6 Revisiones de productos antes de su lanzamiento ....12
5.7 Proceso de seguimiento de productos ....12
5.8 Canales de distribución;....14
6.2 Selección de nuevos intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución, y adaptaciones significativas ....16
6.3 Identificación del intermediario, contrapartida o centro de ejecución para la tramitación de órdenes de clientes en los mercados de valores ....16
6.4 Conflictos de interés y remuneración ....17
6.5 Revisiones de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución antes de su utilización....17
6.6 Proceso de seguimiento de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución....17
7 Competencias profesionales ....18
7.1 Competencias específicas al Comité de Productos y Comercialización y al resto de empleados que participen en las tareas de aprobación de los nuevos productos que se van a comercializar o distribuir y la aprobación de nuevos intermediarios, contrapartidas o centros de ejecución de operaciones de valores por cuenta de clientes ....18
7.2 Competencias específicas a los empleados que intervengan en la distribución de los nuevos productos y la tramitación de órdenes por cuenta de los clientes hasta su liquidación....18
7 Aprobación y revisión de la política ....18
8 Control de versiones ....19

## 1 Objeto;

El presente documento denominado Política de Gobernanza de Productos (en adelante, la "Política") ha sido elaborado por Singular Bank, S.A.U. (en adelante la "Entidad"), para dar cumplimiento a los requerimientos regulatorios a tener en cuenta para establecer un proceso de gobernanza de productos y la prestación de servicios financieros asociados a la distribución y tramitación de órdenes de clientes en los mercados secundarios (comercialización, asesoramiento, recepción, transmisión y ejecución de órdenes por cuenta de clientes en los mercados de valores). En particular, determina la obligación de contar con procedimientos de gobernanza de productos aplicables a la generación, aprobación, modificación, seguimiento y cancelación de productos o servicios financieros ya sean diseñados por la entidad o por terceros y distribuidos por la entidad. Así, esta Política tiene por finalidad:

- Cumplir con la obligación de documentar de forma adecuada los procedimientos y procesos relacionados con la gobernanza y vigilancia de productos que se van a comercializar o distribuir por Singular Bank.
- Definir el proceso específico de aprobación de los productos que se van a comercializar.
- Identificar, en el proceso de diseño y/o distribución, el mercado destinatario para el que el producto o servicio se considere adecuado, siendo compatible con sus necesidades, características y objetivos.
- Identificar los segmentos de mercado para los que el producto no se considera adecuado a sus características, objetivos y necesidades.
- Definir las líneas de decisión internas para la definición y seguimiento de los productos recomendados a clientes asesorados o gestionados ("*focus list*") en servicios o productos de inversión.
- Establecer el proceso de seguimiento de los productos y adopción de medidas correctivas si se ha evidenciado que las prestaciones del producto pueden perjudicar al cliente, pudiendo adoptar medidas oportunas para su resolución y/o incluso suspensión de la comercialización del producto.
- Seleccionar los canales de distribución atendiendo al mercado destinatario, las características del producto y la estrategia de distribución.
- Establecer la obligación de documentar por escrito los procedimientos de distribución de productos.
- Revisar periódicamente los acuerdos de distribución de productos, los mecanismos de gobernanza y los propios productos, para verificar que están actualizados y en línea con la estrategia de distribución.
- Proveer de información adecuada sobre los productos y sobre el proceso de aprobación de los productos a los subdistribuidores de los mismos.
- Asegurar que el distribuidor está comunicando al fabricante toda la información relevante como cuántas ventas ha habido fuera del mercado destinatario.
- Asimismo, asegurarse de recibir la información necesaria de los productores para asegurarse la comprensión y conocimiento necesario sobre el producto.
- Revisar que los productos se encuentran correctamente parametrizados en función de su naturaleza y riesgos asociados, y contienen la información necesaria para permitir una adecuada evaluación de la conveniencia y la idoneidad.
- Señalar la necesidad de que el personal pertinente posea los conocimientos técnicos necesarios.

- Establecer las obligaciones y responsabilidades, de los diferentes órganos intervinientes en la materia.
- Cumplir con la obligación de documentar adecuadamente la selección y revisión, con una periodicidad mínima anual, de los centros de ejecución, contrapartidas e intermediarios a través de los cuales van a realizarse operaciones de compra o venta con instrumentos financieros por cuenta de clientes (servicios de recepción, transmisión y ejecución de órdenes de clientes)

## 2 Ámbito de aplicación;

La presente Política se aplicará a todas aquellas áreas y departamentos de Singular Bank que intervengan o participen en los procesos de aprobación y lanzamiento, comercialización y seguimiento de los productos que se comercialicen por la Entidad y de sus diferentes filiales, tanto como diseñador/ productor, comercializador o distribuidor de productos/ servicios de terceros tanto bancarios o de inversión, seguros o cualquier otro relacionado con la prestación de servicios a clientes.

Por productos de inversión se entenderán los instrumentos financieros (conforme al Anexo I, Sección C, de MiFID II) y las adaptaciones significativas de los instrumentos existentes (a los que nos referiremos también como productos) antes de su comercialización o distribución a los clientes mediante los servicios de inversión prestados por 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.

Asimismo, la presente Política se aplicará a todas aquellas áreas y departamentos de Singular Bank que intervengan o participen en los procesos de selección y utilización de centros de ejecución, intermediarios y contrapartidas para la tramitación de órdenes por cuenta de clientes en los mercados de valores.

## 3 Normativa Principal Aplicable;

- BDE - EBA/GL/2015/18. Directrices sobre procedimientos de gobernanza y vigilancia de productos de banca minorista.
- Reglamento delegado 2017/2358 de la Comisión para completar la Directiva 2016/97UE en lo que respecta a los requisitos de control y gobernanza de los productos aplicables a las empresas de seguros y los distribuidores de Seguros.
- Directiva 2014/65/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014, relativa a los mercados de instrumentos financieros (en adelante, “MiFID II”).
- Directiva delegada 2017/593 de la Comisión, de 7 de abril de 2016 (en adelante, “Directiva Delegada MIFID”).
- 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.
- ESMA - Guidelines on MiFID II product governance and best execution requirements.

La legislación referida conforma la Normativa MiFID II, y en ella se establecen el deber general de las empresas que presten servicios de inversión o servicios auxiliares a clientes, de actuar con diligencia y trasparencia en el mejor interés de sus clientes.

