

REGLAMENTO PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y MATERIAL INFORMATIVO DEL MERCADO DE SEGUROS

SECCIÓN I

ASPECTOS GENERALES

Artículo 1. (Objeto) El presente Reglamento tiene por objeto establecer los lineamientos básicos que las entidades reguladas del mercado de seguros, fiscalizadas por la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS, deben cumplir al momento de difundir su publicidad, promoción y material informativo.

Artículo 2. (Ámbito de aplicación) Se encuentran sujetos al ámbito de aplicación del presente Reglamento, las Entidades Aseguradoras, Corredores de Seguros, Corredores de Reaseguros y Auxiliares del Seguro, en adelante entidades reguladas del mercado de seguros.

Artículo 3. (Definiciones) Para efectos del presente Reglamento se utilizarán las siguientes definiciones:

1. **Cliente y/o Usuario:** Es toda persona natural o jurídica que contrata productos y/o servicios de las entidades reguladas del mercado de seguros.
2. **Difundir:** Toda acción mediante la cual una entidad regulada del mercado de seguros pone a disposición del público, de manera directa o indirecta, por cualquier medio físico, digital, electrónico o análogo, mensajes, información, publicidad o material promocional relacionado con sus productos y servicios.
3. **Material informativo:** Comprende cartillas, folletos, dípticos, trípticos, volantes, afiches, cuñas radiales, spots televisivos, piezas publicitarias digitales, material impreso o audiovisual relacionado con el mercado de seguros.
4. **Medio de Comunicación:** Es una vía mediante la cual se transmite un mensaje, a través de medios impresos (diarios, revistas, correo postal), medios electrónicos (radio, televisión, correo electrónico, sitio web, redes sociales) y medios de exhibición (letreros, carteles, banners), que se dirigen a grandes audiencias no segmentadas (medios masivos) o bien hacia audiencias seleccionadas (medios selectivos).
5. **Promoción:** Es toda técnica o medio que se usa para transmitir las cualidades de un producto, servicio o idea prestado por las entidades reguladas del mercado de seguros.
6. **Publicidad:** Se entiende por publicidad a toda forma de difusión a través de la cual, se ofrezcan, servicios o productos de las entidades reguladas del mercado de seguros o se divulgue información sobre ellos, cualquiera sea el medio de comunicación, tradicional o digital, masivo o personal, que se utilice: prensa, radio, televisión, filmaciones, carteles interiores o exteriores, vallas, folletos, panfletos, cartillas, separatas, dípticos, trípticos, volantes, cupones, entrevistas, patrocinio publicitario, correos electrónicos, redes sociales, sitios web u otros, para alcanzar a audiencias masivas o segmentadas y lograr objetivos institucionales.
7. **Publicidad Denigratoria:** Considerada como competencia desleal, es aquella que, por su contenido, forma de presentación o difusión, provoca denigración o menosprecio directo o indirecto de una persona, empresa, producto o servicio relacionado a las entidades reguladas del mercado de seguros.

Artículo 4. (Lineamientos básicos de la publicidad, promoción y material informativo) Toda la publicidad, promoción y material informativo de las entidades reguladas del mercado de seguros deberán cumplir con los siguientes lineamientos:

1. Mantener y acrecentar la confianza del público en general, a través de información veraz, exacta, precisa, íntegra, clara y oportuna.
2. Informar de manera integral sobre todos los productos y servicios que presta.
3. Coadyuvar en la consolidación de un mercado saludable, seguro, transparente y competitivo.
4. Prever que la oferta de productos y servicios se ajuste a su naturaleza, condiciones, precio y modalidades que se publiciten.

Artículo 5. (Características de la publicidad promoción y material informativo) La publicidad, promoción y material informativo de las entidades reguladas del mercado de seguros deberá tener las siguientes características:

1. **Veracidad:** La imagen institucional, el objeto social, productos, servicios que se presten, calificación de riesgo, situación técnica, económica financiera y otros que se incorporen en la publicidad, promoción o material de información deben ser ciertas y estar de acuerdo con la realidad del estado general de la entidad regulada del mercado de seguros.
2. **Exactitud:** Las cifras utilizadas deben ser exactas identificando el periodo al que corresponden, así como la fuente oficial de donde han sido tomadas o el responsable de su elaboración.
3. **Precisión:** Deben contener información puntual de tal manera que evite inducir al público en general y en especial a clientes y/o usuarios a confusión o errores de interpretación.
4. **Integridad:** Deben contener información completa y verificable sobre todos los productos y servicios ofertados.
5. **Claridad:** La información debe ser concreta y precisa, de manera que puedan ser captadas y/o comprendidas fácilmente.
6. **Oportunidad:** Deben ser difundidas en el momento oportuno, lugar o circunstancia conveniente para la toma de decisiones de los clientes y/o usuarios.

