

RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA IS N° 359

La Paz, 28 de Julio del 2000

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Que, la Ley de Propiedad y Crédito Popular de Junio 15, 1998, en su artículo 35 crea la Superintendencia de Pensiones, Valores y Seguros, fusionando las tres Superintendencias sectoriales, como órgano autárquico y persona jurídica de derecho público, con autonomía de gestión técnica y administrativa y jurisdicción nacional;

Que, la Superintendencia de Pensiones, Valores y Seguros tiene como misión regular y fiscalizar el desempeño de estos mercados, con atribuciones para este efecto conferidas por la Ley de Propiedad y Crédito Popular N° 1864, la Ley de Pensiones N° 1732, la Ley del Mercado de Valores N° 1834 y la Ley de Seguros N° 1883;

Que, mediante Resolución Suprema N° 218389 de 26 de Junio de 1998 se designa como Superintendente de Pensiones, Valores y Seguros al Dr. Pablo Gottret Valdés;

Que, el artículo 38 de la Ley de Seguros que norma la protección a los asegurados, tomadores y beneficiarios del seguro dispone entre otras cosas :

Que, todo asegurado, tomador o beneficiario de seguros, tiene derecho a una información clara, veraz y suficiente sobre los productos y servicios ofertados por las entidades aseguradoras;

Que, la publicidad de los productos ofertados por las entidades aseguradoras no podrá inducir a confusión o engaño y resaltarán las características del seguro o plan ofertado de manera fácilmente comprensible para el público en general;

Que, las entidades aseguradoras deberán promover el desarrollo de una mayor capacidad, racionalidad y transparencia en las decisiones para la compra de seguros y planes de seguros por el público en general, facilitando la elección fundada en el precio y la calidad de los productos;

Que, difundirán el conocimiento de las normas y acciones y procedimientos e instituciones del sector y precautelarán los riesgos derivados de la oferta de productos que puedan perjudicar a los asegurados, tomadores y beneficiarios del seguro,

Que, la Ley de Seguros en su artículo 43 establece que la Superintendencia tienen entre sus atribuciones la de emitir disposiciones operativas para el cumplimiento de la Ley de Seguros y de sus reglamentos, aplicar las sanciones contenidas en la Ley de Seguros y todas aquellas atribuciones que sean necesarias para el cumplimiento de sus funciones.

Que, se hace necesario reglamentar los lineamientos básicos en la promoción y publicidad de los productos ofertados por los operadores de seguros así como sus prohibiciones para precautelar la transparencia del mercado asegurador y la equidad en las relaciones entre los asegurados, tomadores y beneficiarios de seguros y los operadores de seguros;

Que, de acuerdo a lo previsto por el artículo 12 inciso o) del Decreto Supremo N° 25317 es facultad del Superintendente de Pensiones, Valores y Seguros ejercer las atribuciones establecidas por disposiciones legales vigentes.

POR TANTO,

EL SUPERINTENDENTE DE PENSIONES, VALORES Y SEGUROS, EN USO DE LAS ATRIBUCIONES CONFERIDAS POR LEY:

RESUELVE:

PRIMERO.- Aprobar el Reglamento de Promoción y Publicaciones de Seguros, que forma parte inseparable de la presente Resolución.

REGLAMENTO DE PROMOCIÓN Y PUBLICACIONES DE SEGUROS

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTICULO 1: (OBJETO Y AMBITO DE APLICACION)

El presente reglamento establece las normas que rigen las promociones, publicidad y publicaciones efectuadas por las entidades aseguradoras, reaseguradoras, intermediarios y

auxiliares del seguro sujetas a la fiscalización de la Superintendencia de Pensiones, Valores y Seguros (SPVS).

ARTICULO 2: (DEFINICIONES)

Operadores del Seguro.- A objeto del presente reglamento se definen como Operadores del Seguro exclusivamente a las entidades aseguradoras, reaseguradoras, intermediarios y auxiliares del seguro.

SPVS.- Es la Superintendencia de Pensiones, Valores y Seguros.

Promoción.- Es el acto de informar, persuadir y recordar, existiendo entre ellas una relación directa ya que al informar se persuade o recuerda. Así la información y persuasión llegan a ser efectivas a través de alguna forma de comunicación.

Se encuentran comprendidas dentro de esta definición las entrevistas o declaraciones efectuadas por personas naturales identificadas como ejecutivos de las entidades aseguradoras, reaseguradoras, intermediarios y auxiliares del seguro

Publicidad.- Es cualquier forma pagada o gratuita de presentación y promoción de ideas, productos, servicios o compañías por un patrocinador identificado y cuya difusión se realiza por uno o varios medios de comunicación.

Publicidad de confrontación.- Es la comparación inadecuada y tendenciosa de determinadas cualidades existentes entre productos, servicios o características empresariales, financieras o técnicas entre operadores del seguro a través de la promoción o publicación que pudieran generar conflictos entre operadores del seguro.

ARTICULO 3: (SUJECIÓN DE LOS OPERADORES DE SEGUROS A LA PRESENTE NORMA)

Toda promoción o publicidad que efectúen los operadores del seguro a objeto de difundir nuevos o antiguos productos, apertura de nuevas sucursales, información financiera, técnica o legal, queda sometida a la normativa establecida en el presente reglamento.

