

***LA CONDUCTA DE
MERCADO Y EL SEGURO:
¿Necesidad o Moda?
¿Riesgo u oportunidad?***

Contenido

- I. Preludio*
- II. Introducción*
- III. Regulando Conducta: IDD, la respuesta Europea*
- IV. Supervisando Conducta*
- V. De la Regulación a la Realidad*
- VI. Epílogo*
- VII. Anexo; IDD en detalle*



I. Preludio

Punto de Partida (para el Sector seguros)

“I will not accept that in some parts of Europe, people are sold food of lower quality than in other countries, despite the packaging and branding being identical,” J.C. Juncker, Discurso del Estado de la Unión, 2017 (sobre el “Nutellagate”)

- CAMBIO: Regulatorio (supervisor), social, cultural... ¿De modelo de Negocio?
- EXPECTATIVAS: Incertidumbre, aprendizaje
- IMPLICACIONES: “first mover dilemma”, best in class cost”, PyG, asimetría de información, competencia

Contexto externo (y su impacto)

- La realidad ahí fuera:
 - Política (y fiscal)
 - Económica
 - Tecnológica
 - Social y demográfica
 - Impacto en regulación, supervisión... y negocio

Contexto regulatorio

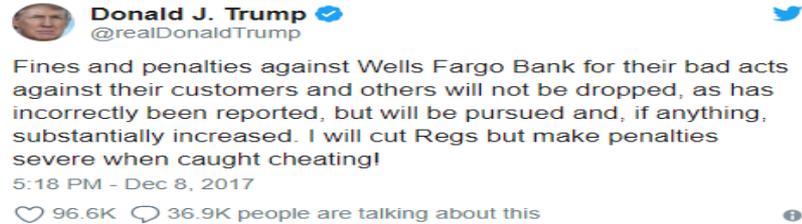
- La regulación ha sido un riesgo Top 3 para los ejecutivos (Informe PwC Banana skins). Por qué? Incertidumbre y cambio
- Oleada de cambios regulatorios: Rusia, India, Corea... se unen a EEUU, UE o China
- Cambio en el péndulo regulatorio... Crecimiento.
- Está ganando peso el concepto de “sustainable finance”... ¿Pero sólo a nivel político?
- Y... ¿Qué hacemos con el Cambio climático?
- La conducta de mercado como nueva prioridad supervisora... y política!
- Fiscalidad como punto ciego de la regulación: ¿Qué podemos hacer?

Cuestiones a debatir al final de la Formación

- No puedo vender mal un buen producto
- Siempre lo hemos hecho así... y no ha pasado nada
- Todo el Sector lo hace, no puede estar mal
- Yo ya tengo al cliente en el centro de mi estrategia
- ¿Café para todos?

II. Introducción

Wells Fargo may have forced 570,000 customers into unneeded auto insurance



HOME / REGIONS / ASIA / HONG KONG'S NEW INSURANCE AUTHORITY EYES MIS-SELLING CRACKDOWN

Hong Kong's new Insurance Authority eyes mis-selling crackdown

TAGS: CHINA | CHINA INSURANCE REGULATORY COMMISSION | HONG KONG | HONG KONG INSURANCE AUTHORITY

By Kirsten Hastings, 12 Jun 17

Hong Kong's new insurance regulator plans to work closely with its mainland China counterpart to combat mis-selling when it officially takes over from the Office of the



Federal Reserve Bank of New York

Misconduct Risk, Culture, and Supervision

Stephanie Chaly
James Hennessy
Lev Menand
Kevin Stiroh
Joseph Tracy

December 2017

CBA admits unfair credit insurance sales

by Bethan Moorcraft
07 Apr 2018

SHARE
Facebook Twitter LinkedIn

THE BEST INVESTMENT YOU CAN MAKE YOUR CAREER.



Commonwealth Bank of Australia (CBA) has admitted breaching obligations under the Corporations Act by selling credit insurance products to thousands of unemployed customers.

According to ABC reports, the bank sold its CreditCard Plus (CCP) product to at least 65,000 unemployed customers – who would have been unable to file claims on the policies if they suffered a disability or lost future jobs because of their job status when they were first sold the policy.

May Seminar Series

Med Mal – A brokers guide to avoiding icebergs.

Book NOW

Melbourne Perth Sydney
Hobart Adelaide Brisbane
Brisbane Liverpool

PRORISK

... también en “Español”

BANCA

Un juzgado admite una demanda colectiva por seguros como cláusula abusiva

Un juzgado mercantil de Gijón ha admitido a trámite la primera demanda colectiva contra dos entidades financieras -Sabadell y Popular- por los seguros de vida y/o amortización a prima única en los préstamos hipotecarios, por considerarlos abusivos.

La demanda fue presentada por el Colegio de Mediadores de Seguros del Principado, representado por el bufete Espacio Legal, y el juicio está previsto que se celebre en octubre.

El argumento esgrimido por los demandantes es que la firma de estos seguros de vida constituye una cláusula abusiva más, ya que si no se firmaba no se concedía el préstamo.

El riesgo de conducta en seguros va a más debido a presiones desde diferentes ámbitos: sectorial, geográfico y supervisor

Expectativas de la evolución de la regulación relativa a conducta (ámbito seguros)

Ámbitos de convergencia

Hoy

Mañana

SECTORIAL

En banca, seguros, gestión de activos...

- Seguros rezagados en el marco regulador (MiFiD II vs IDD)
- Peor percepción social del Sector financiero respecto a otros sectores

- Ambición de **alcanzar (converger) el nivel de otros sectores** como palanca para mejorar la percepción social... y reducir "riesgo político"
- Fukushima como ejemplo (cambio de percepción)?

GEOGRÁFICA

Global, regional y local

- Regulación a **dos velocidades**: prudencial y conducta, con prevalencia de la primera.
- **Agenda FSB** y su lectura: Riesgo de conducta como fuente de riesgo sistémico.
- Europa y las ESAs. El debate *Twin Peaks*
- ¿España como **ejemplo en regulación**?
- Asimilación de regulación en territorios: Méjico y Solvencia II como ejemplo.

- Regulación **incorporada a la agenda global**, está aquí para quedarse
- **Interiorización** de las normas de **Conducta** dentro de la **Cultura** de las entidades
- "Importación paulatina" de las **prácticas más avanzadas**. UK como ejemplo.

SUPERVISORA

Entre diferentes tipos de reguladores

- Convivencia de regulación **Macro y Micro**
- Regulación **prudencial y de conducta**, con prevalencia de la primera

- Inspecciones **temáticas de Conducta**
- Inspecciones de **Cultura**
- Manual de **supervisión de conducta**
- **Nexos entre los distintos niveles**: Macro y Conducta (FSB), Prudencial y Conducta (ORSA como ejemplo)

El riesgo de conducta en seguros va a más debido a presiones desde diferentes ámbitos: sectorial, geográfico y supervisor

Expectativas de la evolución de la regulación relativa a conducta (ámbito seguros)

Ámbitos de convergencia

Regulación

Supervisión

FSB

- “Rolling bad apples”
- “Responsibility mapping”
- Cultura

- Mapeo de responsabilidades: expectativa y exigencia creciente de asignar responsables.
- Cultura: plan de trabajo del FCA ; Dutch National Bank usando psicólogos en Consejos

EIOPA

- Protección del consumidor como prioridad
- Informes “Consumer Trends”

- Mistery shopping 2018.
- Revisiones temáticas (p.e. Unit linked)
- Manual de supervisión de Conducta.
- “Strategic Supervisory Plan”

Nivel nacional

- Correlación entre modelo y apetito por ser superequivalentes
- Copiar los marcos más avanzados... sin entender cómo implementarlos

- Bafin, nueva Unidad (horizontal) de Consumidores (>40 inspectores)
- CNMV Mistery shopping
- Italia: Unit linked CONSOP

(Riesgo de) Conducta de Mercado

¿Qué es?

