

ÍNDICE

CAPÍTULO 1

MERCADO Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE SEGUROS

- I. Mercado de seguros: cuestiones generales
- II. La intervención del sector asegurador
- III. Fallos del mercado asegurador
 - 1. Riesgo moral
 - 2. Selección adversa
 - 3. Información asimétrica
- IV. El seguro como producto simple o complejo
- V. Canales y sistemas de distribución en el sector asegurador
 - 1. Composición general de los canales de distribución
 - 2. Distribución indirecta
 - 3. Distribución directa
- VI. Hacia una nueva configuración de los canales de distribución de seguros
 - 1. El nuevo marco regulatorio creado por la Directiva de distribución de seguros
 - 2. Progresiva commoditización de seguros no complejos
 - 3. La irrupción del fenómeno InsurTech
 - 4. Nuevas tendencias en la regulación: el sandbox regulatorio

CAPÍTULO 2

LAS AGENCIAS DE SUSCRIPCIÓN DE RIESGOS

- I. Concepto jurídico y función económica
- II. Lloyd's como punto de partida
 - 1. Orígenes y evolución de Lloyd's
 - 2. Composición y canales de distribución
 - 3. La cadena de seguridad como mecanismo de solvencia
- III. La implantación en España de las agencias de suscripción
 - 1. Problemática en torno al encaje normativo de las agencias de suscripción
 - 2. Problemática en torno a la naturaleza jurídica de las agencias de suscripción
 - 3. El RDL 3/2020, de 4 de febrero, o la oportunidad perdida
- IV. El binding authority agreement
- V. Régimen jurídico de las agencias de suscripción

1. Contenido contractual
2. Contenido legal
 2. 1. Solicitud de la autorización administrativa
 2. 2. Inscripción del binding authority agreement
 2. 3. Régimen de participaciones significativas
 - A. Adquisición de participaciones
 - B. Reducción de participaciones significativas
 - C. Obligaciones informativas adicionales
 2. 4. Régimen de incompatibilidades
 2. 5. Condiciones necesarias de honorabilidad y aptitud
 2. 6. Documentación mercantil y publicidad
 2. 7. Departamento y servicios de atención al cliente
 2. 8. Responsabilidad civil profesional
 2. 9. Régimen de cuentas separadas
 2. 10. El programa de actividades
 2. 11. Régimen sancionador y medidas de control especial

CAPÍTULO 3

ACUERDOS PARA LA DISTRIBUCIÓN A TRAVÉS DE REDES DE AGENTES EN EXCLUSIVA

- I. Concepto jurídico y función económica
- II. Régimen jurídico
- III. El difícil encaje normativo de los acuerdos para la distribución a través de redes de agentes en exclusiva
 1. Su posible calificación jurídica como contratos de distribución
 2. Los acuerdos para la distribución a través de redes de agentes en exclusiva y el fenómeno de la red empresarial
- IV. Elementos subjetivos
- V. Elementos objetivos
 1. Contenido legal
 1. 1. Responsabilidad civil y administrativa
 1. 2. Régimen de comunicaciones a la DGSFP
 1. 3. Formación de los agentes
 1. 4. Publicidad y documentación mercantil
 2. Contenido contractual

2. 1. Puesta a disposición de la red e incorporación de productos ajenos
2. 2. Pago de la contraprestación
2. 3. Información sobre el distribuidor
2. 4. Gobernanza de producto
2. 5. Protección de datos personales
2. 6. Elaboración y suministro de materiales
2. 7. Régimen de comunicaciones
2. 8. Pactos de no competencia
2. 9. Quejas y reclamaciones

BIBLIOGRAFÍA