

Reglamento de Conducta en la Comercialización de Planes de Pensiones

1. Principios generales y ámbito de aplicación

ING BANK NV, Sucursal en España (en adelante, ING, el Banco o la Entidad) presta, entre otros, el servicio de comercialización de Planes de Pensiones Individuales. En relación con esta actividad, cumpliendo con lo dispuesto en el artículo 26 bis del Real Decreto Legislativo 1/2002, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de regulación de los planes y fondos de pensiones, introducido a través de la Disposición Final Decimotercera de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible:

- a) ING ha suscrito acuerdos de comercialización en exclusiva con Entidades Gestoras de Fondos Pensiones a los que están adscritos Planes de Pensiones individuales, habiendo adaptado dichos acuerdos a las disposiciones establecidas por la normativa en vigor y delimitando en los mismos las competencias y obligaciones de ING como comercializador de Planes.
- b) El Banco cuenta con una estructura y medios humanos y materiales adecuados al ejercicio de dicha actividad comercializadora.
- c) Las personas a quienes se les ha encomendado el ejercicio de la actividad comercializadora por cuenta de la Entidad poseen una adecuada capacidad y formación a tal fin.
- d) ING ha elaborado el presente Reglamento de Conducta, relativo a sus políticas de comercialización de Planes, con el objetivo de asegurar un servicio e información en interés de los partícipes y beneficiarios de los Planes comercializados.
- e) La Entidad asume el compromiso de actuar, en todo momento, con profesionalidad, honestidad, transparencia e imparcialidad, comportándose con la máxima diligencia y cuidando de los intereses de sus clientes como si fueran los propios.
- f) ING cuenta con medidas y sistemas de control adecuados para cumplir con la normativa vigente en materia de comercialización de Planes y con el presente Reglamento de Conducta.

2. Sujetos obligados por el presente reglamento de conducta

Son sujetos obligados por el presente Reglamento de Conducta tanto ING, en el ámbito de actividad antes referido, como aquellos empleados y agentes de la Entidad que ejerzan labores relacionadas con la comercialización de Planes de Pensiones, ya sea de manera directa, a través de su venta u ofrecimiento al público, o indirecta, a través de la definición de objetivos y estrategias comerciales y de marketing, el diseño de campañas publicitarias y la planificación y puesta en marcha de las mismas.

3. Obligaciones del comercializador de planes de pensiones

3.1. Actividad publicitaria relativa a los planes de pensiones

ING cumplirá en todo momento con las obligaciones establecidas en la normativa en vigor en materia de publicidad relativa a Planes de Pensiones, y en especial con aquellas contenidas en el artículo 100 del Real Decreto 304/2004, de 20 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de Planes y Fondos de Pensiones. En este sentido:

- 1) La publicidad relativa a los planes y fondos de pensiones y a sus entidades gestoras se ajustará a lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, y disposiciones de desarrollo.
Tendrá la consideración de publicidad toda forma de comunicación por la que se ofrezcan planes de pensiones o se divulgue información sobre éstos, cualquiera que sea el medio o soporte utilizado para ello, incluidas las circulares llamadas y cartas personalizadas que formen parte de una campaña de difusión.
- 2) La publicidad relativa a los planes y fondos de pensiones deberá transmitir a sus destinatarios una información veraz, eficaz y suficiente sobre las características esenciales del plan de pensiones o de los servicios o productos relacionados con él, y deberá, al menos, cumplir los siguientes requisitos:
 - a) La identificación de la entidad promotora del plan y de la gestora y depositaria del fondo correspondiente, destacada de forma suficiente mediante nombres comerciales o marcas, salvo que éstas puedan inducir a confusión, en cuyo caso se empleará la denominación social.

- b) En el caso de que la publicidad de un plan de pensiones comprenda la oferta de otras operaciones, servicios o productos, su contenido deberá identificar a los distintos oferentes, en su caso, y distinguir claramente las propuestas contractuales diferentes del propio plan de pensiones.
 - c) Cuando la publicidad incluya referencias a la rentabilidad obtenida por el plan, deberá hacerse constar el período de obtención, su equivalente calculado sobre una base anual y la identificación del auditor del fondo de pensiones y, en su caso, clarificar el carácter estimatorio e informar de manera clara y precisa de que resultados históricos no son indicadores de resultados futuros. La oferta de compromisos de revalorización de los derechos consolidados, no asumidos por el propio plan, deberá identificar claramente a la entidad garante.
- 3) La publicidad relativa a los planes y fondos de pensiones no está sujeta a autorización administrativa, ni debe ser objeto de remisión sistemática previa, si bien, en todo caso, la publicidad deberá estar en todo momento disponible para la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

ING ha definido e implementado medidas de control encaminadas a asegurar que la publicidad emitida acerca de los Planes de Pensiones comercializados cumple con lo previsto en este apartado.

3.2. Puesta a disposición de la información necesaria

El Banco pondrá a disposición de los partícipes y beneficiarios de los Planes de Pensiones individuales que comercialice toda la información exigida por la normativa, así como aquella otra información que sea relevante para estos a fin de adoptar decisiones informadas.