El conjunto de riesgos asociados a la capacidad de una entidad de producir **buenos resultados** para sus clientes y proteger la integridad de los mercados.



Su gestión se resume en proporcionar al cliente adecuado el producto apropiado a través del mejor canal posible.

- 1. Cliente**– Identificar y verificar (Target Market en **POG**)
- 2. Producto** – Identificar y verificar el mejor producto para ese cliente (“el mejor interés” al que se refiere la **IDD**)
- 3. Procesos** – Operacionalizar un modelo de negocio que genere beneficios legítimos, manteniendo la integridad del Mercado y la reputación de la entidad.

¿Y el Regulador? Han evitado definir el Riesgo de Conducta de Mercado, para evitar transformarlo en un ejercicio exclusivo de Cumplimiento.

Sin embargo, empiezan a dar mayor importancia a los siguientes puntos:

- 1) *Tone from the Top* y estructura de gobierno corporativo.
- 2) Cultura, ética, integridad.
- 3) Diseño y venta de nuevos productos.
- 4) Prácticas de ventas, incluyendo el uso de “*behavioral economics*”.
- 5) Estructuras de incentivos internos (monetarios y no monetarios).
- 6) Gestión de conflictos de intereses.
- 7) Gestión de reclamaciones.
- 8) Procesos relativos a siniestros.

• *Se puede solapar con el Riesgo Operacional...*

• *Pero tiene implicaciones desde un punto de vista de Riesgo Reputacional y Riesgo Estratégico que van más allá.*

Cultura de Empresa

¿Qué es?

El conjunto de elementos que nos permiten anticipar cómo va a actuar una entidad y su personal ante determinadas circunstancias.

¿Se puede medir?

¿Tengo la cultura que necesito?

¿Se puede cambiar?

¿Por qué importa?

Riesgos

Prueba: Jerarquía de prioridades

Entidad Global... Cuántas culturas quiero tener (una) y cuántas tengo



¿Y el Regulador? Ha evitado definir qué es cultura de empresa, y hasta la fecha, también incluirla en el ámbito de la supervisión.

Sin embargo, empiezan a dar señales de cambio:

- 1) Supervisión cualitativa;
- 2) Cultura, ética, integridad;
- 3) Discusiones sobre estrategia;
- 4) Análisis de implementación de modelos de negocio;
- 5) Interacción con consejeros independientes;
- 6) Estructuras de incentivos internos (monetarios y no monetarios);
- 7) Gestión de conflictos de intereses;
- 8) FCA UK (plan de supervisión, foco en cuestiones de la cultura de la entidad).

Marco de gestión integrado del Riesgo de Conducta

Objetivo: El desarrollo de un marco que defina los mecanismos que generan valor al cliente y su incorporación en el modelo de negocio de la entidad.

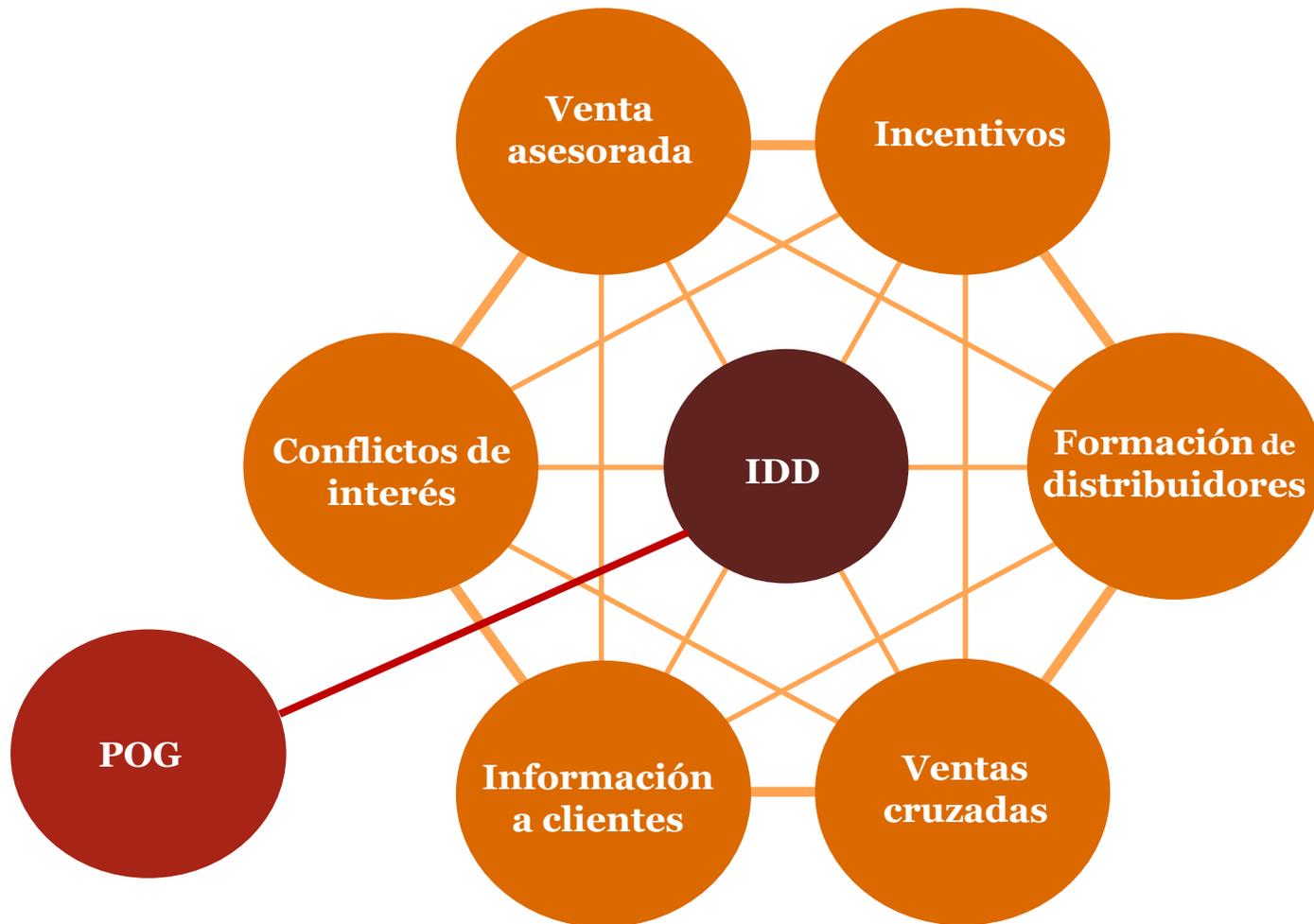


Algunos retos:

- **Establecer e integrar el Apetito**– vínculo entre las tolerancias y perfiles de riesgo y el modelo de negocio.
- **Análisis y articulación**– identificar aquellos puntos que pueden generar situaciones de Conducta de Mercado.
- **Medición**- definir qué información y datos son relevantes y cuantificar su relevancia.

