

POLITICA DE CONFLICTOS DE INTERESES EN LA APROBACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE INVERSIÓN BASADOS EN SEGUROS (IBIPs)

Índice

1. INTRODUCCIÓN
2. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA
3. PRINCIPIOS GENERALES DE LA POLÍTICA
4. ALCANCE DE LA POLÍTICA
 - 4.1. Ámbito de aplicación objetivo
 - 4.2. Ámbito de aplicación subjetivo
 - 4.3. Difusión
5. PRÁCTICAS EN MATERIA DE CONFLICTOS DE INTERESES
 - 5.1. Identificación de las situaciones de conflicto
 - 5.2. Procedimientos y medidas para la gestión y prevención de los conflictos
 - 5.3. Normas específicas sobre incentivos
 - 5.4. Gestión de conflictos
 - 5.5. Comunicaciones a clientes
 - 5.6. Registro de conflictos de intereses
6. DOCUMENTACIÓN
7. APROBACIÓN, ENTRADA EN VIGOR Y REVISIONES POSTERIORES

**POLITICA DE CONFLICTOS DE INTERESES EN LA
APROBACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE INVERSIÓN
BASADOS EN SEGUROS (IBIPs)**

1. INTRODUCCIÓN

Esta Política se inspira en el principio contenido en el Código Ético y de Conducta de MAPFRE, en virtud del cual sus empleados deberán actuar lealmente en defensa de los intereses de la empresa, y en los Principios Institucionales del Grupo, que instan a las entidades que lo integran a realizar una gestión basada en criterios estrictamente profesionales y técnicos, en evitación de los posibles conflictos de intereses.

MAPFRE SEGUROS DE VIDA, S.A. (en adelante, la Entidad) se dota de una Política para la gestión de los conflictos de intereses que puedan surgir en los procesos de aprobación, comercialización y distribución de sus productos de inversión basados en seguros (IBIPs), que recoge los compromisos y actuaciones de la Entidad en esta materia y establece normas internas para evitar que los intereses de los clientes resulten lesionados por eventuales conflictos de intereses.

Esta Política es conforme con las previsiones contenidas en la Directiva sobre distribución de seguros (Directiva UE 2016/97, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de enero de 2016, sobre la distribución de seguros), en el Reglamento sobre requisitos de información y normas de conducta aplicables a la distribución de productos de inversión basados en seguros (Reglamento Delegado UE 2017/2359, de la Comisión, de 21 de septiembre de 2017) y Reglamento de control y gobernanza de los productos (Reglamento Delegado UE 2017/2358, de la Comisión de 21 de septiembre de 2017 en lo que respecta a los requisitos de control y gobernanza de los productos) y normativa concordante de desarrollo y trasposición.

2. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA

El marco normativo emanado de la Directiva sobre distribución de seguros aconseja contar con normativa interna que permita prevenir, detectar, gestionar y mitigar las situaciones de conflictos de intereses, tanto reales como potenciales, y actúe como marco para su control y prevención en el ámbito de la aprobación, comercialización y distribución de los productos de seguro de la Entidad.

A través de esta Política:

1. Se promueve una cultura ética en la Entidad, encaminada a prevenir situaciones de conflictos de intereses en la aprobación y en la comercialización y distribución de los productos de inversión basados en seguros.
2. Se asume un conjunto de principios y valores que expresan el compromiso de la Entidad en materia de gobernanza de productos y relaciones con sus clientes y se establecen mecanismos efectivos para evitar conflictos de intereses en dichos ámbitos.
3. Se gestionan y mitigan los riesgos de conflictos de intereses en los indicados ámbitos, a través de un efectivo proceso de identificación, valoración e implementación de controles y establecimiento de roles y responsabilidades que permiten actuar frente a las situaciones de conflictos de intereses.
4. Se da cumplimiento a la previsión normativa que exige que la Entidad apruebe, mantenga y revise una Política en materia de conflictos de intereses en la comercialización y distribución de los productos de inversión basados en seguros y adopte todas las medidas razonables para la prevención, detección y resolución de los conflictos con efectos perjudiciales sobre los intereses de los clientes.