Específicamente, ING contará con los procedimientos y procesos necesarios para cumplir con la normativa vigente en cada momento en relación con la información a los partícipes de los Planes de Pensiones, tanto con carácter previo a la contratación del producto como con posterioridad.

3.3. Operativa posterior a la contratación del plan

ING tramitará las solicitudes de aportaciones, de movilización de derechos consolidados, de cobro de prestaciones y reembolso de derechos consolidados en los supuestos excepcionales de liquidez que se produzcan con posterioridad a la contratación en la que intervenga.

Toda entrega o recepción de fondos por aportaciones, prestaciones o supuestos excepcionales de liquidez se realizará directamente entre el partícipe o beneficiario y el Fondo de Pensiones. A estos efectos, los Fondos de Pensiones a los que están adscritos los Planes de Pensiones comercializados por ING son titulares de una cuenta abierta en esta Entidad en la que se realizan, en cada fecha de cobro, todos los ingresos provenientes de los partícipes que cada Fondo deba recibir.

Los procesos relacionados con las aportaciones, movilización de derechos consolidados, cobro de prestaciones y reembolso de derechos consolidados en los supuestos excepcionales de liquidez están definidos en las Especificaciones de cada Plan de Pensiones.

4. Responsabilidades y control por parte de las entidades gestoras y del comercializador

Tanto en el momento de formalización del acuerdo de comercialización, como durante toda la vigencia del mismo, la Entidad Gestora del Fondo de Pensiones velará para que las actuaciones de las personas o entidades comercializadoras se ajusten a lo establecido en dicho acuerdo y en la legislación vigente. A tal efecto, los acuerdos de comercialización suscritos entre ING y las Entidades Gestoras prevén procedimientos que permiten comprobar el cumplimiento por parte de ING de las obligaciones derivadas del acuerdo y de las establecidas en la normativa.

Del mismo modo, ING velará para que las actuaciones de sus agentes se ajusten a lo establecido en la legislación vigente, previendo los acuerdos de agencia suscritos los procedimientos necesarios para comprobar el cumplimiento por parte de los agentes de las obligaciones derivadas del acuerdo y de las establecidas en la normativa y en el presente Reglamento.

ING será responsable ante los partícipes y beneficiarios de todos los perjuicios que les causaren por incumplimiento de sus obligaciones. No obstante, en relación con los plazos establecidos reglamentariamente para la movilización de derechos consolidados, abono de prestaciones y reembolso de derechos consolidados en los supuestos excepcionales de liquidez, las Entidades Gestoras serán responsables de los retrasos que se produzcan en exceso de los plazos previstos para tramitar y hacer efectivas las solicitudes de los partícipes y

beneficiarios, sin perjuicio de la posibilidad de la Entidad Gestora de repetir contra quien hubiera causado el retraso. A estos efectos, la presentación de las citadas solicitudes en cualquier establecimiento de ING o de su red comercial, se entenderá realizada en la Entidad Gestora.

Sin perjuicio de las instancias de reclamación de que dispone ING, las reclamaciones que formulen los partícipes y beneficiarios o sus derechohabientes contra ING podrán someterse al Defensor del partícipe conforme a lo previsto en el apartado 5 del artículo 7 de la Ley de regulación de los planes y fondos de pensiones.

5. Gestión de conflictos de interés

ING percibe una comisión por la comercialización en exclusiva de Planes de Pensiones individuales adscritos a Fondos de Pensiones gestionados por determinadas Entidades Gestoras, sin que la percepción de dicha comisión vaya en detrimento de la obligación de actuar en máximo interés del cliente. Los gastos inherentes a la comercialización del Plan y las remuneraciones o comisiones establecidas por los servicios de comercialización en ningún caso serán a cargo del partícipe o beneficiario ni del Plan o Fondo de Pensiones correspondiente.

Pese a que la comisión percibida varía para cada Plan de Pensiones, ING garantiza que su actividad de comercialización no se verá influenciada de ninguna manera por las comisiones que esta entidad pueda percibir como contraprestación de dicha tarea, de manera que ni la Entidad ni sus empleados o agentes serán incentivados de ninguna manera para promover la contratación de un Plan de Pensiones concreto en detrimento de otro basándose en la comisión percibida por ING por la comercialización de cada Plan. Muy al contrario, la actividad publicitaria dirigida a clientes concretos del Banco se verá determinada por criterios tales como las características personales y necesidades del partícipe al que va dirigida la misma, más específicamente en cuanto a la fecha estimativa de su jubilación, de acuerdo con su edad.

6. Actualizaciones del reglamento

Una versión actualizada del presente Reglamento estará permanentemente a disposición de aquellas personas relacionadas con la actividad comercializadora indicadas anteriormente, así como también de los partícipes y beneficiarios de los Planes de Pensiones que ING comercialice. La puesta a disposición del mismo se hará por los canales que el Banco determine en cada momento.

La aprobación del presente Reglamento (y, en su caso, de sus modificaciones y actualizaciones posteriores) corresponde al Comité de Riesgos No Financieros de ING.