

ÍNDICE

1.- Introducción	2
2.- Objeto.....	3
3.- Alcance	3
4.- Definición de Productos y Servicios y ámbito de aplicación	3
4.1 Definición de Nuevo Producto	3
4.2 Definición de Producto ya existente.....	5
4.3 Productos de Terceros.....	5
5.- Aspectos a considerar en la emisión y distribución de productos y servicios ..7	
5.1 Principios generales previos al estudio de un nuevo lanzamiento	7
5.2 Aspectos a considerar en la emisión y/o distribución de un nuevo producto o servicio	7
5.3 Flujo de Aprobación de Productos	8
5.3.1 FASE I: Creación	9
5.3.2 FASE II: Supervisión	10
5.3.3 FASE III: Aprobación	13
6.- Seguimiento.....	14
7.- Revisión del catálogo de productos	15
8.- Competencia de la autoridad competente	15
9.- Procedimientos de supervisión y control del cumplimiento del Manual	15
9.1 Documentación.....	15
9.2 Revisión periódica del Manual	15
HISTORIAL DE VERSIONES Y MODIFICACIONES.....	16
Anejo: Lista de verificación aprobación de productos o servicios	17

1.- Introducción

El Banco de España comunicó, mediante escrito a las patronales del sector de EECC, haber acordado adoptar como propia la Guía de la EBA sobre gobierno interno (GL/2017/11). Recientemente se ha actualizado dicha Guía que entrará en vigor en diciembre de 2021 (GL/2021/05) y que será también aprobada por Banco de España. Estas guías establecen en las directrices relativas a nuevos productos, la necesidad de contar con una política de aprobación de nuevos productos, aprobada por el órgano de dirección, así como el contenido mínimo de la misma y la participación de diferentes unidades y funciones en el proceso de gobernanza de los mismos.

Igualmente, acordó adoptar las Directrices de la EBA sobre procedimientos de gobernanza y vigilancia de productos de banca minorista (EBA/GL/2015/18), que dispone en su directriz 1 que el diseñador establecerá, implementará y revisará procedimientos eficaces de gobernanza y vigilancia de productos, aprobados y revisados por el órgano de administración, cuyo objetivo será garantizar que, al diseñar y comercializar los productos, i) se tengan en cuenta los intereses, objetivos y características de los consumidores, ii) se eviten posibles perjuicios al consumidor, y iii) se minimicen los conflictos de interés.

La Directiva 2014/65/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de mayo de 2014 relativa a los mercados de instrumentos financieros (conocida como MiFID II), y su desarrollo en la Directiva delegada (UE) 2017/593, disponen que el órgano de dirección debe asumir unas responsabilidades claras en la determinación de la política global que rige la prestación de servicios y actividades, incluida la remuneración del personal encargado de las ventas, y la aprobación de nuevos productos para distribuir entre los clientes y, en su artículo 16, relativo a los requisitos de organización, que toda empresa de servicios de inversión que diseñe instrumentos financieros para su venta a clientes mantendrá, gestionará y revisará un proceso para la aprobación de cada uno de los instrumentos y las adaptaciones significativas de los instrumentos existentes antes de su comercialización o distribución a los clientes, especificando los requerimientos mínimos del mismo.

En España, tanto MiFID I como MiFID II, se han traspuesto al ordenamiento jurídico nacional a través de la Ley 47/2007 del 19 de noviembre, el RDL 217/2008 del 15 de febrero, sobre el régimen jurídico de las empresas del servicio de inversión y el RDL 14/2018 por el que se modifica el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores aprobado por el RDL 4/2015.

Este entorno normativo, establece la obligación de adoptar las medidas suficientes para disponer de un proceso adecuado de diseño y aprobación de productos.

De acuerdo con lo anterior, **Caja Rural de Onda**, (en adelante, la Entidad) ha establecido este **Manual que regirá la Gobernanza de Productos y Servicios** en la *Entidad*.

La emisión y/o distribución de productos y servicios por la Entidad implica la participación de diversas áreas de la misma, que deberán realizar su mayor esfuerzo y colaboración para que se realice en el menor tiempo posible y en las mejores condiciones para los clientes y la propia *Entidad*.

2.- Objeto

El objetivo del presente manual es detallar los principios que sustentan los procedimientos para la **creación, emisión o distribución de productos o prestación de servicios** por *la Entidad* a sus clientes, así como la revisión de los ya existentes, garantizando la observancia de la legislación vigente, y los códigos de buenas prácticas bancarias.

El **Manual** será también aplicable cuando se produzcan cambios significativos en los productos o servicios ya existentes.

