Principios de la Política de Control y Gobierno de Producto.

Esta política tiene por objeto el establecimiento de los requisitos sobre control y gobernanza de los productos de seguro diseñados, desarrollados y comercializados por Línea Directa Aseguradora S.A de manera que los clientes cuenten con todas las garantías posibles a la hora de contratar un seguro de conformidad con la normativa aplicable, en particular con el Decreto-Ley 3/2020 (Ley de Distribución de Seguros) y el Reglamento Delegado (UE) 2017/2358, por el que se establecen las normas sobre el mantenimiento, gestión y revisión de los mecanismos de control y gobernanza de los productos de seguro.

En este sentido, el Consejo de Administración de Línea Directa, en el marco de su competencia indelegable para determinar las políticas y estrategias de la Sociedad, aprueba la presente Política de Control y Gobernanza de Productos, en la que se establecen las pautas a seguir y se regula el proceso de comercialización de los nuevos productos de seguro en todas sus fases: diseño, aprobación, y distribución, así como el control y seguimiento de los productos ya existentes, y las medidas correctoras en su caso.

Todos los productos que comercialice Linea Directa Aseguradora S.A. quedan incluidos en el ámbito de esta política, ya sean de autos, de hogar o de salud que son las líneas de negocio en el momento de elaboración de esta política. En caso de iniciarse una nueva línea de negocio se revisará el contenido de esta política para adaptarlo si fuera necesario.

Principios de actuación

El Grupo Línea Directa desarrolla a través de esta Política los principios de actuación aline ados con los compromisos de transparencia de la información y calidad en la relación con los clientes, asumidos por la compañía en el Código Ético del Grupo. De esta forma, los principios en los que se fundamenta la actuación de Línea Directa Aseguradora S.A. en materia de diseño, aprobación y distribución de sus productos son.

Los principios de actuación concretos asociados a esta Política son los enumerados a continuación:

Satisfacción de las necesidades de los clientes.

- En cualquiera de las fases de comercialización de los productos de seguro se deberá atender a los intereses, objetivos y características de los clientes.
- Se ofrecerán los productos que resulten más beneficiosos y que mejor se adecuen a las circunstancias y necesidades de los clientes.

Mejora continua de la oferta y la calidad de los productos y servicios:

- Los nuevos productos deberán aportar valor a los clientes y se diseñarán teniendo en cuenta, no sólo su viabilidad económica, sino también los beneficios para el consumidor y la sociedad o su entorno.
- Los productos ya existentes se revisarán periódicamente para corregir posibles deficiencias

Transparencia y veracidad en las ofertas de productos:

- Se facilitará de forma clara, completa y veraz, la información adecuada sobre los elementos y características principales de los productos de la Entidad.

- Quienes participen en cualquiera de las fases de comercialización de los productos de seguro deberán disponer de la cualificación, conocimientos y experiencia necesarios para entender el producto y las características de sus destinatarios.

Rigor en el cumplimiento de la normativa y compromisos adquiridos:

- En todo el proceso de comercialización del producto se tendrá en cuenta la normativa aplicable, y muy especialmente las normas sobre Distribución de productos de seguro y protección de los consumidores.

- En caso de cambios normativos o de aprobación de nuevas políticas corporativas se revisará que los productos comercializados cumplen con los nuevos requisitos.

- Se deberán cumplir en todo momento los compromisos adquiridos por la entidad en el Código Ético y en aquellas políticas que en cada momento resulten de aplicación

Sostenibilidad del producto:

- A la hora de trabajar en el diseño de la oferta de producto, se valorará hacerlo en línea con las taxonomías en materia de sostenibilidad.

- Se promoverán productos y servicios respetuosos con el medio ambiente y que impulsen la transición hacia una economía más sostenible y descarbonizada en sustitución del carbón térmico, petróleo y gas no convencional.

- Se deberá asegurar la no discriminación de los clientes actuales y potenciales.

- Se valorarán los impactos tanto directos como indirectos de los productos y servicios, que tengan utilidad inclusiva de acceso al seguro o estén dirigidos a colectivos vulnerables o con necesidades especiales, promoviendo dichos productos y servicios, en su caso.

- Se fomentará el desarrollo de productos innovadores y esquemas de servicio que faciliten el acceso del mayor número de colectivos al seguro.