En este sentido, a través de esta Política se identifican aquellas circunstancias potencialmente generadoras de un conflicto de intereses y se especifican los procedimientos a seguir y las medidas a adoptar para la prevención y gestión de los mismos.

3. PRINCIPIOS GENERALES DE LA POLÍTICA

Los principios en los que se fundamenta la actuación de la Entidad en materia de conflictos de intereses en la aprobación, comercialización y distribución de sus productos son resultado del compromiso del Grupo MAPFRE de avanzar constantemente en el servicio y desarrollar la mejor relación con sus clientes.

Las normas de conducta de la Entidad en las relaciones con sus clientes parten de una actuación ética y transparente que garantice el respeto a sus legítimos derechos; ello implica un compromiso de transparencia y veracidad en las ofertas de sus productos y en las informaciones que se facilitan. En consecuencia, se evitará toda práctica comercial que suponga omitir información relevante o facilitar información incompleta o ambigua que pueda inducir a error con respecto a las características de los productos o a su idoneidad.

Asimismo, la Entidad se preocupa permanentemente por mejorar la oferta y la calidad de sus productos y servicios, así como por establecer relaciones de confianza y respeto mutuo con distribuidores y clientes, y a tal efecto las personas que intervengan en los procesos de aprobación, comercialización y distribución de los productos:

- Habrán de tener como prioridad conseguir que los clientes reciban un trato y servicio de la máxima calidad que se caracterice por el rigor en el cumplimiento de la legalidad y los compromisos adquiridos.
- Tratarán de satisfacer las necesidades de los clientes, ofreciéndoles, con información clara y veraz, los productos que le resulten más beneficiosos y que mejor se adecuen a sus exigencias y necesidades.
- Facilitarán, de forma clara y completa, información adecuada sobre los elementos y características principales de los productos de la Entidad.
- En ningún caso podrán interponer sus intereses a los de la Entidad y del cliente.

La Entidad aplicará esta Política de manera proporcionada, teniendo en cuenta las características, naturaleza y complejidad de cada uno de los productos, e integrará sus previsiones en los procedimientos internos y procesos de la Entidad a fin de lograr su aplicación efectiva.

4. ALCANCE DE LA POLÍTICA

4.1. Ámbito de aplicación objetivo

Esta Política es de aplicación a las actividades de comercialización y distribución de los productos de inversión basados en seguros. Establece un marco general para la prevención, detección y gestión de los conflictos de intereses que puedan producirse en dichas actividades con relación a las personas físicas y entidades indicadas en el apartado 4.2 de esta Política.

4.2. Ámbito de aplicación subjetivo

Esta Política contiene los principios y criterios específicos que la Entidad seguirá en materia de comercialización o distribución de productos de inversión basados en seguros ante posibles

conflictos de intereses que entrañen un riesgo de lesión de los intereses de un cliente real o potencial con relación a los de alguna de las siguientes:

- a) La propia Entidad o cualquiera de las siguientes “personas pertinentes”:
 - i. Miembros del órgano de administración de la Entidad, sus socios y directivos.
 - ii. Sus empleados y cualquier persona física cuyos servicios se encuentren a disposición y bajo el control de la Entidad, dedicados a la comercialización o distribución de productos de inversión basados en seguros.
 - iii. Cualquier persona física que participe directamente en la prestación de servicios a la Entidad en virtud de un acuerdo de externalización para la distribución de productos de inversión basados en seguros.
 - iv. Los intermediarios de productos de inversión basados en seguros y, si fuera el caso, sus socios, administradores o consejeros, directivos y empleados que participen en actividades de comercialización o distribución de dichos productos así como las personas físicas cuyos servicios se encuentren a su disposición y bajo su control o les presten servicios en virtud de externalización para la distribución de dichos productos.
- b) Cualquier persona ligada directa o indirectamente a los anteriores por vínculos de control.
- c) Cualquier otra entidad perteneciente al Grupo MAPFRE.
- d) Cualquier otro cliente, real o potencial, con el que la empresa mantenga obligaciones.