Adicionalmente, la Normativa MiFID se completa con la normativa nacional de transposición y otras normas específicas, tales como el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores (en adelante, la "LMV") y el Real Decreto 1464/2018, de 21 de diciembre, por el que se desarrollan el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores y el Real Decreto-ley 21/2017, de 29 de diciembre, de medidas urgentes para la adaptación del Derecho español a la normativa de la Unión Europea en materia de mercado de valores, y por el que se modifican parcialmente el 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 y por el que se modifican parcialmente el Reglamento de la Ley 35/2003, de 4 de noviembre, de Instituciones de Inversión Colectiva, aprobado por el Real Decreto 1309/2005, de 4 de noviembre, y otros reales decretos en materia de mercado de valores (en adelante, el "Real Decreto 1464/2018") o por cualquier otra normativa que las sustituya en el futuro.

## 4 Roles y responsabilidades;

### 4.1 Consejo de administración

El Consejo de Administración de la Entidad es el responsable de la presente Política. En este sentido, es responsable en última instancia de su adopción, aplicación, revisión posterior y cumplimiento interno continuo. Por ello, deberá ejercer un control efectivo sobre el proceso de gobernanza de los productos, intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución de Singular Bank.

Antes de su elevación al Consejo de Administración, la revisión de la presente Política escrita y su contenido deben ser acordados por el Comité de Productos y comercialización (En adelante, el "Comité de Productos").

El Consejo de Administración delega en la Comisión Mixta de Auditoría y Riesgos, a los efectos de asegurar su control efectivo sobre el proceso de gobernanza de los productos y de ejecución óptima de órdenes de compraventa de instrumentos financieros en el mercado de valores por cuenta de clientes.

Cumplimiento Normativo elevará en su reporte periódico al Comité de Control de Riesgos y Cumplimiento Normativo información sobre los productos aprobados para comercializar en Singular Bank, así como a la estrategia de distribución y el resultado de la monitorización de los controles ejecutados por la primera línea de defensa sobre los intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución seleccionados para la tramitación de órdenes de valores por cuenta de clientes. Este Comité elevará a la Comisión de Auditoría y Riesgos en su caso un reporte al menos anual dentro del Informe de Compliance sobre la actividad del Comité de Productos.

Adicionalmente, estos informes deberán estar a disposición de la autoridad competente, previa solicitud.

### 4.2 Comité de Comercialización y Productos

De acuerdo con el interés de la Entidad de garantizar una eficaz gobernanza de producto y una óptima ejecución de operaciones de valores por cuenta de clientes, se establece que el Comité de Comercialización y Productos asume la labor efectiva de implementar los procedimientos oportunos en el ámbito de la presente política que

permitan su adecuada aplicación y desarrollo, en línea con las directrices establecidas por el Consejo de Administración.

Asimismo, la Entidad deberá tomar las decisiones pertinentes para aprobar la distribución y subdistribución de productos de terceros, conforme a lo descrito en la presente Política y los procedimientos, que en su caso la desarrollen.

#### 4.2.1 Funciones relativas a los procesos de gobernanza de productos

- Definir las estrategias y líneas de actuación que tendrán que seguir el área comercial en la distribución de productos para cada tipo de cliente y servicio de inversión o bancario.
- Identificar la existencia de cualquier tipo de riesgo (ya sea un riesgo legal, normativo, de crédito, de mercado, reputacional, medioambiental o de otra clase) que pueda derivarse de la comercialización de los productos por la Entidad.
- Aprobar el lanzamiento de nuevos productos previamente a su comercialización a los clientes.
- Identificar y revisar todos los riesgos relevantes que puedan surgir de la comercialización de nuevos productos a los clientes. En este apartado, el Comité deberá identificar cualquier caso de comercialización de productos no permitidos.
- Documentar, en su caso, aquellos productos que sean distribuidos de una forma diferente a la definida por la Entidad que haya diseñado el producto, siempre que ello implique actuar en el mejor interés del cliente.
- Revisar la adecuación de los instrumentos financieros comercializados de acuerdo con los parámetros bajo los cuáles se aprobaron, y con los requisitos establecidos en la normativa de los mercados de valores.
- Aprobar los cambios en la clasificación y asignación de los coeficientes de riesgo (REQ), concentración y liquidez de los productos o familias dentro de la Base de Datos de Productos necesarios para los procesos de comercialización, asesoramiento y gestión.
- Aprobar los criterios, o excepciones en las políticas de selección de productos para todas las plataformas de servicio.
- Aprobar los parámetros que se establezcan para la definición de los diferentes perfiles/carteras de inversión.
- Seguimiento de la gama de productos recomendados y aprobación de las propuestas de cambios en la misma.

#### 4.2.2 Relativas a los procesos de tramitación de órdenes de compraventa de instrumentos financieros en los mercados de valores por cuenta de clientes

- Definir las estrategias y líneas de actuación a seguir por las áreas que reciben, transmiten y, en su caso, ejecutan las órdenes de compraventa de instrumentos financieros en los mercados de valores por cuenta de clientes.
- A propuesta del responsable del área de negocio correspondiente (Patrocinador), aprobar los criterios o las excepciones del proceso de selección, así como la lista de intermediarios, contrapartidas y, en su caso, los centros de ejecución que serán utilizados para la tramitación de operaciones de valores por cuenta de clientes. Dichos criterios deberán tener en cuenta, como mínimo, los siguientes factores: precio, costes, velocidad, probabilidad y liquidación; y deben ser evaluados teniendo en cuenta el tipo de cliente y el tipo de orden.

- Sobre la base de la información proporcionada por las respectivas áreas de control:
  - Identificar y gestionar la existencia de cualquier tipo de riesgo relevante (ya sea un riesgo legal, normativo, de crédito, de mercado, de conducta, reputacional, medioambiental o de otra clase) que pueda derivarse de la selección de intermediarios, contrapartidas o centros de ejecución, y de la tramitación de órdenes por cuenta de clientes.
  - Valorar posibles incidencias con los intermediarios, contrapartidas o centros de ejecución que puedan originar riesgos en la prestación del servicio por cuenta de clientes y decidir sobre la idoneidad de dichos centros de ejecución, contrapartidas e intermediarios en el mejor interés de los clientes.
  - Valorar el resultado de los controles ex post, y la necesidad en su caso de adopción de medidas correctoras orientadas al cumplimiento de la normativa del mercado de valores sobre la ejecución óptima de órdenes por cuenta de clientes.