3.- Alcance

Las actividades que cubre el manual se refieren a operativa con:

- Cajas Rurales
- Clientes de Cajas Rurales
- Clientes de Banco Cooperativo Español
- Otras Sociedades Financieras
- Otras actividades

4.- Definición de Productos y Servicios y ámbito de aplicación

Un “producto” se define como cualquier tipo de actividad comercial y producto o servicio financiero ofrecido por *la Entidad* a clientes externos o internamente, por el cual *la Entidad* tiene la obligación de suministrar y / o recibir un servicio definido que incluye, pero no está limitado a:

- Todos los negocios asociados con la industria financiera (por ejemplo, productos de trading, productos de inversión, productos de crédito y financiación, índices, plataformas, seguros y operaciones).
- Iniciativas de comercio electrónico.
- Servicios Transaccionales
- Venta y Distribución
- Actividades de In-sourcing o Out-sourcing

El presente **Manual** será aplicable a los **productos/servicios/mercados** que se pretendan emitir y/o distribuir por *la Entidad*. El proceso a seguir será distinto en función de si el producto a aprobar sea nuevo o no.

4.1 Definición de Nuevo Producto

Se consideran **nuevos productos**, ya sean para su distribución masiva o dirigida a un grupo limitado de clientes/contrapartidas, o sean diseñados a medida:

- Los *nuevos tipos de productos* que no están siendo comercializados por *la Entidad* y que por tanto, a la hora de proponerse, no están incluidos en el *Catálogo de Productos* de la misma.
- *Modificaciones significativas* en las características fundamentales de los ya existentes que afecten a su diseño, funcionamiento o impacto regulatorio.
- Las *nuevas emisiones* de la Entidad, incluidas las nuevas modalidades de derivados y estructuras, aun cuando sean similares a las ya comercializadas.
- La *colocación o comercialización* de emisiones de *terceros*, ofertas públicas de venta o cualquier valor esté admitido o no a negociación en un mercado secundario de valores o no, sujetas o no a folleto de emisión, que se vaya a realizar a través de cualquiera de las redes de distribución de la Entidad.
- La *reactivación de productos* o la *comercialización de instituciones de inversión colectivas* que modifiquen su política de inversión y/o que ofrezcan nueva garantía al cliente.

Los productos objeto de este **Manual** son los incluidos en el *Catálogo de productos*, entre otros:

- Bancarios:
 - Préstamos y créditos hipotecarios
 - Préstamos y créditos personales, financiación
 - Tarjetas de crédito
 - Leasing
 - Depósitos
 - Cuentas de pago
 - Servicios de pago
 - Dinero electrónico
 - Auales, fianzas y garantías
 - Operaciones de comercio exterior
 - Otros productos Bancarios
- Instrumentos Financieros: Tal y como establece la Ley 4/2015 (Ley del Mercado de Valores) en su texto refundido:
 - Participaciones y acciones en Instituciones de Inversión Colectiva (fondos y SICAVs)
 - Valores negociables objeto de colocación pública
 - Instrumentos del mercado monetario
 - Contratos de opciones, futuros, permutas (swaps), acuerdos de tipos de interés a plazo y otros contratos de derivados relacionados con valores, divisas, tipos de interés o rendimientos, derechos de emisión u otros instrumentos derivados, índices financieros o medidas financieras que puedan liquidarse mediante entrega física o en efectivo.
 - Contratos de opciones, futuros, permutas (swaps), contratos a plazo y otros contratos de derivados relacionados con materias primas.
 - Instrumentos derivados para la transferencia del riesgo de crédito.
 - Contratos financieros por diferencias.
 - Otros Instrumentos Financieros

- Seguros:
 - Planes de pensiones
 - Seguros de ahorro
 - Otros seguros

Igualmente será aplicable este **Manual** a:

- La Gestión Discrecional de Carteras
- La prestación de un *nuevo servicio*.
- La adhesión de la Entidad a un *nuevo mercado* como miembro, que permita canalizar órdenes de terceros.

4.2 Definición de Producto ya existente

No se considerará nuevo producto la variación de condiciones económicas o plazo de los productos ya disponibles en el catálogo de la Entidad así como la modificación de características que no incrementen ni la complejidad del producto ni los riesgos para el cliente (aunque el responsable del producto habrá de informar de ello al **Comité**), si bien, si la modificación de características implica nuevos desarrollos y/o operativa, no derivados de cambios normativos, se deberá informar al **Comité** para su valoración en términos coste-beneficio para la Entidad.

Se aplicarán los mismos aspectos establecidos en este **Manual** a nuevas modalidades/instrumentos a comercializar o incluir en el catálogo de productos y servicios de la Entidad, de tipos de productos ya comercializados en la Entidad, aunque se podrá establecer un **procedimiento abreviado de autorización** de acuerdo con lo establecido en este **Manual**. Asimismo, la realización de campañas de comercialización de productos concretos preexistentes, siempre que se establezcan objetivos a la red de distribución o se incluyan en los planes comerciales de la red, deberán obtener la conformidad de acuerdo con el **procedimiento abreviado** que se establezca pero, en todo caso, autorizado por el **Comité**.