A efectos de detectar los posibles conflictos de intereses que entrañen un riesgo de lesión de los intereses de un cliente real o potencial, la Entidad considerará todas las circunstancias conocidas y entenderá que existe un conflicto de intereses, si cualquiera de las personas físicas o entidades indicadas anteriormente:

- Tiene un interés en el resultado de las actividades de comercialización o distribución de los productos que sea distinto del interés del cliente o posible cliente en ese resultado (o de tratarse de un cliente, distinto del interés del otro cliente o posible cliente);
- Tiene un interés que pueda influir en el resultado de tales actividades en detrimento del cliente (o de tratarse de un cliente, en detrimento de otro cliente o posible cliente).

4.3. Difusión

Todos los directivos y empleados de la Entidad, así como los terceros que se indican el ámbito subjetivo, deben conocer y cumplir esta Política, para lo cual el Área Comercial debe garantizar su adecuada difusión y conocimiento actualizado.

5. PRÁCTICAS EN MATERIA DE CONFLICTOS DE INTERESES

Uno de los objetivos básicos de esta Política es profundizar en el compromiso de transparencia y veracidad en la elaboración y oferta de los productos y en las informaciones que de ellos se facilitan a clientes y distribuidores.

Esta Política contribuye a una adecuada gestión de los conflictos de intereses en la Entidad, garantizando que en los procesos de aprobación, comercialización y distribución de todos sus productos se realice una correcta gestión de los eventuales conflictos de intereses que pudieran surgir, previniendo, identificando y resolviendo estas situaciones, especialmente en lo relativo a

remuneración y prestando una especial atención a que las características y diseño de los productos no perjudiquen al cliente final ni a la integridad del mercado.

Para ello, la Entidad contará con procedimientos y adoptará cuantas medidas sean precisas para garantizar que su actuación en dichos procesos está presidida por el principio general de actuar con honestidad, equidad y profesionalidad, respetando y siempre teniendo en cuenta el beneficio de los intereses de los clientes.

A tales efectos y a fin de evitar cualquier contraposición entre los intereses de la Entidad y de sus clientes, que pueda afectar o perjudicar a su capacidad de actuar en beneficio de los intereses de éstos y pudieran lesionar dichos intereses, la Entidad adoptará las siguientes prácticas:

A. En relación con la información sobre productos:

Para respetar el principio de que todos los clientes deben gozar del mismo nivel de protección sea cual sea el canal a través del que se adquiera el producto, la Entidad dispondrá de cauces adecuados para que se facilite tanto a sus empleados que participan directamente en tareas de comercialización o distribución como a los terceros que distribuyan sus productos, toda la información adecuada y de su interés sobre dichos productos, el mercado destinatario definido y la estrategia de distribución propuesta.

En particular, la Entidad incluirá dentro de la información que ponga a su disposición la oportuna información sobre los elementos y características principales de los productos, sus riesgos y costes y sobre cualquier circunstancia que pueda generar un conflicto de intereses en perjuicio del cliente. Esta información se transmitirá de forma clara y completa, estará actualizada y se proporcionará bajo los principios de transparencia y veracidad.

B. En relación con la remuneración a distribuidores:

La Entidad se asegurará de que los sistemas de remuneración a los intermediarios que distribuyen sus productos resultan adecuados y evitan que entren en conflicto con su obligación de actuar en el mejor interés de los clientes.

En particular, se asegurará de que la retribución a estos colectivos se establece y aplica de modo que cualquier remuneración ofrecida, acordada o abonada, no suponga un perjuicio de las normas de conducta en el trato a clientes indicadas en el párrafo anterior ni entre en conflicto con ellas. La política de remuneraciones a estos colectivos contendrá medidas dirigidas a evitar y desincentivar situaciones que puedan derivar en estos conflictos de intereses y no establecerá ningún sistema de remuneración, de objetivos de ventas o de otra índole, que pudiera incentivar la recomendación de un determinado producto a un cliente en los casos en que fuese posible ofrecer al cliente un producto diferente que se ajuste mejor a sus necesidades.

C. En relación con la retribución a directivos y empleados:

La retribución al personal de la Entidad será establecida y aplicada de un modo que no entre en conflicto con la obligación de actuar en el mejor interés de los clientes. La política de remuneraciones comprende medidas dirigidas a evitar y desincentivar situaciones que puedan suponer estos conflictos de intereses.

