

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

Carta Circular Núm. AM-I-8-529-72
9 de agosto de 1972

A TODOS LOS ASEGURADORES DOMESTICOS DE PROPIEDAD
Y CONTINGENCIA, AGENTES GENERALES Y/O GERENTES
DE COMPAÑIAS EXTRANJERAS DE PROPIEDAD Y CONTINGENCIA

Estimados señores:

Les incluyó propuesta enmienda a la Regla XXXIX del Reglamento de nuestra Oficina para incorporar reglamentación de planes de mercadeo masivo.

Esta Oficina, tomando como guía reglamentación sobre planes de mercadeo masivo promulgada en algunos estados de la nación americana, ha estructurado un proyecto de reglamentación mediante enmienda a la Regla XXXIX actualmente en vigor. Tal reglamentación se acompaña en forma de borrador.

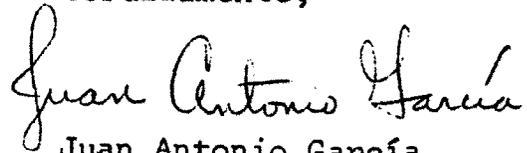
El proyecto de reglamentación fue cuidadosamente estudiado y analizado por oficiales de la Oficina del Comisionado de Seguros. La regla enmendada que se acompaña resulta ser el producto del esfuerzo de estos oficiales.

Estamos por la presente convocando a los componentes de la industria afectados por esta reglamentación a una Vista Pública a celebrarse el 29 de agosto de 1972, a las 9:00 A. M., en el salón de audiencias de esta Oficina (2do piso del edificio Intendente Alejandro Ramírez, Paseo Covadonga, San Juan). El propósito de esta vista es oír a cualquier persona que desee presentar adiciones o enmiendas a la propuesta regla.

Toda persona interesada en deponer en estas vistas deberá así notificarlo a esta Oficina en o antes del 25 de agosto de 1972, por escrito o mediante llamada telefónica a los teléfonos 722-0141 ó 722-2042.

Una vez estas enmiendas queden aprobadas, entrarán en vigor cinco días después que el Comisionado publique, una vez por semana, por dos semanas consecutivas, un anuncio en un diario de circulación general en Puerto Rico, haciendo constar en el mismo que tal regla ha sido aprobada.

Cordialmente,



Juan Antonio García
Comisionado de Seguros, Interino

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

R E G L A M E N T A C I O N

Planes de Mercadeo Masivo de Seguros de Propiedad y Contingencia

Yo, Pedro J. Fernández Badillo, Comisionado de Seguros de Puerto Rico, a base de la autoridad que me confiere el Código de Seguros de Puerto Rico en los Artículos 2.030 y 2.040, enmiendo y promulgo la reglamentación siguiente que entrará en vigor a los cinco (5) días de haberse publicado, una vez por semana, por dos semanas consecutivas, un anuncio en un diario de circulación general en Puerto Rico, haciendo constar en el mismo que esta reglamentación ha sido aprobada.

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 seguro 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 seguro de propiedad y contingencia por un asegurador autorizado a un grupo elegible.

(b) "Grupo Elegible" significa cualquiera de los siguientes grupos que tenga más de dos (2) años de organizado a la fecha de obtención del seguro y que consista de cincuenta (50) o más miembros:

- (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) Los 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) Los deudores de un acreedor hipotecario.
- (4) Los miembros de una unión obrera.
- (5) Los 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, o los miembros de cualquier otra asociación de personas que tenga el reconocimiento de los organismos oficiales del gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

(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, después de entrar en vigor, deberá contener por lo menos cincuenta (50) miembros participando del mismo, pasados seis (6) meses de haber entrado en vigor. Disponiéndose que transcurrido los seis (6) meses sin completarse 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 membresía 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) Un asegurador que desee vender seguro bajo un plan de mercadeo masivo, tendrá también que estar vendiendo el mismo tipo de cubierta a otros asegurados individuales que no sean miembros de grupos elegibles, y no podrá haber sido organizado con el propósito exclusivo de vender planes de mercadeo masivo.