III. Regulando Conducta: IDD, la respuesta Europea

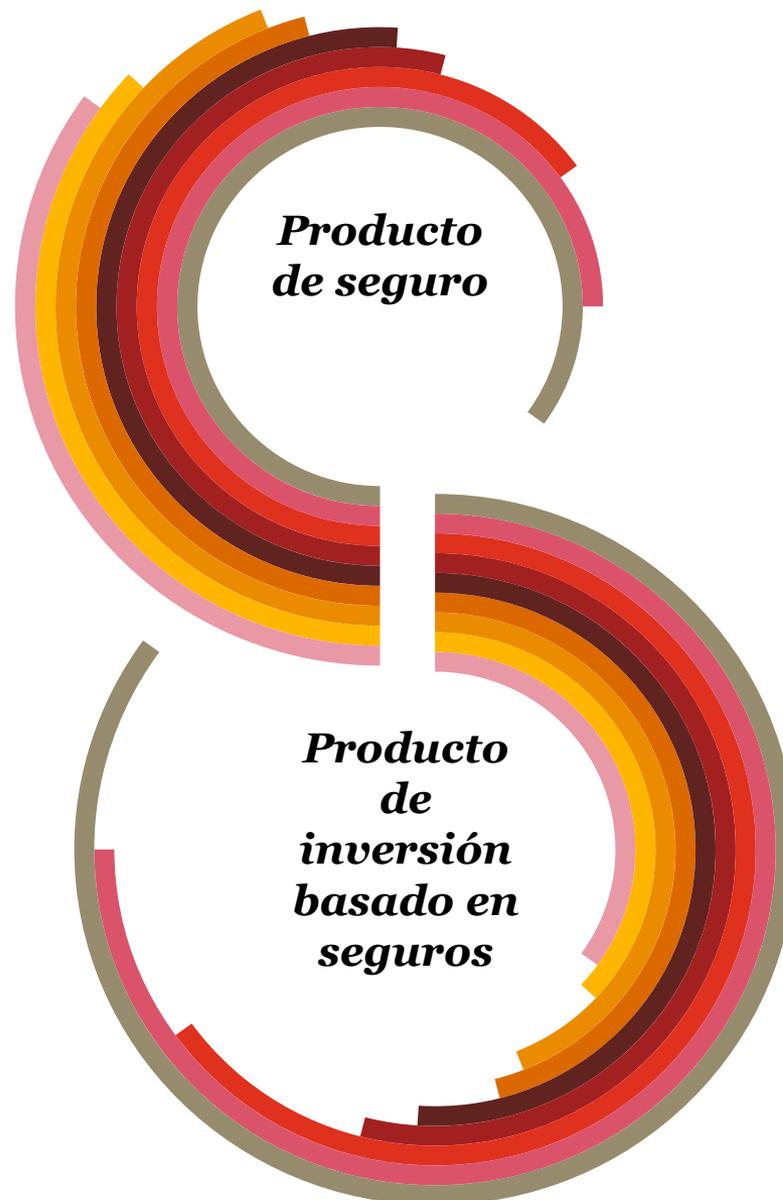
Principales impactos de IDD



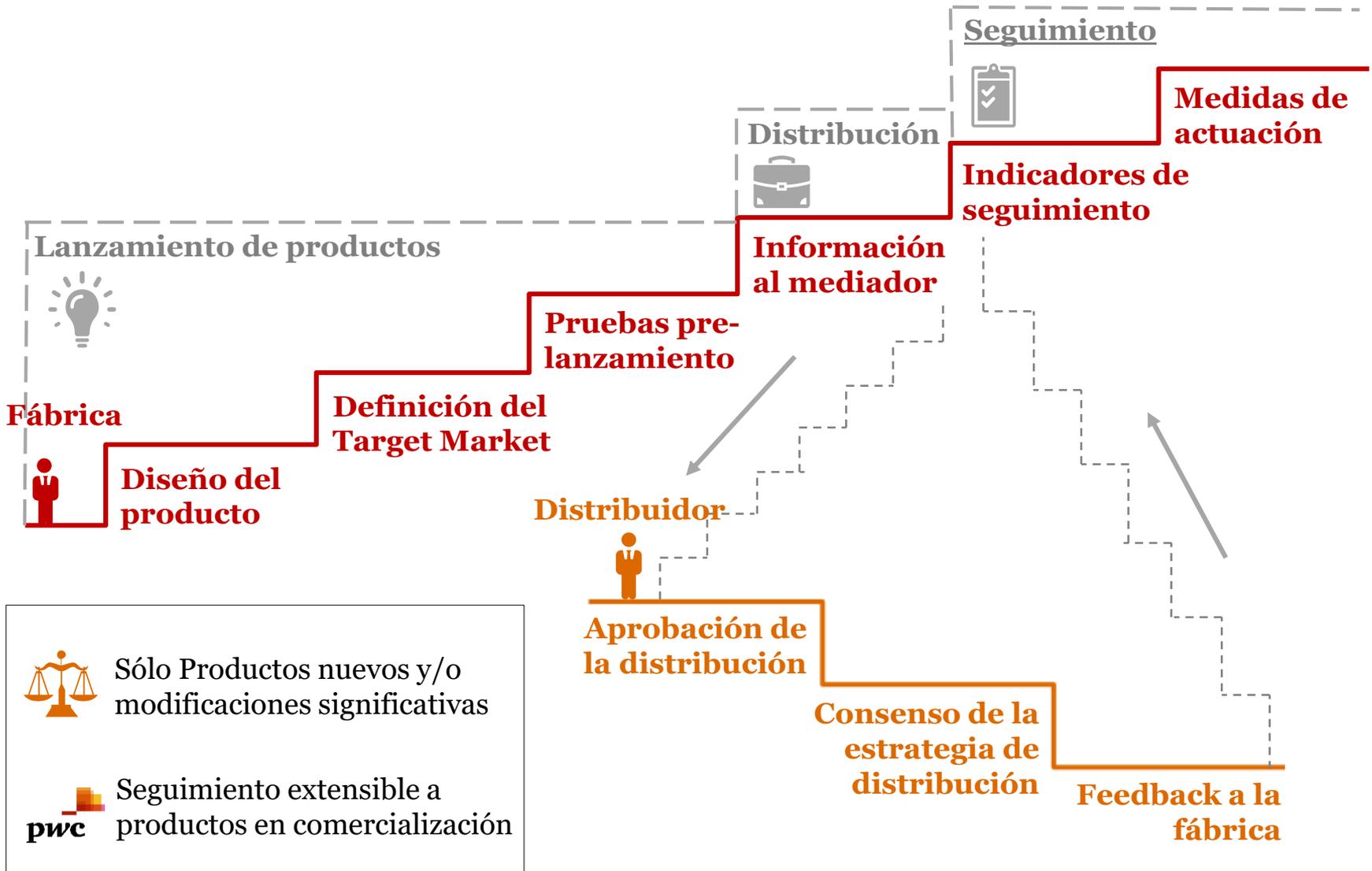
Ámbito de aplicación

IDD establece requisitos adicionales en caso de comercialización de productos de inversión basados en seguros

Y además...IDD no se ciñe a los intermediarios de seguros, en cualquiera de sus modalidades, sino que se amplía a las propias entidades aseguradoras.



