

NORMAS GENERALES SOBRE PUBLICIDAD

SECCIÓN I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. (Objeto) La presente Resolución tiene por objeto establecer las normas que deberán cumplir las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) y las Entidades Recaudadoras de Aportes de Vivienda (ERA) en la utilización de la publicidad y promoción de ventas para el Fondo de Capitalización Individual (FCI), Fondo de Capitalización Colectiva (FCC) y Fondo de Capitalización Individual de Vivienda (FCIV), Las actividades de los promotores de ventas o agentes de ventas serán normadas mediante Resolución Administrativa.

Artículo 2. (Definiciones)

Promoción: Es el elemento de la mercadotecnia de una organización que sirve para informar al mercado y persuadirlo respecto a sus productos y servicios. En esta definición la promoción incluye publicidad, venta personal, promoción de ventas, publicidad no pagada, relaciones públicas y cualquier otro apoyo en ventas.

Promoción de ventas: Comprende instrumentos de promoción de incentivo a corto plazo, diseñados para estimular una respuesta rápida por parte del mercado que tiene como meta el uso de paneles, pizarras, letreros luminosos y materiales de demostración del servicio utilizado por los agentes de venta. No se entenderá como promoción de ventas los cupones, premios y concursos para los mercados consumidores, concesiones de compra, concesiones de algún tipo y artículos gratis; descuentos obsequios y concursos de ventas y gratificaciones especiales y otros similares.

Publicidad: Es la comunicación de un mensaje impersonal y persuasivo verbal, visual o escrito, que se presenta a un grupo de personas y está dirigido a producir o cambiar las actitudes o el comportamiento hacia el producto, servicio o idea. Este mensaje, llamado anuncio, se divulga a través de uno o más medios y la paga un patrocinador identificado.

Publicidad no pagada: Es una forma impersonal no pagada de estimular la demanda por las personas u organización que se benefician con ella. Se realiza mediante artículos en prensa, radio o televisión o en cualquier otro medio de comunicación masiva, favoreciendo a un producto, servicio o empresa.

Publicidad institucional: Es la que proyecta la imagen, el nombre de la razón social y la reputación de la entidad, siempre que se fundamente en valores éticos, cívicos, culturales o sociales.

Publicidad informativa: Es la que se refiere a los servicios que ofrece la entidad sin ponderación, juicios de valor o calificación alguna, simplemente para orientar al público, como ser publicación de normas, instrucciones para llenado de formularios, formularios, fechas para realizar aportaciones, apertura, traslado o cierre de sucursales y oficinas, ubicación de las mismas y otros similares, sin anuncios adicionales.

Patrocinio publicitario: Actividad a través de la cual el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la creación, ejecución o difusión de su labor cultural, benéfica o deportiva se compromete a colaborar en la publicidad de la AFP o ERA patrocinadora.

Aviso Publicitario: Es cualquier espacio radial, impreso o visual.

Artículo 3. (Sujeción de las AFP a la presente norma) Toda promoción que las AFP y la ERA efectúen por cualquier medio a los afiliados, empleadores o público en general, quedará sometida a la normativa establecida en la presente Resolución y las normas específicas.

La información sujeta a la presente norma a ser utilizada para fines de publicidad o promoción de ventas corresponde a comisiones, valor cuota, rentabilidad, cartera, estados financieros tanto de los fondos como de la AFP y ERA, agencias, afiliados, recaudaciones, prestaciones y beneficios del SSO y del

Régimen de Vivienda Social, beneficios y beneficiarios de la capitalización, servicios que brinda la AFP y ERA y otros que la SPVS determine mediante Circular.

Artículo 4. (Veracidad de la información) Las AFP y ERA deberán cuidar que toda publicidad, promoción de ventas o información que entreguen no tienda a inducir a interpretaciones inexactas sobre la realidad de la AFP y ERA, ni acerca de los beneficios y prestaciones que le corresponde entregar en conformidad con la Ley N° 1732 y disposiciones legales vigentes del Régimen de Vivienda Social.

La publicidad, en todo momento, deberá ajustarse estrictamente a la verdad, no aceptándose que mediante algún arbitrio se induzca, directa o indirectamente a interpretaciones distintas a la realidad.

Artículo 5. (Recursos creativos) Las AFP y ERA podrán emplear todos los recursos creativos de publicidad, en la medida que éstos no provoquen confusión respecto al SSO, Régimen de Vivienda Social, el Fondo de Capitalización Colectiva, las AFP y ERA anunciantes o sus servicios, y que no constituyan actos de competencia desleal mediante el descrédito, el ridículo o cualquier acto similar.

