



Versión: 2

Fecha de actualización: 30/01/2026

Este documento recoge las actividades llevadas a cabo y las decisiones adoptadas en la aplicación de la **“Política de control y gobernanza de productos”**, con el objetivo de ayudar a nuestros mutualistas a proteger correctamente sus riesgos.

Dividiremos el proceso en tres grupos: el diseño del producto, la comercialización y el seguimiento de este.

DISEÑO

1. Proceso de creación o modificación del producto

1.1. Identificación de la necesidad

Será identificada por los siguientes canales:

- a) El productor: a través de la solicitud del Área Comercial, (que canaliza la información obtenida de los distribuidores), del Área de Marketing o del Área Técnica y de Negocio. Es decir, se identifica mediante algún miembro del Comité de Producto una necesidad existente en el mercado.
- b) El cliente: por el manifiesto de la necesidad de un determinado producto o servicio, ya sea porque lo tiene contratado con otra compañía, o por presentar una necesidad a cubrir.
- c) Canales de quejas y reclamaciones: Se identifica una incidencia recurrente en un proceso y se traslada al Comité de Producto.

1.2. Desarrollo del informe preliminar

Para iniciar cualquier creación o cambio, se realiza un análisis e informe con los siguientes puntos:

- a) Estudio de mercado.
- b) Propuesta de servicio, cobertura o parámetro a incorporar o modificar.
- c) Estudio del comportamiento técnico, como el análisis de la siniestralidad, frecuencia, coste medio, entre otros.

1.3. Estudio de posicionamiento

- a) Definición del mercado destinatario, análisis de los datos de cartera y perfil del cliente.
- b) Desarrollo de estudio comparativo de precios y coberturas de perfiles definidos, a través de proveedor externo y posterior análisis de la información.
- c) Emisión de un informe final de posicionamiento que se comparte con el Comité de Producto.

1.4. Revisión de requisitos

- a) Se analiza la documentación necesaria para la incorporación de las nuevas variables a modificar.
- b) Se realiza comparativa con diversos escenarios.
- c) Se recaba información de proveedores existentes.

1.5. Aprobación

Se presenta análisis y propuesta al Comité de Dirección para su conformidad.

1.6. Planificación y desarrollo

- a) Elaboración de un documento con los requisitos del proyecto a las diferentes Áreas involucradas, para la estimación de plazos de ejecución.
- b) Definición de un plan de ejecución.
- c) De haber desarrollo informático, en base al documento de requerimientos, se incorporarán las modificaciones en el sistema disponible para el canal de distribución, al igual que la actualización de los en los reportes, entre otros.
- d) El Área Técnica y de Negocio validará los desarrollos ejecutados en base a los requerimientos.

1.7. Implementación de la medida o lanzamiento

- a) Información interna y al canal de distribución.
- b) Formación al canal de distribución.
- c) Campaña publicitaria de ser requerida.

2. Descripción del producto

2.1. Equipo de diseño del producto

El equipo encargado del diseño del producto posee el conocimiento, cualificaciones y competencias necesarias para comprender plenamente el seguro y el mercado destinatario.

2.2. ¿Qué es el Seguro de Comercio?

Es un seguro destinado a cubrir los daños que pueda sufrir el negocio asegurado, tanto el establecimiento (Continente), como los bienes de su interior (Contenido), y prestarle asistencia en caso de siniestro, además de las reclamaciones por los daños que pueda ocasionar a un tercero.

2.3. ¿Cuáles son las principales características del producto?