En particular, la Entidad no remunerará a los directivos o empleados de modo que la remuneración, fija o variable, que hubiera sido ofrecida, acordada o abonada, pueda entrar en conflicto con las normas de conducta en el trato a clientes indicadas en el párrafo anterior. Toda evaluación del rendimiento de los directivos y empleados, deberá respetar y aplicar tales principios. Asimismo, no será establecido ni aplicado ningún sistema de remuneración, de objetivos de ventas o de otra índole que pueda constituir un incentivo

para que los directivos o empleados de la Entidad recomienden un determinado producto a un cliente, si fuera posible ofrecerle un producto diferente que se ajuste mejor a sus necesidades.

D. En relación con la información precontractual:

En la información precontractual de los seguros se incluirá una referencia al carácter de la remuneración que se abona a los empleados por la distribución de dichos productos. Asimismo, en el caso de que durante la vigencia del seguro el cliente efectuase algún pago distinto de las primas periódicas y demás pagos previstos, también le será facilitada dicha información en relación con cada uno de esos pagos.

La Entidad tendrá en cuenta y aplicará lo previsto en este apartado 5 de esta Política, a fin de detectar situaciones de conflictos de intereses, reales o potenciales, en perjuicio de los clientes y evitar que dichas situaciones puedan llegar a producirse. En el caso de que ello no resulte posible, la Entidad realizará una gestión de dichos conflictos adecuada a la normativa en vigor y acorde a los principios de identificación de conflictos, evitación y mitigación y, en su caso, revelación a los clientes de su existencia.

5.1. Identificación de las situaciones de conflicto

Se considera que son susceptibles de generar conflictos de intereses a los efectos de este apartado de la Política, todas las actividades que realiza la Entidad relacionadas con la comercialización o la distribución de productos de inversión basados en seguros.

Asimismo, se considera que son personas susceptibles de generar conflictos de intereses cualquiera de los incluidos en las letras a), b) o c) del apartado 4.2, y especialmente quienes participen directa o indirectamente en las actividades de comercialización y distribución de productos de inversión basados en seguros, incluso aunque dichas personas no formen parte de la estructura de la Entidad, siempre que presten servicios a la Entidad.

Para la identificación de los conflictos de intereses que pudieran surgir en estos ámbitos, la Entidad evaluará las circunstancias concretas en que sean comercializados o distribuidos los productos de inversión basados en seguros, teniendo especialmente en cuenta si las personas a las que se ha hecho referencia en el párrafo anterior, pudiera encontrarse en alguna de las siguientes situaciones:

- Supuestos en que sea probable que alguna de dichas personas obtenga un beneficio financiero o evite una pérdida financiera, en posible detrimento del cliente.
- Existencia de un incentivo financiero o de otro tipo para favorecer los intereses de terceros clientes frente a los propios intereses del cliente en cuestión, especialmente si pudieran recibir incentivos de personas distintas al cliente, como pago o contraprestación de sus actividades, que fueran diferentes de la comisión o retribución habitual.
- Participan de forma significativa en la gestión o el desarrollo de los productos, particularmente si tuvieran influencia en la fijación de los precios de estos productos o sus costes de distribución.

5.2. Procedimientos y medidas para la gestión y prevención de los conflictos

Con el fin de prevenir y gestionar estos conflictos de intereses, la Entidad cuenta con procedimientos y ha adoptado medidas para controlar las actividades que lleva a cabo y minimizar o evitar posibles perjuicios a los intereses de los clientes. Con ello, se garantiza que las personas que participan en distintas actividades que puedan implicar un conflicto de intereses, dispongan de un nivel suficiente de independencia, que sea adecuado al tamaño y actividades de la Entidad y del Grupo MAPFRE, así como al riesgo de lesión de los intereses de los clientes.

