



La gobernanza de productos aplicable a los corredores de seguros

5 de julio de 2021

Lucía Bango Junquera

Responsable del Área de Conductas de Mercado

Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones

NORMATIVA EN MATERIA DE GOBERNANZA DE PRODUCTOS

Nivel 1	• Directiva 2009/138/CE Solvencia II→ Ley 20/2015 y RD 1060/2015. • Directiva 2016/97 IDD → Real Decreto-ley 3/2020.
Nivel 2	• Reglamento delegado (UE) 2017/2358 de la Comisión de 21 de septiembre de 2017 relación con los requisitos sobre control de productos aplicables a las empresas de seguros y a los distribuidores de seguros. • Reglamento delegado (UE) 2017/2359 de la Comisión de 21 de septiembre de 2017 en lo que respecta a los requisitos de información y normas de conducta aplicables a la distribución de productos de inversión basados en seguros. • Reglamento delegado (UE) 2018/541 de la Comisión de 20 de diciembre de 2017 por el que se modifica el Reglamento Delegado (UE) 2017/2358 y el Reglamento Delegado (UE) 2017/2359 en lo que respecta a sus fechas de aplicación.

Nivel 3	19/01/2018 Directrices EIOPA emitidas en desarrollo de la Directiva sobre la distribución de seguros en materia de productos de inversión basados en seguros que incorporan una estructura que dificulte al cliente la comprensión del riesgo implicado.
Otra normativa aplicable	• Q&A on the comprehension alert in the Key Information Document for Insurance-Based Investment Products (4 de julio de 2017, 20 de noviembre de 2017, 18 de Agosto de 2017, 19 de julio de 2018, 4 de abril de 2019). • Opinion EIOPA on monetary incentives and remuneration between providers of asset management services and insurance undertakings. • Q&A IDD and its implementing measures (11 de julio de 2018, 28 de febrero de 2019 y 9 de abril de 2019). • Real Decreto 287/2021, de 20 de abril, sobre formación y remisión de la información estadístico-contable de los distribuidores de seguros y reaseguros

1. Gobernanza de Productos

- a) **Ámbito de aplicación: control de productos y requisitos en materia de gobernanza**
- b) **Diseñador de productos de seguros**
- c) **Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores/productores. Ciclo de vida del producto**
- d) **Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores/productores**

2. Conflictos de interés

3. Remuneración e incentivos

4. Práctica de ventas combinadas y vinculadas

1. Gobernanza de Productos

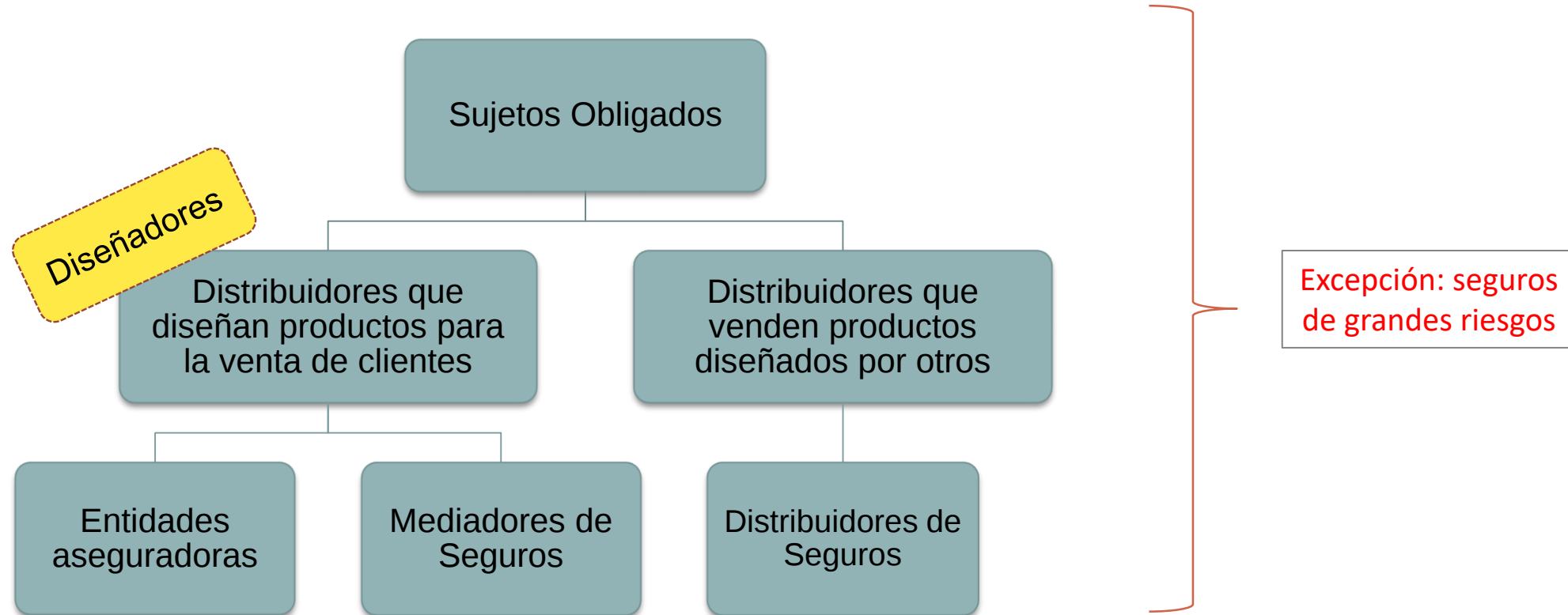
- a) **Ámbito de aplicación: control de productos y requisitos en materia de gobernanza**
- b) Diseñador de productos de seguros
- c) Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores/productores. Ciclo de vida del producto
- d) Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores/productores

2. Conflictos de interés

3. Remuneración e incentivos

4. Práctica de ventas combinadas y vinculadas

Art. 185 RDL 3/2020:



1. Gobernanza de Productos

a) **Ámbito de aplicación: control de productos y requisitos en materia de gobernanza**

b) **Diseñador de productos de seguros**

c) **Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores/productores. Ciclo de vida del producto**

d) **Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores/productores**

2. Conflictos de interés

3. Remuneración e incentivos

4. Práctica de ventas combinadas y vinculadas

- **Un distribuidor de seguros es considerado diseñador de un producto de seguros cuando:**
 - Papel decisorio en el **diseño y desarrollo** de un **producto de seguro** para el mercado.
 - Determine de forma autónoma las **características y los elementos principales** de un producto de seguro, entre ellos:
 - ✓ La cobertura de los riesgos
 - ✓ La prima
 - ✓ Los costes
 - ✓ Los riesgos
 - ✓ El mercado destinatario
 - ✓ Derechos de indemnización o de garantía

- **Un distribuidor no es considerado diseñador del producto cuando:**
 - Personalización y adaptación de productos de seguro existentes en el contexto de actividades de distribución de seguros a clientes individuales.
 - Diseño de contratos a medida a solicitud de un único cliente.