(e) 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. A opción del asegurador, podrán ser aceptados las esposas, hijos o dependientes de miembros de grupos elegibles que vivan bajo el mismo techo. Ningún asegurador usará normas suscriptoras 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.

(f) 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 específicos u otras restricciones en las reglas y/o

las formas aplicables que el asegurador normalmente no usa en la suscripción de riesgos individuales.

(g) Ningún asegurador que expidiere una póliza de seguros, con arreglo a un plan de mercadeo masivo, cancelará la misma a menos que sea por una de las siguientes razones:

- (1) La falta de pago de primas por parte del asegurado.
- (2) En el caso de seguros de propiedad y de vehículos, cuando el empleado elegible haya dejado de tener interés asegurable bajo la propiedad asegurada, o cuando la propiedad asegurada haya sido destruida en su totalidad por los peligros asegurados y la póliza no cubra otra propiedad.
- (3) En el caso de vehículos de motor, cuando la licencia de conducir de cualquier miembro del hogar del empleado o socio haya sido revocada debido a violaciones de las leyes de tránsito.

(h) Cuando un empleado o socio 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 y el asegurador ajustará las primas proporcionalmente a partir de la fecha en que cesa como miembro tomando como base las primas para asegurados individuales que estaban en vigor en la fecha de emisión de la póliza.

(i) 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 dentro de veinte (20) días a partir de tal fecha de expiración.

(j) Para efectos de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales limitando la cancelación y la negativa del asegurado 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 membresía) 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 veinte (20) 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.

(k) Cualquier aviso de cancelación o de negativa a renovar una póliza de un empleado o socio asegurado bajo un plan de mercadeo masivo estará acompañado de una notificación, al empleado o socio de que, a su solicitud, el asegurador le concederá al patrono, asociación u organización una razonable oportunidad de consultar con el asegurador y de presentar hechos que evidencien su oposición a la cancelación o negativa a renovar.

(l) Todo asegurador, agente o corredor que venda seguros bajo un plan de mercadeo masivo deberá, antes de efectuar la venta, revelar total y claramente a los futuros asegurados todas las peculiaridades de tal plan, tanto las favorables como las desfavorables, incluyendo pero sin limitarse a, tipos, beneficios, plazo de cubierta y servicios al tenedor de póliza.

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. Las tarifas no se considerarán como injustamente desiguales si se promedian ampliamente entre personas aseguradas bajo un plan de mercadeo masivo.

(b) Será permisible el uso de pólizas maestras y certificados solamente en la venta de un plan de mercadeo masivo en el seguro de propiedad cuando el seguro es emitido a los deudores de un acreedor hipotecario, y en tal caso, el acreedor hipotecario será el tenedor de la póliza maestra.

(c) 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. - ESTADÍSTICAS 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 basados en la experiencia de pérdidas obtenida del plan de mercadeo masivo si dicha experiencia de pérdidas se basa en un período no menor de dos (2) años inmediatamente anterior a la fecha de la modificación. En el caso del seguro de incendio, dicho período será no menor de cinco (5) años.

Artículo 6. - PRODUCTORES. Ninguna persona actuará como agente o corredor de seguros en conexión a un plan de mercadeo masivo respecto a clase alguna de seguros a menos que dicha persona posea licencia para ello de acuerdo con el Capítulo 9 del Código de Seguros de Puerto Rico.

Artículo 7. - FACILIDADES COMPULSORIAS. Un asegurador, 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 los servicios provistos por un corredor o agente en la colocación de 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 o 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 y declarada como cualquier agrupación, no contemplada en el Artículo 2 de esta regla, formada a través de sociedad, licencia, franquicia, contrato, convenio o cualquier otro método o medio. 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 principalmente 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 ser terminado por éste solamente con respecto a la aceptación de negocio nuevo y renovaciones, después de 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.

Artículo 10. - APLICABILIDAD. Esta reglamentación aplicará solamente a pólizas de seguros emitidas o renovadas a partir de la fecha en que entra 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.

P. J. Fernández Badillo
Pedro J. Fernández Badillo
Comisionado de Seguros

J. A. Gamiá