Artículo 6. (Fundamento de la publicidad) Las campañas publicitarias no podrán fundarse en objetivos distintos a los perseguidos por el Seguro Social Obligatorio de Largo Plazo (SSO) o Régimen de Vivienda Social.

Artículo 7. (Juicios de valor) Las AFP y ERA no podrán emitir en su publicidad juicios de valor acerca de otra AFP, eliminando la utilización de frases, expresiones o lemas que no puedan ser justificados objetivamente, tales como: “el mejor servicio”, “la mejor AFP o ERA”, “la AFP o ERA con el mejor respaldo” y otros similares.

Artículo 8. (Fuente de la información) En la publicidad, promoción de ventas o información referida a comisiones, valor cuota, rentabilidad, cartera, estados financieros tanto de los fondos como de la AFP y ERA, agencias, afiliados, aportantes, recaudaciones, cantidad de afiliados y otros autorizados expresamente por la SPVS, deberá utilizarse únicamente como fuente de información la SPVS.

Cuando se utilicen cifras estadísticas no generadas por la SPVS, deberá indicarse claramente la fuente de información de la cual se obtuvieron los antecedentes. Cuando se utilicen estos conceptos en un gráfico, deberá considerarse la totalidad de la escala sobre la cual fue elaborado, no pudiendo presentarse sólo algunos tramos.

Artículo 9. (Modificación del aviso publicitario o campaña) Cuando los datos o información contenida en el aviso o campaña publicitaria varíe, se altere o modifique respecto al momento en que se autorizó su publicación y no corresponda a la realidad exacta en ese momento del tiempo, la SPVS podrá instruir la suspensión inmediata del aviso o campaña publicitaria. Esto considera toda la publicidad referida al FCI, FCC, FCIV y AFP o ERA.

Los anuncios o campañas publicitarias podrán ser modificadas en aquellos aspectos que se refieren a su forma sin necesidad de nueva autorización siempre y cuando no exista variaciones de fondo. A su vez las AFP y ERA remitirán a la SPVS, en un término no mayor a 2 días hábiles de la publicación de los anuncios o campañas publicitarias modificadas, las variaciones efectuadas.

Artículo 10. (Confidencialidad) Toda publicidad que la SPVS conozca previamente de las AFP y ERA será de carácter reservado y sólo podrá ser conocida por las personas involucradas en el proceso de su revisión y autorización.

SECCIÓN II LINEAMIENTOS BÁSICOS DE LA PUBLICIDAD

Artículo 11. (Aspectos generales) Para realizar sus actividades de publicidad y promoción de ventas, las AFP y ERA deberán considerar los siguientes aspectos:

- a. La difusión en cualquier medio por parte de las AFP y ERA deberá realizarse en los idiomas oficiales de Bolivia y podrá incorporar elementos de carácter informativo sobre el SSO o Régimen de Vivienda Social.
- b. Las AFP y ERA deberán presentar información clara, oportuna, veraz, útil, directa, sencilla comprobable y de fácil entendimiento para el público, no pudiendo promover objetivos contrarios a los perseguidos por el SSO y Régimen de Vivienda. El uso de datos parciales de una investigación o estadística no deberá conducir a conclusiones distorsionadas.
- c. La difusión deberá estar sustentada en datos veraces, evitando interpretaciones antojadizas o contrarias al verdadero sentido de la información.
- d. Todos los materiales a utilizar, deberán contener en una parte visible el nombre y logotipo de la AFP o ERA responsable.
- e. Cada AFP o ERA deberá mantener en todo su material publicitario, de promoción de ventas e informativo, una actitud de competencia leal frente a las demás AFP o ERA del sistema.

SECCIÓN III LIMITACIONES Y PROHIBICIONES

Artículo 12. (Limitaciones) La publicidad, promoción de ventas e información de las AFP y ERA deberán respetar los siguientes límites:

- a. No deberá abusar de la confianza del público, ni explotar su falta de conocimiento experiencia.
- b. No deberá contener aclaraciones de pie de página, en letra menuda o mediante asteriscos que varíen o distorsionen la propuesta anunciada en el material de promoción, difusión, información o publicidad.