POG: Contenido



Sanciones

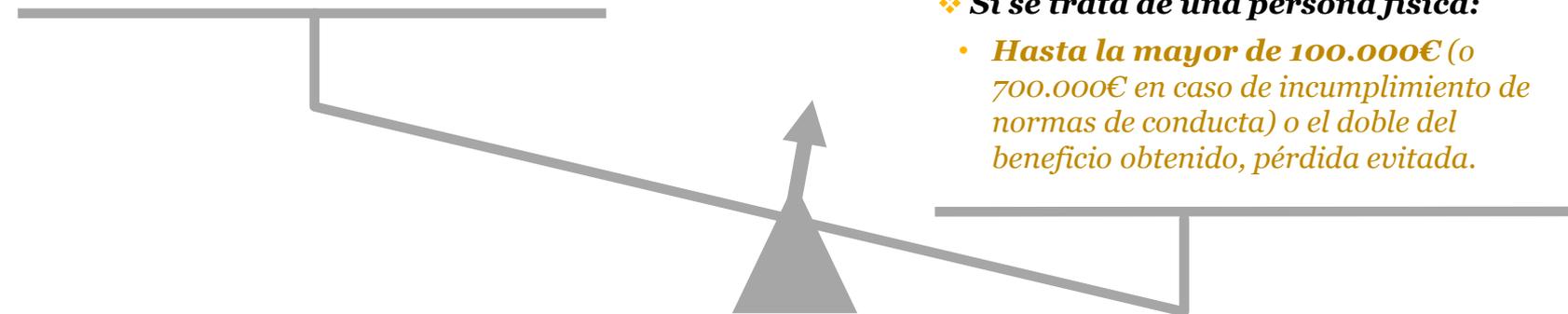
Los importes de las sanciones pecuniarias previstas en el Proyecto son **significativamente superiores** a los previstos en la actual Ley de Mediación (Ley 26/2006, de 17 de julio, de mediación de seguros y reaseguros privados). Adicionalmente, se el nuevo régimen **extiende la prohibición temporal (entre 5 y 10 años) de ejercer funciones de gestión** a los miembros del órgano de dirección en las aseguradoras, y establece la **publicidad** de determinadas sanciones.

Sanciones pecuniarias bajo la Ley actual de Mediación

- **Muy graves:** *Multa por importe desde 15.001€ hasta 30.000€.*
- **Graves:** *Multa por un importe desde 6.001€ hasta 15.000€.*
- **Leves:** *Multa por importe de hasta 6.000€.*

Sanciones pecuniarias IDD

- ❖ **Si se trata de una persona jurídica:**
 - **Hasta al menos 1.000.000€ o hasta el 3 % (5.000.000€ o 5% en caso de incumplimiento de normas de conducta) del volumen de negocios anual total; o el doble del beneficio obtenido, pérdida evitada**
- ❖ **Si se trata de una persona física:**
 - **Hasta la mayor de 100.000€ (o 700.000€ en caso de incumplimiento de normas de conducta) o el doble del beneficio obtenido, pérdida evitada.**



IV. Supervisando Conducta

De Regulación a Supervisión

- ¿Se puede supervisar la Conducta? Sí... y ya se está haciendo
- ¿Y la Cultura? También. Enfoque “smoking gun” como ejemplo
- ¿Por qué?
- ¿Cómo empiezo? ¿Y cuándo?
- Planes de supervisión de Conducta
- Herramientas para supervisar Conducta
- Ejemplos concretos

Realidad supervisora: ¿Bélgica como ejemplo?

The future ... lessons for insurers

- EIOPA will be working hard on consumer risks and conduct risks
 - Trend reports
 - Complaints
 - Other channels
- Insurers that are prepared have a competitive advantage
 - Less mis-selling
 - Fewer claims
 - Fewer issues with supervisors or courts
- EIOPA will prepare a supervisory handbook (on-site supervision, transversal screening of products, KID, IPID, costs, advertising, etc.)
- EIOPA will go forward with European convergence
- Belgium will be an example of best practice

V. De la Regulación a la Realidad

“Addressing transformational change: The agenda of the Global Insurance CEO”

La confianza como factor clave en la Promesa del Seguro

74%

*de los CEO's de aseguradoras
perciben la falta de
confianza en el Sector
como una amenaza al
negocio*



27% de los consumidores confían en su proveedor
de Seguros

Los diferentes impactos del Riesgo de Conducta

Legal

- **Predisposición** de los Tribunales para **aceptar acusaciones de “mala praxis”** contra la entidad
- **Acciones colectivas** por parte de los clientes aprovechando casos puntuales de **“mala praxis”** para obtener un beneficio económico
- **Modelo de negocio** para determinados bufetes. Tras la Banca (cláusulas suelo, multdivisas...) vendrá Seguros

Regulatorio

- **Endurecimiento** del **criterio** del regulador (y “aprendizaje” por asimilación). Manual de supervisión de conducta en EIOPA
- Mayor importancia de la **supervisión de conducta** dentro de las prioridades del regulador (p.e. visitas temáticas a Supervisores nacionales con EIOPA)
- Vínculos entre el **ámbito prudencial y el de conducta** (ORSA)

Reputacional

- Impacto de las **nuevas tecnologías** como canal para **trasladar opiniones** (generalmente negativas).
- Nivel de **exigencia y de información creciente** del cliente
- Asociación de la **marca** a una **experiencia de cliente** positiva, en contraposición a la entidad como responsable de mala praxis.

Financiero

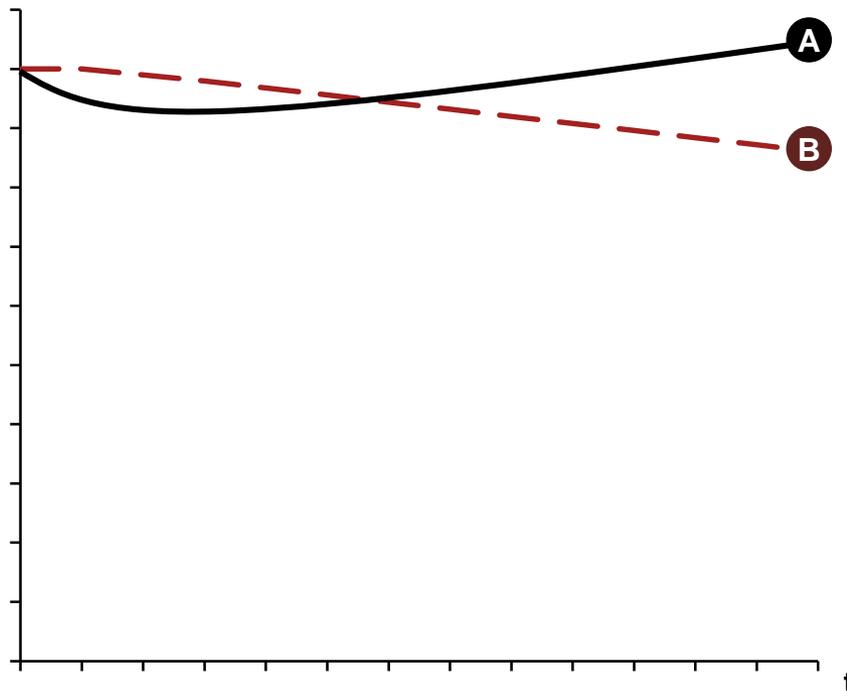
- **Sanciones y multas** por incumplimiento de la normativa (IDD como ejemplo). Sanciones ejemplarizantes.
- **Indemnizaciones** a clientes por “mala praxis”. Coste de PPI para el Sector en UK como ejemplo
- **Menor captación** de clientes y **mayor “churn”** debido al daño reputacional