### 4.3 Área de cumplimiento normativo

Será responsable del seguimiento periódico de los mecanismos de gobernanza de productos de Singular Bank, con el fin de detectar cualquier riesgo de incumplimiento de las obligaciones que le son aplicables.

Será responsable de la monitorización y seguimiento periódico de: (i) la idoneidad de los procesos y criterios de selección de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución para la tramitación de órdenes de valores por cuenta de clientes, y (ii) la correcta ejecución de los controles ex post por la primera línea de defensa, para la detección temprana de incidencias y su resolución.

Asimismo, deberá remitir periódicamente al Comité de Control de Riesgos y Cumplimiento Normativo y en su caso a la Comisión Mixta de Auditoría y Riesgos, (i) información sobre los productos distribuidos por Singular Bank y (ii) información sobre la calidad del servicio prestado por los intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución para la tramitación de órdenes de valores por cuenta de clientes. De esta manera:

- Al Comité de Control de Riesgos informará sobre los resultados de la monitorización de controles ex post y los procesos ejecutados por la primera línea de defensa.
- Al Comité de Comercialización y Productos informará sobre las incidencias especialmente significativas en términos de materialidad e impacto regulatorio, que requieran una valoración para la adopción de medidas correctoras en relación con los centros de ejecución, intermediarios y contrapartidas utilizadas.

## 5 Requerimientos para la aprobación de nuevos productos y elaboración del procedimiento de generación, aprobación, modificación, seguimiento y cancelación de productos;

### 5.1 Establecimiento, proporcionalidad, revisión y documentación;

5.1.1 La entidad establecerá, implementará y revisará procedimientos eficaces de gobernanza y vigilancia de productos. Estos procedimientos tendrán como objetivo garantizar que, al diseñar y comercializar los productos;

a. se tengan en cuenta los intereses, objetivos y características de los clientes,

b. se eviten posibles perjuicios a los clientes,

c. se minimicen los conflictos de interés.

5.1.2 La entidad revisará y actualizará periódicamente sus procedimientos de gobernanza y vigilancia de productos.

5.1.3 Al lanzar un nuevo producto, la entidad garantiza que los procedimientos de gobernanza y vigilancia de productos se tengan en cuenta el Procedimiento de Generación de Productos, aprobado por el Comité de Productos, así como haber cumplimentado la Ficha de análisis de nuevos productos (Aprobación Nuevos/Modificación de productos, servicios o estrategias) (FAP) adjunto como Anexo 1.

5.1.4 Todas las medidas tomadas por la entidad en relación con los procedimientos de gobernanza y vigilancia de productos estarán debidamente documentadas, se conservarán a efectos de auditoría y se pondrán a disposición de las autoridades competentes cuando estas lo soliciten.

5.1.5 Los procedimientos de gobernanza y vigilancia de productos serán proporcionados a las características, escala y complejidad de la actividad de la entidad relevante a estos efectos. La implementación o aplicación de los procedimientos tendrá en cuenta en todo caso el nivel de riesgo potencial para el consumidor y la complejidad del producto.

5.1.6 Deberá tenerse en cuenta el posible tratamiento de datos personales como consecuencia de la creación, gestión o prestación del servicio o producto, siguiendo siempre las pautas establecidas en esta política y el correspondiente protocolo de generación de productos para garantizar que el tratamiento se realiza aplicando las medidas de seguridad necesarias y acordes al tipo de dato.

5.1.7 En caso de que el diseño de productos sea designado a un tercero, la entidad deberá garantizar que el proceso cumpla con los requerimientos de esta política y el protocolo de generación de productos correspondiente, especialmente en lo referente al análisis y adecuación del producto al mercado objetivo del mismo.

### 5.2 Definición de Nuevos productos y adaptaciones significativas

A efectos de la presente Política se entiende por nuevo producto aquél que, de conformidad con el ámbito de aplicación objetivo, cumple, entre otros, con cualquiera de los siguientes criterios:

- Que no haya sido ofrecido previamente.

- Que se introduzca un cambio material o significativo en el producto o servicio y/o en su operativa o en la forma de contratarlo, de manera que se incremente su riesgo o se generen nuevos riesgos.
- Que se vaya a distribuir o comercializar en unas circunstancias significativamente distintas de las vigentes en el momento de su aprobación. (ejemplo; nueva estrategia de distribución, nuevos canales, nuevos sistemas…).

Definición de producto: Contratos financieros, bancarios o inversión, seguros o cualquier otro relacionado con la prestación de servicios a clientes, como los relativos a contratos de crédito relativos a inmuebles, depósitos, cuentas de pago, cuentas de crédito, servicios de pago, otros instrumentos de pago como cheques bancarios, dinero electrónico y otras modalidades de crédito al consumo, así como también planes de pensiones, cuentas inversoras, fondos de inversión, seguros de vida o no vida, carteras gestionadas y cualquier otro servicio financiero dirigido a clientes.

### 5.3 Relación fabricante y distribuidor

Los requerimientos establecidos por el regulador, en el marco de la gobernanza de productos, distinguen dos figuras: el fabricante y el distribuidor. Las obligaciones definidas en esta Política afectan a la relación entre el fabricante y el distribuidor, con las matizaciones que se detallan más adelante garantizando que los procedimientos de gobernanza y vigilancia de productos o servicios sean parte integrante de su marco de gobierno interno y de control interno (Consejo de administración).

Asimismo, la normativa prevé, para aquellos supuestos en los que Singular Bank colabore con otra empresa en la distribución de un producto, que la empresa que mantenga la relación directa con el cliente será la última responsable de entender las obligaciones de gobernanza de producto previstas en la presente Política. Asimismo, cuando se actúe como intermediaria también se deberá cumplir con las obligaciones de gobernanza, y en particular:

- Asegurar que la información de los productos pertinente se traslade del fabricante al distribuidor final en la cadena;
- Si el fabricante requiere información sobre las ventas de productos para cumplir sus propias obligaciones de gobernanza de productos, le permitirán que la obtenga; y
- Aplicar las obligaciones de gobernanza de productos a los fabricantes, como proceda, en relación con el servicio que presten.