- **Cuando tanto la entidad aseguradora como el mediador de seguros participan en el diseño del producto:**
 - ✓ Acuerdo escrito
 - Colaboración a efectos del cumplimiento de los requisitos aplicables a los productores.
 - Procedimientos para identificar el mercado destinatario.
 - Procedimientos para definir las respectivas funciones en el proceso de aprobación del producto.

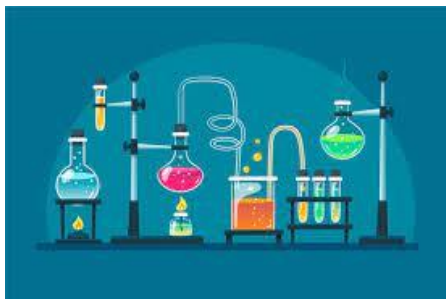
1. Gobernanza de Productos

- a) **Ámbito de aplicación: control de productos y requisitos en materia de gobernanza**
- b) **Diseñador de productos de seguros**
- c) **Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores/productores. Ciclo de vida del producto**
- d) **Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores/productores**

2. Conflictos de interés

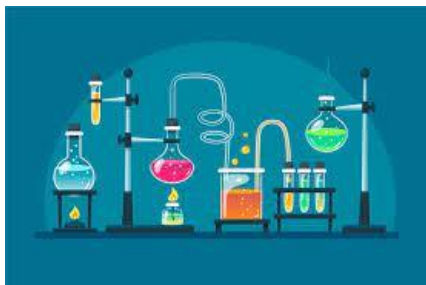
3. Remuneración e incentivos

4. Práctica de ventas combinadas y vinculadas

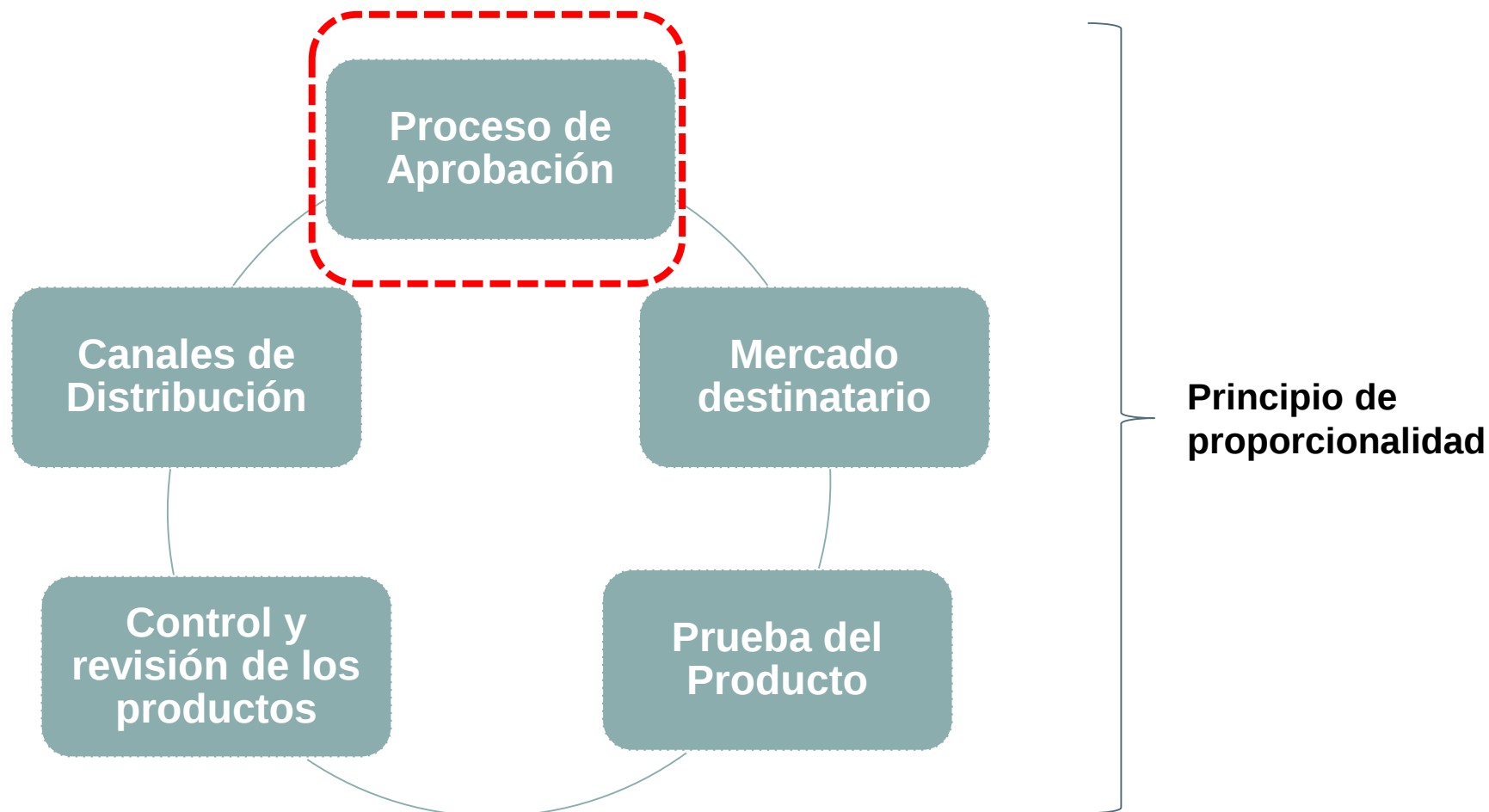


Ciclo de vida del producto





Ciclo de vida del producto