Riesgo de conducta y Negocio

Posibles escenarios de evolución del negocio de seguros en el contexto de IDD

CONCEPTUAL

Ingresos negocio
de seguros



A De “conducta” a “cultura”

- **Corto plazo:** Potencial impacto negativo en ingresos y reducción del riesgo regulatorio
- **Medio plazo:** Impacto positivo por el lanzamiento de productos más personalizados y la mejora de fidelización de clientes. Refuerzo del valor de Marca.
- Cambio de tendencia **controlado y accionable**

B Cumplimiento normativo

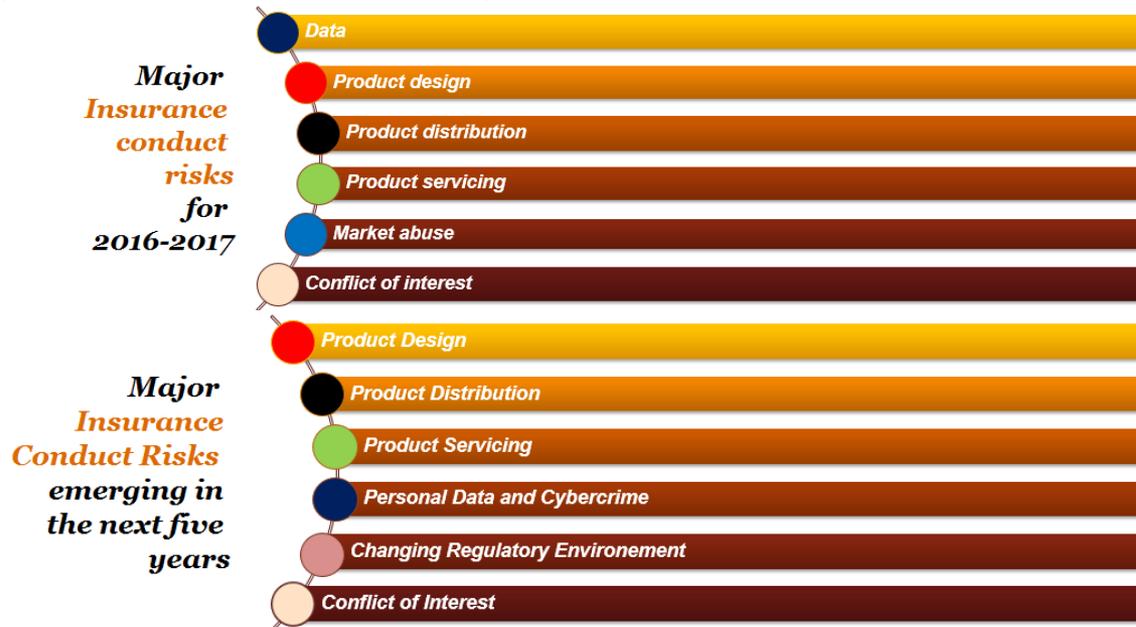
- **Corto plazo:** Mantenimiento del nivel de ingresos y riesgo regulatorio actual
- **Medio plazo:** Ingresos en peligro por la entrada de competidores con mayor orientación a cliente o de *incumbents* adaptados al nuevo contexto
- Cambio de tendencia **menos controlable** (dado por cambios de mercado)

En detalle: expectativas y prácticas

| Área | Expectativas del regulador | Prácticas encontradas | ¿Y si? |
|-------------------------------------|---|--|---|
| Ventas | <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de venta orientados a lograr el mejor interés del cliente • Procesos, documentación, trazabilidad • Responsabilidades | <ul style="list-style-type: none"> • Siniestralidad < 20% • Toda la red vende todos los productos • Productos superrentables bajo sospecha (e.g. PPI) | <ul style="list-style-type: none"> • Indicadores de riesgo de conducta. • Usar mitigantes de riesgo (p.e.. <i>stoppers</i>) • Planes de adaptación |
| Product Oversight Governance | <ul style="list-style-type: none"> • Marco estructurado para diseño, testeo, revisión...del producto • Post venta... "life cycle" y expectativa de que se ajuste el binomio producto cliente, en su mejor interés | <ul style="list-style-type: none"> • POG sólo para nuevos productos • Ausencia de seguimiento post-venta (exigencias y necesidades) • Diseño: rentabilidad frente a valor para el cliente | <ul style="list-style-type: none"> • Target market para todos los productos • Narrativa consistente • Familiaridad y simplicidad como activos |
| Incentivos | <ul style="list-style-type: none"> • Que los incentivos no sean un obstáculo para el BIC. • Política de incentivos también para No vida. | <ul style="list-style-type: none"> • Aceleradores, campañas... • Comisiones del 60/80% • Diferencias según canal usado para mismo producto. BIC? | <ul style="list-style-type: none"> • Plan para alinear comisione con expectativas regulatorias • Revisar acuerdos de distribución • Evaluar la estrategia de distribución contra riesgo de conducta. |
| Conflictos de intereses | <ul style="list-style-type: none"> • Vincularlo a incentivos... Al margen de la decisión (política) final • Responsabilidad tanto del fabricante como del distribuidor | <ul style="list-style-type: none"> • BEL; Bancaseguros y controles. • Inversión elevada en la red... • "Práctica habitual del sector..." | <ul style="list-style-type: none"> • Col parte integral de mi estrategia de distribución. • JV y acuerdos de distribución: controles robustos |

Percepción del sector ante el Riesgo de Conducta

(Fuente: CCO Forum)



VI. Epílogo

Cuestiones a debatir al final de la Formación

- No puedo vender mal un buen producto
- Siempre lo hemos hecho así... y no ha pasado nada
- Todo el Sector lo hace, no puede estar mal
- Yo ya tengo al cliente en el centro de mi estrategia
- ¿Café para todos?

VII. Anexo: IDD en detalle

Contexto normativo

| | | |
|--|---|---------------------------|
| <p>Nivel 1 Actos normativos aprobados por el Parlamento y el Consejo</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Directiva UE 2016/97, de 20 de enero, del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la distribución de seguros. | <p>Ámbito comunitario</p> |
| <p>Nivel 2 Actos delegados dictados por la Comisión en desarrollo de los anteriores</p> | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Reglamento Delegado de la Comisión (EU) 2017/2358, 21 septiembre 2017 (POG)</i> • <i>Reglamento Delegado de la Comisión (EU) 2017/2359, 21 septiembre 2017 (información y Conducta para IBIPS)</i> • <i>Reglamento de Ejecución (UE) 2017/1469 de la Comisión de 11 de agosto de 2017 (formato normalizado IPID)</i> | |
| <p>Nivel 3 Guías EIOPA</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Directrices preparatorias relativas a POG para las empresas y distribuidores de seguros. • Guía sobre productos de inversión basados en seguros complejos, en fase de consulta, de 2 de febrero de 2017. | |
| <p>Q&A</p> | <p><i>Pendiente de publicación.</i></p> | |
| <hr style="border-top: 1px dashed #000;"/> | | |
| <p>Nivel 1 Leyes</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de Ley de distribución de seguros y reaseguros privados (21 Mayo 2018) | <p>Ámbito nacional</p> |
| <p>Nivel 2 Reglamentos</p> | <p><i>Pendiente de publicación.</i></p> | |
| <p>Guías y Q&A</p> | <p><i>Pendiente de publicación.</i></p> | |

Exigibles a partir de Octubre de 2018

Comercialización Vs Asesoramiento (1/2)

TODOS los productos de seguro

Venta sin asesoramiento

- ❖ Especificación de **exigencias y necesidades** del cliente (basándose en informaciones obtenidas del cliente).