Cabe destacar que, en todo caso, la Entidad, en calidad de distribuidor, deberá establecer canales de comunicación con el fabricante que le permita cumplir adecuadamente con las obligaciones en materia de gobierno de producto, en particular, establecerá acuerdos con los fabricantes con la finalidad de intercambiar información sobre los productos, a fin de comprender el producto, incluyendo la definición del mercado objetivo y la estrategia de distribución. Cuando Singular Bank colabore, con entidades no sujetas a MiFID II, cumplirá igualmente con las obligaciones de gobernanza de producto establecidas en esta Política.

Si la entidad participara en el diseño de un producto de seguros y se entendiera que tiene un papel decisorio en el mismo, determinando características esenciales y elementos principales del producto, se deberá cumplir con los requerimientos previos a la introducción del producto sobre el análisis de mercado objetivo y realizar pruebas adecuadas que se detallen tanto en la presente política como en los procedimientos de generación, aprobación, modificación, seguimiento y cancelación de productos que se aprueben en el Comité de Productos.

## 5.4 Identificación del mercado destinatario o público objetivo

Singular Bank, como comercializador o distribuidor de nuevos productos, identificará con suficiente detalle y de forma proporcionada considerando la naturaleza del producto (complejidad, perfil de riesgo, liquidez o carácter innovador del producto) al mercado destinatario potencial de cada instrumento financiero o producto financiero, y especificará el tipo o los tipos de cliente cuyas necesidades, características y objetivos son compatibles con el instrumento financiero o producto financiero, aun cuando dicho mercado no haya sido identificado por el fabricante.

En una fase temprana del procedimiento, la entidad identificará el mercado destinatario sobre un base ex -ante a fin de garantizar que cada uno de los productos comercializados o distribuidos por Singular Bank tengan identificado un público objetivo específico coherente y elegir qué productos se van a ofrecer en el marco de los distintos servicios para garantizar la compatibilidad con las necesidades, características y objetivos de los clientes objetivo.

Por su parte, cuando se trate de productos fabricados por terceras entidades, Singular Bank, solicitará al fabricante toda la información relativa al mercado destinatario identificado para el producto, así como a la estrategia de distribución prevista.

Singular Bank no podrá distribuir dentro del servicio de asesoramiento en materia de inversión o de gestión discrecional de carteras, aquellos productos de los que no disponga información necesaria para identificar el mercado destinatario o la estrategia de distribución.

Para todo producto comercializado o distribuido por Singular Bank se define cual es el mercado destinatario positivo, es decir, aquel para el cual el producto es adecuado, así como el público objetivo negativo, que es aquel para el cual el producto no es adecuado a sus características, necesidades y objetivos. Es decir, se identificarán explícitamente los perfiles de clientes que no deberían bajo ningún concepto adquirir cierta clase de producto.

La granularidad con la que se define el mercado destinatario difiere en función del grado de complejidad del producto, de la información del cliente de la que se disponga y del servicio de inversión a prestar.

Los criterios que permiten determinar el mercado destinatario de los productos de inversión y seguros con componente de riesgo en inversión a asumir por el tomador del seguro son:

- **Tipo de clientes** a los que se dirige el producto: minorista/profesional (distinguiendo entre profesionales per se o a su elección para todos los productos o para un producto en concreto) /contraparte elegible;
- **Conocimientos y experiencia** práctica que se espera que los clientes del mercado objetivo tengan sobre el producto en relación con el tipo de producto, sus características concretas y áreas relacionadas;
- **Situación financiera** de los clientes del mercado objetivo, con especial atención al porcentaje de pérdidas que podrán y estarán dispuestos a asumir y a la existencia de potenciales obligaciones de pago adicionales y necesidades de liquidez;
- **Tolerancia al riesgo** que los clientes del mercado objetivo, compatibilidad del perfil de riesgo/rentabilidad del producto con el mercado destinatario: especificará la actitud general que los clientes destinatarios deberán tener en relación con los riesgos de la inversión. Las actitudes de riesgo básicas se clasificarán (por ejemplo, «propenso al riesgo o especulativo», «equilibrado», «conservador»);

- **Objetivos de inversión** que cumple el producto respecto de los clientes del mercado objetivo, en especial en relación con sus objetivos financieros en sentido amplio o su estrategia general de inversión. Podrá especificarse el objetivo de inversión según las características del producto. Especificará los objetivos de inversión y las necesidades de los clientes destinatarios para los que el producto está diseñado, incluyendo los objetivos financieros más amplios de los clientes destinatarios o la estrategia general que persiguen al invertir. Por ejemplo, se podrá hacer referencia al horizonte de inversión esperado (número de años en los que la inversión se mantendrá).

Estos criterios contribuyen a la definición del mercado objetivo y se debe tener en cuenta su relación y coherencia, sin confundir o mezclar las distintas categorías.

Cuando se distribuyan productos de diseñadores no sujetos a normativa MIFID, la entidad deberá determinar en todo caso el mercado objetivo y garantizar que la información proporcionada por el diseñador sea fiable para determinar el mercado objetivo, tanto aquella que sea de acceso público (solamente cuando cumpla los requisitos reglamentarios) como la que no lo sea (en cuyo caso habrá que llegar a un acuerdo con el diseñador para obtener toda la información necesaria). Si no se pudiese obtener información fiable, no se distribuirá el producto. Esta actividad se regirá por el criterio de proporcionalidad respecto de la disponibilidad de la información y la complejidad del producto, por lo que no serán necesarios acuerdos con el diseñador en caso de productos sencillos.

Cuando la Entidad, por el tipo de servicio que va a prestar o por otra razón, no disponga de la información necesaria para evaluar uno o varios aspectos del mercado destinatario, será particularmente relevante que tenga en cuenta el público objetivo y la estrategia de distribución proporcionada por el productor del instrumento financiero. En tal caso, y siempre que se trate de un servicio distinto al asesoramiento o la gestión discrecional de carteras, advertirá al cliente de que la empresa de servicios de inversión no puede garantizar la compatibilidad del cliente con el producto, salvo cuando la Entidad tenga la intención de dirigirse a los clientes de cualquier forma para comercializar activamente un producto, en cuyo caso se tendrá en cuenta toda la información que tenga a su disposición sobre sus clientes, más allá de la derivada de la prestación de servicios de inversión.