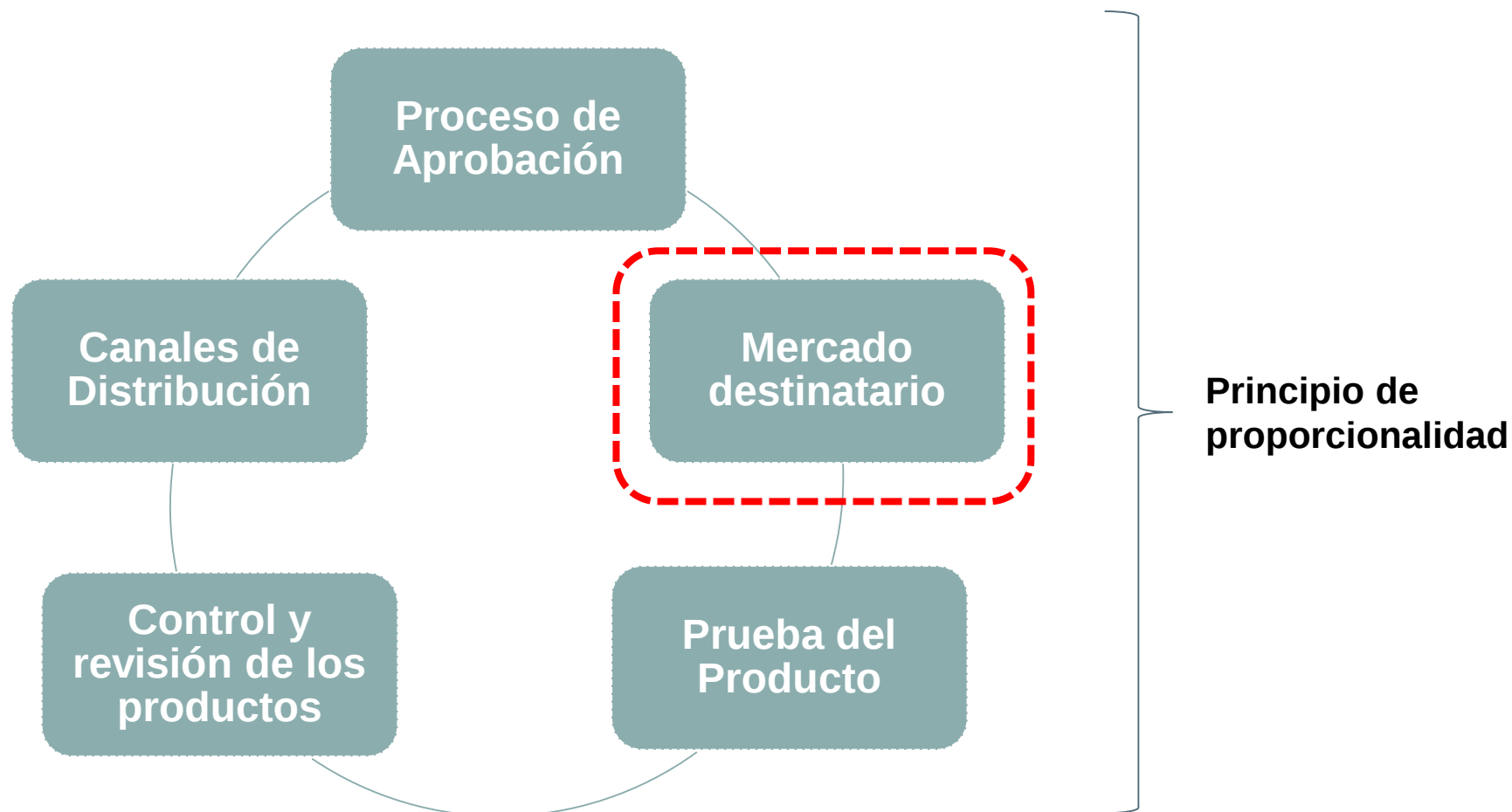


■ **Proceso de Aprobación del Producto:**

- **Política escrita** (*política de control y gobernanza de productos*)
- **Medidas y procedimientos** para el **diseño, control, revisión y distribución** de productos de seguro, y adopción de **medidas correctoras**.
- Garantizará que el diseño de los productos se tengan en cuenta **criterios** como:
 - ✓ Objetivos, intereses y características de los clientes.
 - ✓ No se perjudique a los clientes y que se evite o mitigue el riesgo de perjuicio a los clientes.
- Contribuirá a una adecuada **gestión de conflictos de interés**.
- **Responsable de la elaboración de los productos:**
 - ✓ Aprobará y es el último responsable en establecer, aplicar y revisar el proceso de aprobación del producto.
 - ✓ Verificará continuamente el cumplimiento interno del proceso.
 - ✓ Designación de un tercero para el diseño → responsabilidad última el órgano responsable.
- **Revisión periódica** del proceso de aprobación del producto.