ARTICULO 4: (LINEAMIENTOS BÁSICOS DE LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD)

Toda actividad de promoción y/o publicación de los operadores del seguro deberán observar los siguientes lineamientos básicos:

- a. Todo material promocional y publicitario destinado al público en general y en territorio boliviano, deberá realizarse en el idioma español.
- b. Toda promoción o publicación deberá ser clara, veraz, directa y oportuna. Dichas características deberán asegurar una información equilibrada que proporcione los suficientes elementos de juicio para evitar, interpretaciones inexactas.
- c. Es requisito indispensable de las promociones o publicaciones efectuadas por los operadores del seguro, identificar su razón social completa como patrocinador o autor de la publicación. Igualmente se deberá identificar clara e inequívocamente la fuente de información.
- d. Toda promoción o publicación que haga mención explícita o implícita a la Ley de Seguros, a la SPVS, a cifras y/o hechos aprobados, supervisados o identificados como de su conocimiento, deberá poseer autorización previa, de acuerdo al régimen de autorización contemplado en el Capítulo III del presente Reglamento.

CAPITULO II

PROHIBICIONES Y RECTIFICACIONES

ARTICULO 5: (PROHIBICIONES)

Toda actividad de promoción y publicidad desarrollada por los operadores del seguro estarán sujetas a las siguientes prohibiciones:

- a. Promover o publicar información inexacta, ambigua o falsa que de manera directa o indirecta induzca al público a equivocación sobre la situación económica, financiera, técnica y legal de los operadores del seguro, su conducta o las condiciones de los contratos que celebran.
- b. Utilizar publicidad de confrontación.
- c. Difundir información incompleta o ambigua bajo la excusa de ser aclarada o completada a los interesados en sus respectivas oficinas.
- d. Continuar con la promoción o publicidad que se encuentre observada por la Superintendencia.

- e. Utilizar juicios de valor que difícilmente pueden justificarse objetivamente y como resultado generen confusión en el público.
- f. Promover o publicar pólizas de seguros que aún no hayan sido registradas en la Superintendencia, en las condiciones contempladas en el respectivo Reglamento de Registro de Pólizas.
- g. Utilizar el nombre o denominación de la empresa absorbida o fusionada con otra empresa en los carteles de publicidad que se exhiben al público. Esta denominación deberá ser reemplazada por la denominación o razón social que prevalezca como consecuencia de la fusión.

ARTÍCULO 6: (RECTIFICACIONES)

Cualquier promoción o publicación que voluntaria o involuntariamente contenga elementos que contravengan lo dispuesto en el presente reglamento, deberá ser rectificada por el mismo medio y en las mismas condiciones de difusión, sin perjuicio de las sanciones que la SPVS pudiera determinar por la infracción incurrida.

De forma enunciativa mas no limitativa se entiende por “condición de difusión” el tamaño, página, número y/o día(s) de emisión o publicación.

La SPVS posee la facultad de evaluar y observar, en el marco del presente reglamento, las actividades de promoción o publicación de los operadores del seguro.

CAPITULO III

RÉGIMEN DE AUTORIZACION

ARTICULO 7: (DEL REPORTE A LA SPVS)

Toda actividad de promoción o publicidad que requiera de autorización previa de la SPVS deberá ser remitida a sus dependencias por lo menos con tres días administrativos de anticipación al inicio de su difusión, adjuntando la solicitud respectiva y un ejemplar del texto, mensaje, frase u oración, imágenes, audio, secuencias gráficas o cualquier otro elemento que lo componga.

Cualquier observación, rectificación o impedimento que la SPVS considere necesario realizar, será comunicado mediante carta al operador del seguro interesado, en un plazo máximo de tres días administrativos, contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud.

Si la SPVS no se pronunciara en el plazo estipulado anteriormente, su silencio administrativo determinará la aprobación implícita de la solicitud.

ARTICULO 8: (CONFIDENCIALIDAD)

Toda la información referente a la solicitud de aprobación de promociones y publicidades que la SPVS reciba en forma previa a su difusión, será de carácter reservado y sólo podrá ser conocido por las personas involucradas en el proceso de su revisión y autorización.

ARTICULO 9: (CONTROL Y SUPERVISION)

La SPVS efectuará el control posterior de la difusión de las promociones y publicaciones en las condiciones aprobadas.

Cualquier desviación u omisión a tales condiciones, dará lugar a la suspensión inmediata de la promoción o publicación efectuada por el operador de seguros si el caso así lo requiere e indefectiblemente al inicio de los procedimientos de rectificación contemplados en el artículo 6 del presente reglamento.

CAPITULO IV

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

ARTICULO 10: (CONSULTAS A LA SPVS)

Los operadores del seguro que en la elaboración de determinados aspectos del material promocional y/o publicitario tuviesen dudas acerca de su conformidad con la Ley, sus reglamentos y resoluciones, podrán consultar por escrito a la SPVS sobre su apego a las disposiciones legales pertinentes.

Toda consulta deberá versar sobre temas específicos, claramente delimitados e identificados, como parte de una futura campaña promocional o publicitaria. No serán aceptadas consultas globales, de contenido y límites indeterminados.

Las consultas contempladas en el presente artículo no se encuentran sujetas al plazo máximo estipulado en el artículo 7 del presente reglamento.

ARTICULO 11: (SUCURSALES EXTRANJERAS)

Las sucursales extranjeras podrán publicar o difundir las cifras sobre capitales o reservas globales de su casa matriz, siempre que al mismo tiempo indiquen los recursos situados en el país y directamente destinados a hacer frente a los compromisos contraídos en él.

Cualquier otra referencia de información relativa a operaciones de la casa matriz, necesariamente deberá ir acompañada con igual información referida a las operaciones efectuadas en Bolivia.

ARTÍCULO 12: (CONTROL DE CUMPLIMIENTO)

La Intendencia de Seguros y la Dirección de Información y Publicaciones de la Superintendencia de Pensiones, Valores y Seguros quedan encargadas de velar por el cumplimiento del presente reglamento.

Regístrese, comuníquese y archívese.