El Comité de Productos deberá verificar que se ha identificado adecuadamente al mercado destinatario de conformidad a los criterios establecidos y con el detalle suficiente de acuerdo con las características del nuevo producto.

Para productos especialmente complejos o con riesgo elevado, así como en situaciones en las que podría generarse conflictos de interés significativos, la Entidad verificará con anterioridad a la prestación del servicio de inversión la no inclusión de dicho producto en la oferta de productos para sus clientes o un grupo de ellos en cuestión.

Singular Bank como distribuidor podrá desviarse de las recomendaciones de distribución de la entidad que haya diseñado el producto si lo justifica convenientemente y en todo caso si ello implica proporcionar un servicio que proporciona mayor protección para el cliente o si se restringe más el mercado objetivo definido por el fabricante.

Por otro lado, una vez el producto ya está aprobado para su distribución, Singular Bank cuenta con mecanismos para garantizar que el producto se distribuye al mercado destinatario definido. En particular, cuenta con un procedimiento para facilitar la identificación del público objetivo conforme a las exigencias de MiFID II, mediante los test de conveniencia e idoneidad, en función del servicio a prestar, de modo que se pueda evaluar el perfil

del cliente (conforme a su experiencia y conocimientos, situación financiera, objetivos de inversión) y, de este modo, ajustar en la mayor medida los productos a su perfil.

Respecto a los posibles objetivos de sostenibilidad, cabe destacar que estos sólo contribuyen a identificar un mercado objetivo positivo, el cual no será excluyente, pudiendo igualmente distribuirse a clientes que no formen parte de ese mercado objetivo.

Además, son de aplicación los siguientes requisitos del mercado destinatario para la entidad cuando opera en **mercados mayoristas** (es decir, con clientes profesionales y contrapartes elegibles):

- **Clientes profesionales y contrapartes elegibles** como parte de la cadena de intermediación; en estos casos que los clientes no son clientes finales sino intermediarios, la entidad no está obligada a evaluar el mercado objetivo del servicio o producto de inversión para dichos clientes. No se considerarán «clientes finales» a aquellos clientes profesionales o contrapartes elegibles que compren un producto con la intención de venderlo a otros clientes, actuando como un enlace en la cadena de intermediación. En tal caso, el cliente profesional (o la contraparte elegible) actuará como distribuidor y, por lo tanto, deberá cumplir los requisitos de gobernanza de productos aplicables a los distribuidores.
- **Clientes profesionales "per se**" y contrapartes elegibles como clientes finales; Las normas de conducta para la protección de los inversores establecidas en MiFID se modulan en función de las necesidades de cada categoría de clientes (es decir, clientes minoristas, clientes profesionales y contrapartes elegibles). En un contexto de mercado mayorista (que incluye solo clientes profesionales y contrapartes elegibles), MiFID permite hacer ciertas suposiciones sobre el conocimiento y la experiencia de los clientes con respecto a la comprensión de los riesgos de inversión. MiFID II requiere que las empresas se aseguren de que los productos que fabrican y/o distribuyen estén diseñados para satisfacer las necesidades de un mercado destinatario identificado de clientes finales dentro de la categoría correspondiente de clientes. Como tal, al evaluar el mercado destinatario apropiado para un producto en particular, las empresas considerarán la categoría de cliente adecuada y si les permite hacer suposiciones sobre el conocimiento y la experiencia de los clientes finales. Para contrapartes elegibles como clientes finales; El marco regulatorio de MiFID II aumenta las protecciones otorgadas a los clientes y se deberá asegurar que la entidad actúa «con honestidad, imparcialidad y profesionalidad» y que comuniquen «información imparcial, clara y no engañosa» en sus operaciones con contrapartes elegibles. Asimismo, los requisitos sobre Gobernanza de Productos se aplican independientemente de la naturaleza del cliente (minorista, profesional o contraparte elegible). Cuando el mercado destinatario de los clientes finales se componga únicamente de contrapartes elegibles, es posible que la evaluación general sea menos exhaustiva. Es probable que las contrapartes elegibles tengan una comprensión detallada del entorno del mercado, la viabilidad comercial y otros factores clave y riesgos asociados a una determinada decisión de inversión.
- **Clientes "profesionales a su elección":** Para considerarlos como tales se procederá a realizar una evaluación, cubriendo y documentando probados conocimientos y experiencia inversora por parte del cliente que deberá cumplir, de forma continuada, al menos dos de las tres condiciones establecidas en la normativa para las personas físicas y jurídicas que soliciten acogerse a dicha clasificación de forma voluntaria.

### 5.5 Conflictos de interés y remuneración

Singular Bank, en el marco de la aprobación de nuevos productos, para su distribución, establecerá, aplicará y mantendrá procedimientos y medidas para garantizar que la comercialización de instrumentos se atenga a los

requisitos sobre gestión correcta de los conflictos de intereses, también en lo que se refiera a la remuneración. En este sentido, deberá asegurar que el diseño del producto que se va a comercializar no perjudique a los clientes finales ni dé lugar a problemas en relación con la integridad del mercado al permitir a la Entidad atenuar y/o eludir sus propios riesgos.

Singular Bank tendrá en cuenta en el proceso de aprobación de la comercialización del nuevo producto, los posibles conflictos de interés del producto, teniendo en especial consideración que sus características y diseño no perjudican al cliente final. En particular, Singular Bank solicitará información al fabricante y evaluará si el instrumento o producto financieros crea una situación en la que los clientes finales puedan verse perjudicados si asumen:

- Una exposición opuesta a la que anteriormente mantenía la propia Entidad; o
- Una exposición opuesta a la que desea mantener la Entidad tras la venta del producto.

A estos efectos, Singular Bank cuenta con una Política de Conflictos de Interés como marco de control y prevención de los mismos en la comercialización de productos financieros.

### 5.6 Revisiones de productos antes de su lanzamiento

Singular Bank revisa los productos antes de cualquier lanzamiento, prestando especial atención a la existencia y conocimiento de cualquier evento que pueda afectar sustancialmente al riesgo potencial para los inversores.