Ciclo de vida del producto

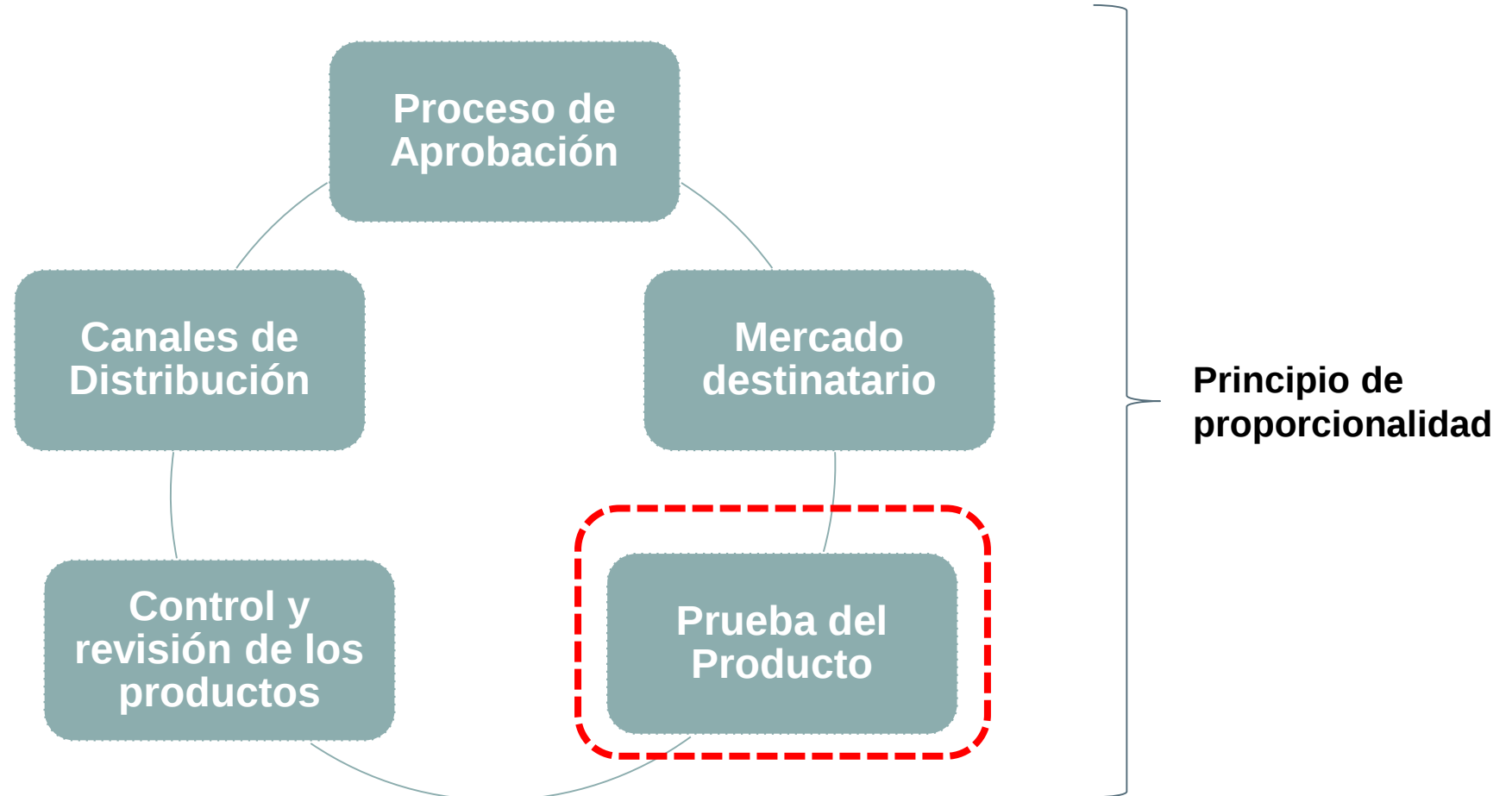


▪ **Mercado destinatario:**

- **Mercado destinatario** → grupo de clientes compatibles para cada producto.
- **Definido con suficiente detalle**, atendiendo a:
 - ✓ Características del producto
 - ✓ Perfil de riesgo
 - ✓ Complejidad del producto
 - ✓ Naturaleza del producto
- Solo es posible el **diseño y comercialización** de **productos que sean compatibles** con las necesidades, características y objetivos del mercado destinatario. Nivel de información a disposición de los clientes y cultura financiera.
- **Personal** que participe en el **diseño y elaboración** de productos deberá cumplir los **requisitos de aptitud** para entender adecuadamente los productos vendidos y el mercado destinatario.
- **PIBS** → los productores pueden determinar grupos de clientes cuyas necesidades, características y objetivos no sean compatibles con el producto de seguro.



Ciclo de vida del producto



■ Prueba del Producto

- **Cuando** se debe realizar la prueba del producto:
 - a) **Antes de introducir** el producto en el mercado.
 - b) **Antes de adaptarlo** de forma significativa.
 - c) **Cambio** significativo en el **mercado destinatario**.
- **Objetivo** de la prueba → evaluar si el producto **responde durante todo el ciclo de vida** a las **necesidades, objetivos y características** del **mercado destinatario**.
- **Tipos** de pruebas:
 - a) **Pruebas cualitativas**
 - b) **Pruebas cuantitativas** → según el tipo de producto, la naturaleza y el riesgo de perjuicio de los clientes.
- **Resultado** de las pruebas:
 - a) Positivo
 - b) **Negativo** → no se producirá la comercialización del producto.



Ciclo de vida del producto



■ Control y revisión del producto

➤ **Control del producto:**

- ✓ **Permanente.**
- ✓ **Detectar** cualquier **hecho** que afecte a las **características** de los productos, **cobertura de riesgos** o **garantía** de los mismos.
- ✓ **Valorar** si los productos siguen siendo **coherentes** con las necesidades, características y objetivos del mercado destinatario definido.
- ✓ Valorar si la **distribución** se realiza **dentro del mercado destinatario** o fuera de este.

➤ **Revisión del producto** → determinación de **intervalos para la revisión periódica**, atendiendo a:

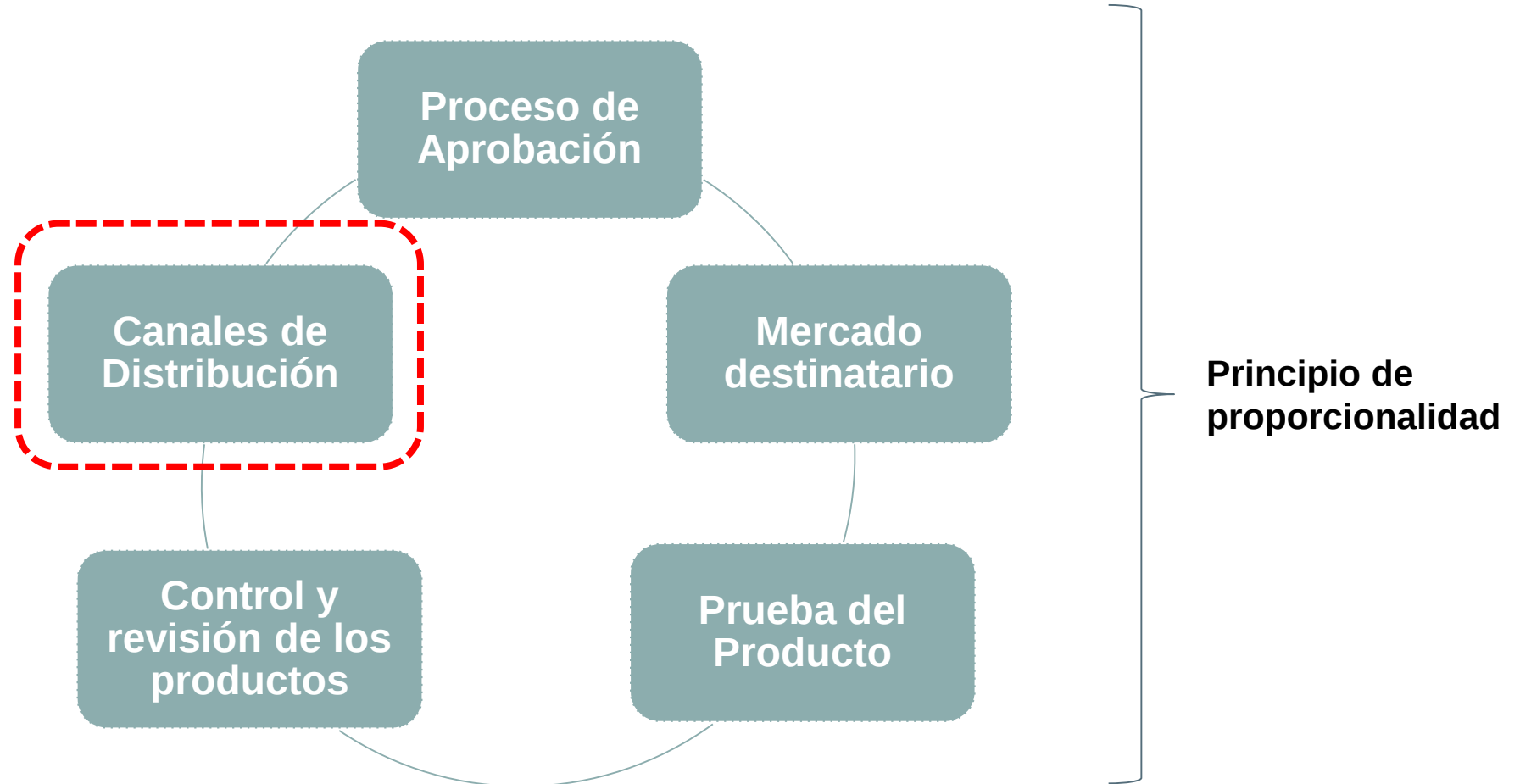
- ✓ Tamaño, escala, duración contractual y complejidad de esos productos de seguro.
- ✓ Canales de distribución.
- ✓ Otros factores externos como la modificación normativa, evolución tecnológica o variación en la situación de mercado.

