



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

RESOLUCION 391-17 SOBRE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD DE LAS ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES (AFP). SUSTITUYE LA RESOLUCIÓN No. 10-02.

CONSIDERANDO I: Que conforme lo dispone el numeral 9 del artículo 2 de la Ley 87-01 que crea el Sistema Dominicano de Seguridad Social, en lo adelante la Ley, la Superintendencia de Pensiones interpreta las disposiciones reglamentarias y dicta las Resoluciones complementarias orientadas a velar por la solvencia, transparencia y competencia, a fin de garantizar el buen funcionamiento de las Administradoras de Fondos de Pensiones, en lo adelante AFP, y de los demás entes que intervienen en el Sistema de Pensiones.

CONSIDERANDO II: Que el artículo 80 de la Ley señala que las AFP son sociedades financieras constituidas de acuerdo a las leyes del país, con el objeto exclusivo de administrar las cuentas personales de los afiliados e invertir adecuadamente los fondos de pensiones y otorgar y administrar las prestaciones del sistema previsional, observando estrictamente los principios de la seguridad social y las disposiciones de la ley y sus normas complementarias.

CONSIDERANDO III: Que conforme lo dispuesto por el referido Artículo 80, las AFP podrán ser públicas, privadas o mixtas y tendrán por lo menos una oficina o agencia a nivel nacional para ofrecer servicios al público y atender sus reclamos. Además, podrán instalar oficinas, sucursales y agencias utilizando la infraestructura de otras entidades del sector financiero y comercial, así como abrir agencias u oficinas de representación en el extranjero para prestar sus servicios a los ciudadanos dominicanos residentes en el exterior, siempre que las mismas operen como entidades propias de la AFP y jurídicamente distintas.

CONSIDERANDO IV: Que el Artículo 92 de la Ley establece que la Superintendencia de Pensiones velará porque las informaciones proporcionadas por las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP), sean precisas y no induzcan a confusión o equívocos sobre los fines y fundamentos del Sistema Previsional, sobre la situación institucional de la AFP correspondiente o sobre los costos reales de los servicios.

CONSIDERANDO V: Que el artículo 19 del Reglamento de Pensiones aprobado en fecha 19 de diciembre del 2002, en lo adelante el Reglamento, establece que ninguna AFP podrá utilizar métodos o procedimientos que incidan en la decisión libre del trabajador al momento de afiliarse, distintas de las condiciones del servicio de afiliación que ofrezcan.

CONSIDERANDO VI: Que el artículo 30 del Reglamento establece que las AFP, dentro de sus facultades para determinar libremente las comisiones sólo podrán ofrecer incentivos por permanencia de sus afiliados, en forma uniforme entre ellos. El monto que resultare de la disminución en el cobro de la comisión se depositará en la CCI del afiliado.



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

CONSIDERANDO VII: Que el artículo 44 del Reglamento de Pensiones aprobado en fecha 19 de diciembre del 2002, señala que la Superintendencia velará porque la publicidad que realicen las AFP de sus servicios y el uso de promociones esté dirigida exclusivamente a brindar información que no induzca a equívocos o a confusiones, sobre la realidad institucional, así como sobre los fines y fundamentos del Sistema, atendiendo a las Resoluciones que a tal efecto sean dictadas por la Superintendencia.

CONSIDERANDO VIII: Que las AFP pueden realizar actividades para el logro de las metas comerciales que se han propuesto, pudiendo anticiparse a los deseos de los afiliados y desarrollar productos o servicios aptos para el mercado de la industria del sector pensiones.

CONSIDERANDO IX: Que con el auge de las redes sociales, las AFP están realizando publicidad en los medios de comunicación no tradicionales. Asimismo, existe una demanda importante de servicios que pueden ser entregados por las AFP a sus afiliados, por lo que se hace necesaria una adecuación de la normativa vigente sobre promoción y publicidad de las AFP, a fin de actualizarla y adecuarla a las nuevas tendencias de competencia y promoción que rigen el mercado para evitar la utilización o difusión de indicaciones incorrectas o falsas, publicidad engañosa que puedan inducir a error de sus destinatarios.

CONSIDERANDO X: Que las AFP deben conducir sus negocios de manera transparente, profesional y ética, aplicando los principios y lineamientos generales mínimos para la adopción e implementación de las mejores prácticas de Gobierno Corporativo reconocidas nacional e internacionalmente, incorporando a su Código de Gobierno Corporativo y su Código de Ética o Conducta las disposiciones legales vigentes que regulan su actividad, la libre competencia y la protección al afiliado.