Se indica a continuación un catálogo, meramente ejemplificativo y no exhaustivo, de los posibles supuestos susceptibles de generar conflictos de intereses en relación con los productos de inversión basados en seguros, así como los procedimientos que se siguen y las medidas de gestión establecidas en la entidad para garantizar una actuación adecuada:

5.2.1. Restricción o control de intercambio de información:

Para dificultar, impedir o facilitar el control del intercambio de información que pueda lesionar los intereses de uno o más clientes, la Entidad aplica, entre otras, las medidas expuestas a continuación, que aseguran una separación física e informática suficiente:

- *Quienes participen en actividades de comercialización y distribución de productos de inversión basados en seguros, se asegurarán de no intercambiar más información que la legalmente necesaria o la requerida para brindar un servicio adecuado al cliente.*
- *Asimismo, se asegurarán de que los datos de los clientes están protegidos en todo momento, y que no se produce ningún intercambio de información a personas no autorizadas.*
- *La Entidad cuenta con acceso restringido a la información a través de firmas electrónicas y contraseñas personales, con trazabilidad de las actuaciones.*
- *Existe un acceso restringido al archivo y custodia de la información, de modo que las personas ajenas al Área no pueden acceder a los archivos y bases de datos si no cuentan con el permiso explícito del responsable del Área de que se trate.*
- *Existencia de un deber genérico de confidencialidad respecto de la información sobre clientes y prohibición de hacer uso de dicha información.*
- *Existencia de una Política corporativa de seguridad y privacidad.*
- *Política de "mesas limpias".*
- *Establecimiento de controles y comprobaciones periódicas de la efectividad de las medidas.*

5.2.2. Supervisión y áreas separadas:

La Entidad garantiza una supervisión separada y la adscripción a distintas áreas o departamentos de las personas cuyas funciones principales sean actuar por cuenta o en favor de clientes cuyos intereses puedan entrar en conflicto o que representen intereses diferentes que puedan entrar en conflicto, incluidos los de la Entidad, los de los intermediarios de seguros o los de otras empresas del Grupo.

A tal fin, y para impedir o controlar cualquier posible confusión de intereses, la Entidad aplica, entre otras, las medidas expuestas a continuación:

- *Se adscribe a dichas personas a Áreas distintas.*
- *Se realiza una separación física e informática de las distintas Áreas.*
- *Las líneas de supervisión de dichas personas son independientes.*
- *Establecimiento de controles y comprobaciones periódicas de la efectividad de las medidas.*

5.2.3. Remuneración:

La Entidad no adopta esquemas de remuneración que establezcan una relación directa entre cualquier pago o remuneración a las personas pertinentes indicadas en el apartado 4.2. que realizan una actividad y los pagos o remuneración a otros integrantes de esos colectivos que realicen principalmente otra actividad, en los casos en que pudiera surgir un conflicto de intereses en relación con estas actividades.

A tal fin, y para impedir estas situaciones, la Entidad aplica, entre otras, las medidas expuestas a continuación:

- *Las políticas de remuneraciones de la Entidad y el sistema de retribución variable por objetivos, están alineadas con el marco de apetito al riesgo de la Entidad, y en su diseño y aplicación se velará por que los intereses de los clientes no puedan verse perjudicados, evitando que contengan o generen incentivos inadecuados que puedan incitar a favorecer los intereses propios de quienes los reciben en detrimento de los de los clientes.*
- *Al formular las políticas y prácticas de remuneración se tienen en consideración todos los factores pertinentes (tales como proporción entre el componente fijo y variable de la remuneración, tipo de productos ofrecidos, etc.), con el fin de evitar posibles riesgos en el ámbito de las normas de conducta y los conflictos de intereses que perjudiquen los intereses de los clientes.*
- *No se permite la rotación de carteras con el fin de cobrar más comisiones o comisiones por nueva producción.*
- *Se establecen remuneraciones vinculadas a categorías de productos, evitando vincular la remuneración a productos concretos y determinados.*

5.2.4. Influencia inadecuada:

La Entidad cuenta con medidas para prevenir o limitar la posibilidad de que cualquier persona ejerza una influencia inadecuada sobre la forma en la que se lleva a cabo la comercialización o distribución del producto de inversión basado en seguros. A tal fin, y para prevenir o limitar cualquier posible influencia inadecuada, la Entidad aplica, entre otras, las medidas expuestas a continuación:

- *Se cuenta con códigos de conducta que proscriben y sancionan tales actuaciones.*
- *Las decisiones relevantes sobre los productos se toman de forma autónoma dentro de cada Área, sin órdenes o recomendaciones externas.*
- *Se garantiza razonablemente la suficiencia de medios y recursos humanos y económicos de quienes participan en la comercialización y distribución de productos a fin de que puedan realizar de forma adecuada y autónoma sus funciones sin riesgos de sufrir injerencias de terceros.*
- *Establecimiento de controles y comprobaciones periódicas de la efectividad de las medidas.*

5.2.5. Involucración en varias actividades:

La Entidad aplica medidas encaminadas a la identificación de actividades incompatibles y controla y, en su caso, impide la participación simultánea o consecutiva en actividades de comercialización o distribución de productos de inversión basados en seguros, cuando ello pueda ir en detrimento de una gestión adecuada de los conflictos de intereses.