➤ **Medidas correctoras:**

- ✓ En caso de detección de circunstancias relacionadas con el producto que afecten negativamente al cliente.
- ✓ Objetivo: paliar la situación y evitar la repetición del hecho perjudicial.
- ✓ Comunicación sin demora a distribuidores y clientes afectados.



Ciclo de vida del producto



■ Canales de Distribución

- Selección adecuada al **mercado destinatario**.
- Los productores deberán **facilitar** a los distribuidores toda la información sobre:
 - ✓ Los **productos de seguro**: elementos y características, riesgos y costes (incluidos costes implícitos).
 - ✓ El **mercado destinatario** definido.
 - ✓ La **estrategia de distribución** que se propone.
 - ✓ **Conflictos de interés** en perjuicio del cliente.
- La información anterior deberá **permitir** que los distribuidores:
 - ✓ Comprendan los productos de seguros.
 - ✓ Entiendan el mercado destinatario definido.
 - ✓ Identifiquen los clientes no compatibles con el producto de seguro.
 - ✓ Desarrollen actividades de distribución en beneficio de los intereses de los clientes. .

Información
clara, completa
y actualizada

■ Canales de Distribución

- **Medidas adecuadas** para la distribución de acuerdo con los objetivos del proceso de aprobación:
 - ✓ **Verificación periódica** si el producto se distribuyen en el mercado destinatario definido.
 - ✓ **Adopción** de medidas correctoras cuando la distribución **no se realice** de acuerdo con los objetivos del proceso de aprobación.

- **Documentación:**
 - ✓ De todas las medidas adoptadas en relación con el proceso de aprobación del producto.
 - ✓ Conservación a efectos de auditoría.
 - ✓ A disposición de las autoridades competentes previa solicitud.

1. Gobernanza de Productos

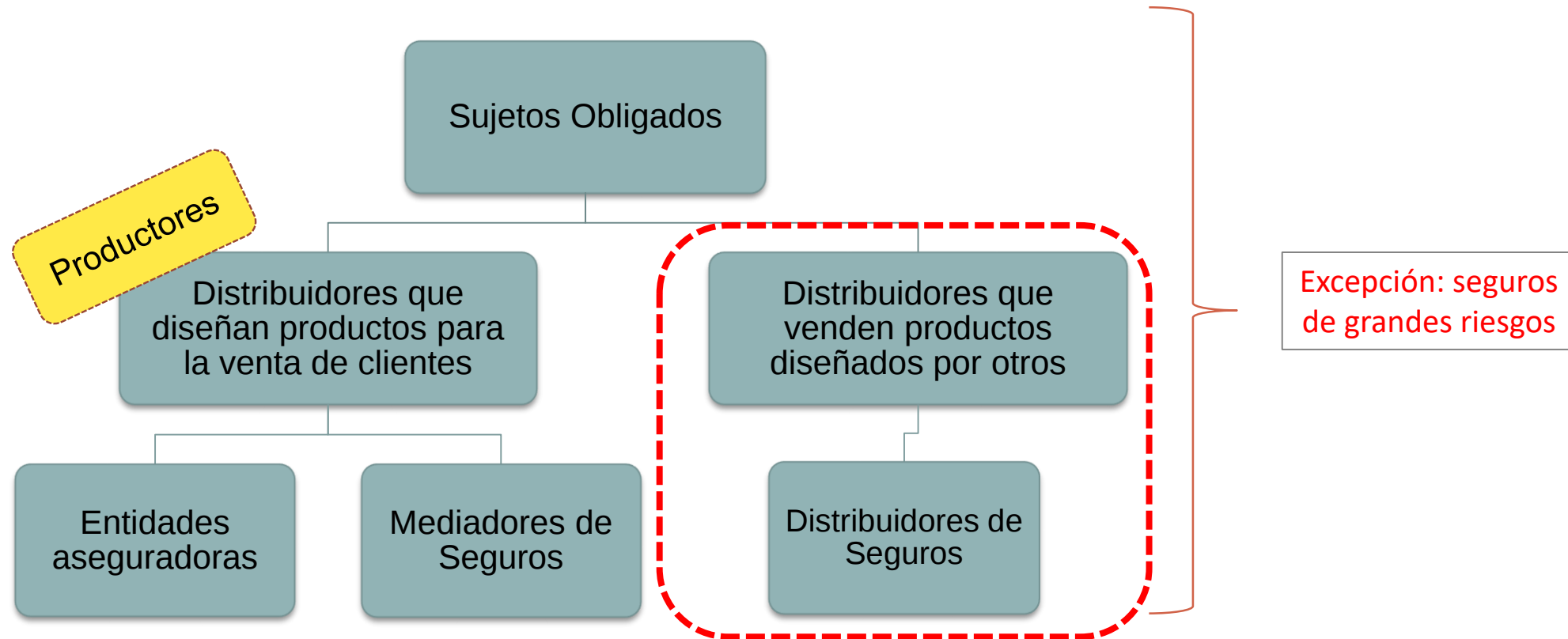
- a) **Ámbito de aplicación: control de productos y requisitos en materia de gobernanza**
- b) **Diseñador de productos de seguros**
- c) **Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores/productores. Ciclo de vida del producto**
- d) **Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores/productores**

2. Conflictos de interés

3. Remuneración e incentivos

4. Práctica de ventas combinadas y vinculadas

Art. 185 RDL 3/2020:



■ Requisitos de gobernanza para los Distribuidores de Productos de Seguros

- **Mecanismos** de distribución con **medidas y procedimientos** apropiados para:
 - ✓ Obtener del productor **toda la información** adecuada sobre los productos de seguros:
 - a) Los **productos de seguro**: elementos y características, riesgos y costes (incluidos costes implícitos).
 - b) El **mercado destinatario** definido.
 - c) La **estrategia de distribución** que se propone.
 - d) **Conflictos de interés** en perjuicio del cliente.
 - ✓ **Comprender** plenamente los productos.
- **Coherencia** entre la **estrategia de distribución del productor y del distribuidor**.
- **Mecanismo de distribución** (*política interna sobre gobernanza en materia de distribución*):
 - ✓ Aprobación y responsable último del responsable de la distribución.
 - ✓ Aplicación y revisión de los mecanismos de distribución → en función de los resultados de la revisión se procederá modificar o no los mecanismos de distribución.
 - ✓ Verificación del cumplimiento interno. Verificación de la distribución dentro del mercado destinatario definido.
 - ✓ Determinación de intervalos adecuados de revisión periódica de los mecanismos de distribución.
- **Facilitar** por parte del distribuidor al producto la **información sobre las ventas**, y en su caso, sobre las revisiones periódicas de los mecanismos de distribución.

