



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
MINISTERIO DEL PODER POPULAR DE ECONOMÍA,  
FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR  
SUPERINTENDENCIA DE LA ACTIVIDAD  
ASEGURADORA**

Caracas, a los veintinueve (29) días del mes de agosto de 2024

**AÑOS 214°, 165° y 25°**

**PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA  
N° SAA-01-0504-2024**

De conformidad con las previsiones normativas contenidas en los artículos 6 numeral 1; 8 numerales 1, 3 y 18 de la Ley de la Actividad Aseguradora, que le atribuyen al Superintendente de la Actividad Aseguradora (E), **OMAR OROZCO COLMENARES**, designado mediante Resolución N° 003 de fecha 18 de enero de 2021, publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 42.049 de la misma fecha, la competencia para establecer y dictar sus manuales de normas y procedimientos que regulan la actividad aseguradora.

**POR CUANTO**

La Ley de la Actividad Aseguradora establece que la divulgación y publicidad de los sujetos regulados debe ser previamente aprobada por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora. Además, señala que la publicidad no podrá tener aseveraciones u ofrecimientos falsos, o no comprobables, o que puedan dar lugar a confusión en el público y deberá ajustarse a las condiciones y requisitos establecidos en la ley, su reglamento, las normas que a tal efecto se dicten, la ley que rige la materia de publicidad, las normas que regulan la libre competencia y al contenido de los contratos de seguros, de reaseguros o de medicina prepagada.

### **POR CUANTO**

Son aplicables a las asociaciones cooperativas que realicen actividad aseguradora las disposiciones previstas en la ley para las empresas de seguros, en lo relativo a la aprobación de la publicidad.

### **POR CUANTO**

Los tomadores, asegurados, beneficiarios o contratantes, respecto de los sujetos regulados, deben ser protegidos de la oferta y publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales que distorsionen la libertad de elegir y las prácticas o cláusulas abusivas impuestas por los sujetos regulados.

### **POR CUANTO**

Es competencia de esta Superintendencia de la Actividad Aseguradora verificar y garantizar que los sujetos regulados cumplan con las disposiciones contenidas en la Ley de la Actividad Aseguradora.

En virtud de lo anterior, acuerda dictar las siguientes:

## **NORMAS PARA LA DIVULGACIÓN Y PUBLICIDAD EN LA ACTIVIDAD ASEGURADORA**

### **Del objeto**

**Artículo 1.** Las presentes normas tienen por objeto establecer los lineamientos generales que rigen la divulgación y publicidad de los sujetos regulados por la Ley de la Actividad Aseguradora.

Únicamente los sujetos regulados por la Ley de la Actividad Aseguradora podrán solicitar autorización para la divulgación y publicidad a las que se refieren estas normas.

La divulgación y publicidad debe estar orientada a conservar e incrementar la confianza en el sector asegurador venezolano, así como proporcionar información y orientación sobre las actividades realizadas por los sujetos regulados de la actividad aseguradora.

## De las definiciones

**Artículo 2.** A los efectos de estas normas, se entiende por:

1. **Aplicación:** Programa informático diseñado como herramienta para permitir a los usuarios realizar uno o diversos tipos de tareas;
2. **Campaña publicitaria:** Conjunto de estrategias de comunicación que se realizan con el objetivo de dar a conocer una idea o promocionar un producto o servicio, a partir del llamado de atención o interés generado en un determinado conjunto de personas;
3. **Chatbot:** Anglicismo que refiere a software basado en inteligencia artificial, que permite mantener conversaciones en tiempo real por texto o por voz con los usuarios para resolver sus inquietudes o dar servicio al cliente;
4. **Comercial:** Soporte visual o audiovisual de corta duración que transmite un mensaje, en el cual se limita un hecho fundamental o un conocimiento de carácter publicitario;
5. **Cuña publicitaria:** Soporte auditivo de corta duración que transmite un mensaje, en el cual se limita un hecho fundamental o un conocimiento de carácter publicitario;
6. **Divulgación:** Difusión masiva o restringida, por cualquier medio o canal, de la publicidad de los sujetos regulados por la actividad aseguradora;
7. **Imagen corporativa:** Conjunto de elementos que identifican al sujeto regulado; puede referirse a un dibujo, figura, ícono, símbolo u otro;
8. **Etiquetar o taggear:** Incluir a un usuario dentro de una publicación en las redes sociales incorporando el enlace de su cuenta;
9. **Influenciador o Influencer:** Aquella persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales;
10. **Lema o eslogan:** Frase u oración breve, expresiva y fácil de recordar;
11. **Logo:** Distintivo de una persona, marca o producto, compuesto por elementos gráficos, textuales o imágenes;
12. **Medio de divulgación:** Aquel que sirve para publicar, difundir o propagar mensajes o contenidos, este puede ser: mobiliario urbano para información (MUPI), tótem, prensa,