2.3.1. Coberturas de la póliza del Seguro de Comercio

Coberturas básicas: Daños por agua, Daños por situaciones meteorológicas adversos, Incendio, explosión y caída de rayo, Actos de vandalismo o malintencionados, Inhabitabilidad temporal y/o pérdida de alquileres, Accidente de clientes dentro del local, Daños de origen eléctrico. Otras coberturas opcionales son Responsabilidad Civil, Asistencia, Accidentes personales de empleados,

Robo o atraco, Actos vandálicos de los inquilinos del local, Fontanería o desatasco urgente, Goteras y filtraciones, Defensa jurídica y reclamación de daños, Rotura de cristales, espejos, encimeras de mármoles o granitos y elementos sanitarios, Todo riesgo accidental, Pérdidas de explotación del negocio, Avería de maquinaria, equipos eléctricos o electrónicos, Deterioro de alimentos en frigoríficos, en caso de avería del frigorífico o fallo en el suministro de energía eléctrica, Cobertura automática de mercancías (incremento de hasta el 100%), Asistencia tecnológica y Daños estéticos.

2.3.2. Particularidades de la contratación

Para la ejecución y cálculo del presupuesto se realizará un cuestionario (Tarificación) inicial o una visita para conocer todas las variables existentes que puedan influir en la valoración del riesgo.

El Asegurado deberá abonar la prima de la póliza de forma anticipada, pero total o parcial en base a la modalidad de pago seleccionada.

Las coberturas y servicios se regirán en base a los límites estipulados en las Condiciones Generales y Particulares aceptadas y firmadas al momento de la contratación de la póliza.

2.4. ¿Cuáles son los documentos de soporte solicitados al momento de la contratación?

Para la formalización de la póliza se requiere de todas las figuras intervinientes (Tomador, Asegurado y Beneficiario) el DNI, y siempre que se contraten Objetos de valor, será necesario que se aporte fotografías de los objetos y/o factura. Asimismo, se contratan Obras de reforma se ha de facilitar una relación con el detalle por partidas e importes.

2.5. ¿Cuáles son los documentos entregados por el distribuidor al cliente?

Previo a la contratación se entregará el presupuesto, el documento de información del producto (DIP) y la nota informativa del distribuidor y aseguradora. En el momento de la contratación, se facilitarán las Condiciones Particulares y Generales del seguro aceptadas por el cliente mediante su firma.

3. Mercado destinatario

El mercado al que va dirigido este producto es autónomos o sociedades que desarrollen una actividad comercial minorista, negocios de distintos sectores especializados, oficinas o despachos, de la Comunidad Autónoma de Canarias con necesidades en el ámbito de protección de las necesidades básicas de cualquier actividad.

3.1. ¿A quién va dirigido este producto?

El Seguro de Comercio de Mutua Tinerfeña está dirigido a toda aquella persona que cumpla con los siguientes requisitos:

- Autónomos o sociedades que desarrollen su actividad en el Archipiélago Canario.
- Mayores de 18 años sin límite de edad.
- Que acredite un documento de identidad DNI/NIE o CIF.
- Que desarrollen una actividad comercial minorista.
- Con capacidad de pago de la prima devengada.

3.2. ¿A quién no va dirigido este producto?

Se considera que este producto no va dirigido a aquellos potenciales mutualistas que no cumplan con los requisitos del mercado destinatario y además en los siguientes casos:

- Un cliente que ya tenga el comercio asegurado en otra compañía en ese mismo período.
- Que el comercio por alguna de sus características esté excluido en las normas de suscripción.
- Que el Tomador se considere excluido en base a nuestras normas de suscripción.

4. Pruebas

4.1. Auditorías

Mediante un proceso de auditoría interna se garantiza el cumplimiento de las normas de contratación y mercado destinatario.

4.2. Control de Calidad

Con el objetivo de conocer la satisfacción de nuestros clientes en el proceso de presupuesto y contratación de nuestro Seguro de Comercio y los servicios de postventa, realizamos una serie de estudios cuantitativos a través de una consultora independiente.

En base a los resultados de las Auditorías y Controles de Calidad se desarrolla un plan de acción de ser necesario, el cual generaría una revisión del producto.

