1818
21 de agosto de 1974 3:10 P.M.

Estado Libre Asociado de Puerto Rico
OFICINA DEL COMISIONADO DE SEGUROS DE PUERTO RICO
Apartado 3508 - Estación Viejo San Juan
San Juan, Puerto Rico 00904

ENMIENDAS AL REGLAMENTO DEL CODIGO DE SEGUROS DE PUERTO RICO

Sección I. En virtud de las disposiciones del Artículo 2.040 de la Ley Núm. 77 del 19 de junio de 1957, según enmendada, notifico al personal de la industria de seguros, al público suscritor de seguros y al público en general, la aprobación de la enmienda a la Regla XXXIX del Reglamento del Código de Seguros de Puerto Rico que leerá como se indica a continuación:

REGLA XXXIX

PLANES DE MERCADEO MASIVO SEGURO DE PROPIEDAD Y CONTINGENCIA

Autoridad de Ley: Artículos 12.040 y 27.080

Artículo 1. - PROPOSITO. El propósito de esta reglamentación es permitir la venta de seguros de propiedad y contingencia bajo planes de mercadeo masivo sujeta a las disposiciones aquí provistas, y prescribir reglas que eviten abusos en conexión con este tipo de venta, pero que preserven para los asegurados los beneficios potenciales del mercadeo masivo.

Artículo 2. - DEFINICIONES.

(a) 'Plan de Mercadeo Masivo', para los efectos de esta reglamentación, significa la venta de seguros de propiedad y contingencia por un asegurador autorizado a un grupo elegible.

(b) 'Grupo Elegible' significa cualquiera de los siguientes grupos:

(1) Empleados activos de un patrono o de una o más corporaciones subsidiarias, y empleados retirados de dicho patrono participando de un plan de pensiones, y los empleados, propietarios individuales y socios de una o más corporaciones afiliadas, propietarios o

sociedades, si el negocio del patrono o de dichas corporaciones afiliadas, propietarios o sociedades está bajo control común mediante la posesión de acciones o contratos.

(2) Empleados retirados participantes de un plan de pensiones o fondo de pensiones establecido por el gobierno federal de los Estados Unidos de América o por el gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, sus dependencias, entidades, corporaciones, autoridades y municipios.

(3) Miembros de una unión obrera.

(4) Miembros de una asociación cooperativa, o asociación de personas licenciadas por el Estado Libre Asociado de Puerto Rico para dedicarse a una profesión reconocida, o asociación de empleados federales, estatales o municipales, o asociación o colegio de oficios.

(c) Seguro de Propiedad y Contingencia significa seguros a los cuales aplican los Artículos 4.040, 4.070 y 4.080 del Código de Seguros de Puerto Rico.

Artículo 3. - DISPOSICIONES GENERALES. Los planes de mercadeo masivo tendrán que cumplir con las siguientes disposiciones y requisitos:

(a) Un plan de mercadeo masivo deberá contener por lo menos veinticinco (25) miembros participando del mismo transcurridos seis (6) meses de haber entrado en vigor. Disponiéndose que transcurridos seis (6) meses, y durante cualquier momento subsiguiente no se cumpliere con la cantidad aquí requerida, el asegurador tendrá la opción de terminar y retirar el archivo de dicho plan o requerir del Comisionado una extensión del período necesario para conseguir el número mínimo de participantes.

(b) Ningún asegurador venderá seguro alguno bajo un plan de mercadeo masivo, si fuere condición de empleo o de ingreso en una asociación u organización, que cualquier empleado o miembro compre seguro bajo dicho plan o si un empleado o miembro ha de estar sujeto a una penalidad o discriminación por razón de que no participe en el plan.

(c) Ningún asegurador venderá seguro alguno bajo un plan de mercadeo masivo si la compra del seguro disponible bajo tal plan es contingente a la compra de cualquier otro producto, servicio o seguro no provisto bajo el plan, o si la compra de otro producto, servicio o seguro no provisto bajo el plan es contingente a la compra de seguro disponible bajo el plan de mercadeo masivo.

