

La Ley de Distribución trae **MÁS OBLIGACIONES** y nuevas responsabilidades

Venta asesorada para comercializar IBIP, modificaciones en la remuneración, nuevos players en el mercado, mayores exigencias documentales y formativas... A un año de la puesta en marcha oficial de la nueva Ley de distribución de seguros, los profesionales del sector coinciden en señalar que acarreará importantes cambios. “Trae consigo más obligaciones y nuevas responsabilidades para los distribuidores”, como destacó Ignacio Ortiz del Río, socio de [Deloitte Legal](#), durante la jornada desarrollada por esta consultora para analizar el impacto de esta legislación.



Ignacio Ortiz del Río, socio de Deloitte Legal, durante la apertura de la sesión, comentó que la ley “va a beneficiar a todos, porque en última instancia todos queremos proteger al consumidor”, sentenció.

Tras su presentación del evento tomaron la palabra Laura Pilar Duque y José Luis Herrero, directora y asesor senior del área de Seguros en Regulatorio y Cumplimiento de la consultora, respectivamente. Duque quiso dejar claro desde un principio que la futura ley conllevará nuevos modos de distribuir productos financieros, y aunque haya compañías que tengan algo de terreno ganado al haberse ya adaptado a Mifid, “en seguros es distinto”, por lo que todos los profesionales del mercado tendrán que hacer cambios para adecuarse al panorama venidero.

Además, “la futura ley introducirá nuevos *players* en el mercado, como entidades aseguradoras que operen a través de internet o que distribuyan por teléfono, a los que también se les aplicará esta ley”, señaló Herrero.

Formación y documentación exhaustivas

Con todo, se quiso dejar claro que las principales implicaciones devenidas de la nueva normativa se desarrollarán en algunos campos concretos. Uno de los más afectados será el formativo, ya que las aseguradoras estarán obligadas a elaborar unos procedimientos que deberán ser supervisados y que afectarán a aquellos profesionales que se encarguen de distribuir productos financieros. Este aspecto suscitó gran interés entre los profesionales asistentes, aunque Duque quiso reseñar que según lo que se conoce hasta ahora de la ley aún no viene especificado cómo se debe ejecutar, por lo que convino a los concurrentes a esperar a la publicación del primer borrador, que se espera que salga a la luz en torno a junio de este año.

La normativa también afectará especialmente al ámbito documental, ya que toda la operación de distribución de seguros deberá



Laura Pilar Duque, Giuseppe Gamucci, María Dolores Pescador, Juan Ramón Pla, José Gabriel Puche, José Luis Herrero e Ignacio Ortiz del Río.

estar perfectamente documentada para su correcta ejecución. En esta línea, se recordó que habrá que guardar todo tipo de expediente precontractual de la actuación comercial, incluso cuando esta no se vaya a realizar, y deberá haber un registro relativo a los test de idoneidad y conveniencia, que deberán hacer los distribuidores sobre el cliente antes de cualquier venta.

Además, debe haber un responsable designado de la venta que tendrá responsabilidad legal y que, junto al órgano encargado, deberá registrarse en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) y serán sujetos de infracciones con sanciones de hasta 200.000 euros.

“Se ha trasladado a las aseguradoras lo que ya existía para las entidades financieras”, quiso apuntillar la directora del área de

Seguros en Regulatorio y Cumplimiento de Deloitte Legal en relación a estos nuevos requisitos exigidos a los profesionales del sector.

Principales impactos en los corredores

También se puso el acento en los principales impactos que apreciarán los corredores de seguros. Para ello, Herrero comenzó detallando que en la ley se hace una definición exacta de esta figura: “Se definen como distribuidores independientes que ofrecen asesoramiento basado en análisis objetivo (de la adecuación e idoneidad de los clientes)”.

Además, se determina que su remuneración deberá basarse únicamente en comisiones de las aseguradoras y honorarios del cliente, y en algunos casos estarán obligados “como mínimo” a contarle al cliente la naturaleza de sus honorarios. En este sentido, Duque incidió en que la directiva define qué es remuneración, pero no qué es comisión ni hace referencia a los rappels, por lo que apeló al principio general de la independencia para que los corredores puedan lidiar con este aspecto.

Como se explicó durante la jornada, la normativa también determina que los corredores tendrán que asumir nuevos importes de cancelación en el registro administrativo, se les permitirá tener compatibilidad con las agencias de suscripción y deberán tener registro de sus colaboradores externos, contratos de mediación, documentación precontractual e idoneidad y conveniencia.