CONSIDERANDO XI: Que la Ley General de Defensa de la Competencia No. 42-08 de fecha 16 de enero de 2008, en su artículo 11 establece cuáles son los actos de competencia desleal que regulan el mercado, entre ellos los actos de engaño, confusión, omisión, entre otros.

CONSIDERANDO XII: La facultad normativa de la Superintendencia de Pensiones, en lo adelante la Superintendencia, establecida en el Art.2, literal c), numeral 9 de la Ley.

VISTA: La Ley 87-01, que crea el Sistema Dominicano de Seguridad Social, de fecha 9 de mayo de 2001;

VISTA: La Ley General de Protección de los Derechos del Consumidor o Usuario No. 358-05, de fecha 9 de septiembre de 2005;



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

VISTA: La Ley General de Defensa de la Competencia No. 42-08, de fecha 16 de enero de 2008;

VISTO: El Reglamento de Pensiones aprobado en fecha 19 de diciembre del 2002 mediante Decreto No. 969-02 del Poder Ejecutivo;

VISTA: La Resolución No. 10-02 de fecha 2 de octubre de 2002 sobre Promoción y Publicidad de las Administradoras de Fondos de Pensiones;

VISTA: La Resolución 355-13 de fecha 11 de septiembre de 2013 que sustituye la Resolución No. 354-13 que establece las normas de Gobierno Corporativo para las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP) y la Empresa Procesadora de la Base de Datos (EPBD);

VISTA: La Resolución No. 379-16 del 8 de agosto de 2016 Sobre el Cálculo de la Rentabilidad de la Cuota para los Primeros Doce (12) Meses de Operaciones de las AFP.

La Superintendencia de Pensiones, en virtud de las atribuciones que le confiere la Ley;

RESUELVE:

Artículo 1. Objeto. Establecer las normas que regulen las actividades de publicidad y promoción del Sistema de Pensiones que realicen las AFP a través de cualquier medio de comunicación.

Artículo 2. Para los efectos de la presente Resolución, se entenderá por publicidad y promoción toda aquella actividad realizada por una AFP, a través de cualquier medio de comunicación convencional, como son la radio y la televisión, prensa escrita; medios digitales como las páginas web, correos electrónicos, redes sociales; con el objeto de promover, ya sea en forma directa o indirecta, los servicios que presta y sus características, así como su presencia en el mercado.

Artículo 3. La publicidad y promoción que realicen las AFP deberán cumplir con los siguientes principios:

- a) **Claridad:** Ser directa, sencilla, precisa, oportuna, completa, de fácil comprensión para el público en general y útil para orientar sus decisiones.
- b) **Comprobación:** Basarse en elementos que puedan ser verificados y ser por sí misma completa e ilustrativa.



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

- c) **Finalidad:** Estar dirigida a difundir y consolidar la imagen del Sistema Dominicano de Pensiones, señalando su rol principal de administrador de los recursos aportados por trabajadores y empleadores para la obtención de una pensión, así como todo lo relevante que forma parte para la obtención de una pensión y los beneficios previsionales.
- d) **Identificación:** Mostrar el nombre y los signos distintivos de la AFP responsable de su publicación.
- e) **Independencia:** Puede hacer referencia a sus accionistas, entidades relacionadas con éstos o personas con las que la Administradora o sus accionistas tengan Nexo Patrimonial, pero no inducir al público a creer que cualquiera de éstos garantiza en forma alguna el desempeño de las AFP que operen.
- f) **Lealtad:** No debe incluir frases que desacrediten al Sistema de Pensiones, a los entes que participan en este Sistema o afectar negativamente su imagen ante el público en general.
- g) **Legalidad:** Deberá ser compatible con las disposiciones legales vigentes que prohíben la competencia desleal, prácticas oligopólicas, el dolo y el engaño comprobado fehacientemente.
- h) **Pertinencia:** Tener relación directa con el Sistema de Pensiones, así como con los servicios que se prestan a los afiliados, así como aquellas indirectas que no coliden con los fundamentos y principios del sistema.
- i) **Veracidad:** Ser cierta y no emitir aseveraciones, mensajes o imágenes que de manera directa o indirecta, por omisión, ambigüedad, exceso, imprecisión, o cualquier otro tipo de engaño, puedan inducir a error o a interpretaciones incorrectas o imprecisas, respecto de los productos y servicios que otorgan las AFP, creando falsas expectativas a los afiliados respecto de su ahorro.