(d) El asegurador aceptará todos los miembros de grupos elegibles, según definidos en el Artículo 2, que sean elegibles de acuerdo con las normas de selección del asegurador y que deseen participar en el plan. Ningún asegurador usará normas suscritoras para la selección de un riesgo individual en un plan de mercadeo masivo que sean, en general, más restrictivas que las normas usadas por tal asegurador para la selección de un riesgo individual en la venta en Puerto Rico de la misma clase de seguro en planes otros que los de mercadeo masivo. A opción del asegurador, podrán ser aceptados las esposas, hijos o dependientes de miembros de grupos elegibles que vivan bajo el mismo techo.

(e) No se establecerá, ni se permitirá que se establezca, ningún plan de mercadeo masivo que tienda a limitar la participación de miembros, que de otro modo serían elegibles para el seguro de acuerdo con el Artículo 2 de esta Regla, a base de proveer límites de seguro específicos o cubiertas de seguros con deducibles u otras restricciones en las reglas y/o las formas aplicables que el asegurador normalmente no usa en la suscripción de riesgos individuales.

(f) Ningún asegurador que expidiere una póliza de seguros, con arreglo a un plan de mercadeo masivo, cancelará la misma después de transcurridos sesenta (60) días de haber estado en vigor, a menos que sea por una de las siguientes razones:

(1) La falta de pago de prima por parte del asegurado.

(2) En el caso de seguros de propiedad y vehículos, cuando el miembro elegible haya dejado de tener interés asegurable bajo la propiedad asegurada, o

cuando la propiedad asegurada haya sido destruida en su totalidad por los riesgos asegurados y la póliza no cubra otra propiedad.

(3) En el caso de vehículos de motor, cuando el asegurado nombrado en la póliza o cualquier otro operador, residente del hogar del asegurado nombrado quien usualmente opera el vehículo de motor cubierto por la póliza se le cancele o suspenda su licencia para conducir a menos que, en el caso del operador, se le excluya específicamente de la póliza.

(g) Cuando un asegurado haya cesado como miembro de un grupo elegible, dicho ex-miembro tendrá derecho a que su póliza continúe en vigor hasta la fecha de expiración.

(h) Ningún asegurador que expidiere una póliza con arreglo a un plan de mercadeo masivo negará la renovación de la misma a menos que dé un aviso por escrito al asegurado con veinte (20) días de anticipación a la fecha de vencimiento del contrato. A pesar de la falla por parte del asegurador en cumplir con esta disposición, el contrato terminará en su fecha de expiración si el asegurado no hace efectivo el pago de la prima en o antes de la fecha de expiración del contrato excepto como se provee en el inciso (j). Si el asegurado hace efectivo el pago de la prima dentro de quince (15) días a partir de la fecha de expiración de la póliza, a opción del asegurador la misma podrá ser reinstalada.

(i) Para efectos de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales limitando la cancelación y la negativa del asegurador a renovar, la falta del patrono, de la asociación o de la organización en remitir primas vencidas por la razón que fuere (incluyendo pero sin limitarse a interrupción o terminación de empleo o de cesar de ser miembro) no será considerado falta de pago de prima por ningún asegurado bajo ninguno de los planes que disponen remisión de la prima por el patrono, asociación u organización a menos que tal asegurado haya sido notificado por escrito de tal falta y de que dicho asegurado

no haya pagado la prima en el curso de quince (15) días después de tal notificación o de la fecha de vencimiento para la remisión de tal prima, de los dos plazos el mayor, bajo el plan de mercadeo masivo.

(j) En caso de cancelación o de negativa a renovar una póliza de un miembro elegible bajo un plan de mercadeo masivo, el patrono, asociación u organización tendrá derecho a consultar con el asegurador y de presentar hechos que evidencien su oposición a la cancelación o negativa a renovar.

Artículo 4. - FORMAS Y TIPOS.

(a) Las formas, los tipos, planes tarifarios y cualquier modificación de los mismos bajo un plan de mercadeo masivo deberán cumplir con las disposiciones aplicables del Código de Seguros de Puerto Rico y su Reglamento. Los tipos no se considerarán injustamente desiguales por el hecho de que resulten diferentes para asegurados con exposiciones similares de pérdidas, pero diferentes factores de gastos o similares factores de gastos, pero diferentes exposiciones de pérdidas, siempre y cuando las tarifas reflejen las diferencias con razonable exactitud. Los tipos no se considerarán como injustamente desiguales si se promedian ampliamente entre personas aseguradas bajo un plan de mercadeo masivo.