4.3 Productos de Terceros

La Entidad puede distribuir productos de terceros a sus clientes (ya sean suministrados por otras Entidades del Grupo y/o externas a él). Según el proveedor (pertenecientes al Grupo o no), los pasos a dar serán:

Entidades del Grupo Caja Rural

- **RGA**: Las fichas de producto y documentación regulatoria son preparados por *RGA* y revisados por su *Unidad de Cumplimiento Normativo*, por lo que no será necesario volver a revisarla. En este caso, cuando se cambie un producto existente o se vaya a distribuir uno nuevo, será función del Comité de Productos aprobar dicha distribución en *la Entidad*.
- **Gescooperativo**. Las fichas de producto y documentación regulatoria son preparados por *Gescooperativo* y revisados por su *Unidad de Cumplimiento Normativo*, por lo que no será necesario volver a revisarla. En este caso, se seguirá el procedimiento establecido para la *Gobernanza de Selección de Fondos de Inversión*. Cuando se cambie un producto existente

o se vaya a distribuir uno nuevo, será función del Comité de Productos aprobar dicha distribución en *la Entidad*.

Entidades no pertenecientes al Grupo Caja Rural

- IIC's para Comercialización / Asesoramiento: En este caso, se seguirá el procedimiento establecido para la Gobernanza de Selección de Fondos de Inversión, pero deberá ser el Comité el que apruebe la comercialización de dichos Fondos en la Entidad siguiendo el procedimiento establecido.
- IIC's para Gestión de Carteras: En este caso, se seguirá el procedimiento establecido para la Gobernanza de Selección de Fondos de Inversión, pero deberá ser el Comité, quién apruebe la distribución de dichos Fondos en la Entidad siguiendo el procedimiento establecido.
- Otros productos. Cualquier producto de terceros que vaya a ser distribuido en la Entidad, deberá ser aprobado por el Comité de Productos.

5.- Aspectos a considerar en la emisión y distribución de productos y servicios

5.1 Principios generales previos al estudio de un nuevo lanzamiento

Los principios generales que la Entidad considera para analizar la conveniencia de un nuevo producto o servicio son los siguientes:

- Se debe tener en cuenta la compatibilidad del producto o servicio a considerar con los intereses, objetivos y características de los clientes a los que será ofrecido (mercado objetivo) identificando asimismo, los segmentos del mercado para los que se prevé que el producto no encaje.
- Se debe considerar también dicha compatibilidad con la estrategia comercial de la Entidad.
- En su caso, se deberá analizar el mejor proveedor externo necesario para la emisión y/o distribución del producto o servicio. En este caso, se deberá formalizar por escrito el acuerdo con el proveedor que corresponda.
- Se deberá analizar la viabilidad interna del producto o servicio, desde el punto de vista de los riesgos que asume la Entidad, así como la existencia de un proceso operativo de registro y controles adecuado.
- Cuando se vaya a ofrecer un producto o servicio conjuntamente con otro servicio o producto como parte de un paquete, como condición del mismo acuerdo o cesta o paquete (venta cruzada), se deberá valorar el coste y riesgos que supone para el cliente la adquisición de los distintos productos o servicios conjunta y separadamente.
- Cuando los productos no se vayan a distribuir a través de las redes de distribución de la Entidad, se pondrá a disposición de los distribuidores toda la información adecuada sobre los productos y sobre el proceso de aprobación del producto, incluyendo el mercado destinatario definido para el producto así como los segmentos de mercado para los que se prevé que el producto no encaje.

5.2 Aspectos a considerar en la emisión y/o distribución de un nuevo producto o servicio

Antes de decidir emitir y/o distribuir un nuevo producto o servicio, de acuerdo con el ámbito de aplicación de este **Manual**, se deberán haber analizado con carácter general, al menos, los siguientes aspectos:

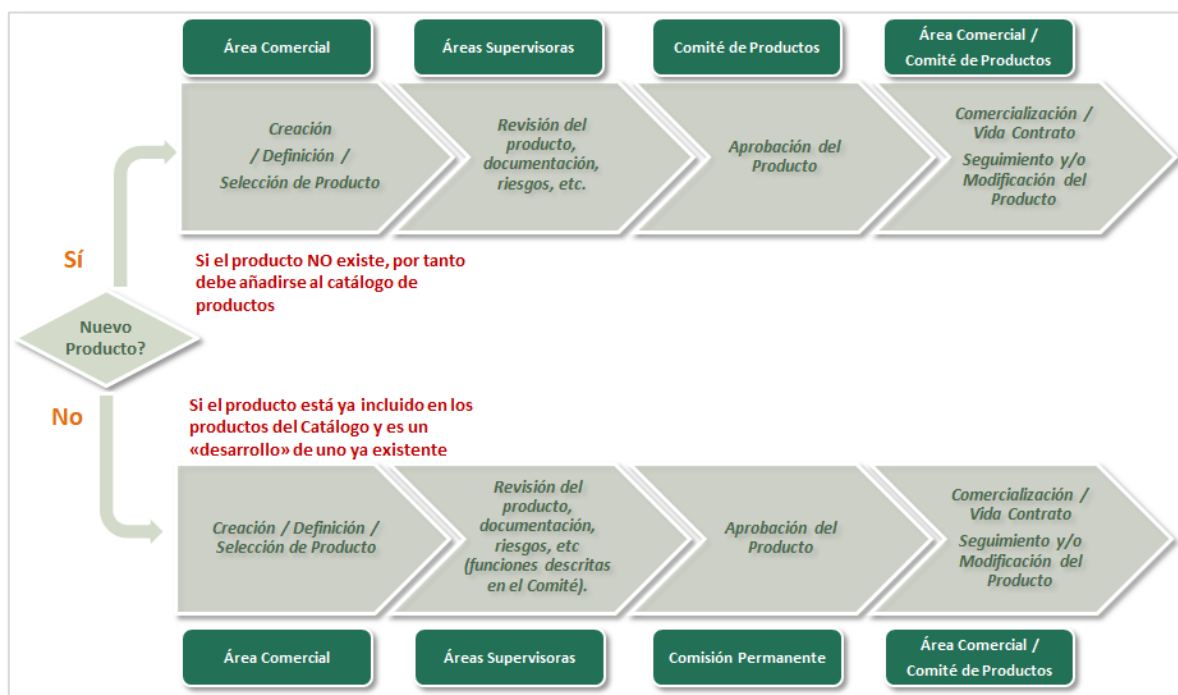
- Cumplimiento de la regulación aplicable.
- Colectivo objetivo y no adecuado.
- Conflictos de interés.
- Modo de distribución y restricciones.
- Modelo de fijación de precios.
- Escenarios de rentabilidad.
- Efectos en el perfil de riesgo de la Entidad.

- Adecuación del capital y la rentabilidad del producto o servicio.
- Disponibilidad de recursos humanos adecuados: comercialización, administración o control (front, back y middle office, respectivamente). El personal debe contar con formación, conocimientos y competencias suficientes del producto o servicio y normativa aplicable, para su venta, gestión y soporte administrativo, así como para el control de los riesgos asociados al mismo.
- Disponibilidad de recursos operativos: procesos operativos y herramientas informáticas.
- Verificar que en el caso de venta cruzada o paquetes de productos, si los riesgos o costes asociados al paquete son iguales o menores que los asociados a los componentes del mismo considerados por separado. En caso contrario, no se deberá ofrecer como paquete. En todo caso, habrá que ofrecer al cliente una descripción adecuada de los diferentes componentes del paquete y del modo en que la interacción entre ellos modifica los riesgos.
- Identificación de si el servicio o producto entra dentro de la categoría de producto ASG.
- Reporte al supervisor competente (BdE, CNMV, DGSyFP, etc).

5.3 Flujo de Aprobación de Productos

El flujo de aprobación de productos se compone de tres fases principales (*Creación, Supervisión y Aprobación*) más una adicional (Monitorización) que puede variar según la decisión que haya tomado en el Comité de incluirla en el producto o no.

Este flujo variará según el producto sea nuevo o desarrollo/modificación de uno ya existente, tal y como muestra el siguiente gráfico:



En esencia el proceso es similar, pero los intervinientes en el proceso variarán. En un producto

“nuevo”, el número de áreas de supervisión será mayor que en la aprobación de un desarrollo de un producto ya existente.

A continuación se detallan las fases incluidas en el ciclo de aprobación de productos y los intervinientes según el tipo de producto a aprobar (nuevo o desarrollo).

5.3.1 FASE I: Creación

Definición

En esta fase los originadores de productos de *la Entidad* establecen los criterios y características a la hora de lanzar un producto o servicio. Será su responsabilidad asegurar su correcta comercialización así como la definición del segmento objetivo del producto o servicio.

Para cada nuevo producto o servicio, el responsable de la propuesta será la unidad de negocio promotora del mismo, que impulsará el proceso para que el nuevo producto o servicio sea evaluado conforme a este **Manual** y siguiendo la lista de verificación recogida en el *Anexo I* del presente manual. Sin la verificación de estas tareas el producto no se elevará al Comité de productos para su aprobación final.