Artículo 4. Las AFP podrán estimular el ahorro de los afiliados a través de la publicidad que realicen, señalando que la finalidad de dicho ahorro es incrementar el monto de la pensión, mejorar la calidad de vida de los afiliados y sus familias e incentivar el aumento de los recursos destinados a la Cuenta de Capitalización Individual. En general, la publicidad y promoción deberá fomentar el hábito del ahorro y la conciencia previsional de acuerdo con lo establecido en la Ley, el Reglamento de Pensiones y las normas vigentes.

Artículo 5. Las AFP podrán enviar o difundir información sobre el Sistema de Pensiones, incluyendo productos y servicios complementarios a éste, tales como asistencia legal, información permanente sobre la rentabilidad obtenida, servicios sociales para afiliados, programas de orientación y educación sobre el Sistema Dominicano de Pensiones,



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

conjuntamente con, o a través de sus accionistas, los grupos financieros a los que pertenezcan, entidades con las que se encuentren relacionadas o personas físicas o jurídicas con las que las AFP o sus accionistas tengan nexo patrimonial.

Párrafo. Las AFP deberán establecer tanto en sus Códigos de Gobierno Corporativo y de Ética o Conducta los principios y políticas que en materia de publicidad, fomenten las buenas prácticas y la sana competencia en la industria de los fondos de pensiones, de acuerdo al marco legal vigente.

Artículo 6. Las AFP deberán cuidar que la información contenida en la publicidad y promoción que realicen no induzca a interpretaciones inexactas, equívocos o a confusiones sobre los beneficios o prestaciones que se otorguen, costos y rentabilidad, así como de los fines y fundamentos del Sistema de Pensiones. La publicidad deberá en todo momento estar orientada a las disposiciones de la Ley, Reglamentos y normas complementarias, no aceptándose expresiones que directa o indirectamente produzcan ambigüedad en cuanto al contenido del mensaje publicitado.

Artículo 7. Los datos personales de los trabajadores afiliados a una AFP son confidenciales para fines publicitarios, por lo que no podrán ser utilizados ni difundidos a menos que se cuente previamente por escrito con la autorización del afiliado, documento que deberá estar disponible para fines de fiscalización de la Superintendencia.

Artículo 8. En la publicidad o promoción en la que se utilicen cifras estadísticas, las AFP deberán reflejar la situación real de la entidad de que se trate en territorio dominicano y señalar claramente la fuente de donde se obtuvieron. Por tanto, la publicidad que realicen las AFP que formen parte de un banco, grupo financiero y/o económico nacional o extranjero, o las Administradoras filiales, no deberá mencionar o hacer entender a los afiliados o al público, que el desempeño de los fondos de pensiones que administren está garantizado por sus respectivos grupos, compañías matrices del exterior o cualquier otro accionista de las mismas. Por tanto, no deben en su publicidad hacer referencia a fondos de pensiones totales administrados, número de afiliados, capital total o rentabilidad de éstos en otros países.

Artículo 9. Cuando se efectúe publicidad comparativa sobre comisiones, rentabilidad u otros aspectos referidos a los Fondos de Pensiones administrados por la AFP, deberán considerarse los datos referidos a cada fondo en particular, sin utilizar promedios de sus carteras de inversiones. Siempre que se mencione la rentabilidad obtenida por un fondo de pensiones, deberá establecerse que dicha rentabilidad no es necesariamente indicativa de futuros resultados y deberá mencionarse que sin perjuicio de la rentabilidad mínima que deben garantizar las administradoras a sus afiliados, dicha rentabilidad varía conforme a las fluctuaciones en las tasas y precios de mercado de las inversiones.