Artículo 13. (Prohibiciones) Todo tipo de promoción emitida por las AFP y ERA, además de cumplir con lo establecido en el artículo 4 de la presente Resolución, deberá observar las siguientes prohibiciones:

- a. Las AFP, ERA o los agentes de ventas no podrán realizar actividades promocionales tales como concursos, sorteos, canjes, rifas o cualquier otra actividad destinada a incrementar o mantener sus afiliados o afiliados registrados con base al otorgamiento de premios o beneficios en especie o efectivo, distintos a los previstos en la Ley Pensiones N° 1732.
- b. La publicidad no deberá contener aseveraciones o imágenes falsas, o que, de manera directa o indirecta, o por omisión, ambigüedad, exageración, encubrimiento, disimulo, tergiversación o segunda intención puedan inducir a error al público respecto a los servicios que preste la AFP o ERA.
- c. No se deberán incluir proyecciones sobre la rentabilidad del Fondo de Capitalización Individual (FCI), Fondo de Capitalización Colectiva (FCC), Fondo de Capitalización de Vivienda (FCIV), rentabilidad de las cuentas individuales, saldos de cuentas individuales o comisiones. Sin perjuicio de ello, la AFP y ERA podrá entregar al afiliado registrado en forma personal a modo de información sobre su situación particular, proyecciones de jubilaciones, señalando el tipo de jubilación, sexo, edad, beneficiarios, comisiones supuestas y tasas de rentabilidad y descuento estimadas, monto acumulado y otros pertinentes.
- d. No se deberá difundir información incompleta o ambigua bajo la excusa de ser aclarada o completada a los interesados en las oficinas de la AFP o ERA anunciante.
- e. Se deberá evitar toda publicidad no pagada por parte de la AFP o ERA, encubierta bajo la apariencia de una noticia, comentario periodístico u otra forma similar.

- f. Se prohíbe realizar acciones que conlleven o den lugar a denigrar publicitariamente al competidor, a la confusión del público; asimismo se prohíbe la adhesión a la publicidad ajena y cualquier otra forma de publicidad que pueda ser considerada como un acto de competencia desleal.
- g. Las AFP y ERA deberán tener especial cuidado en no inducir a estimar que la AFP o ERA cuenta con el respaldo financiero de sus propietarios, accionistas o grupo económico del que formen parte. Únicamente la AFP o ERA, podrá publicar el respaldo financiero del propietario, accionista o grupo económico exclusivamente si estos fueran garantes de la administración de los recursos de los Fondos manejados por la AFP o ERA de acuerdo a lo establecido en el contrato vigente.
- h. La AFP o ERA que hubiese sido sancionada por el incumplimiento de normas legales por disposición expresa de la SPVS, no podrá efectuar ninguna forma de promoción mientras no se ajusten a las observaciones determinadas en dicha disposición.
- i. No se podrá continuar con la publicidad o promoción de ventas que se encuentre suspendida en forma preventiva de acuerdo a lo previsto en el artículo 18 de la presente Resolución.
- j. La información contenida en los Estados de Cuenta y en la Cuenta Individual de los afiliados es confidencial, por lo que está prohibido difundirla bajo ninguna forma de promoción excepto por orden judicial o autorización expresa de la SPVS.
- k. Queda prohibido utilizar publicidad testimonial con información contenida en el Estado de Cuenta o en la Cuenta Individual de los afiliados al SSO o del Régimen de Vivienda Social.

SECCIÓN IV

REGÍMENES DE AUTORIZACIÓN GENERAL

Artículo 14. (Régimen de autorización general) El régimen de autorización general de publicidad es automática y no requiere de aprobación previa por parte de la SPVS.

Se entienden incluidos bajo este régimen los siguientes tipos de publicidad:

- a. **Publicidad institucional.** Cualquier otra mención diferente a la definida en la presente Resolución, quitará a la publicidad su carácter institucional y, por tanto, la excluirá del régimen de autorización general.
- b. **Publicidad informativa.** Cualquier otra mención diferente a la definida en la presente Resolución quitará a la publicidad su carácter informativo y, por tanto, la excluirá del régimen de autorización general.
- c. **Patrocinio publicitario.** El patrocinio no podrá reflejarse en una ventaja directa o indirecta para los afiliados de la AFP o ERA patrocinadora, consistente en la asistencia gratuita al evento patrocinado, en una rebaja en el valor de la entrada o en cualquier otro beneficio.

Artículo 15. (Del reporte a la SPVS) La publicidad y promoción de ventas realizada en el marco del régimen de autorización general conforme a lo previsto por el presente Capítulo, deberá ser remitida a la SPVS, a más tardar al siguiente día hábil de la fecha de su lanzamiento o difusión, con todos los documentos y soportes del mensaje y aviso publicitario.

La SPVS podrá verificar en cualquier momento la autenticidad y veracidad de todo el contenido de la publicidad o promoción.

