Núm. 2833
Fecha: 9 de octubre de 1981 9:20 A.M.

Estado Libre Asociado de Puerto Rico
OFICINA DEL COMISIONADO DE SEGUROS
Apartado 3508 - Est. Viejo San Juan
San Juan, Puerto Rico 00904

Aprobado: Carlos S. Quirós
Secretario de Estado

Por Lourdes de Piñeiro
Secretaria Auxiliar de Estado

ENMIENDAS AL REGLAMENTO DE SEGUROS

Sección 1. - En virtud de las disposiciones del artículo 2.040 de la Ley Núm. 77 de 19 de junio de 1957, según enmendada, notifico a la industria de seguros, al público suscritor de seguros y al público en general, la aprobación de la siguiente enmienda a la Regla XVI del Reglamento de Seguros:

REGLA XVI

ANUNCIOS

Autoridad de Ley: Artículos 27.040 y 27.050

Artículo 1. - Todo asegurador, agente general, agente, corredor, solicitador, ajustador o consultor de seguros debidamente autorizado por el Comisionado de Seguros para llevar a efecto negocios de seguros en Puerto Rico, enviará al Comisionado una copia de cualquier anuncio que publicare y el número del formulario de cualquier póliza anunciada. Esta información se suministrará previo a la fecha en que dicho anuncio se dé a la publicidad por primera vez. Los siguientes anuncios estarán exentos de radicación ante el Comisionado aunque deberán cumplir con las demás disposiciones aplicables de esta Regla:

a) Anuncios cuyo único contenido es el nombre de la persona, su profesión u ocupación, la dirección del local de negocio o el cambio de dirección del local de negocio o del número telefónico.

b) Anuncios cuyo único contenido es el informar ascensos o promociones o premiación del personal.

c) Anuncios limitados a informar sobre la inauguración de nuevos locales de negocio.

d) Material impreso en libros, revistas, artículos en periódicos o programas de televisión o radio, exclusivamente con fines didácticos o educativos que se refiera a materia de seguros pero que no incluya el nombre de un asegurador, agente general, agente, corredor, solicitador, ajustador,

consultor de seguros o cualquier otro personal de seguro en particular ni el nombre, ni la dirección del sitio de negocio, el logo (logotype) ni símbolo o clave de clase alguna que identifique a dichas personas, excepto el nombre de la persona natural como autor sin identificar su relación con el negocio de seguros.

Artículo 2. - Si transcurridos sesenta (60) días a partir de la fecha de radicación en esta Oficina de una copia de cualquier anuncio el Comisionado no tomará acción sobre el mismo, tal anuncio se considerará aprobado. Disponiéndose, que dentro de dichos sesenta (60) días y con notificación a la parte interesada, el Comisionado podrá prorrogar por treinta (30) días adicionales el plazo para la consideración del anuncio sometido.

Artículo 3. - Si en cualquier ocasión el Comisionado de Seguros determinare que se ha divulgado un anuncio en violación de cualquier disposición del Código de Seguros o del Reglamento de Seguros por un asegurador, agente general, agente, corredor, consultor de seguros, solicitador o ajustador, además de cualquier otra penalidad que pueda imponérsele, el responsable de dicha violación estará obligado a publicar un anuncio en la misma forma y manera en que se hizo el anuncio original, corrigiendo expresamente el error en que hubiese incurrido, en cuyo caso se incluirá lo siguiente, en forma prominente:

"Este anuncio, publicado por primera vez el _____, se vuelve a publicar por orden del Comisionado de Seguros, para corregir información contraria a la reglamentación vigente."