Documento
escrito

▪ **Requisitos de gobernanza para los Distribuidores de Productos de Seguros**

➤ **Información al productor**

Cuando:

- ✓ Un producto no sea acorde a los intereses, objetivos y características del mercado destinatario.
- ✓ Se constaten otras circunstancias conexas al producto que puedan afectar negativamente al cliente.

Sin demora.

Modificación de la estrategia de distribución del producto por parte del distribuidor.

➤ **Documentación:**

- ✓ De todas las medidas adoptadas por el distribuidor en relación a los mecanismos de distribución.
- ✓ Conservación a efectos de auditoría.
- ✓ A disposición de las autoridades competentes previa solicitud.

Q&A EIOPA

➤ ***¿Cómo se aplican los requisitos en materia de control y gobernanza del producto en el caso de las pólizas hechas a medida?***

Desde el punto de vista del cliente, es indiferente que el producto de seguro se venda a un cliente o a un grupo de clientes. Al fabricar productos de seguro a medida, los fabricantes aplicarán los requisitos de POG en los casos en que decidan distribuir o fabricar dichos productos para clientes (es decir, **más de un cliente**).

La **personalización y la adaptación de los productos de seguros existentes** en el contexto de las actividades de distribución de seguros para **clientes individuales**, el **diseño de contratos a medida** a petición de un solo cliente, **no se considerarán fabricación** y, por tanto, en tales casos, no habrá obligación de que el fabricante aplique las disposiciones anteriormente mencionadas.

➤ ***¿En qué intervalos deben realizar los productores la revisión de los productos?***

La IDD no establece una frecuencia específica para la revisión de los contratos.

Los intervalos de revisión deberán establecerse teniendo en cuenta la naturaleza, características, duración y complejidad de los productos de seguros, los canales de distribución utilizados y cualesquiera otros factores como cambios normativos, modificaciones en la situación de mercado u otros eventos externos relevantes.

Q&A EIOPA

➤ ***¿Deben modificar los productores aquellas circunstancias que tengan un efecto adverso para el cliente?***

Si, ante cualquier circunstancia que afecte de forma negativa al cliente, el productor deberá adoptar las medidas que resulten más adecuadas para mitigar y/o evitar que el daño que repita. Se deben tener en cuenta todas las circunstancias para determinar la acción más adecuada.

➤ ***¿Qué tipo de acciones deberían tomar los productos si los productos están siendo distribuidos fuera el mercado destinatario?***

Los productores deberán seleccionar los canales de distribución con suficiente conocimiento y experiencia para comprender las características del contrato de seguro, junto con la identificación del mercado destinatario.

Los productos deberán monitorizar los canales de distribución utilizados de forma continua para garantizar que el contrato de seguro es distribuido en el mercado destinatario definido de acuerdo al POG.

Si el producto está siendo distribuido fuera del mercado destinatario, los productores deberán adoptar medidas.

En los casos en los que un producto esté siendo distribuido fuera de su mercado destinatario, el productor deberá evaluar si hay alguna consecuencia negativa para el cliente. Si la hay, se debería adoptar medidas.

La distribución de seguros fuera del mercado destinatario debe ser una circunstancia excepcional, siempre y cuando se cumpla el POG.

Q&A EIOPA

➤ ***¿Cómo se deben aplicar los requisitos de gobernanza y control del productos en el caso de seguros colectivos?***

En el caso de seguros colectivos, los asegurados deben ser considerados como los clientes de este tipo de seguros respecto a la aplicación de los requisitos del POG, por tanto, el mercado destinatario deberá estar definido teniendo en cuenta las características de los contratos de seguros, las necesidades y objetivos de los asegurados en este tipo de seguros.

➤ ***En el caso de productos de seguros en los que el mercado destinatario son personas jurídicas ¿deben los productores identificar el mercado destinatario?***

Todo producto de seguros destinado a la venta a clientes se encuentra dentro de los requisitos del POG, a excepción de los contratos de grandes riesgos. El POG deberá identificar el mercado destinatario y el grupo “compatible” de clientes para cada producto, con independencia de que los clientes sean personas físicas o jurídicas.

Q&A EIOPA

- ***En el caso de productos distribuidos por intermediarios de seguros complementarios excluidos del ámbito de aplicación de la IDD, ¿deben los productos velar por el cumplimiento de los requisitos del POG?***

Si. El POG se debe aplicar a todo producto de seguro con independencia de la entidad o sociedad que sea el último comercializador, a excepción de los seguros de grandes riesgos.

Los productores que utilicen intermediarios de seguros complementarios excluidos del ámbito de aplicación de la IDD deberán cumplir los requisitos del POG, y deberán establecer los procedimientos adecuados para obtener la información de los mismos necesaria para conocer si el producto es acorde con los intereses, objetivos y características del mercado destinatario definido.

- ***¿Cómo se debe identificar el mercado destinatario en los seguros obligatorios?***

- EIOPA diferencia entre:
 - A) La entidad aseguradora está obligada a aceptar la suscripción → la definición del mercado destinatario debe ser realizada teniendo en cuenta las disposiciones legales que determinan la obligatoriedad del seguro.
 - B) No hay obligación por ley de aceptar la suscripción → lo dispuesto en la normativa que regula la obligatoriedad del seguro es la base para la definición del mercado destinatario.

1. Gobernanza de Productos

- a) **Ámbito de aplicación: control de productos y requisitos en materia de gobernanza**
- b) **Diseñador de productos de seguros**
- c) **Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores/productores. Ciclo de vida del producto**
- d) **Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores/productores**

2. Conflictos de interés

3. Remuneración e incentivos

4. Práctica de ventas combinadas y vinculadas

■ Conflictos de interés:

- Principio general (art. 172 RD 3/2020): actuar con **honestidad, equidad y profesionalidad** en beneficio de los intereses del cliente.

- Distribución de PIBS:

- a) **Prevención del conflicto de interés:**

- ✓ **Identificar** los posibles conflictos de interés.
 - ✓ Adopción de **medidas** para impedir o mitigar las situaciones de conflicto de interés (principio de proporcionalidad → actividades, productos comercializados y clases de distribuidor)

- b) **Identificación e información del conflicto de interés:**

- ✓ **Insuficiencia** de las medidas adoptadas → información al cliente de la naturaleza/origen del conflicto de interés con tiempo suficiente antes de la celebración del contrato:
 - Soporte duradero, y
 - Con suficiente detalle.