Artículo 10. Queda prohibido para las AFP en toda la publicidad y promoción que realicen:



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

- a) Emplear frases, expresiones o lemas que no puedan ser justificados objetivamente, relacionados principalmente con los rendimientos, comisiones y servicios que otorguen;
- b) Utilizar como distintivos símbolos religiosos o patrios que sean objeto de devoción o culto público;
- c) Prometer u obsequiar cualquier tipo de artículos, gratificación económica, bienes, premios o similares que tengan como fin obtener el registro o traspaso de la Cuenta de Capitalización Individual de los Afiliados;
- d) Publicitar o promocionar servicios distintos a su objeto, salvo los establecidos expresamente en la presente Resolución;
- e) Incluir eslóganes, logotipos o datos que no se relacionen con el desempeño de las AFP;
- f) Entregar datos de afiliados a sus accionistas, grupos financieros a los que pertenezcan, entidades con las que se encuentren relacionadas personas con las que las Administradoras o sus accionistas tengan nexo patrimonial, con cualquier motivo, incluido el de promover cualquier producto o servicio.
- g) Utilizar o difundir de indicaciones incorrectas o falsas, publicidad engañosa, la omisión de la verdadera información o cualquier otro tipo de práctica;
- h) Efectuar en su publicidad proyecciones referidas a la rentabilidad de los Fondos de Pensiones, comisiones y saldos acumulados en las cuentas individuales.
- i) Emitir juicios de valor acerca de otras entidades dedicadas al mismo objeto social;
- j) Difundir y promocionar personas dando testimonio expreso de haberse afiliado, traspasado o pensionado en dichas instituciones, si no son efectivos estos hechos;
- k) Exhibir instalaciones y equipos que no sean propiedad de la AFP;
- l) Efectuar publicidad que involucre a funcionarios y/o miembros de los organismos reguladores y normativos del Sistema Dominicano de Seguridad Social.

Párrafo. Sin perjuicio de lo anterior, estará permitido entregar a los afiliados la información basada en su situación particular sobre cálculos de pensiones estimados a futuro, donde deberá indicarse claramente el tipo de pensión de que se trata, con la tasa de rentabilidad, de acumulación y de descuento utilizadas.

Artículo 11. Las AFP deberán informar a la Superintendencia de Pensiones y publicar en dos (2) diarios de circulación nacional los cambios en la estructura de comisiones, las cuales entrarán en vigencia noventa (90) días después de su publicación, según lo dispuesto en el Art. 86 de la Ley. En esta comunicación, las AFP deberán incluir la estructura de comisiones vigentes y aquella que regirá en noventa (90) días más.

Artículo 12. Las AFP podrán realizar campañas o programas publicitarios derivados de convenios celebrados con empresas y/o establecimientos de comercio, por medio de los cuales se ofrezcan a los afiliados beneficios o incentivos.



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

Párrafo I. Los beneficios o incentivos que las AFP pueden ofrecer a sus afiliados deberán ser ciertos y no estarán sujetos a ninguna condición potestativa de quien otorga el beneficio. Por tanto, para incluir en la publicidad dichos beneficios, éstos deberán gozar de absoluta certeza, entendida como el hecho de que su otorgamiento o concesión es consecuencia directa de la afiliación al fondo respectivo, circunstancia que debe estar suficientemente garantizada por la entidad que otorgaría el aludido beneficio.

Párrafo II. Siempre deberá especificarse el período de otorgamiento de los beneficios o incentivos ofrecidos, sin que sea factible suspender su otorgamiento en forma anticipada sin el previo aviso a todos sus beneficiarios.

Párrafo III. En ningún caso los beneficios o incentivos ofrecidos podrán consistir en el otorgamiento directo o indirecto de facilidades crediticias por parte de instituciones sometidas al control y vigilancia de la Superintendencia de Pensiones u otros organismos competentes.

Párrafo IV. Transitorio. Todas las campañas o programas publicitarios derivados de convenios señalados en el presente artículo entrarán en vigencia por las AFP a los tres (03) meses de haberse publicado la presente resolución.

Artículo 13. Las AFP deberán presentar a la Superintendencia de Pensiones, con al menos tres días hábiles previo a la fecha para dar a conocer al público, todo el material de publicidad. En caso de incumplimiento, la Superintendencia de Pensiones instruirá su suspensión de los medios de comunicación, sin perjuicio de las sanciones correspondientes. Aquella publicidad promocionada a través de los medios autorizados que la Superintendencia de Pensiones considere no cumple con las normas emitidas, deberá ser modificada o suspendida, según sea el caso, en un plazo no mayor a cuarenta y ocho (48) horas contadas desde la fecha de notificación por parte de la Superintendencia, sin perjuicio de las sanciones correspondientes.