Artículo 4. - Definiciones

a) Anuncio - De acuerdo con estas normas un anuncio incluirá todo material y literatura descriptiva, aseveraciones, ilustraciones o dibujos usados en periódicos, revistas, cartas circulares o correspondencia similar, radio, televisión, tablones de edictos, tablones de anuncios desplegados en vías públicas, solares, edificios y otros despliegues

similares sean estos publicados por, o a nombre de, un asegurador, agente general, agente, corredor, solicitador, ajustador o consultor de seguros.

b) Pólizas - De acuerdo con estas normas incluirá cualquier póliza, plan, certificado, contrato, acuerdo, endoso, aditamento o cualquier otro documento que evidencie la cubierta de seguros.

Artículo 5. - Anuncios de los Beneficios Pagaderos, Pérdidas Cubiertas o Primas Pagaderas.

a) Palabras, Frases o Ilustraciones Engañosas. - No se usarán palabras, frases o ilustraciones que confundan o que tengan la capacidad o tendencia a engañar en cuanto a cualquier beneficio pagadero, pérdida cubierta o prima pagadera en cualquier póliza. Un anuncio relacionado con cualquier beneficio pagadero, pérdida cubierta o prima pagadera en cualquier póliza será lo suficientemente completo y claro de manera que evite el engaño o la capacidad y tendencia a engañar.

b) Excepciones, Reducciones y Limitaciones. - Cuando un anuncio se refiere a cualquier cantidad de dólares, período, de tiempo por el cual cualquier beneficio es pagadero, costo de la póliza, beneficio específico de la póliza por la que el beneficio es pagadero, también se describirán aquellas excepciones, reducciones y limitaciones que afectan las disposiciones básicas de la póliza, sin las cuales el anuncio tendría la capacidad y tendencia a confundir o engañar.

Artículo 6. - Método de Revelar la Información Requerida - Toda información que esta Regla requiera sea revelada, aparecerá en forma conspicua y prominente y guardará estrecha relación con las declaraciones o representaciones a las cuales la misma se refiere, de modo que las representaciones no sean ni engañosas ni se presten a engaño.

Artículo 7. - Testimonios - Testimonios usados en anuncios deben ser genuinos, representar la opinión del autor, ser aplicables a la poliza anunciada, y ser reproducidos adecuadamente. El asegurador, al usar un testimonio, hace suyas todas las declaraciones contenidas en el mismo y el anuncio que incluye tales declaraciones está sujeto a todas las disposiciones de estas normas.

Artículo 8. - Uso de Estadísticas - Un anuncio que se relaciona con cantidades de dólares de reclamaciones pagadas, el número de personas aseguradas o información estadística similar relacionada con cualquier asegurador o póliza no será usado a menos que se reflejen adecuadamente todos los hechos relevantes. Tal anuncio no implicará que tales estadísticas son derivadas de la póliza anunciada a menos que tal sea el caso.

Artículo 9. - Comparaciones y Declaraciones Desleales - Anuncio no hará directa o indirectamente comparaciones injustas o incompletas de pólizas o beneficios, o de edad de un asegurador o su posición relativa en el negocio de seguros, o de otra manera desacreditará falsamente los competidores, sus pólizas, servicios o métodos comerciales.

Artículo 10. - Identidad del Asegurador - La identidad del asegurador aparecerá claramente en todos sus anuncios. Un anuncio no contendrá un nombre comercial, marca de servicio, lema, símbolo u otro instrumento que tenga la capacidad y tendencia a engañar o defraudar sobre la verdadera identidad del asegurador.

Artículo 11. - Facilidades de Servicio - Un anuncio no debe contener declaraciones que sean inciertas en relación con el tiempo dentro del cual las reclamaciones son pagadas o declaraciones que implican que las liquidaciones de reclamaciones serán liberales o generosas más allá de los términos de la póliza.

Artículo 12. - La carta de trámite para la presentación de anuncios al Comisionado deberá enviarse en duplicado.

Sección 2. - Esta enmienda entrará en vigor cinco días después de dar aviso de su aprobación en un periódico de circulación general, una vez por semana por dos semanas consecutivas.

Aprobada en: 30 de septiembre de 1981

Lic. Rolando Cruz
Comisionado de Seguros