A tal fin, y para impedir o controlar dicha participación, están establecidas, entre otras, las medidas expuestas a continuación:

- *La Entidad cuenta con procedimientos operativos que permiten conocer si una misma persona está o ha estado involucrada en dos actividades diferentes dentro de la Entidad, e impedir que dicha circunstancia implique un conflicto de intereses.*
- *De acuerdo con los Principios Organizativos del Grupo MAPFRE, los miembros de sus órganos de administración no podrán tener participaciones accionariales significativas o prestar servicios profesionales a empresas competidoras de cualquier entidad del Grupo, ni desempeñar puestos de empleado, directivo o administrador de las mismas, salvo autorización expresa.*
- *Los empleados adscritos a la comercialización o distribución de productos de inversión basados en seguros, así como los agentes exclusivos que distribuyen dichos productos, constan en un registro interno previa suscripción de una declaración sobre su honorabilidad e incompatibilidad y tras haber superado la formación prevista en la normativa de distribución de seguros.*
- *Establecimiento de controles y comprobaciones periódicas de la efectividad de las medidas.*

5.2.6. Obsequios y liberalidades:

La Entidad cuenta con una robusta política en materia de regalos, que impide que la aceptación o entrega de obsequios o liberalidades supongan un conflicto de intereses y que establece las medidas a adoptar a la hora de aceptarlos o entregarlos y las consecuencias de dicha actuación. A tal fin, y entre otras, cuenta con las medidas expuestas a continuación:

- *El Código Ético y de Conducta del Grupo MAPFRE prohíbe a empleados y directivos solicitar o aceptar, directa o indirectamente, obsequios, comisiones, descuentos, invitaciones u otro tipo de ventajas o favores de proveedores, clientes o de cualquier persona o entidad relacionada o que pretenda relacionarse con MAPFRE.*
- *Asimismo, la Entidad cuenta con una estricta política en materia de gastos y realización de regalos en nombre de la empresa.*
- *La Entidad realiza una amplia difusión y periódica formación sobre el Código Ético y de Conducta y las políticas corporativas relevantes para el desarrollo de las funciones de sus consejeros, directivos y empleados, que reduce el riesgo de que se incurra en conflictos de intereses por desconocimiento o de forma inadvertida.*
- *Establecimiento de controles y comprobaciones periódicas de la efectividad de las medidas.*

5.3. Normas específicas sobre incentivos

La Entidad garantiza que los incentivos relacionados con la comercialización o distribución de los productos de inversión basados en seguros o de los servicios auxiliares a éstos (entendiendo por incentivo, cualquier honorario, comisión o beneficio no monetario que bien se abone a una persona distinta del cliente que interviene en la operación en cuestión o de su representante o persona que actúe en su nombre, o bien se cobre de cualquiera de ellos) no perjudicarán la calidad de los servicios prestados al cliente.

A tales efectos, los planes de incentivos serán aprobados por la Alta Dirección de la Entidad y se evitará que los incentivos o las normas que rigen las condiciones para su pago, sean de tal naturaleza y escala que induzcan a comercializar o distribuir estos productos de un modo no acorde con la obligación de la Entidad de actuar con honestidad, imparcialidad y profesionalidad, en el mejor interés de su cliente.

La Entidad evaluará los incentivos y las normas sobre su pago, a los efectos de comprobar que no perjudican la calidad de los servicios al cliente ni interfieren en su actuación honesta, imparcial y profesional en el mejor interés de sus clientes. Para ello realizará regularmente el análisis que se indica a continuación y lo documentará en un soporte duradero:

- a) Identificarán todos los incentivos que se pagan o los sistemas de incentivos de los que son parte en el contexto de la comercialización o distribución de estos productos, a los efectos de garantizar que no perjudican a sus clientes y no obstaculicen su capacidad para actuar de manera honesta, justa y de acuerdo con los mejores intereses de sus clientes.