Venta con asesoramiento

- ❖ Especificación de **exigencias y necesidades** del cliente.
- ❖ **Recomendación personalizada** en la que se explique por qué un producto concreto satisfará mejor las exigencias y necesidades del cliente.
- ❖ Información sobre si presta **asesoramiento objetivo y personal**.

Los Estados miembros pueden exigir que el asesoramiento sea obligatorio para la venta de cualquier tipo de producto de seguro o para determinados tipos de producto de seguro.

Productos de inversión basados en seguros

Clientes minoristas

Venta sin asesoramiento

- ❖ Evaluación de los conocimientos y experiencia del cliente en el ámbito de inversión propio del tipo de producto o servicio (**test de conveniencia**).

Excepción: (i) supuestos en los que no es necesaria la evaluación de la conveniencia, (ii) venta aún cuando un producto sea no conveniente o no se obtenga la información del cliente.

Venta con asesoramiento

- ❖ Evaluación de los conocimientos y experiencia del cliente, su situación financiera y objetivos de inversión (**test de idoneidad**).
- ❖ **Declaración sobre la idoneidad** que especifique el asesoramiento proporcionado y la manera en que éste se adapta a las preferencias, objetivos y otras características del cliente.

Comercialización Vs Asesoramiento (2/2)

Reglamento Delegado (UE)



El intermediario de seguros o la entidad aseguradora deberán determinar el alcance de la información que recabarán de los clientes.

▪ Cuando se proporciona asesoramiento,

▪ Evaluación de la idoneidad:

- Todos los productos: exigencias y necesidades del cliente.
- Adicionalmente, en el caso de IBIPs: conocimientos y experiencia, objetivos de inversión (incluyendo la tolerancia al riesgo) y situación financiera (incluyendo la capacidad para asumir pérdidas).

▪ Declaración de idoneidad: explicación de los motivos por los que la recomendación es idónea para el cliente, incluida la forma en que responde a sus objetivos y circunstancias.

- En caso de **seguros colectivos**, se deberá adoptar e implementar una política en la se determine quien debe ser objeto de la evaluación de idoneidad y el modo en que esta evaluación se llevará a cabo en la práctica.
- Cuando implique **cambiar de inversiones** entre activos subyacentes, se deberá llevar a cabo un análisis de los costes y beneficios del cambio.

▪ Cuando no se proporcione asesoramiento,

▪ Evaluación de la conveniencia:

- Todos los productos: exigencias y necesidades del cliente.
- Adicionalmente, en el caso de IBIPs: conocimientos y experiencia.



Comunicaciones periódicas a clientes sobre los servicios prestados.



Obligaciones de registro sobre las evaluaciones realizadas.



Ventas combinadas o vinculadas

TODOS los productos de seguro

- ❖ (Seguro producto principal) Se informará al cliente de si los distintos componentes **pueden adquirirse por separado**, y en tal caso, se facilitará una descripción de los componentes y de los **costes y gastos de cada uno de ellos**.
- ❖ (Todos los seguros) Se ofrecerá al cliente la **posibilidad de adquirir el bien o servicio por separado**. **Normativa sectorial** de aplicación para productos/ servicios de inversión, contratos de crédito, cuentas de pago, etc.
- ❖ Se especificarán **las exigencias y necesidades del cliente** respecto de los productos de seguro que formen parte del conjunto del paquete.

Productos de inversión basados en seguros

Clientes minoristas

Venta sin asesoramiento

- ❖ Cuando se ofrezca un paquete de servicios o productos combinados, se evaluará si el paquete considerado de **forma global es adecuado** para el cliente teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia.

Venta con asesoramiento

- ❖ Cuando se recomiende un paquete de servicios o productos combinados, se evaluará si el paquete considerado **de forma global es idóneo** para el cliente, teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia, situación financiera y objetivos de inversión.

Conflictos de interés (1/2)

TODOS los productos de seguro

Los intermediarios de seguros...

Informarán a sus clientes, como mínimo de:

- ❖ Si poseen una **participación directa o indirecta del 10% o superior** de los derechos de voto o del capital en una entidad aseguradora determinada;
- ❖ Si una **entidad aseguradora determinada o una empresa matriz de dicha entidad posee una participación directa o indirecta del 10% o superior** de los derechos de voto o del capital del intermediario de seguros.

Los distribuidores de seguros...

- ❖ No serán remunerados ni evaluarán el rendimiento de sus empleados de un modo que entre en conflicto con su obligación de actuar en **mejor interés de sus clientes**.

Productos de inversión basados en seguros

Los distribuidores de seguros...

- ❖ Mantendrán y gestionarán **disposiciones administrativas y organizativas eficaces** con vistas a tomar todas las medidas razonables destinadas a impedir que los conflictos de interés perjudiquen los intereses de sus clientes.
- ❖ En caso de que tales disposiciones administrativas no sean suficientes, se informará claramente al cliente de la naturaleza general o del origen de tales conflictos de interés (**revelación a clientes**).

Conflictos de interés (2/2)

Reglamento Delegado (UE)



Identificación: las entidades aseguradoras y los intermediarios de seguros deberán evaluar si tienen un interés relacionado con las actividades de distribución distinto del interés del cliente, existiendo la posibilidad de causarle un perjuicio al mismo. Además, se deberán identificar los conflictos de interés entre un cliente y otro.



Medidas: las entidades aseguradoras y los intermediarios de seguros adoptarán las medidas oportunas para gestionar los conflictos de interés y evitar los riesgos de lesión de los intereses de los mismos.



Política de conflictos de interés: las entidades aseguradoras y los intermediarios de seguros deberán aprobar, aplicar y mantener una política de conflictos de interés eficaz:

- Por escrito.
- Adecuada al tamaño, organización, naturaleza, escala y complejidad de su actividad, y teniendo en cuenta cualquier circunstancia derivada de la estructura y actividades de otras entidades del grupo, susceptible de provocar un conflicto de interés.
- Que identifique las circunstancias que puedan dar lugar a un conflicto de interés y los procedimientos a seguir y medidas a adoptar para gestionar y prevenir los mismos.
- Revisada y evaluada de forma periódica—como mínimo de forma anual.



La dirección de la entidad aseguradora o del intermediario de seguros deberá recibir de forma periódica, y al menos anualmente, **un informe por escrito incluyendo aquellas circunstancias que den o puedan dar lugar a un conflicto de interés.**

Incentivos (1/2)

TODOS los productos de seguro

Se deberá informar al cliente sobre....

- ❖ La **naturaleza** de la remuneración recibida en relación con el contrato de seguro.
- ❖ Si en relación con el contrato de seguro, trabajan:
 - A cambio de un **honorario**: la remuneración la abona directamente el cliente (en este caso, se informará el importe del mismo);
 - A cambio de una **comisión de algún tipo**: la remuneración está incluida en la prima de seguro;
 - A cambio de **cualquier otro tipo de remuneración**;
 - Sobre la base de una **combinación** de cualquiera de los tipos anteriores.