COMERCIALIZACIÓN

1. Distribución del producto

Mutua Tinerfeña en su proceso de captación y mantenimiento de su canal de distribución, garantiza a través de jornadas formativas internas y externas, y un equipo de asesoramiento los conocimientos y competencias de sus integrantes.

Para asegurar que el canal de distribución cumpla con los objetivos de la gobernanza y vigilancia de producto, se realizan auditorías, controles, asesoramiento y formación continua.

El canal de distribución es conocedor del diseño del producto y su mercado destinatario.

1.1. ¿Por qué canal se distribuye este producto?

Clase de distribuidores:

- Canal directo de Mutua Tinerfeña
 - Web/App
- Mediadores de seguros personas físicas y jurídicas
 - Agente de seguro
 - Agente de seguro exclusivo y vinculado
 - Colaborador externo

SEGUIMIENTO

1. Revisiones periódicas

El Comité de Producto tiene entre sus prioridades controlar y supervisar periódicamente los seguros comercializados por Mutua Tinerfeña, con el objetivo de detectar situaciones que puedan afectar a los mismos, y garantizar que cumplan con los objetivos establecidos, además de adaptarse a las situaciones de mercado y necesidades de los clientes.

Sus principales acciones de seguimiento son:

- Identificar los hechos que puedan afectar a las características principales del producto.
- Comprobar que el canal cumple con los procedimientos.

Para el Control de quejas y reclamaciones existe un Departamento de Atención al Cliente (DAC) que gestiona y reporta las incidencias relevantes al Comité de Producto.

2. Medidas de corrección y mejora continua

Mutua Tinerfeña adopta cambios en aquellas situaciones en las que identifique se ha causado algún tipo de perjuicio a sus clientes, adoptando medidas correctoras y comunicándoselas.

3. Seguimiento de producto y comercialización

El Comité de Producto tiene entre sus prioridades controlar y revisar periódicamente los productos comercializados por Mutua Tinerfeña, con el objetivo de detectar situaciones que puedan afectar a los mismos, y garantizar que cumplan con los objetivos establecidos, además de adaptarse a las situaciones del mercado y las nuevas necesidades existentes.

4. Revisión del producto y su distribución

Mutua Tinerfeña controlará permanentemente y revisará con una periodicidad trianual, o cuando sea pertinente con motivo de cualquier modificación en la normativa interna o externa, los nuevos productos o las modificaciones significativas de los productos ya existentes, al objeto de detectar cualquier hecho que pudiera afectar sustancialmente a sus principales características, así como a la cobertura de riesgos o las garantías de los mismos, incluidos cualesquiera objetivos relativos a la sostenibilidad de acuerdo con la normativa aplicable al respecto.

Además, se evaluará, durante todo su ciclo de vida, si los productos siguen siendo coherentes con las necesidades, características y objetivos del mercado destinatario definido y si se distribuyen en el mercado destinatario o llegan a manos de mutualistas ajenos a éste.

Se determinarán los intervalos apropiados para la revisión periódica de los productos, en base a:

- su tamaño, escala, duración contractual y complejidad de estos.
- sus respectivos canales de distribución y cualquier factor externo que resulte pertinente.
- la modificación de la normativa legal, la evolución tecnológica o la variación en la situación del mercado.

Cuando se constate que, durante el ciclo de vida de un producto, cualquier circunstancia relacionada con el mismo, pueda afectar negativamente al mutualista que lo haya adquirido, se adoptarán las medidas adecuadas para paliar la situación y evitar que el hecho perjudicial se repita. En este caso, se informará sin demora a los distribuidores de seguros y a los mutualistas afectados, sobre las medidas correctoras adoptadas.

La revisión se llevará a cabo por el Comité de Producto, y será aprobada por el Comité de Dirección, siendo el Consejo de Administración el responsable de aprobar la política de control y gobernanza de productos, así como de aprobar el inicio de la actividad cuando Mutua Tinerfeña comience a operar en un nuevo ramo.