A estos efectos, solo se tomarán en consideración los incentivos genéricos establecidos por la comercialización o distribución de los diferentes tipos de productos, no los incentivos individuales que se haya hecho efectivos tras cada comercialización particular de productos.

- b) Se tendrán en cuenta el tipo, tamaño, diseño y esquema de estos incentivos, así como los factores relevantes que puedan aumentar o disminuir el riesgo de que se produzca dicho efecto perjudicial y todas las medidas organizativas adoptadas para evitar tal riesgo.
- c) Se considerarán algunos o todos de los siguientes criterios como factores que podrían suponer un aumento o disminución de este riesgo:
- Si la existencia del incentivo pudiera inducir a ofrecer o recomendar un producto o servicio, a pesar de que pudiera ser ofrecido un producto o servicio diferente que responda mejor a las necesidades del cliente.
 - Si los incentivos se basan exclusiva o principalmente en criterios comerciales cuantitativos o si también se toman en consideración criterios cualitativos como el cumplimiento de la normativa, la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes.
 - Si dichos incentivos representan un porcentaje proporcionado o desproporcionado sobre el valor del producto o de los servicios prestados.
 - El momento de pago de los incentivos, considerando si son abonados por adelantado, en el momento de la contratación del producto o a lo largo de la duración del contrato.
 - Si existen o no mecanismos para exigir la devolución de los incentivos si el producto no cumpliera el término contractual previsto o si el cliente se hubiera visto perjudicado.
 - Si el incentivo estuviera basado en un sistema de rappels.

Si del resultado de este análisis global sobre los incentivos y sus normas de pago, se llegase a la conclusión de que tienen efectos perjudiciales para el cliente o de que interfieren en la obligación de la Entidad de actuar con honestidad, imparcialidad y profesionalidad en el mejor interés de sus clientes, la Entidad adoptará las medidas organizativas y administrativas correspondientes para evitar y remediar dichos efectos.

5.4. Gestión de conflictos

Todos los incluidos en el ámbito de aplicación subjetivo de esta Política deben conocerla y respetarla y, en consecuencia, cuando se origine una situación que pueda producir un conflicto de intereses que supongan un riesgo de lesión a los intereses de algún cliente o potencial cliente, cualquier persona pertinente que detecte la situación o se vea incurso en la situación generadora del conflicto, deberá poner en conocimiento del Área responsable del Registro de conflictos de intereses al que se refiere el apartado 5.6 siguiente (en adelante, el “Responsable”), cualquier actuación, operación o circunstancia conocida que implique o pudiera dar lugar a un conflicto de intereses.

La comunicación se efectuará en el plazo más breve posible y, en todo caso, antes de tomar la decisión o realizar la actuación que pudiese quedar afectada por el posible conflicto de intereses. En caso de que quedasen afectadas directamente por el conflicto de intereses, las personas pertinentes deberán abstenerse de intervenir en cualquier actuación relacionada con el conflicto.

El Responsable tendrá la facultad de recabar y obtener de cualquier empleado, agente, directivo o consejero de la Entidad cuanta información precise para conocer y evaluar situaciones de conflicto de intereses. De estimarlo necesario, trasladará toda esta información y propondrá al primer ejecutivo de la Entidad o persona en la que éste delegue al efecto, la adopción de las medidas organizativas o administrativas adecuadas para evitar perjuicios a los intereses del cliente y evitar, gestionar o resolver de forma adecuada las situaciones de conflicto o, en su caso, proceder a su revelación, en los términos establecidos en el apartado 5.5.B. siguiente.

5.5. Comunicaciones a clientes

Podrán realizarse dos tipos de comunicaciones a los clientes en relación con los conflictos de intereses sobre productos de inversión basados en seguros:

A. Comunicación genérica:

Con anterioridad a la comercialización o distribución de los productos de inversión basados en seguros, los clientes tendrán a su disposición, previa solicitud, la versión completa de esta Política.