SECCIÓN V RÉGIMEN DE AUTORIZACIÓN ESPECÍFICA

Artículo 16. (Características) En este régimen se requiere obtener previamente la autorización de la SPVS. Se sujetará a este régimen toda publicidad o promoción de ventas que no se ajuste a lo establecido en la presente Resolución para el régimen de autorización general.

Las entidades cuya publicidad o promoción de ventas hubiera sido excluida del régimen de autorización general conforme a lo previsto en la presente Resolución, quedarán automáticamente sujetas al régimen de autorización específica.

Artículo 17. (Requisitos de autorización específica) Para obtener autorización específica de la publicidad o promoción, el solicitante deberá remitir a la SPVS, por lo menos con cinco (5) días hábiles de anticipación al inicio de la divulgación o difusión, dos ejemplares que contengan el mensaje, los textos, imágenes, audio, secuencias gráficas y otros elementos que llegarán al público correspondientes a los avisos publicitarios y medios de comunicación a través de los cuales se pretenda realizar la publicidad o promoción de ventas.

La SPVS deberá pronunciarse hasta máximo el quinto día hábil de remitida la documentación e información requerida en el presente artículo por parte de la AFP o ERA.

En caso que la SPVS no se pronuncie en el plazo determinado en el párrafo precedente se entenderá por aprobada la solicitud.

Artículo 18. (Control de la SPVS y atribuciones de suspensión) La SPVS efectuará el control previo y posterior de la difusión de las actividades comprendidas en el régimen de autorización específica. La transgresión de esta normativa obligará a la SPVS a impedir la difusión de la campaña publicitaria. Cuando se transgredan las disposiciones contenidas en la Ley de Pensiones, sus decretos reglamentarios y la presente Resolución y disposiciones legales vigentes del Régimen de Vivienda Social, la SPVS exigirá la suspensión de la pieza publicitaria o campaña cuestionada en un plazo máximo de tres (3) días hábiles contados desde la fecha de notificación.

Artículo 19. (Consultas a la SPVS) La AFP o ERA, que en la elaboración de determinados aspectos de material publicitario, promoción de ventas o informativo tuviere dudas acerca de su conformidad con la Ley, sus Reglamentos y Resoluciones, podrá consultar por escrito a la SPVS sobre su apego a las disposiciones legales pertinentes. La SPVS deberá pronunciarse mediante nota en un período máximo de cinco (5) días hábiles.

Toda consulta deberá versar sobre temas específicos, claramente delimitados. No serán aceptadas consultas globales, de contenido y límites indeterminados.

Artículo 20. (Publicidad de rentabilidad) Las AFP y ERA podrán publicar la rentabilidad anualizada del FCI, FCC o FCIV tomando en cuenta como mínimo los últimos doce (12) meses anteriores a la fecha de su publicación.

En la publicidad deberá indicarse el período que comprende la medición y la forma como está expresada.

Una AFP o ERA solo podrá expresar en su publicidad que es la primera rentabilidad del SSO, si en el cuadro de rentabilidad vigente publicado por la SPVS, efectivamente ocupa el primer lugar en el periodo establecido en el artículo precedente.

Siempre que la AFP publique la rentabilidad, deberá informar el promedio simple de la rentabilidad alcanzado por todo el Sistema, incorporando al final del aviso publicitario la fuente de información y una frase con el siguiente texto: ***“La rentabilidad es fluctuante. No se garantiza que la rentabilidad futura sea igual a la reportada en el presente aviso”***.

Las AFP o ERA en la publicidad de la rentabilidad no podrán escoger grupos de AFP o ERA para efectuar comparaciones. Cuando se comparen deberán incluir a la totalidad de las AFP del SSO y ERA del Régimen de Vivienda.

Las AFP o ERA que recién inicien actividades no podrán realizar publicidad de la rentabilidad durante los primeros doce (12) meses de su existencia.

Artículo 21. (Publicación de la cartera de inversiones) Las AFP y la ERA están obligadas a publicar dos (2) veces al año, en un diario de circulación nacional, el valor de la cartera de inversiones del FCI, FCC y FCIV y su diversificación tanto por instrumento como por emisores, de acuerdo con las pautas que se señalan a continuación. Las carteras a ser publicadas deberán estar referidas al 31 de diciembre y al 30 de junio de cada año. La primera de ellas deberá publicarse en conjunto con los Estados Financieros Auditados del FCI, FCC y FCIV al 31 de diciembre, en las fechas que se establezcan por Circular y la Cartera correspondiente al 30 de junio deberá publicarse el día 10 de julio de cada año o el siguiente día hábil si éste no lo fuere.