Artículo 6. (Requisitos mínimos de la publicidad, promoción y material informativo) La publicidad, promoción y material informativo de las entidades reguladas del mercado de seguros, que sea difundido por cualquier medio deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Utilizar la denominación o razón social de la entidad regulada del mercado de seguros y/o sigla o logotipo, tal como aparece en sus documentos de constitución vigentes.
2. En caso de que la entidad regulada del mercado de seguros cuente con una marca comercial, la misma deberá encontrarse registrada en la instancia que administra el régimen de la propiedad intelectual y ser puesta en conocimiento de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros antes de ser usada en cualquier publicidad, promoción o material informativo.
3. Exponer su denominación genérica: Compañía de Seguros, Corredor de Seguros, Corredor de Reaseguros, Auxiliar del Seguro (Ajustador y Liquidador de Reclamos; Inspector de Averías, Investigador de Sinistros, Asesores en Seguros) u otros.

4. Los datos y cifras que se incluyan deben ser recientes y actualizados, haciendo mención al periodo y la fuente de la misma, en caso de realizar comparaciones en relación a esta información, señalando expresamente con qué entidad o persona jurídica se compara.
5. Señalar de manera precisa el producto o servicio que se ofrece, nombre y características particulares.
6. Cuando la publicidad, promoción o material informativo involucre a una entidad que no esté bajo fiscalización y control de la APS, se deberá aclarar este extremo.
7. Las notas aclarativas, explicativas, referencias o advertencias incluidas en la publicidad, promoción o material informativo deberán tener un tamaño y formato relevante dentro del anuncio que las haga visibles y comprensibles, cualquiera sea el medio que se utilice.
8. Si el producto o servicio que se publicita implica la contratación de otro producto o servicio relacionado, deberá ser aclarado en la publicidad, promoción o material informativo.
9. Cuando exista una oferta, condición o plazo promocional en el producto o servicio ofrecido, se debe aclarar la vigencia, culminación o discontinuidad oportunamente.
10. Incluir elementos de contacto como números telefónicos, direcciones a nivel nacional, fax, plataformas digitales, página WEB y otros si correspondiere, así como los horarios de atención, discriminando, de ser necesario, los diferentes días y horarios de atención en cada Punto de Atención, en los que se puede acceder a estos y que permitan al cliente y/o usuario acceder con oportunidad a mayor información respecto a los productos o servicios anunciados.

Las entidades reguladas del mercado de seguros deberán tener en cuenta la especificidad del medio de publicidad, promoción o material informativo escogido a momento de cumplir con esta obligación, tendiendo siempre a que contenga los mayores elementos de contacto posible. En ningún caso se aceptará la no concurrencia de algún elemento de contacto.

Artículo 7. (Prohibiciones) Toda publicidad, promoción o material informativo realizada por las entidades reguladas del mercado de seguros está sujeta a las siguientes prohibiciones:

1. Que la publicidad, promoción o material informativo contenga información inexacta, incompleta, ambigua o falsa que induzca a error o equivocación sobre la situación financiera, técnica y legal de las entidades reguladas del mercado de seguros.
2. Emitir juicios de valor sobre el estado técnico legal o económico financiero de otras compañías de seguros.
3. Incluir elementos de competencia desleal que sean contrarias a la buena fe comercial.
4. Ofertar productos o servicios que no se encuentren dentro del giro exclusivo de la entidad regulada del mercado de seguros y que estén registrados en la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS.
5. Continuar con la publicidad, promoción o material informativo observado por la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS.
6. Utilizar la razón social, denominación o marca de una empresa absorbida o fusionada en la publicidad, promoción o material informativo de la nueva entidad.
7. Utilizar juicios de valor o comparaciones que pudieran generar confusión en el público.