La unidad de negocio promotora del **proceso** de productos y servicios, ya sean propios o de terceros, para su comercialización a través de cualquiera de las redes de distribución de la Entidad (incluidos sus agentes) deberá, siempre que proceda:

- Definir las características del nuevo producto o servicio y los riesgos asociados al mismo, tanto para la Entidad como para el cliente o destinatario, y establecer el cronograma de las tareas asociadas al proyecto y de los responsables de cada una de ellas.
- Definir la estrategia de distribución (incluida el canal o canales a utilizar) y los clientes o destinatarios a quienes se va a dirigir el producto o servicio, considerando las características y necesidades de los mismos.
- Confirmar que se elabora la información precontractual, contractual y poscontractual requeridas, conforme a los procedimientos operativos establecidos.
- Confirmar que el producto cuenta con la verificación de la unidad de prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo (solamente para productos nuevos, no para el desarrollo/modificaciones de los ya existentes)
- Verificar, con vistas a la protección del cliente, que los costes asociados al nuevo producto así como sus riesgos son compatibles con las necesidades, objetivos y características del mismo y no menoscaban el beneficio esperado del producto o servicio.
- Asegurarse que, en caso de que se vaya a realizar publicidad del nuevo producto o servicio, cumple con todos los requisitos establecidos en la **Política de Comunicación Comercial** de la Entidad.
- Determinar si el producto cumple con los criterios de sostenibilidad establecidos, para que pueda ser considerado como producto ASG.

En el caso de IICs, se seguirá el procedimiento establecido para la *Gobernanza de Selección de Fondos de Inversión* descrito en el Manual del mismo nombre y que es un complemento a esta Manual.

Intervinientes

En esta fase únicamente participarán las Unidades de negocio que sean las promotoras del producto.

5.3.2 FASE II: Supervisión

Definición

Una vez definidas las características del producto este entrará en una fase de revisión por el cual entre otras puntualizaciones, *la Entidad* verificará:

- que el nuevo producto o servicio está alineado con el perfil de riesgo de *la Entidad*,
- que cumple con todos los requisitos legales y regulatorios para su comercialización,
- que es apropiado para el segmento de clientes para el que está destinado, y
- que la Entidad cuenta con personal cualificado para su distribución.

Todas estas tareas serán verificadas por diferentes áreas de la Entidad.

Intervinientes según tipo de producto

A continuación se detallarán los intervinientes y sus responsabilidades en esta fase:

A Responsable del Segmento de Negocio (Promotor del Producto)

En el caso de productos o servicios a comercializar a través de la red de oficinas de la Entidad, en todo caso, el procedimiento de emisión y/o distribución de un nuevo producto o servicio deberá contar con la participación del responsable del segmento (particulares, banca privada, etc.) y/o del canal (red, banca a distancia, etc.) al que se dirija el producto, para asegurar el enfoque adecuado a la clientela objetivo del mismo.

NUEVO PRODUCTO



DESARROLLO DE YA EXISTENTE



B Gestión de Riesgos

Será necesario que, en el proceso de cualquier nuevo producto o servicio, la Unidad de Gestión Integral del Riesgo, como función de control de riesgos de la Entidad, realice o verifique que se ha realizado una evaluación completa y objetiva de:

- los riesgos derivados de las nuevas actividades en diversos escenarios a los que queda expuestos la Entidad en su comercialización,
- la consistencia del nuevo producto con el marco de Apetito al Riesgo (MAR) de la Entidad,
- de posibles deficiencias en los marcos de gestión de riesgos y de control interno de la Entidad,
- en el caso de emisiones propias confirmar que existe límite de riesgo autorizado por el Comité de Activos y Pasivos,
- de la capacidad de la Entidad para gestionar con eficacia los nuevos riesgos,
- realizar simulaciones que permitan garantizar que el producto o servicio es acorde con el perfil de riesgo de la Entidad, incluyendo escenarios extremos

En el caso de productos propios, se deberá valorar la adecuación del capital y la rentabilidad para la Entidad. Para ello, tendrá la facultad de pedir cualquier aclaración o información adicional respecto al proceso de creación y/o distribución del producto o servicio que se propone.

NUEVO PRODUCTO

DESARROLLO DE YA EXISTENTE

C Organización y Sistemas

Organización y Sistemas debe verificar que se cuenta con las herramientas informáticas y procedimientos operativos adecuados para la gestión del producto o servicio de acuerdo con las especificaciones del mismo, tanto internamente como con el destinatario del mismo. En caso de que no existan o no se puedan reutilizar las existentes, deberá proveerlas, si se considera oportuno continuar con la emisión y/o distribución del producto o servicio a pesar de ello.