Antes de comercializar un producto nuevo o de modificar o vender a un mercado objetivo diferente un producto ya existente, la entidad deberá efectuar pruebas utilizando un amplio abanico de escenarios, incluidos aquellos con las condiciones más extremas (tanto en fase de testeos de prueba como en producción a través de betatester), con el fin de analizar el posible efecto sobre los clientes. Si los resultados de este análisis son insatisfactorios para el mercado objetivo, la entidad deberá modificar el producto en la medida que sea necesario.

El Comité de Productos, en la aprobación de la comercialización de cada producto establecerá con qué periodicidad lo revisará con arreglo a los factores pertinentes, incluidos los asociados a la complejidad o al carácter innovador de las estrategias de inversión aplicadas, así como el riesgo potencial.

En este sentido, Singular Bank solicitará al fabricante la identificación de los eventos cruciales que afecten al riesgo potencial o las expectativas de rentabilidad del instrumento financiero.

### 5.7 Proceso de seguimiento de productos

Singular Bank revisará periódicamente los productos de inversión que ofrezca o recomiende y los servicios que preste, teniendo en cuenta todo evento que pueda afectar sustancialmente al riesgo potencial asociado al mercado destinatario identificado, utilizando para ello la información recabada de los productores, la que Singular Bank disponga sobre sus propios clientes, así como otros datos recopilados a través de otras fuentes, que puedan afectar a las características y naturaleza del producto o servicio. Esta información está sujeta al principio de proporcionalidad y, en general, podrá ser analizada por Singular Bank de forma agregada, no teniendo que ser específica para un único instrumento o servicio, salvo casos de especial relevancia para ciertos instrumentos identificados por la Entidad. En este sentido, del mismo modo que en el proceso de lanzamiento de nuevos productos, la Entidad evaluará si el producto o el servicio sigue siendo conforme con las necesidades, las características y los objetivos del mercado destinatario identificado, y si la estrategia de distribución prevista

sigue siendo apropiada. La frecuencia y la profundidad que regirán dichas revisiones dependerá de la naturaleza del producto y/o servicio.

En todo caso, Singular Bank reconsiderará el mercado destinatario y, en su caso, actualizará los mecanismos de gobernanza de los productos si pasan a tener conocimiento de que han identificado erróneamente dicho mercado para un determinado producto o servicio, o que el producto o servicio no se atiene ya a las circunstancias del mercado destinatario identificado, como en los casos en los que el producto deja de ser líquido o deviene muy volátil debido a cambios en el mercado.

Con objeto de controlar y gestionar los posibles riesgos derivados de la comercialización y distribución de productos, Singular Bank ha identificado aquellos productos y servicios sobre los que habrá de realizarse un seguimiento especial por presentar un mayor riesgo.

A estos efectos se tendrán en cuenta, entre otros, los siguientes factores de riesgo:

- Cambios normativos o regulatorios;
- Requerimientos o sanciones de organismos reguladores o sectoriales;
- Reclamaciones y/o demandas de clientes/inversores o asociaciones de consumidores;
- Recomendaciones de auditoría interna o externa;
- Malas prácticas de distribución;
- Impactos en la imagen de la entidad (riesgo reputacional) relacionada con los productos o servicios;
- Riesgo potencial de pérdida de capital o rentabilidad esperada para el cliente;
- Riesgo derivado de la elevada complejidad;
- Riesgos medioambientales, sociales o de gobernanza;
- Evolución desfavorable del mercado que afecte a la rentabilidad, la liquidez del producto y el deterioro de solvencia de emisores, entre otras cuestiones o superación de un umbral que afecte al perfil de rentabilidad del instrumento financiero;
- Deterioro en la calidad de la solvencia de determinados emisores cuyos valores o garantías puedan repercutir en el rendimiento del instrumento financiero; y
- Eventos que pueda afectar sustancialmente al riesgo potencial asociado al mercado destinatario identificado.
- Identificar posibles incidencias con los productores, distribuidores o proveedores de información que puedan originar riesgos en la distribución de los productos.
- Identificar y revisar todos los riesgos relevantes que puedan surgir de la comercialización de nuevos productos a los clientes. En este apartado, el Comité deberá identificar cualquier caso de comercialización de productos no permitidos.
- Documentar, en su caso, aquellos productos que sean distribuidos de una forma diferente a la definida por la entidad que haya diseñado el producto, siempre que ello implique actuar en el mejor interés del cliente.
- En especial, se prestará atención en aquellos casos en los que un producto, tanto diseñado por la propia entidad como por terceros ajenos a la misma, se venda fuera del mercado objetivo en cantidades

significativas. En estos casos, se podrá revisar el análisis de mercado objetivo si este resultase no ser correcto o la estrategia de distribución del producto si se determinase inadecuada.

### 5.8 Canales de distribución;

- La entidad seleccionará los canales de distribución apropiados para cada mercado objetivo. Para ello, elegirá a la unidad encargada de la distribución que posean los conocimientos, experiencia y capacidad necesarios para comercializar adecuadamente cada producto y facilitar a los consumidores información apropiada sobre las características y riesgos de este. Al seleccionar los canales de distribución, la entidad puede valorar la posibilidad de restringir la distribución de un determinado producto a aquellos canales que ofrezcan características específicas a los consumidores.
- La entidad controlará que los productos se distribuyan al mercado objetivo que ha identificado, y que únicamente se comercialicen fuera de dicho mercado en casos debidamente justificados.
- La entidad adoptará cuantas medidas sean razonables para garantizar que la unidad encargada de la distribución actúe de conformidad con los objetivos de los procedimientos de gobernanza y vigilancia de productos que ha establecido. Cuando surjan dudas acerca de la idoneidad de un canal de distribución, la entidad tomará las medidas que sean necesarias como, por ejemplo, dejar de utilizar dicho canal para un producto determinado. En particular, la entidad debe garantizar, de forma continuada, que los productos lleguen principalmente al mercado al que se destinan a través de los canales de distribución elegidos.
- En el supuesto de mera distribución de productos no diseñados por la entidad, la estrategia de distribución de estos productos se obtendrá mediante la revisión crítica de la estrategia determinada por el propio diseñador. Cuando el diseñador no esté sujeto a la normativa MIFID, la estrategia y los canales de distribución serán enteramente definidos por la entidad. La estrategia determinada por el diseñador podrá revisarse para ofrecer una mayor protección a los inversores mediante otros servicios de inversión. También se podrá revisar y aplicar un enfoque menos prudente que el determinado por el diseñador, aunque esto solamente se hará de forma excepcional, tras un análisis exhaustivo del producto y el mercado objetivo revisado y con notificación al diseñador. A tener en cuenta;

    1) Realizar en caso de ofertas de productos de inversión una evaluación individualizada de la compatibilidad del producto con los clientes y en caso de productos complejos o con elevado riesgo, productos innovadores o en situaciones de conflicto de interés, como por ejemplo emisiones propias de la entidad o distribución de productos con retrocesiones, primero que se realiza una evaluación individualizada de los aspectos del apartado 5.4 anterior y que en caso de no tener esta información no incluir dichos productos en ofertas y analizar en función del tipo de servicio prestado permitir a los clientes operar no a través de dichos servicios.