Copia de estas publicaciones deberán enviarse a la SPVS dentro de los dos (2) días hábiles siguientes de ser efectuadas y deberán contener al menos el siguiente detalle:

1. Diversificación por Instrumentos.
2. Diversificación por Emisor.
3. Inversiones en valores emitidos por emisores constituidos en Bolivia y en el extranjero.
4. Fórmula de cálculo del valor cuota.
5. Valor de la cuota a las fechas indicadas en el presente artículo.
6. Rentabilidad anualizada a las fechas indicadas en el presente artículo.

Al final de los grupos 1, 2 y 3 deberá presentarse el total de éstos y el porcentaje que representa dentro del total de la Cartera de Valores del Fondo correspondiente.

Artículo 22. (Tamaño, ubicación y contenido del panel informativo) En toda agencia de una AFP destinada a la atención de público deberá existir por lo menos un panel, cartel, pizarra o tablero con la información resumida de los principales antecedentes del FCI, FCC, FCIV y de la AFP o la ERA. Éste deberá ubicarse dentro del sector de ingreso a la agencia en un lugar visible y destacado al público. El cartel deberá disponer como primer antecedente el nombre de la razón social de la AFP o ERA y la siguiente información, la cual deberá ser actualizada diariamente:

- a. Rentabilidad del FCI, FCC y FCIV obtenida en los últimos doce (12) meses.
- b. Valor de la cuota del FCI, FCIV y FCC al cierre del día anterior.

Artículo 23. (Material informativo y folletos) Todas las agencias de las AFP o ERA podrán mantener a disposición del público, folletos informativos que den a conocer el SSO o Régimen de Vivienda Social respectivamente. Estos folletos tienen como propósito la entrega de información necesaria sobre los servicios, beneficios, derechos y obligaciones de los afiliados al SSO, Régimen de Vivienda Social y FCC, de tal manera que los afiliados, empleadores y público en general puedan resolver sus dudas e inquietudes sobre las diversas materias que los comprenden.

Para ello, será fundamental que su contenido sea preparado de una forma directa, sencilla, didáctica, fácil de comprender y útil para la toma de decisiones.

Los folletos deberán llevar impreso el nombre de la AFP o ERA responsable, deberán encontrarse permanentemente actualizados según la reglamentación vigente y ubicarse dentro de las dependencias de la agencia en un lugar de fácil acceso al público y a su disposición. Para tal efecto, será indispensable que el personal que atiende al público y los agentes de ventas se encuentren debidamente capacitados sobre las materias que se incluye en cada uno de ellos.

Artículo 24. (Materias) Los folletos que mantengan las AFP en sus agencias podrán contener la siguiente información:

1. SEGURO SOCIAL OBLIGATORIO DE LARGO PLAZO

Comprende el SSO, FCI, Cotizaciones, Cuenta Individual, Estado de Cuenta prestaciones del SSO, jubilación por edad, capital acumulado, pensión por invalidez, pensiones por muerte, Gastos Funerarios, derechos de los afiliados.

2. FONDO DE CAPITALIZACION COLECTIVA

Comprende generalidades, beneficios de la capitalización, y derechos de los beneficiarios de la capitalización

Asimismo, los folletos que mantenga la ERA en sus agencias podrán contener la siguiente información: Régimen de Vivienda Social, Fondo de Capitalización Individual de Vivienda, Aportes Cuenta Individual, Estado de Cuenta, beneficios del Régimen de Vivienda Social, Derechos de los afiliados

Artículo 25. (Consultas y reclamos) Las AFP deben incluir en el panel informativo y en los folletos el siguiente texto:

“LA SPVS PRESTA SERVICIO TELEFÓNICO GRATUITO PARA RECIBIR CONSULTAS Y RECLAMOS REFERIDAS AL SSO, FCI, FCC Y FCIV LLAMAR AL 0800 -7787”

Artículo 26. (Sanciones) La SPVS sancionará a las entidades cuya publicidad o promoción de ventas no se ajuste o no cumpla los lineamientos o instrucciones impartidas en la presente Resolución, Ley de Pensiones, su reglamento y normas pertinentes.

La SPVS podrá suspender con carácter preventivo por un plazo no mayor a cinco días hábiles la publicidad o promoción de ventas realizada en el SSO, FCC, FCI, y FCIV a efectos de determinar si la misma se ajusta y cumple con lo establecido en la presente Resolución y demás normas aplicables.

La SPVS podrá instruir la publicación de modificaciones y aclaraciones, las que deberán realizarse de acuerdo a las instrucciones que para el efecto imparta.

Regístrese, comuníquese y archívese.