NUEVO PRODUCTO

DESARROLLO DE YA EXISTENTE

D Contabilidad y Control Interno

Contabilidad y Control Interno será la encargada de:

- El control de calidad del caso de negocio que sustente el proceso del producto,
- El encaje de los objetivos de ventas en el Presupuesto anual, en cuanto a la rentabilidad generada según volumen y precios objetivo de la emisión o distribución, así como los costes directos e imputados al producto y el riesgo asociado, en colaboración con **Gestión Integral del Riesgo**.
- La imputación de tasas de transferencia interna cuando se requiera.
- Proporcionar los cuadros de mando de información de gestión para el seguimiento de los de ventas definidos.

NUEVO PRODUCTO

DESARROLLO DE YA EXISTENTE
E Recursos Humanos

El generador del producto verificará con **Recursos Humanos** que se cumple la política general de remuneraciones de carácter variable del personal implicado en la creación y comercialización de productos, así como que existen los medios humanos suficientes, con la experiencia, conocimientos y competencias adecuados, cuando el lanzamiento de dicho nuevo producto o servicio pudiese tener impacto en ello.

Se asegurará que la red que vaya a comercializar el producto o servicio cuenta con la suficiente experiencia, conocimientos y competencias para la correcta distribución de los productos y servicios

NUEVO PRODUCTO

DESARROLLO DE YA EXISTENTE
F Asesoría Jurídica y Fiscal

Asesoría Jurídica deberá verificar que la documentación precontractual, contractual y post-contractual del producto o servicio es adecuada para el cliente al que se dirige y de acuerdo con la legislación aplicable.

Asesoría fiscal deberá informar de la fiscalidad que afecte al nuevo producto o servicio, proponiendo su redacción (o verificando su adecuación) en las fichas de producto, así como de los cambios que se puedan producir en la misma.

NUEVO PRODUCTO

DESARROLLO DE YA EXISTENTE
G Oficina de sostenibilidad

En el caso de que el productor considere que el producto cumple con los criterios de sostenibilidad, el productor deberá revisar, conjuntamente con la Oficina de Sostenibilidad, si se cumplen los requisitos establecidos por la normativa interna y externa.

Deberá obtenerse la aprobación formal de la Oficina de Sostenibilidad para que el producto pueda ser considerado como producto "Verde" o ASG.

NUEVO PRODUCTO

DESARROLLO DE YA EXISTENTE

H Cumplimiento Normativo

Cumplimiento Normativo deberá comprobar que los productos y servicios cumplen el marco jurídico vigente, así como cualquier modificación conocida inminente de la legislación, la normativa y los requisitos en materia de supervisión.

En concreto, deberá verificar que:

- En su caso, se han analizado las necesidades y características de los clientes a los que van dirigidos, y que son compatibles y adecuados para dicho mercado objetivo.
- Se cumplen los requisitos legales relacionados con los conflictos de interés, incentivos, idoneidad y conveniencia.
- Se ha elaborado la información precontractual a facilitar al cliente o potencial cliente, y que ésta incluye toda la información necesaria para que el cliente pueda tomar una decisión informada de contratación. En caso de paquetes de productos o venta cruzada, que incluye justificación de los costes y cargas de cada componente, y una descripción adecuada de los diferentes componentes del acuerdo o paquete y del modo en que la interacción entre ellos modifica los riesgos, en su caso.
- Se han establecido los procesos para remitir la información post-contractual a facilitar al cliente, en su caso.
- Se han realizado simulaciones, mediante la utilización de escenarios para controlar los riesgos derivados de los productos y servicios, incluidos escenarios extremos.
- No se ha establecido retribución variable a la red comercial de venta del producto directamente asociada a la comercialización del nuevo producto o prestación del nuevo servicio.
- El personal que intervenga en el diseño o distribución de un producto conozca y respete los procedimientos establecidos, esté cualificado y convenientemente formado, y conozca y comprenda las características, peculiaridades y riesgos del producto y normativa de aplicación.

- Se cumplen los requisitos legales relacionados con protección de datos de carácter personales, en materia de protección de datos desde el diseño y por defecto.
- Para el caso concreto de productos “Verdes” o ASG, se verificará que existe dictamen positivo por parte de la Oficina de Sostenibilidad y se comprobará que la documentación contractual (fichas, etc...) incluye los contenidos ASG correspondientes.

