

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

Núm. 2825
Fecha: 29 de octubre de 1971
Aprobado: Carlos S. Quirós
Secretario de Estado

ENMIENDAS AL REGLAMENTO DE SEGUROS

Por: *Laura de la Cruz*
Secretaria Auxiliar de Estado

Sección I. - 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 suscriptor de seguros y al público en general, la aprobación de una enmienda a la Regla XXXIX del Reglamento de Seguros que leerá como se indica a continuación:

REGLA XXXIX

PLANES DE MERCADEO MASIVO Y GRUPOS FICTICIOS

Autoridad de Ley: Artículos 12.040 y 27.080

Artículo 1. - Propósito. - El propósito de esta reglamentación es permitir la venta de pólizas individuales de seguros personales de propiedad y contingencia, según definidos por la costumbre del negocio, bajo planes de mercadeo masivo sujeto 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 obtenidos en la adquisición de pólizas individuales aprovechando los beneficios potenciales del mercadeo masivo.

Artículo 2. - Elegibilidad. - Serán elegibles como asegurados solamente personas naturales miembros de un grupo elegible y el seguro sólo podrá ofrecerse sobre riesgos relativos a la persona o sobre la propiedad donde ésta tenga interés asegurable.

Artículo 3. - Definiciones.

(a) Mercadeo Masivo, para los efectos de esta reglamentación, es una forma de mercadear el seguro de propiedad y contingencia que resulte en ahorros en costos asociados con el

procesamiento y tramitación del seguro (sin incluir ahorros por buena experiencia de pérdidas debido a los riesgos asumidos) que puedan ser transferidos a los miembros del grupo elegible.

(b) Plan de Mercadeo Masivo, para los efectos de esta reglamentación, significa el conjunto de reglas y procedimientos inscritos por un asegurador autorizado ante el Comisionado y aprobado por éste que permiten a dicho asegurador el uso de mercadeo masivo en la venta de seguro de propiedad y contingencia a un grupo elegible.

(c) Grupo Elegible, para los efectos de esta reglamentación, significa cualquiera de los siguientes grupos:

(1) Empleados activos de un patrono o de una corporación o corporaciones subsidiarias, y empleados retirados de dicho patrono o corporaciones, participando de un plan de pensiones, y los empleados de corporaciones afiliadas o los socios de una o más sociedades, si el negocio de dichas corporaciones afiliadas o de las 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 colegios de oficios.

(5) Socios de clubes incorporados sin fines de lucro.

(6) Empleados o ex-empleados que sean deudores de un sistema de retiro establecido por el patrono.

(7) Asegurados bajo pólizas de propiedad que han sido canceladas por razón de que el asegurador ha sido declarado insolvente por el Comisionado y/o está sujeto a una orden de liquidación expedida por un tribunal de justicia competente.

(d) Seguro de Propiedad y Contingencia - Significa seguros a los cuales aplican los artículos 4.040, 4.050, 4.060, 4.070, 4.080 y 4.090 del Código de Seguros de Puerto Rico.

Artículo 4. - Disposiciones Generales. - Los planes de mercadeo masivo tendrán que cumplir con las siguientes disposiciones y requisitos:

(a) Toda gestión de contacto por parte del asegurador con los miembros de un grupo elegible en relación con la obtención, colocación y administración del seguro se efectuará única y exclusivamente a través de un representante autorizado del grupo elegible y del productor del plan registrado en la Oficina del Comisionado de Seguros.

(b) El archivo de planes de mercadeo masivo ante el Comisionado, deberá indicar o contener, según sea el caso:

(1) El nombre y dirección del sitio de negocio del productor del plan desde donde se efectuarán todas las gestiones relativas a la obtención y colocación del seguro.

(2) El porcentaje de comisión que se pagará al productor.

(3) El porcentaje de descuento en prima a concederse.

(4) Si incluye más de una clase de seguro o subdivisión, deberá indicar separadamente la información solicitada en los renglones (2) y (3) para cada clase o subdivisión. La presentación del plan al Comisionado se hará en carta de trámite en duplicado y además se incluirá información que justifique los descuentos pedidos.

(5) El número de miembros elegibles al momento de hacerse el archivo certificado por un representante autorizado del grupo elegible.

(6) Una autorización firmada por un representante autorizado del grupo elegible permitiendo el archivo del plan y designando al productor incluido en el archivo como el productor elegido por los miembros del grupo. Disponiéndose que se podrá autorizar a más de un asegurador a presentar un archivo de la misma clase de seguros para el mismo grupo elegible siempre y cuando que el número de miembros sea mayor que el número de aseguradores multiplicado por 25.