La sesión sirvió, asimismo, para tratar la aparición del mediador de seguros complementario, “una figura nueva que aporta la directiva”, como se encargó de matizar Laura Pilar Duque. Se trata de una persona física o jurídica distinta de una entidad de crédito o empresa de inversión cuya actividad principal es distinta a la distribución

La remuneración de los corredores deberá basarse únicamente en comisiones de las aseguradoras y honorarios del cliente



Los IBIP solo se podrán comercializar mediante venta asesorada y en base a las evaluaciones de idoneidad y adecuación al cliente

20

productos no IBIP (productos de inversión basados en seguros), se distinguió entre la venta informada, en la cual el mediador analiza las demandas y necesidades del cliente y valora si el producto es conveniente o no; y la venta asesorada, que además estudia otro tipo de información necesaria y el mediador hace una recomendación personalizada, mediante evaluaciones de idoneidad y adecuación al cliente. Los IBIP solo se podrán comercializar bajo este último supuesto, y en base a estas evaluaciones, que solo podrán excluirse en el caso de tratarse de un producto no complejo, expresamente determinado en la directiva. Todo ello conllevará que cuando los test de idoneidad salgan negativos, los mediadores no podrán vender el producto.

Duque también recalcó que la información precontractual es más suave en el caso de productos no IBIP, ya que al cliente solo

de seguros, que supone un complemento a un bien o servicio que comercializa.

El principal problema de esta figura, según Duque, es que la directiva deja a los Estados miembros potestad para exigir requisitos más suaves a quien quiera serlo, pero España no lo ha hecho, por lo que “no merece la pena hacerse mediador de seguros complementario, porque se exige lo mismo que al mediador normal”.

Venta asesorada de IBIP

Durante la charla se hizo especial hincapié en las exigencias que incluye la normativa en materia informativa. Para comercializar

habrá que darle información básica del producto y la naturaleza y el tipo de la remuneración del mediador, que estará exento de informar sobre grandes riesgos. En el caso de seguros de No Vida se dará un documento de información previa, a elaborar por la aseguradora o el mediador cuando éste haya diseñado el producto. En el caso de los seguros IBIP, se tendrá que facilitar mayor información sobre todos los costes, incluidos los de distribución, que no sean sobre el rendimiento de inversión, facilitándose a solicitud del cliente un desglose de conceptos.

Conflictos de interés

La directiva analizada durante la jornada también resalta dónde los intereses de distribuidores y clientes pueden chocar. En el caso de productos no IBIPS las aseguradoras no podrán remunerar ni evaluar a sus mediadores de manera que se generen este tipo de conflictos. “Creemos que la mejor manera de solucionar este tema es la gobernanza de productos, garantizando que se venden los mejores en cada momento para el cliente”, matizó la responsable del área de Seguros en Regulatorio y Cumplimiento de Deloitte Legal.

En el caso de la distribución de IBIP, se exige la elaboración de una política de conflicto de interés proporcional a la entidad, que incluya una política de regalos y beneficios permitidos. En este sentido, se señaló en la charla que existen incentivos perjudiciales en esta materia, como los pagos up-front o los rappels. “La norma no te dice que no tengas conflictos de interés, sino que trates de solucionarlos, para lo que hay que informar siempre al cliente”, concluyó Duque.

También se abordó brevemente la venta cruzada. En caso de que el seguro sea el principal objeto de la comercialización y otro producto o servicio financiero el auxiliar, se debe comunicar si es posible comprar por separado o no, en el primero de cuyos casos debe informarse del precio de cada componente. En caso de que el seguro sea

accesorio al producto principal, el distribuidor debe permitir comprar el producto o servicio sin el seguro, salvo determinadas excepciones.

La primera parte de la jornada, centrada en las novedades y aspectos destacables del borrador de la futura Ley, concluyó recordando que los incumplimientos en la distribución de IBIP serán seriamente sancionados, con hasta cinco millones de euros o el 5% del volumen anual del negocio del grupo.

El cliente, centro de la normativa

Para abordar la visión del mercado sobre la futura normativa, Deloitte Legal contó con la participación de Giuseppe Gamucci, director del área Jurídica y Compliance de Zurich; Juan Ramón Pla, vicepresidente primero de Adecose; y María Dolores Pescador, responsable de Control y Coordinación de Proyectos de Regulación de Banco Santander.

“Normalmente cuando un mercado se enfrenta a un cambio por la aplicación de una normativa de envergadura la primera sensación es que nos meten más legislaciones”, comenzó Gamucci, quien en este caso confesó que el objetivo principal de la normativa coincide con la estrategia comercial de todos los *players* del mercado: “Poner al cliente en el centro”.