NUEVO PRODUCTO

DESARROLLO DE YA EXISTENTE


El cuadro adjunto muestra, a modo de resumen, qué Unidades deben participar en cada proceso:

	Interviniente	Nuevo Producto	Ya existente
A	Responsable del Segmento de Negocio (Promotor)	✓	✓
B	Gestión de Riesgos	✓	✓
C	Organización y Sistemas	✓	✓
D	Contabilidad y Control Interno	✓	
E	Recursos Humanos	✓	
F	Asesoría Jurídica y Fiscal	✓	
G	Oficina de sostenibilidad	✓	✓
H	Cumplimiento Normativo	✓	✓

5.3.3 FASE III: Aprobación

Definición

Una vez se han realizados todas las tareas de verificación y el originador de producto ha obtenido la lista de verificación con las diferentes tareas a realizar contempladas en el *Anexo I*, se convocará un Comité de Productos.

Será el Comité de Productos quien en última estancia ratifique y aprueba el producto o servicio.

Comité de Productos

El Comité de Productos tendrá la potestad de aprobar nuevos productos o desarrollar los ya existentes.

Su función es estudiar, y en su caso aprobar, la implantación de productos antes del inicio de actividades; realizar el control y seguimiento posterior para aquellos productos autorizados y fomentar el negocio de una manera ordenada y permitir su desarrollo en un entorno controlado.

Su composición coincide con los integrantes del Comité de Dirección. La actividad del Comité de Productos está integrada dentro de las funciones del Comité de Dirección.

En caso que se requiera la opinión de áreas diferentes a las involucradas en el Comité se solicitará su participación, sin voto, y siempre sujeta a los requerimientos que se le han solicitado; estas áreas podrán ser las de Recursos Humanos, Blanqueo de Capitales, o el Servicio de Atención al Cliente.

Para la consecución de sus fines, celebrará reuniones coincidentes con las del Comité de Dirección, o cuando concurra un hecho que así lo requiera, incluyendo en las actas las decisiones tomadas.

Procedimiento Ordinario de Autorización

Corresponde al **Comité** la aprobación de los productos y servicios de la Entidad, así como las modificaciones de los ya existentes.

Las autorizaciones del **Comité** podrán establecer una vigencia temporal limitada. En caso de no haberse emitido y/o distribuido el nuevo producto o servicio en el plazo de tiempo establecido, deberá volver a someterse al **Comité** el nuevo producto o servicio para su aprobación, conservando su validez las actuaciones que sirvieron de soporte a la toma de la decisión caducada, que por su naturaleza no deban volver a realizarse al no variar las circunstancias tenidas en cuenta.

Las propuestas de productos o servicios al **Comité** deberán presentarse por parte del promotor del proceso acompañadas de un informe o expediente con información en relación con la conveniencia de la emisión y/o distribución del producto y que incluya todas las evaluaciones y revisiones establecidas en este **Manual** de cada uno de los productos y servicios que se presenten a aprobación. Deberá incluir en todo caso, los comentarios realizados por las diferentes áreas implicadas en el Comité y la **lista de verificación** de productos cumplimentada (ver Anexo).

El promotor del proceso deberá informar periódicamente al **Comité** del estado del mismo para los productos y servicios aprobados.

En caso de que el **Comité** establezca condicionamientos para la emisión y/o distribución del nuevo producto o servicio, el promotor de dicho proceso deberá informar al **Comité** del cumplimiento de los mismos.

6.- Seguimiento

El **Comité** realizará una revisión del resultado de la distribución y de los clientes a los que finalmente se ha distribuido, al menos de los productos con mayores riesgos (p.e. la rentabilidad nula o negativa, aumento significativo del coste, modificaciones operativas, tecnológicas, regulatorias,) o que requiera la evaluación de aspectos que los hagan más complejos (p.e. rentabilidad referenciada a evolución de índices o cotizaciones), o que entrañen obligaciones especialmente onerosas (por su cuantía o duración) para asegurar que se siga ajustando a los intereses, objetivos y características del público objetivo y distribuyendo al mismo.

Para ello, puede requerir la participación del **Servicio de Atención al Cliente** o de la **Auditoría Interna** y analizar posibles quejas, reclamaciones, o fallos detectados en el proceso de distribución

para adoptar las medidas necesarias para mitigar la situación y evitar nuevos perjuicios, incluyendo la notificación inmediata al distribuidor de los cambios introducidos u otra medida.

7.- Revisión del catálogo de productos

Todos los productos creados y distribuidos en *la Entidad* forman parte del **Catálogo de Productos** de la misma.

El **Comité** realizará una revisión anual del Catálogo de Productos distribuidos por *la Entidad*. Para ello, la Unidad de Cumplimiento recopilará y revisará dicho catálogo con los diferentes responsables de productos y áreas de negocio.

El resultado será presentado al Comité para su ratificación, reflejando el resultado en el acta correspondiente del Comité de Productos.