    2) Desviaciones respecto de la estrategia de distribución o del mercado objetivo: 1. Se permite la desviación de la estrategia de distribución establecida por el productor siempre que se haya realizado un análisis del producto y que sus clientes justifiquen debidamente esa desviación. 2. Se permiten desviaciones del público objetivo en la venta de productos no complejos, siempre que se cumplan todos los requisitos legales (conveniencia o idoneidad, identificación y gestión de conflicto de interés), y se deberían justificar a nivel individual. Si fuera un volumen significativo de las ventas se debería revisar el producto o servicio ofrecido.

3) Las ventas de productos financieros dentro del Mercado Objetivo Negativo no están permitidas en productos complejos ni en no complejos.

La entidad procederá a la cesión de datos a terceros distribuidores, únicamente tras haber realizado las comprobaciones necesarias sobre el consentimiento para la cesión de datos, la protección de los datos cedidos y su utilización para fines legítimos.

6.- Requerimientos para la aprobación, modificación, seguimiento y cancelación de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución de operaciones con instrumentos financieros en los mercados de valores por cuenta de clientes

## 6.1 Establecimiento, proporcionalidad, revisión y documentación;

6.1.1 La entidad establecerá, implementará y revisará procedimientos eficaces de gobernanza y vigilancia de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución.

Estos procedimientos tendrán como objetivo garantizar que, al seleccionar los intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución de operaciones de valores por cuenta de clientes;

a. se tengan en cuenta los intereses, objetivos y características de los clientes,

b. se eviten posibles perjuicios a los clientes,

c. se identifiquen y mitiguen los conflictos de interés.

6.1.2 La entidad revisará y actualizará periódicamente sus procedimientos de recepción, transmisión y ejecución de órdenes por cuenta de clientes en los mercados de valores.

6.1.3 Al seleccionar un intermediario, contrapartida o centro de ejecución, la entidad garantiza que los procedimientos de gobernanza y vigilancia del servicio tengan en cuenta el Procedimiento aprobado por el Comité de Productos, así como haber cumplimentado la Ficha correspondiente de análisis comparativo de nuevos intermediarios, contrapartidas o centros de ejecución que incluye la información cualitativa y cuantitativa relevante para la selección del intermediario, contrapartida y centro de ejecución que mejor satisfaga los intereses de los clientes. De esta manera, se valorarán especialmente los costes asociados a las operaciones por cuenta de clientes que sean asumidos por éstos, en particular cuando se trate de clientes no profesionales.

6.1.4 Todas las medidas tomadas por la entidad en relación con los procedimientos de gobernanza y vigilancia de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución estarán debidamente documentadas, se conservarán a efectos de auditoría y se pondrán a disposición de las autoridades competentes cuando estas lo soliciten.

6.1.5 Los procedimientos de gobernanza y vigilancia de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución serán proporcionados a las características, escala y complejidad de la actividad de la entidad relevante a estos efectos. La implementación o aplicación de los procedimientos tendrá en cuenta en todo caso el nivel de riesgo potencial para el cliente y la complejidad del proceso de recepción, transmisión y ejecución de las órdenes de clientes en los mercados de valores.

6.1.6 Deberá tenerse en cuenta el posible tratamiento de datos personales como consecuencia de la prestación del servicio o producto, siguiendo siempre las pautas establecidas en esta política y el correspondiente protocolo de generación de productos para garantizar que el tratamiento se realiza aplicando las medidas de seguridad necesarias y acordes al tipo de dato.

### 6.2 Selección de nuevos intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución, y adaptaciones significativas

A efectos de la presente Política se entiende por nuevo intermediario, contrapartida o centro de ejecución aquél que, de conformidad con el ámbito de aplicación objetivo, cumple, entre otros, con cualquiera de los siguientes criterios:

- Que no haya sido utilizado previamente.
- Que se introduzca un cambio material o significativo en el servicio y/o en su operativa o en la forma de contratarlo, de manera que se incremente su riesgo o se generen nuevos riesgos.
- Que se vaya a utilizar en unas circunstancias significativamente distintas de las vigentes en el momento de su aprobación. (ejemplo; nuevos productos a comprar o vender por cuenta de clientes, nuevas condiciones por parte de los clientes o el intermediario o contrapartida, incremento de costes, nuevos sistemas operativos…).

### 6.3 Identificación del intermediario, contrapartida o centro de ejecución para la tramitación de órdenes de clientes en los mercados de valores

Singular Bank, como prestador del servicio por cuenta de clientes, identificará al intermediario, contrapartida o centro de ejecución relevante con suficiente detalle y de forma proporcionada, considerando la naturaleza del instrumento financiero objeto de la compraventa por cuenta de sus clientes, y especificará el tipo o los tipos de cliente cuyas necesidades, características y objetivos son compatibles con el servicio.

En una fase temprana del procedimiento, la entidad identificará el intermediario, contrapartida o centro de ejecución sobre una base ex -ante a fin de garantizar que cada uno de los intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución utilizados por Singular Bank permitan la ejecución óptima de las órdenes por cuenta de clientes.

Singular Bank no podrá utilizar aquellos intermediarios, contrapartidas o centros de ejecución sobre de los que no disponga de la información necesaria para valorar los factores que determinan la óptima ejecución de las operaciones por cuenta de clientes.

Para la selección intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución Singular Bank considerará como mínimo los siguientes factores, a ponderar según el tipo de cliente y las características de las órdenes:

1. Precio de los instrumentos financieros: probabilidad de obtención del mejor precio en el momento de ejecución de la orden.