B. Comunicación a clientes con posibles conflictos de intereses:

Solo en aquellos casos en los que las medidas organizativas y administrativas establecidas por la Entidad para prevenir o gestionar los conflictos de intereses, hayan sido insuficientes para evitar que el conflicto de intereses suponga un perjuicio a los intereses de los clientes, se procederá como medida de último recurso a su revelación a los clientes afectados. En estos casos, y con carácter previo a la contratación del producto de inversión basado en seguros, se les remitirá una comunicación que contenga:

- a) Una descripción concreta del conflicto de intereses en cuestión, así como su naturaleza general y origen.
- b) Los riesgos y perjuicios que al cliente le depararían a consecuencia del conflicto de intereses.
- c) Las medidas organizativas y administrativas establecidas por la Entidad para prevenir o gestionar el conflicto, indicando que no han resultado suficientes para evitar, con razonable certeza, los riesgos de lesionar sus intereses.

Esta comunicación será realizada en un soporte duradero y contendrá los datos y detalles suficientes, teniendo en cuenta la naturaleza y tipo de cliente, para permitir que éste pueda adoptar una decisión fundada y con conocimiento de causa sobre la contratación o no del producto de inversión basado en seguros. No obstante, siempre que el cliente lo solicite, se le facilitará información más detallada sobre el conflicto y su tratamiento por la Entidad.

De estas comunicaciones se dará traslado al Responsable, que incluirá la documentación que se genere en el Registro al que se refiere el apartado siguiente.

5.6. Registro de conflictos de intereses

El Área de Cumplimiento será la encargada de mantener permanentemente actualizado en la Entidad, un Registro de las situaciones en las que, de acuerdo con esta Política, haya surgido o pueda surgir, en el caso de un servicio o de una actividad en curso, un conflicto de intereses.

La actualización del Registro tendrá lugar en el momento en el que el conflicto o potencial conflicto de intereses fuera identificado y en él se incluirá la información y/o documentación necesaria para identificar los potenciales conflictos de intereses o conflictos efectivamente producidos y las medidas adoptadas por la Entidad, dejando constancia, al menos, de la siguiente información:

1. Identificación de las personas que han estado expuestas al conflicto de intereses
2. Áreas o departamentos implicados
3. Fecha en la que se originó o planteó el conflicto de intereses
4. Fecha en la que se comunicó al Responsable su existencia o acaecimiento.
5. Motivo de la aparición del conflicto de intereses y descripción detallada de la situación
6. Descripción de las medidas adoptadas para gestionar, minorar sus efectos o en su caso subsanar la situación.
7. Fecha, medio y contenido de cualquier comunicación realizada al cliente con relación a dichos conflictos.

El Responsable remitirá al *Comité de Dirección* de la Entidad, al menos una vez al año, un informe sobre las situaciones identificadas en las que haya surgido o pueda surgir un conflicto de intereses y medidas adoptadas para su gestión, a partir de la información que figure en el Registro.

El Registro y cualquier información contenida en el mismo serán conservados durante un periodo mínimo de cinco (5) años.

6. DOCUMENTACIÓN

Las actuaciones que la Entidad realice sobre conflictos de intereses en materia de aprobación, comercialización y distribución de los productos y las medidas adoptadas en aplicación de la presente Política, constarán documentadas por escrito y serán conservadas durante, al menos, cinco (5) años, a contar desde la fecha de su adopción o desde la finalización de su aplicación si esta fecha fuera posterior.

7. APROBACIÓN, ENTRADA EN VIGOR Y REVISIONES POSTERIORES

Esta Política ha sido aprobada por el Consejo de Administración de la Entidad con fecha 7 de octubre de 2019 y entrará en vigor el 1 de noviembre de 2019.

Con carácter anual, el Área Comercial de la Entidad realizará una revisión de esta Política, procediendo, si fuera necesario, a actualizarla para su adaptación a cualquier cambio significativo que afecte a alguno de sus contenidos y a fin de garantizar que sus disposiciones siguen siendo válidas y están actualizadas. Si de la citada revisión se concluyera que procede su modificación, se dará traslado de las modificaciones que procedan, para su aprobación por el Consejo de Administración.