8.- Competencia de la autoridad competente

La autoridad competente (Banco de España, CNMV, DGS y FP, etc.) puede, en determinados supuestos, suspender la comercialización o venta de productos. En caso de que sea comunicada la orden de suspensión, se deberá suspender la distribución del nuevo producto o la prestación del nuevo servicio con carácter inmediato.

En caso de establecer modificaciones o condicionantes a la emisión y/o distribución, se deberán introducir a la mayor brevedad posible, suspendiendo hasta ese momento la distribución del nuevo producto o la prestación del nuevo servicio.

Tanto la suspensión como la solicitud de modificaciones o condicionantes deberá ser comunicada al **Comité de Productos**.

9.- Procedimientos de supervisión y control del cumplimiento del Manual

9.1 Documentación

Las decisiones, propuestas e informes se incluirán en las actas del Comité de Dirección. Igualmente se incluirán las notificaciones del supervisor en relación con la emisión y/o distribución de los productos o servicios.

9.2 Revisión periódica del Manual

Cumplimiento Normativo deberá revisar anualmente el presente Manual, atendiendo a los posibles cambios producidos en la normativa aplicable y los procedimientos internos de la Entidad, o en su caso a los aspectos susceptibles de mejora.

HISTORIAL DE VERSIONES Y MODIFICACIONES

Versión	Descripción de la modificación	Autor
Diciembre 2016	Versión Inicial	Cumplimiento Normativo
Diciembre 2018	Adaptación MiFID y aprobación productos de terceros	Cumplimiento Normativo
Julio 2019	Revisión flujos de aprobación	Cumplimiento Normativo
Agosto 2020	Gráficos y definiciones	Cumplimiento Normativo
Septiembre 2021	Incorporación criterios ASG	Cumplimiento Normativo

Anejo: Lista de verificación aprobación de productos o servicios

Fecha: Promotor¹:

Producto o Servicio:

Proceso²: Creación/Emisión Distribución Reactivación

Emisor³:

<u>Tarea</u>	<u>S/N⁴</u>	<u>Observaciones⁵:</u>
Diseño del producto:		
- Características y riesgos para venta	<input type="checkbox"/>	
- Características y riesgos para el cliente	<input type="checkbox"/>	
- Simulaciones y escenarios rentabilidad	<input type="checkbox"/>	
- Precio aplicable	<input type="checkbox"/>	
- Costes compatibles con rentabilidad esperada por el cliente objetivo	<input type="checkbox"/>	
Emisión:		
- Autorización supervisor	<input type="checkbox"/>	
- Información Web	<input type="checkbox"/>	
- Información a distribuidores	<input type="checkbox"/>	
Distribución:		
- Tipo de Servicio de distribución	<input type="checkbox"/>	
- Canal/es	<input type="checkbox"/>	
- Restricciones de venta	<input type="checkbox"/>	
- Período de comercialización/vida	<input type="checkbox"/>	
- Colectivo objetivo y perfil de riesgo	<input type="checkbox"/>	
- Restricciones colectivo	<input type="checkbox"/>	
- Gestión conflictos de interés	<input type="checkbox"/>	
Personal:		
- Remuneración variable	<input type="checkbox"/>	
- Formación producto, distribución y operativa	<input type="checkbox"/>	
Publicidad:		
- Comunicaciones comerciales	<input type="checkbox"/>	
Relación directa con el cliente:		
- Información precontractual (Ficha)	<input type="checkbox"/>	
- Oferta vinculante	<input type="checkbox"/>	
- Evaluación solvencia	<input type="checkbox"/>	

<u>Tarea</u>	<u>S/N⁴</u>	<u>Observaciones⁵:</u>
- Evaluación (test) conveniencia	<input type="checkbox"/>	
- Evaluación (test) idoneidad	<input type="checkbox"/>	
- Información contractual	<input type="checkbox"/>	
- Información post-contractual	<input type="checkbox"/>	
- Quejas o reclamaciones recibidas	<input type="checkbox"/>	
Soporte operativo:		
- Procedimientos operativos adecuados	<input type="checkbox"/>	
- Herramientas adecuadas	<input type="checkbox"/>	
Tratamiento de Datos Personales (RGPD):		
- Tratamiento de Datos personales	<input type="checkbox"/>	

¹ Indicar el área, departamento, unidad o servicio.

² Verificar la casilla correspondiente. En caso de reactivación, indicar la causa: campaña de publicidad, nuevos requerimientos normativos, etc.

³ Sólo en el caso de que no sea la propia Entidad.

⁴ Verificar la casilla si está realizada la tarea. Si no aplica, indicar N/A en observaciones.

⁵ Aparte del mencionado "N/A", introducir explicaciones sobre el documento que acredita la conclusión de la tarea así como, si procede, referencia a otra unidad que la haya realizado o deba realizar alguna tarea adicional.