Artículo 8. (Uso de logotipo y leyenda) I. Toda publicidad, promoción o material informativo que difundan las entidades reguladas del mercado de seguros, debe contener el logotipo institucional actualizado de la APS y la siguiente leyenda:

“Esta entidad se encuentra bajo la fiscalización y control de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS”.

II. El logotipo y leyenda, deberán superponerse en una franja blanca que ocupe el diez por ciento (10%) del alto del arte, distribuidos proporcionalmente y ubicados en la parte inferior de la publicidad, promoción o material informativo.

III. En caso de ser expresada oralmente, dicha leyenda debe transmitirse en un lapso mínimo de cuatro (4) segundos, de manera que sea entendible para el usuario/cliente.

IV. En el uso del logotipo de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros – APS se deben considerar las siguientes disposiciones:

1. Mantener, sin variación, todas las características gráficas del logotipo institucional de la APS.
2. La ubicación y tamaño del logotipo de la APS debe ser adecuado al de la publicidad, promoción y material informativo, que permita su fácil visibilidad.
3. En las publicaciones tales como: saluciones conmemorativas nacionales o internacionales, búsqueda de personal, avisos necrológicos, cumpleaños, no será necesario incluir el logotipo de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros – APS.
4. En las publicaciones citadas en el numeral 3, no debe incluirse ningún tipo de información y/o cualidad sobre los servicios, productos o ideas que oferta la entidad regulada del mercado de seguros.
5. El logotipo institucional de la APS, a efectos del presente Reglamento, sólo podrá ser utilizado en publicidad, promoción o material informativo.

Artículo 9. (Control de la publicidad, promoción o material informativo) I. La Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS, realizará un monitoreo continuo de la publicidad, promoción y material informativo emitido y difundido por las entidades reguladas del mercado de seguros, en los diferentes medios de comunicación, así como del cumplimiento del presente Reglamento, instruyendo, cuando corresponda, la suspensión de publicidad, promoción y/o material informativo que se encuentre observado por incumplimiento a la normativa vigente.

II. La entidad regulada del mercado de seguros, recibida la instrucción y observación de la APS, debe suspender la difusión de la publicidad, promoción o material informativo, en el plazo máximo de cuarenta y ocho (48) horas.

III. En caso de material informativo, promoción y publicidad escrita o impresa, la entidad regulada, recibida la instrucción y observación de la APS, además de suspender la difusión, deberá corregir, rectificar y/o aclarar la misma, si corresponde, en el plazo señalado en el parágrafo II, mediante una comunicación a ser difundida en los diferentes medios de comunicación, que permitan que la población conozca sobre el error para evitar confusiones.

Artículo 10. (Requerimiento de información) La entidad regulada del mercado de seguros debe remitir a la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS, cuando ésta lo solicite y en las condiciones, plazo y formato que se determine en el requerimiento, la información relacionada a la publicidad, promoción o material informativo que éste haya emitido.

Artículo 11. (Sucursales Extranjeras) Las sucursales extranjeras podrán publicitar o difundir las cifras sobre capitales y 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 deberán ir acompañadas con igual información referida a las operaciones efectuadas en el Estado Plurinacional de Bolivia.

SECCIÓN III

OTRAS DISPOSICIONES

Artículo 12. (Responsabilidad) I. La entidad regulada del mercado de seguros es responsable del contenido, redacción, exposición y todo lo concerniente a la publicidad, promoción y material informativo difundido por cuenta propia, sus dependientes o a través de terceros.

II. Cuando la entidad regulada del mercado de seguros identifique que terceras personas se encuentran difundiendo publicidad, promoción o material informativo a su nombre y sin autorización de éste, debe implementar sus procedimientos para evitar que tal acción ocasione confusión o error en el cliente y/o usuario, lo cual pondrá en conocimiento de la APS, en el plazo de tres (3) días hábiles administrativos siguientes a la medida adoptada.

Artículo 13. (Sanciones) El incumplimiento o inobservancia del presente Reglamento, dará lugar al inicio del procedimiento administrativo sancionatorio de acuerdo al Reglamento de Sanciones vigente.