Los Estados miembros podrán limitar o prohibir la aceptación o recepción de honorarios, comisiones u otros beneficios no monetarios abonados o proporcionados a los distribuidores de seguros por un tercero.

Productos de inversión basados en seguros

Se deberá informar al cliente sobre...

- ❖ **Todos los gastos y costes asociados**, incluidos el coste de asesoramiento (cuando proceda), el coste del producto y la forma en que éste podrá pagarlo, así como cualquiera pagos relacionados con terceros.

Podrán recibirse comisiones u honorarios, siempre que:

- ❖ **No perjudiquen la calidad** del correspondiente servicio al cliente.
- ❖ No perjudiquen la actuación por parte del distribuidor de **forma honesta, imparcial y profesional**, en el mejor interés del cliente.

Los Estados miembros podrán ser más estrictos y prohibir o restringir aún más la oferta o la aceptación de honorarios, comisiones o beneficios no monetarios con respecto a la prestación de asesoramiento.

Incentivos (2/2)

1. Reglamento Delegado (UE)

 **Definición:** toda comisión, honorario o cualquier beneficio monetario o no monetario pagado a o cobrado de un tercero, excepto del cliente o persona por cuenta del cliente, en relación con la distribución de un IBIP.

 Metodología y criterio para evaluar el **perjuicio en la calidad del cliente:**

- Principio general.
- Factores que incrementan y reducen el riesgo de perjuicio en la calidad.
- Requisitos organizacionales y procedimientos adecuados.

 **Política de regalos y donaciones.**

 Todo esquema de incentivos debe ser **aprobado por la dirección** de la entidad aseguradora o del intermediario de seguros.

 **Conservación y mantenimiento** de la evaluación realizada en medio duradero.



Información a clientes (1/3)

TODOS los productos de seguro

Información ex-ante

Intermediarios:

- ❖ Su identidad y dirección, así como su condición de intermediario;
- ❖ Si ofrecen asesoramiento;
- ❖ Procedimiento para presentar quejas y reclamaciones;
- ❖ Registro en que esté inscrito;
- ❖ Si actúa en nombre y por cuenta de la entidad aseguradora;
- ❖ Información sobre el producto de seguro.

Entidad aseguradora:

- ❖ Su identidad y dirección, así como su condición de entidad aseguradora;
- ❖ Si ofrecen asesoramiento;
- ❖ Procedimiento para presentar quejas y reclamaciones;
- ❖ Información sobre producto de seguro.

Productos de inversión basados en seguros

Información ex-ante

- ❖ Información sobre los productos de seguro, incluyendo sus costes y gastos asociados (PRIIPs, Fichas de producto);
- ❖ Cuando se ofrezca asesoramiento, información sobre si se proporcionará una evaluación periódica de la idoneidad.

Información ex-post

- ❖ Información sobre costes y gastos de forma agregada, como mínimo una vez al año.
- ❖ Comunicaciones periódicas sobre el servicio prestado.

Clientes minoristas

Información a clientes (2/3)

3. Reglamento de Ejecución (UE) 2017/1469 de la Comisión de 11 de agosto de 2017 (formato normalizado IPID)

1. Se requiere un formato normalizado para el IPID de todos los productos de seguro distintos del seguro de vida a través de UE, que los **fabricantes** deberán elaborar.
2. El **objetivo del IPID** es mejorar la calidad y accesibilidad de la información proporcionada a los clientes antes de la adquisición de un producto de seguro, para que los mismos puedan comparar entre productos de seguro distintos del seguro de vida.
3. La puesta a disposición del IPID, de forma previa a la conclusión del contrato, se realizará sin perjuicio de la necesidad de que el intermediario de seguros disponga de los **recursos y el tiempo adecuado para explicar al cliente las características clave del producto de seguro que venden.**
4. **Longitud máxima de 2 caras de papel impreso en tamaño A4** (o un máximo de 3 caras cuando el fabricante demuestre que es necesario).
5. La información relevante del IPID tendrá un **tamaño fuente de al menos 1.2 mm.**
6. Las principales características de los productos de seguro distintos del seguro de vida se presentan en **un formato simple y sencillo de Preguntas y Respuestas.**

Información a clientes (3/3)

...Continuación

❖ Las secciones del IPID deberán tener **los siguientes enunciados y la siguiente información:**

- Información sobre el tipo de producto;
- Resumen sobre la cobertura del seguro, incluyendo los principales riesgos asegurados y la suma asegurada;
- Principales exclusiones;
- Alcance geográfico;
- Principales obligaciones: al inicio del contrato, durante la vigencia del mismo, y en caso de que se presente una reclamación;
- Medio y duración de los pagos de las primas;
- Periodo de vigencia del contrato, incluyendo las fechas de inicio y terminación del mismo;
- Medios de terminación del contrato.

Principales diferencias entre el documento de consulta y el documento final de EIOPA, base del Reglamento.

- ❖ Cada sección incluía un enunciado resumido (p.e. Principales riesgos cubiertos) y ahora cada sección se introduce con una **pregunta** (i.e. ¿Qué se asegura?).
- ❖ La **suma asegurada** se introducía mediante un enunciado separado y con un icono específico, ahora se incluye en la información sobre la cobertura del seguro.

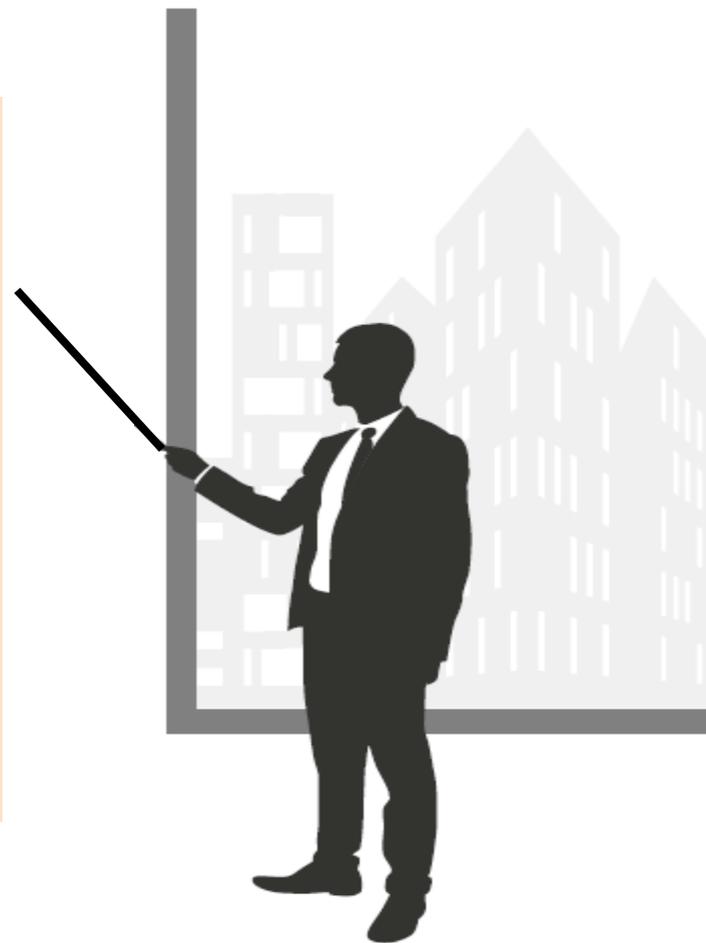
- ❖ El **icono de alcance geográfico** ha cambiado de un icono de una bandera a un icono de un globo.
- ❖ La **longitud del documento** se estableció en un máximo de 2 caras en papel tamaño A4, y ahora, existe la posibilidad de que se extienda a 3 caras en papel tamaño A4, siempre que el fabricante demuestre que es necesario.