pancarta, radio, televisión, valla, web, blog, y red social, entre otros;

13. Mencionar: incluir a un usuario en una publicación, historia o comentario en las redes sociales;
14. Página web: Documento electrónico que contiene información textual, visual o sonora que se encuentra alojado en un servidor y puede ser accesible mediante el uso de navegadores;
15. Publicidad: Toda forma de comunicación destinada a dar a conocer la organización y las actividades de los sujetos regulados, así como las características, ventajas y cualidades o beneficios de los productos y servicios que pueden prestar o comercializar, con el fin de estimular su adquisición o contratación;
16. Publicidad comparativa: Toda aquella comunicación que reclame ventajas de un producto o servicio, respecto de un competidor, mediante la comparación de sus características, atributos o beneficios;
17. Producto: Contrato de seguro o de medicina prepagada, que se pretende divulgar y publicitar.

### **Del contenido**

**Artículo 3.** Las declaraciones, aseveraciones u ofrecimientos contenidos en la publicidad, deben ser comprobables y corresponderse con la capacidad real de cumplimiento por parte de los sujetos regulados, tendrán el mismo valor de una oferta pública y los obligará en los términos en que se hayan divulgado.

### **De la identificación del sujeto regulado**

**Artículo 4.** Toda publicidad debe señalar la denominación social o personal del sujeto regulado, con indicación expresa del tipo de actividad aseguradora para la cual está autorizado, sin usar abreviaturas, empleando su código de registro en la Superintendencia de la Actividad Aseguradora.

Los intermediarios de la actividad aseguradora deberán incluir en su material publicitario el término: agente de la actividad aseguradora, corredor de la actividad aseguradora, sociedad de corretaje de seguro o sociedad de corretaje de reaseguro de la actividad aseguradora, según corresponda, debiendo además

evitar cualquier otra referencia ambigua que pueda suscitar equivocación sobre la naturaleza de las operaciones.

Por tal motivo, los intermediarios de la actividad aseguradora en la mediación de productos de seguros o medicina prepagada, deben señalar de manera clara e inequívoca la empresa que ofrece el producto y, por ende, asume el riesgo.

### **De las prohibiciones**

**Artículo 5.** Toda publicidad debe abstenerse de:

1. Contener declaraciones, afirmaciones u ofrecimientos falsos, engañosos o que den lugar a la confusión en el público;
2. Inducir o incitar al miedo o error a su destinatario;
3. Perjudicar o afectar a un competidor;
4. Violar normas jurídicas, éticas o ambientales;
5. Incluir mensajes o imágenes subliminales, abusivas, discriminatorias, violentas, ofensivas, vulgares o de odio, que sean capaces de estimular un comportamiento perjudicial o peligroso para la salud o seguridad de las personas;
6. Utilizar denominaciones que no correspondan a la actividad aseguradora para la cual ha sido autorizada por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora o palabras que puedan dar a entender que se refiere a otro tipo de sujeto regulado, a los fines de inducir en confusión a los tomadores, asegurados, beneficiarios, contratantes, usuarios, afiliados o al público en general.

### **De la publicidad comparativa**

**Artículo 6.** Los corredores o sociedades de corretaje de la actividad aseguradora, que hagan publicidad comparativa, lo harán siguiendo principios de ética corporativa y, por lo tanto, no debe resultar ofensiva ni injuriosa para quien resulte aludido por el anuncio, el producto o el servicio comparado, ni dar lugar a confusión entre los factores a comparar. En ese sentido, la publicidad comparativa será autorizada, siempre que se garanticen los siguientes principios y exigencias:

1. Que las coberturas de los productos pertenecientes a su cartera o servicios tengan similares características;

2. La comparación deberá ser objetiva y verificable en una o más características de las coberturas de los productos pertenecientes a su cartera o servicios comparados;
3. La comparación no debe menospreciar la imagen o la marca de la empresa que será objeto de la misma.