El director del área Jurídica y Compliance de Zurich, eso sí, lanzó una queja sobre la nueva legislación, que considera “muy detallada e incisiva”, afectando a muchas líneas de negocio, pero a la vez “muy interpretativa”, lo que a su entender puede causar grandes problemas a las entidades. Y más teniendo en cuenta que existirá un órgano legislador que supervisará los movimientos de las compañías en el cumplimiento de la ley.

También señaló algunos aspectos sobre los que las aseguradoras pueden tener problemas de adaptación. En este sentido, se quejó de que, con el borrador actual en la mano, el tema formativo es ambiguo, ya que “es complicado definir quién tiene que ser for-



Los incumplimientos en la distribución de IBIP serán sancionados con hasta cinco millones de euros o el 5% del volumen anual del negocio del grupo

mado”, además de considerar que puede resultar inasumible en costes y en puesta en práctica.

También ahondó en la comercialización de los IBIP, cuyas exigencias planteadas en la ley pueden echar hacia atrás a muchos mediadores: “La recomendación y guía al cliente, basadas en sus conocimientos y necesidades probables, se verán limitadas porque las condiciones para entrar en venta asesorada son disuasorias”, recalcó.

En este sentido, María Dolores Pescador apostilló que si bien en el caso de los corredores la exigencia de una venta asesorada es fundamental, ya que forma parte de su esencia comercial, para el resto de *players* del mercado la nueva normativa no solo no conlleva ventajas añadidas, sino que trae consigo más responsabilidades.

Con todo, consideró que la IDD traerá nuevas oportunidades en la distribución de seguros de inversión, ya que se podrán hacer



ventas de productos complejos solo con cumplir con el test de conveniencia.

También se refirió a la gobernanza de productos, en la que se van a añadir muchos requisitos: “Va a ser muy exigente en cómo vamos a adecuar el producto al cliente y cómo

Según la IDD “las entidades actuarán siempre con honestidad, equidad y profesionalidad en beneficio de los intereses del cliente”

22 vamos a tener que demostrar que ese producto es el mejor para ese cliente ante un supervisor”, señaló la responsable de Control y Coordinación de Proyectos de Regulación de Banco Santander. En esta línea, apostó por documentar bien tanto la venta como la no venta.

“Para mí la frase más relevante de la IDD es la que señala que las entidades actuarán siempre con honestidad, equidad y profesionalidad en beneficio de los intereses del cliente”, apostilló Pescador. En este sentido, refirió que todos los profesionales del sector siempre tienen que tener al cliente en el eje, de modo que tiene que plantearse en todo momento si sus comisiones son adecuadas, qué índice de siniestralidad es apropiado, etc.

Retos para los corredores

Juan Ramón Pla centró su intervención en la huella que esta ley dejará en el colectivo de los corredores, que a su entender se

encuentra en “una falsa posición de confort”, ya que, a pesar de que en relación al régimen de remuneraciones la nueva normativa no generará problemas, la carga administrativa sí será relevante y gestionarla puede ser complicado. Además, considera que es muy importante que se permita el pago de honorarios, porque en algunos productos se necesitará un alto nivel de asesoramiento: “Cuanto más complicado es el producto, más asesoramiento se requiere”, comentó Pla, poniendo en valor la labor de los corredores.

En este sentido, quiso mostrar su preocupación por que la ley excluya la necesidad de asesorar al cliente siempre y cuando la actividad principal del distribuidor no sea la comercialización de seguros: “El asesoramiento es clave”, redundó.

También él es partidario de “proteger al cliente”, pero matiza que esta protección debe realizarse sin que suponga unos costes desorbitados para los profesionales de la mediación. Por eso cree que el redactado final de la ley incluirá mayores dosis de flexibilidad. Eso sí, recalcó que cada vez se va a poner mayor atención al mercado de la distribución de seguros de inversión, lo que conllevará mayor control y supervisión de sus actividades.

A expensas de la aparición del texto definitivo dentro de unos meses, Pla, que como representante de Adeco se participa activamente en las reuniones de Eiopa, sí considera que se incluirán modificaciones, ya que los legisladores son proclives a escuchar las opiniones de los profesionales del sector que intervienen en esos encuentros. Además, resaltó que desde Eiopa cada vez ven más dificultades para que la normativa entre en vigor cuando estaba previsto, el 23 de febrero de 2018, aunque los distintos *players* del sector no pueden relajarse y deben prepararse por si acaso los plazos se cumplieran.