Formación de distribuidores

TODOS los productos de seguro

Los distribuidores que realicen actividades de mediación de seguros y reaseguros:

- ❑ **Poseerán los conocimientos y aptitudes apropiadas** para desempeñar sus cometidos y funciones adecuadamente:
 - ★ Cursos de formación o desarrollo profesional de 15 horas al año como mínimo.
 - ★ Se podrá exigir que se demuestre haber completado con éxito los requisitos de formación y desarrollo mediante la obtención de un certificado.
 - ★ Registros de los cursos y evaluaciones realizadas.
- ❑ **Deberán gozar de buena reputación**, y en cualquier caso, no tendrán antecedentes penales.
- ❑ **Art. 39 Proyecto: Cursos de formación.**



Construyendo ideas para vuestra gobernanza u vigilancia de y Vigilancia (POG)

Los acuerdos relativos a **la gobernanza y supervisión de los productos (POG)** pretenden asegurar que los intereses de los consumidores a lo largo del ciclo de vida de un producto de seguros son tenidos en cuenta. Esto incluye el proceso de **diseño y fabricación** del producto, la **comercialización en el mercado** y el **seguimiento del producto** una vez se ha comercializado.

- Desde Octubre de 2018 en adelante, POG **será una parte integrante de un enfoque centrado en los consumidores.**
- Muchas empresas ya saben que su actual enfoque sobre la gobernanza de los productos no cumplirá con los nuevos requisitos, aunque sólo sea porque no son capaces de demostrar su cumplimiento.
- Dado que las aseguradoras no tienen más opción que implementar la nueva regulación, **¿qué posibilidades tienen?**

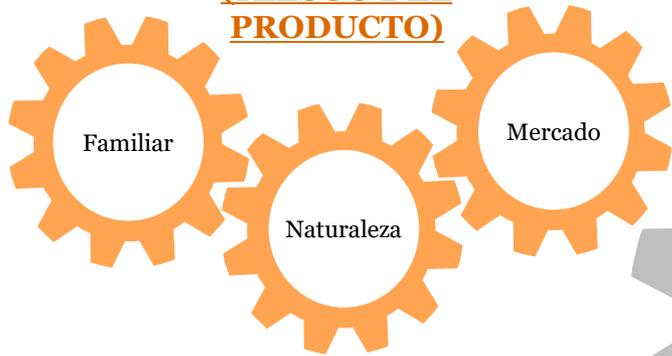


Nuevos requerimientos en el proceso de diseño y distribución de productos de seguro

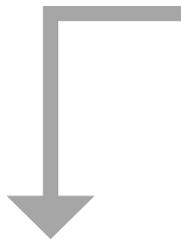


POG (Público Objetivo)

ATRIBUTOS (RIESGO DEL PRODUCTO)



VARIABLES (PÚBLICO OBJETIVO)



| | Familiaridad | |
|---------------------------------|----------------|----------------|
| | Si | No |
| Naturaleza | | |
| Simple-sin riesgo financiero | DG+TP | DG+TP+OBNF |
| Compuesto-sin riesgo financiero | DG+TP+OBNF | DG+TP+OBNF |
| Con Riesgo financiero-NO IBIPS | DG+TP+OBF+(VF) | DG+OBF (VF) |
| IBIPS | DG+OBF+CF+(VF) | DG+OBF+CF+(VF) |



| ID | Sector | Naturaleza | Compañías ASES | | | Uso de los seguros de vida | | Ejecución de las revisiones | | Compañías de riesgo financiero | | Compañías de riesgo financiero | | Cuentas aplicadas |
|----|-----------------|------------|----------------|-------------------|------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|----|-------------------|
| | | | Familiaridad | Compañías Simples | Riesgo Financiero (IBIPS/IBIPS-NO) | Compañías de productos | Existencia de seguros de vida | Existencia de seguros de vida | Existencia de seguros de vida | | |
| 1 | HOGAR | Val | No | Simple | S | NA | 10-60 años | PTCA | NA | NA | NA | NA | NA | |
| 2 | RC | Val | No | Simple | S | Asignado Mape | 10-60 años | PTCA | NA | NA | NA | NA | NA | |
| 3 | PROTECTOR/HOGAR | Val | No | Simple | S | Desde los 60 años de edad | NA | FUJES/IBIPS | NA | NA | NA | NA | NA | |
| 4 | ADVISED | Hogar | S | Simple | NA | Propósito o regular | NA | PTCA | NA | NA | NA | NA | NA | |
| 5 | Demora | Accidentes | S | Simple | NA | NA | NA | FUJES/IBIPS | NA | NA | NA | NA | NA | |
| 6 | PW | Val | No | Simple | S | NA | 10-60 años | PTCA | NA | NA | NA | NA | NA | |

Carlos Montalvo Rebuelta



Carlos Montalvo Rebuelta
Partner; EMEA Risk and Regulatory Leader
Madrid, Spain
T: +34915684278
M: +34628779707
Carlos.montalvo.rebuelta@es.pwc.com

Carlos se incorporó a PwC en mayo de 2016, dando continuidad a una Carrera de más de 15 años en el área de Regulación y Supervisión de Seguros.

Desde 2011 y hasta marzo de 2016, Carlos fue el primer Director Ejecutivo de EIOPA (European Insurance and Occupational Pensions Authority) donde estaba a cargo de la gestión, organización, personas, programa de trabajo y finanzas. Durante su mandato, EIOPA, creció de forma relevante, convirtiéndose en un actor clave con respecto a determinados proyectos regulatorios, entre ellos, y con especial relevancia, Solvencia II.

Previamente, Carlos fue Secretario General de CEIOPS, Comité Europeo de Supervisores de Seguros y Pensiones y anteriormente desarrolló roles muy relevantes como representante del Supervisor de Seguros de España en Europa, cabe destacar su papel como presidente del grupo de Test de Uso de Modelos Internos, o del grupo de Control Interno del Regulador Europeo.

Todo esto le permite disponer de una visión privilegiada sobre mercados, negocio y regulación a nivel global sobre el sector seguros.

Asimismo tiene una dilatada experiencia docente habiendo impartido formación en centros públicos y privados (Frankfurt University, ILF Master program en Frankfurt, Munich University, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Navarra)

Adicionalmente, Carlos participa habitualmente en diferentes foros, es invitado por numerosas universidades y es autor de diferentes artículos sobre Seguros y Pensiones.



El presente documento ha sido preparado a efectos de orientación general sobre materias de interés y no constituye asesoramiento profesional alguno. No deben llevarse a cabo actuaciones en base a la información contenida en este documento, sin obtener el específico asesoramiento profesional. No se efectúa manifestación ni se presta garantía alguna (de carácter expreso o tácito) respecto de la exactitud o integridad de la información contenida en el mismo y, en la medida legalmente permitida. PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., sus socios, empleados o colaboradores no aceptan ni asumen obligación, responsabilidad o deber de diligencia alguna respecto de las consecuencias de la actuación u omisión por su parte o de terceros, en base a la información contenida en este documento o respecto de cualquier decisión fundada en la misma.

© 2018 PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L. Todos los derechos reservados. "PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., firma miembro de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.