Conflictos de interés

- 1 Detección del conflicto de interés
- 2 Política en materia de conflictos de interés
- 3 Procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés
- 4 Comunicación e información
- 5 Revisión y registro

Conflictos de interés

- 1 Detección del conflicto de interés
- 2 Política en materia de conflictos de interés
- 3 Procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés
- 4 Comunicación e información
- 5 Revisión y registro

1. Detección de conflictos de interés

- Evaluación por parte de las entidades aseguradoras y mediadores de seguros si ellos mismos, una persona pertinente o cualquier persona ligada a ellos, tienen un **interés en el resultado de las actividades de distribución** que cumpla con los siguientes requisitos:
 - ✓ **Interés distinto al interés del cliente** en el resultado de las actividades de distribución.
 - ✓ Que pueda influir en el resultado de las actividades de distribución en **detrimento del cliente**.
- Las entidades aseguradoras y los mediadores de seguros deberán evaluar la existencia de conflictos de interés entre un cliente y otro.
- Situaciones a tener en cuenta, como criterio mínimo:
 - ✓ Beneficio financiero o evitar una pérdida financiera, en posible perjuicio del cliente.
 - ✓ Incentivo financiero o de otro tipo para favorecer los intereses de otro cliente o grupo de clientes frente a los intereses de un cliente.
 - ✓ Participación de forma significativa en la gestión o desarrollo de PIBS, en particular, si la persona tiene una influencia en la fijación de los productos o costes de producción.

Conflictos de interés

- 1 Detección del conflicto de interés
- 2 Política en materia de conflictos de interés
- 3 Procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés
- 4 Comunicación e información
- 5 Revisión y registro

2. Política en materia de conflictos de interés

- Requisitos de la política de conflictos de interés:
 - ✓ Aplicación efectiva de la política.
 - ✓ Forma escrita
 - ✓ Adecuada al tamaño y organización, a la naturaleza, escala y complejidad de las actividades
- Grupos de entidades aseguradoras o de mediadores de seguros → la política de conflictos de interés deberá tener en cuenta la circunstancia de pertenencia a un grupo y los conflictos que pudieran derivar de la estructura y las actividades empresariales de otros miembros del grupo.
- Contenido de la política de conflictos de interés:
 - ✓ Identificación de las circunstancias que den o puedan dar lugar a conflictos de interés y que puedan suponer un riesgo de los intereses de uno o más clientes.
 - ✓ Procedimientos en relación a los conflictos de interés.
 - ✓ Medidas a adoptarse para la gestión de los conflictos de interés

Conflictos de interés

- 1 Detección del conflicto de interés
- 2 Política en materia de conflictos de interés
- 3 Procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés
- 4 Comunicación e información
- 5 Revisión y registro

3. Procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés

- Características de los procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés:
 - ✓ Adecuados al tamaño del intermediario de seguros
 - ✓ Adecuados a la actividades realizadas por el intermediario de seguros
 - ✓ Deberán tener en cuenta el riesgo de lesión de los intereses del cliente

- Elementos que deben reunir los **procedimientos**:
 - ✓ Procedimientos eficaces para **impedir o controlar el intercambio de información** en actividades que comporten un riesgo de conflicto de interés.
 - ✓ **Supervisión separada** de las personas pertinentes cuyas **funciones principales** impliquen la realización de actividades o prestación de servicios por cuenta o en favor de clientes cuyos intereses puedan entrar en conflicto o que representen diferentes intereses.
 - ✓ **Supresión** de cualquier **relación directa entre los pagos**, incluida la remuneración a las personas pertinentes que desarrollan una actividad y pagos a otras personas que desarrollan otra actividad.

3. Procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés

➤ Elementos que deben reunir las **medidas**:

- ✓ Medidas para prevenir o limitar la posibilidad de que cualquier persona ejerza una influencia inadecuada sobre la forma en la que se llevan a cabo las actividades de distribución.
- ✓ Medidas para impedir o controlar la participación simultánea o consecutiva de una persona pertinente en actividades separadas de distribución de seguros, cuando tal participación pueda afectar a la correcta gestión de los conflictos de interés.
- ✓ Política en materia de obsequios y liberalidades que determinen claramente en qué condiciones pueden aceptarse o entregarse obsequios y liberalidades y qué medidas han de adoptarse a la hora de aceptarlos o entregarlos.

➤ Falta de adecuación de los procedimientos y medidas adoptadas → se deberán adoptar medidas y procedimientos alternativos adecuados.

Conflictos de interés

- 1 Detección del conflicto de interés
- 2 Política en materia de conflictos de interés
- 3 Procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés
- 4 Comunicación e información
- 5 Revisión y registro

4. Comunicación e información

- Comunicación de la existencia de los conflictos de interés → Excepción a la Regla General
- En caso de comunicación de la existencia de un conflicto de interés, se deberá:
 - ✓ Facilitar la descripción específica del conflicto de interés.
 - ✓ Explicar la naturaleza general y el origen del conflicto de interés.
 - ✓ Explicar los riesgos para el consumidor derivados del conflicto de intereses y de las medidas adoptadas para mitigar esos riesgos.
 - ✓ Indicar que las disposiciones organizativas y administrativas adoptadas no son suficientes para evitar los riesgos de lesión de los intereses de los clientes.

Conflictos de interés

1

Detección del conflicto de interés

2

Política en materia de conflictos de interés

3

Procedimientos y medidas para mitigar/evitar el conflicto de interés

4

Comunicación e información

5

Revisión y registro

5. Revisión y registro

- Política en materia de conflictos de interés
 - ✓ Evaluación y revisión periódica
 - ✓ Periodicidad mínima: anual

- Registro de las situaciones de conflicto de interés
 - ✓ Registro de situaciones de conflicto de interés y de situaciones potenciales de conflicto de interés
 - ✓ Llevanza y actualización regular
 - ✓ Reporte, mínimo anual, al órgano de dirección del intermediario de seguros o empresa de seguros, de informes escritos sobre situaciones de conflicto de interés

1. Gobernanza de Productos

- a) **Ámbito de aplicación: control de productos y requisitos en materia de gobernanza**
- b) **Diseñador de productos de seguros**
- c) **Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores/productores. Ciclo de vida del producto**
- d) **Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores/productores**

2. Conflictos de interés

3. Remuneración e incentivos

4. Práctica de ventas combinadas y vinculadas

- **Principio general** → Actuación en **mejor interés de los clientes**:
 - ✓ Los distribuidores de seguros **no podrán ser remunerados, ni podrán evaluar el rendimiento de sus empleados**, de un modo que entre en conflicto con su obligación de actuar en mejor interés de sus clientes.
 - ✓ Un distribuidor **no establecerá ningún sistema de remuneración, de objetivos de ventas** o de otra índole que pueda constituir un **incentivo** para que este o sus empleados **recomienden un determinado producto** de seguro a un cliente **si** el distribuidor de seguro puede ofrecer **un producto diferente que se ajuste mejor** a las necesidades del cliente.