2. Comisiones y costes vinculados: costes asociados al instrumento financiero en concepto de recepción y transmisión de órdenes, conexión, ejecución, compensación y liquidación de la operación.
3. Rapidez en la transmisión y ejecución de la orden.
4. Probabilidad de la ejecución y la liquidación.
5. Volumen de oferta y demanda para cada tipo instrumento financiero en los centros de ejecución disponibles.

El Comité de Productos deberá verificar que se han identificado y ponderado adecuadamente los factores de conformidad a los criterios establecidos y con el detalle suficiente de acuerdo con las características del intermediario, contrapartida o centro de ejecución, tipo cliente y producto.

### 6.4 Conflictos de interés y remuneración

Singular Bank, en el marco de la aprobación de nuevos intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución, establecerá, aplicará y mantendrá procedimientos y medidas para garantizar que el servicio se atenga a los requisitos sobre gestión correcta de los conflictos de intereses, también en lo que se refiera a la remuneración del personal.

### 6.5 Revisiones de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución antes de su utilización

Singular Bank revisa los intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución antes de su utilización para tramitar órdenes por cuenta de clientes, prestando especial atención a la existencia y conocimiento de cualquier evento que pueda afectar sustancialmente al riesgo potencial para los clientes.

Para ello, la entidad deberá efectuar un análisis de la información disponible respecto al cumplimiento de las normas sobre ejecución óptima de operaciones.

### 6.6 Proceso de seguimiento de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución

Singular Bank realizará controles periódicos sobre la ejecución óptima teniendo en cuenta todo evento que pueda afectar sustancialmente a la operativa por cuenta de clientes, utilizando para ello la información recabada de los intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución, la que Singular Bank disponga sobre sus propios clientes, así como otros datos recopilados a través de otras fuentes, que puedan afectar a las características y naturaleza del servicio. Esta información está sujeta al principio de proporcionalidad y, en general, podrá ser analizada por Singular Bank de forma agregada, no teniendo que ser específica para un único instrumento, salvo casos de especial relevancia para ciertos instrumentos identificados por la Entidad.

En todo caso, Singular Bank reconsiderará la idoneidad del intermediario, contrapartida o centro de ejecución y, en su caso, actualizará sus mecanismos de gobernanza, si se tiene conocimiento de que se han seleccionado erróneamente, o que el servicio prestado por cuenta de clientes no se atiene ya a las circunstancias inicialmente identificadas respecto a los factores evaluados para su selección.

A estos efectos se tendrán en cuenta, entre otros, los siguientes factores de riesgo:

- Cambios normativos o regulatorios;
- Requerimientos o sanciones de organismos reguladores o sectoriales;

- Reclamaciones y/o demandas de clientes/inversores o asociaciones de consumidores;
- Recomendaciones de auditoría interna o externa;
- Impactos en la imagen de la entidad (riesgo reputacional) relacionada con los productos o servicios;
- Riesgos medioambientales, sociales o de gobernanza;
- Resultados de los controles y la monitorización de la calidad de la prestación del servicio. El Comité deberá ser inmediatamente informado de cualquier caso de utilización de intermediarios, contrapartidas y centros de ejecución no autorizados y de las repercusiones para el cliente.

## 7 Competencias profesionales

### 7.1 Competencias específicas al Comité de Productos y Comercialización y al resto de empleados que participen en las tareas de aprobación de los nuevos productos que se van a comercializar o distribuir y la aprobación de nuevos intermediarios, contrapartidas o centros de ejecución de operaciones de valores por cuenta de clientes

Los miembros que forman parte del Comité de Productos deberán poseer los conocimientos técnicos necesarios para comprender las características y los riesgos de los productos que se proponen ofrecer o recomendar y los servicios prestados, incluidos el de recepción, transmisión, ejecución y liquidación de órdenes por cuenta de clientes, así como las necesidades, características y objetivos del mercado destinatario identificado. A tal fin, los miembros del Comité de Productos deberán poseer las competencias necesarias que les permitan valorar la compatibilidad del perfil de riesgo del producto con el mercado destinatario y si el diseño del instrumento financiero obedece a características que beneficien al cliente.

Asimismo, los miembros del Comité de Productos deberán contar con los conocimientos y competencias necesarios para evaluar la eficacia de los mecanismos adoptados por Singular Bank para conseguir un sistema de gobierno, supervisión y control eficaz del negocio y, si es preciso, para supervisar cambios en este sistema.

### 7.2 Competencias específicas a los empleados que intervengan en la distribución de los nuevos productos y la tramitación de órdenes por cuenta de los clientes hasta su liquidación

La Entidad garantizará que el personal pertinente posea los conocimientos técnicos necesarios para comprender las características y los riesgos de los productos que se proponen ofrecer o recomendar y los servicios prestados, así como las necesidades, características y objetivos del mercado destinatario identificado.

La función de Cumplimiento Normativo poseerá los conocimientos y competencias adecuados para supervisar el desarrollo y la revisión periódica de los mecanismos de gobernanza de productos establecidos y la prestación del servicio de tramitación de órdenes por cuenta de clientes hasta su liquidación, con el fin de detectar cualquier riesgo de incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Política.

## 7 Aprobación y revisión de la política

La presente política será aprobada por el Consejo de Administración de Singular Bank. Asimismo, será revisada periódicamente, con carácter anual, por parte de Cumplimiento Normativo o siempre que sea necesaria su modificación o adaptación a nuevos requerimientos regulatorios o se den cambios importantes en los procedimientos establecidos.

## 8 Control de versiones

| VERSIÓN: | Validación |
|---|---|
| **Versión** | 3.3 |
| **Fecha última revisión y aprobación Consejo** | Julio 2025 |
| **Objeto de la aprobación/revisión** | Incorporación del proceso de selección y seguimiento de intermediarios/contrapartidas y centros de ejecución de operaciones con instrumentos financieros por cuenta de clientes<br>Versión aprobada por el Comité de Comercialización y Productos e informada al Comité de Riesgos y Cumplimiento en mayo de 2025 |
| **Fecha próxima revisión** | Julio 2026 |
| **Área o Departamento Responsable de la Política** | Cumplimiento Normativo |