(7) En forma detallada, las clases de gestiones de seguro que desempeñará el grupo o representantes del grupo.

(8) Cualquier otra información que el Comisionado determine.

(c) Un grupo elegible deberá estar formado por veinticinco (25) o más miembros al momento de hacerse el archivo del plan de mercadeo masivo. Dicho plan de mercadeo masivo deberá contener y mantener por lo menos veinticinco (25) miembros participando en el mismo para cada clase o subdivisión de una clase de seguro personal incluida dentro del plan transcurridos seis meses de haber entrado en vigor. Disponiéndose que transcurridos seis meses desde la fecha de aprobación y dentro de treinta (30) días después de transcurrido dicho período, el asegurador deberá notificar por escrito al Comisionado el número de participantes en ese momento en cada clase o subdivisión de una clase de seguros incluida en el plan. Si durante cualquier momento subsiguiente a la fecha de haber transcurrido los primeros seis meses de aprobado, no se cumpliera con la cantidad aquí requerida, el asegurador deberá terminar y retirar el archivo de dicho plan o de la clase de seguro o requerir del Comisionado una extensión del período necesario para conseguir el número mínimo de participantes.

(d) 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.

(e) 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.

(f) El asegurador aceptará todos los miembros de grupos elegibles, según definidos en el artículo 3, que sean elegibles de acuerdo con las normas de selección del asegurador y que deseen participar en el plan. 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. A opción del asegurador, podrán ser aceptados los cónyuges, hijos o dependientes de miembros de grupos elegibles que vivan bajo el mismo techo.

(g) 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 3 de esta Regla, a base de proveer límites de seguro específicos o límites distintos a los requeridos por ley o por reglamentación de un organismo público o cubiertas de seguros con deducibles u otras restricciones en las reglas y/o formas aplicables que el asegurador normalmente no usa en la suscripción de riesgos individuales.

(h) 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 al 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.

(i) 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.

(j) Ningún asegurador que expidiera 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. De lo contrario deberá procederse como se provee en la reglamentación al efecto en relación al procedimiento para la renovación de pólizas, excepto como se dispone en el inciso (k) más adelante.

(k) 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.

(1) 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 5. - 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 el Reglamento de Seguros. Los tipos aplicables a un plan de mercadeo masivo no se considerarán injustamente desiguales respecto a los tipos fuera del plan de mercadeo masivo por el hecho de que resulten diferentes para asegurados con exposiciones similares de pérdidas, pero diferentes factores de gastos, 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 el uso de pólizas maestras y certificados solamente en los casos en que el tenedor de la póliza maestra tenga interés asegurable en la cosa asegurada. 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 6. - ESTADISTICAS SEPARADAS.

(a) Un asegurador que venda seguros bajo planes de mercadeo masivo deberá conservar estadísticas separadas de la experiencia de primas, pérdidas y 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 gastos obtenida del plan de mercadeo masivo. Disponiéndose que la experiencia de primas, pérdidas y gastos será informada anualmente al Comisionado en la forma prescrita por éste, no más tarde del 31 de marzo del año siguiente y a los organismos estadísticos en la forma prescrita por éstos en sus planes estadísticos.

Artículos 7. - 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. Un agente general no podrá ser productor a menos que posea una licencia corporativa de agente.

Artículo 8. - 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 9. - GRUPOS FICTICIOS PROHIBIDOS.

(a) Ningún asegurador, autorizado o no autorizado, proveerá a través de ningún plan tarifario o formulario de póliza de seguro de propiedad, vehículos, 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 propiedad, vehículos, 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 3 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, ni por razón de credo religioso, político, sexo, procedencia étnica, nacionalidad o raza.

Artículo 10. - 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 4(h). 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 11. - APLICABILIDAD. Esta reglamentación es en adición a, pero no en sustitución de, otros requisitos aplicables establecidos en el Código de Seguros de Puerto Rico y el Reglamento de Seguros. Los requisitos de esta reglamentación, excepto lo dispuesto en el artículo 9, no son aplicables a métodos de mercadeo distintos al de un plan de mercadeo masivo según definido en el artículo 3.

Artículo 12. - Todo plan de mercadeo masivo registrado y legalmente en uso en la fecha de vigencia de esta Regla o de cualquier enmienda de la misma tendrá un año a partir de dicha fecha para satisfacer los requisitos establecidos en esta Regla.

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

Aprobada en: 30 de septiembre de 1981


Lic. Rolando Cruz
Comisionado de Seguros