Párrafo I. Si una AFP infringiere hasta dos (2) veces en un período de seis (6) meses las disposiciones contenidas en la presente Resolución, la Superintendencia instruirá la suspensión de dicha promoción o publicidad, debiendo la AFP someter a la autorización previa de la Superintendencia para su emisión, toda promoción o publicidad que sea realizada con posterioridad a la suspensión de la misma, durante el plazo establecido en la norma de sanciones, atendiendo a la gravedad de la misma.

Párrafo II. Cuando la AFP efectúe promoción o publicidad a través de medios de prensa escrita, que no cumpla con las disposiciones contenidas en la presente norma, deberán emitir a su propio costo una publicidad aclaratoria, en los términos establecidos por la Superintendencia, sin perjuicio de las sanciones que pudieren corresponderle.



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

Artículo 14. La publicidad o información que se entregue a los afiliados y público en general relativa a la rentabilidad de los Fondos de Pensiones, deberá realizarse considerando información de los últimos doce (12) meses, expresada de manera anualizada. Para el primer año de operaciones de las AFP, la publicidad de rentabilidad se efectuará cada tres (3) meses.

Artículo 15. La publicidad o información que se entregue sobre comisiones deberá indicar por separado el tipo de comisión y sus características. La información que se publique deberá corresponder a los valores que se encuentren vigentes a esa fecha. En cualquier aviso de comisiones deberá agregarse la siguiente expresión: “Las comisiones pueden variar previo aviso de noventa (90) días”.

Artículo 16. En toda oficina de una AFP en la que se atienda público deberá estar colocado claramente a la vista de éste y legible, un extracto informativo que deberá contener la información siguiente:

- a) Antecedentes de la empresa: Razón social, nombre comercial, domicilio, número de Registro Nacional de Contribuyentes y Resolución de la Superintendencia que autorizó el inicio de sus operaciones, Resolución de Habilitación Definitiva o de Constitución;
- b) Monto del capital social suscrito y pagado y patrimonio de la AFP;
- c) Valor cuota de los Fondos;
- d) Monto de las comisiones que cobra;
- e) Nombre de la empresa aseguradora y la prima de invalidez y sobrevivencia;
- f) Monto y composición de la cartera de inversión del Fondo de Pensiones; y
- g) Rentabilidad nominal promedio de los últimos doce meses del Fondo de Pensiones que administra.

Párrafo. Estos antecedentes deberán ser actualizados mensualmente dentro de los diez (10) primeros días de cada mes en la forma establecida en el Reglamento de Pensiones.

Artículo 17. Con el objeto de entregar a los afiliados información acerca de sus servicios, las AFP deberán mantener a la vista y a disposición del público en todas las oficinas, material informativo de conformidad con lo establecido en la Ley y sus normas complementarias.

Párrafo I. El material informativo deberá confeccionarse considerando que estará destinado a informar y resolver las posibles dudas e inquietudes que se les presenten a los afiliados, razón por la cual deberá redactarse en lenguaje claro y preciso.

Párrafo II. El texto del material informativo no podrá contener ningún tipo de publicidad de terceros y deberá mantenerse actualizado según las normas vigentes, de conformidad con lo establecido en la presente Resolución.



SUPERINTENDENCIA DE PENSIONES

“Año del Desarrollo Agroforestal”

Párrafo III. Sin perjuicio de lo anterior, el material informativo deberá indicar el nombre de la AFP que los edite o reproduzca.

Artículo 18. Solo podrán efectuar publicidad en la forma prevista por la presente Resolución, las AFP debidamente habilitadas y autorizadas a operar por la Superintendencia de Pensiones.

Artículo 19. Las AFP quedarán obligadas por toda publicidad, promoción o información que haya sido proporcionada a los afiliados o que esté disponible para ellos. En tal sentido, cualquier inobservancia a las disposiciones de la presente Resolución la hará susceptible de las medidas y sanciones que tenga a bien disponer la Superintendencia de Pensiones mediante normas complementarias.

Artículo 20. La Presente Resolución sustituye y deja sin efecto la Resolución No. 10-02 sobre Promoción y Publicidad de las Administradoras de Fondos de Pensiones, de fecha 2 de octubre de 2002.

Artículo 21. La presente Resolución entrará en vigencia el día hábil siguiente de su emisión, salvo lo dispuesto en el párrafo IV de su artículo 12, y la misma deberá ser publicada y notificada a las partes interesadas para los fines de lugar.

Dada en Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana, a los diecisiete (17) días del mes de agosto del años dos mil diecisiete (2017).

Ramón E. Contreras Genao
Superintendente de Pensiones