(b) Será permisible la renovación de una póliza individual emitida bajo un plan de mercadeo masivo mediante la expedición de un endoso o certificado que, además indique cualquier cambio en los acuerdos contractuales originales de la póliza.

Artículo 5. - ESTADISTICAS SEPARADAS.

(a) Un asegurador que venda seguros bajo planes de mercadeo masivo deberá conservar estadísticas separadas de la experiencia de pérdidas y de gastos en dichos planes.

(b) Se permitirá el uso de planes de modificación de tipos previamente aprobados por el Comisionado de Seguros y basados en la experiencia de pérdidas y/o gastos obtenida del plan de mercadeo masivo. Disponiéndose que la experiencia de los planes de mercadeo masivo será informada a los organismos estadísticos a la tarifa de manual correspondiente.

Artículo 6. - PRODUCTORES. Ningún asegurador suscribirá ningún plan de mercadeo masivo si no es por conducto de un agente autorizado de dicho asegurador o corredor, ambos residentes en Puerto Rico.

Artículo 7. - FACILIDADES COMPULSORIAS. Un agente o corredor que venda seguros bajo un plan de mercadeo masivo deberá, respecto a cualquier empleado o miembro que solicite el seguro bajo el plan, pero sea rechazado, o cuya póliza sea cancelada o no renovada, ofrecerles a tales personas sus servicios como corredor o agente en la colocación del seguro a través del Plan de Riesgos Asignados de Puerto Rico o de la Asociación de Suscripción Conjunta de Seguro de Incendio y Líneas Aliadas de Puerto Rico.

Artículo 8. - GRUPOS FICTICIOS PROHIBIDOS

(a) Ningún asegurador, autorizado o no autorizado, proveerá a través de ningún plan tarifario o formulario de póliza de seguro de incendio, garantía o contra accidentes a alguna firma, corporación o asociación de individuos, ningún tipo de prima preferida basada en alguna agrupación ficticia de tal firma, corporación o asociación de individuos; y ninguna póliza maestra o serie de pólizas o certificados de seguro de incendio, garantía o contra accidentes, que sean emitidos a alguna agrupación ficticia a base de algún tipo o formulario de póliza preferido, incluirá a ningún residente o grupo de residentes de Puerto Rico en tal cubierta.

(b) Agrupación ficticia es aquí definida como cualquier agrupación no contemplada en el Artículo 2 de esta regla. Disponiéndose que tales agrupaciones podrán ser permitidas, previa aprobación del Comisionado de Seguros, cuando se demuestre a satisfacción de éste que tales agrupaciones no resultarán en discriminación injusta ni han sido formadas con el propósito de obtener tal seguro.

Artículo 9. - TERMINACION DEL PLAN. Un plan de mercadeo masivo, una vez ha sido puesto en vigor por el asegurador, podrá dejar de aceptar nuevos miembros y/o renovar pólizas en vigor pero no podrá cancelar las que estén en vigor salvo por las razones que se señalan en el Artículo 3(g). Para lo anterior deberá

enviar un aviso por escrito a los representantes del grupo elegible y al Comisionado de Seguros, exponiendo las razones para ello, con no menos de treinta (30) días de anticipación a la fecha en que se propone terminar dicho plan. La terminación del plan como queda dicho en ninguna forma afectará los contratos en vigor al momento de dicha terminación y los mismos continuarán en vigor hasta su expiración normal.

Artículo 10. - APLICABILIDAD. Esta reglamentación aplicará solamente a pólizas de seguros emitidas o renovadas a partir de la fecha en que entre en vigor esta reglamentación y es en adición a, pero no en sustitución de, otros requisitos aplicables establecidos en el Código de Seguros y su Reglamento. Los requisitos de esta reglamentación no son aplicables a métodos de mercadeo distintos al de un plan de mercadeo masivo según definido en el Artículo 2.

Artículo 11. - Todo plan de mercadeo masivo registrado y legalmente en uso en la fecha de vigencia de esta Regla tendrá un (1) año a partir de dicha fecha para satisfacer los requisitos establecidos en esta Regla.

Sección 2. Esta enmienda entrará en vigor cinco (5) días después de su publicación en un periódico de circulación general una vez por semana por dos semanas consecutivas, después de su aprobación.

30 de julio de 1974.

Carlos R. Ríos
Comisionado de Seguros