- **Concepto de remuneración**

- ✓ Un **honorario** → remuneración que abona directamente el cliente. En este caso, el mediador deberá informar al cliente:
 - a) Del importe de los honorarios, o
 - b) Método del cálculo de lo honorarios.
- ✓ Una **comisión** → remuneración incluida en la prima del seguro.
- ✓ **Otro** tipo de **remuneración** → incluida cualquier ventaja económica ofrecida.
- ✓ **Combinación** de las anteriores



- **PIBS: remuneración**

- ✓ Abono o cobro de honorarios o comisiones, percepción de otros beneficios monetarios en relación a la distribución de PIBS, se considerará actuación conforme a los principios de honestidad, equidad y profesionalidad, cuando el pago o beneficio no perjudique:
 - a) La **calidad** del correspondiente **servicio al cliente** y
 - b) El cumplimiento de la **obligación** del mediador o de la entidad aseguradora de actuar con **honestidad, equidad y profesionalidad**, en el mejor interés del cliente.

Excepción: Clientes profesionales

- **PIBS: evaluación de incentivos y sistema de incentivos**

- ✓ Concepto de incentivo honorario, comisión u otro beneficio monetario o no monetario pagado o entregado, en relación con la distribución de un producto de inversión basado en seguros o con un servicio auxiliar, por un tercero distinto del cliente. No incluye pagos de clientes.
- ✓ Incentivo con efecto perjudicial → aquellos que afecten a la calidad del servicio al cliente incumpliendo los principios de actuación honesta, imparcial y profesional.
- ✓ Evaluación del efecto perjudicial → se deberá realizar un **análisis global** de:
 - a) Todos los factores que puedan aumentar o disminuir el riesgo de un efecto perjudicial
 - b) Todas las medidas organizativas para evitar o mitigar el riesgo de un efecto perjudicial

- **PIBS: criterios de evaluación de incentivos**

- ✓ Si podría inducir a **ofrecer o recomendar un producto de seguro**, a pesar de ofrecerle un producto de seguro que se ajustase mejor a sus necesidades.
- ✓ Si se basa exclusivamente en **criterios comerciales cuantitativos** o si tiene en cuenta **criterios cualitativos** adecuados que reflejen el cumplimiento de la normativa, servicios prestados y su satisfacción.
- ✓ Si hay relación con **el valor del producto** y de los servicios prestados.
- ✓ Si se **paga** íntegramente o principalmente en el **momento de la celebración** del contrato o si se extiende a lo largo de **toda la duración del contrato**.
- ✓ Existencia de un **mecanismo adecuado para exigir la devolución del incentivo** en caso de que el producto se extinga o rescate con anticipación, o en caso de que los clientes del cliente se hayan visto perjudicados.
- ✓ Si hay un **umbral variable u coeficiente multiplicador** que se aplique al alcanzar un **objetivo basado en el volumen o el valor de ventas**.

1. Gobernanza de Productos

- a) **Ámbito de aplicación: control de productos y requisitos en materia de gobernanza**
- b) **Diseñador de productos de seguros**
- c) **Requisitos gobernanza aplicables a los diseñadores/productores. Ciclo de vida del producto**
- d) **Requisitos de gobernanza aplicables a los distribuidores de productos no diseñadores/productores**

2. Conflictos de interés

3. Remuneración e incentivos

4. **Práctica de ventas combinadas y vinculadas**



Venta Vinculada

Oferta o venta de un paquete

Constituido por:

- ✓ un contrato de seguro y
- ✓ otros productos o servicios financieros

el contrato de seguro no se ofrezca al cliente por separado.

Venta Combinada

Oferta o venta de un paquete

constituido por:

- ✓ un contrato de seguro y
- ✓ otros productos o servicios financieros

el contrato de seguro se ofrezca al cliente por separado.

Excepción: Pólizas de seguros multiriesgos



- **Práctica de ventas combinadas y vinculadas: deberes de información**

Antes de la contratación (contrato de seguro producto principal o auxiliar de un bien o servicio), el distribuidor deberá informar de **manera expresa y comprensible**:

- ✓ Que está realizando una **venta combinada o vinculada**.
- ✓ De la parte del **coste total** que corresponde a **cada uno de los productos** o servicios, en la medida en que ese coste esté disponible para el usuario de seguros.
- ✓ De los **efectos que la no contratación individual** o la **cancelación anticipada del seguro** o de cualquier productos vinculados produciría **sobre el coste conjunto** del seguro y el resto de los productos o servicios vinculados.
- ✓ De las **diferencias** entre la **oferta conjunta** y la **oferta** de los productos **por separado**

- **Práctica de ventas combinadas y vinculadas**

- A. **El contrato de seguro es el producto principal**

Requisitos:

- El distribuidor deberá informar al cliente de si los diferentes elementos se pueden adquirir de forma separada:
 - ✓ Descripción de los diferentes componentes
 - ✓ Facilitar por separado justificantes de costes y gastos
- Si el riesgo o cobertura de seguro resultante del paquete o acuerdo es diferente a los asociados a los componentes asociados por separado → el distribuidor facilitará:
 - ✓ Una descripción adecuada de los diferentes componentes del acuerdo
 - ✓ El modo en que la interacción entre ellos modifica el riesgo o la cobertura del seguro

- **Práctica de ventas combinadas y vinculadas**

B. El contrato de seguro es auxiliar a un bien o servicio que no sea de seguros

Requisitos:

- El distribuidor deberá ofrecer al cliente la posibilidad de adquirir el bien o el servicio por separado.

Excepción:

- ✓ Producto complementario de un servicio o actividad de inversión (RDL 4/2015, de 23 de octubre).
- ✓ El producto de seguro sea complementario de un contrato de préstamo (4,3 Ley 5/2019, de 15 de marzo)
- ✓ Cuando el contrato de seguro sea complementario de una cuenta de pago (RDL 19/2017, de 24 de noviembre)

Gobernanza de Productos



PRODUCTO PRINCIPAL	SERVICIO/PRODUCTO ACCESORIO	VENTA VINCULADA	VENTA COMBINADA
Contrato de Seguro	Servicio/producto accesorio	✓	✓
Bien o servicio diferente a los previstos en RDL 4/2015 Ley 5/2019 RDL 19/2017	Contrato de Seguro	✗	✓
Producto Financiero RDL 4/2015 Ley 5/2019 RDL 19/2017	Contrato de Seguro	Aplica la normativa específica	





Muchas gracias