Las empresas de seguros, de medicina prepagada, de administración de riesgos y los agentes exclusivos no podrán hacer publicidad comparativa.

### **De la publicidad hecha por influenciadores**

**Artículo 7.** Los mensajes publicitarios realizados por influenciadores que contengan testimonios, estos deberán ser reales, de personas que aseguren haber adquirido el producto o recibido el servicio prestado en el anuncio, originados de vivencias adquiridas por una experiencia directa. Por tal motivo, no deben utilizarse testimonios que puedan inducir a error y que:

1. No sean reales;
2. Alteren el mensaje de quien brinda testimonio;
3. Contengan declaraciones equívocas;
4. Lleve a conclusiones equivocadas o erróneas.

Los sujetos regulados deberán comprometerse a que, en el supuesto que la persona que entrega el testimonio y tenga algún interés económico con el anunciante, indique expresamente en el mensaje, que la promoción que está realizando es pagada por aquél o que lo hace en virtud de un intercambio comercial.

Si la Superintendencia de la Actividad Aseguradora determina que el anuncio realizado por algún influenciador se hizo a espaldas de las exigencias de este artículo se entenderá que la publicidad no fue aprobada y con ello se impondrán las sanciones establecidas en la Ley, previa a la sustanciación de un procedimiento.

### **De la identificación por redes sociales**

**Artículo 8.** En todas las redes sociales de los sujetos regulados se deberá indicar:

1. Denominación social o personal del sujeto regulado, sin usar abreviaturas;

2. En el área de descripción de la red social, se deberá indicar la providencia autorizatoria y el número de registro en la Superintendencia de la Actividad Aseguradora, su página web y cualquier otro dato que permita su plena identificación;
3. En el caso que tenga logos, en la foto de perfil, se colocará aquel que fue aprobado por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora y que permita su plena identificación;
4. Los sujetos regulados, persona natural, podrán colocar cualquier foto de perfil; sin embargo, los intermediarios de la actividad aseguradora, persona natural, no deberán adjuntar imágenes que hagan creer que son sociedades de corretaje de seguros, empresas de seguros, de medicina prepagada, de reaseguros o administradoras de riesgos.

### **De la publicación a través de las redes sociales**

**Artículo 9.** Toda publicidad en materia aseguradora que se publique a través de las redes sociales, se etiquetará o mencionará a la cuenta o las cuentas oficiales de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora.

Si los sujetos regulados realizan publicaciones sin etiquetar o mencionar a la cuenta o las cuentas oficiales de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora, se entenderá que la publicidad no fue aprobada y con ello se impondrán las sanciones establecidas en la Ley, previa a la sustanciación de un procedimiento.

Excepcionalmente, la Superintendencia de la Actividad Aseguradora podrá crear cuentas de redes sociales destinadas al control de las publicaciones, en cuyo caso se informará la denominación de la misma a los sujetos regulados a través de Circular o Aviso Público.

### **De la publicidad de productos**

**Artículo 10.** En las publicidades que realicen los intermediarios de la actividad aseguradora sobre productos de seguros o de medicina prepagada, deberán indicar la providencia y fecha

mediante la cual se autorizó el producto, así como la identificación del sujeto regulado que los ofrece y comercializa.

### **De los requisitos y formalidades para la solicitud de autorización**

**Artículo 11.** La solicitud de autorización para la divulgación y publicidad, debe formularse a través de los mecanismos establecidos para tal fin por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora y contener, como mínimo, lo siguiente:

1. En caso de persona natural: nombre completo, cédula de identidad, nacionalidad, Registro único de Información Fiscal (R.I.F.), dirección, número de teléfono, correo electrónico y número de registro ante la Superintendencia de la Actividad Aseguradora;
2. En caso de ser persona jurídica: denominación social, Registro único de Información Fiscal (R.I.F.), domicilio, número de teléfono, correo electrónico y número de registro ante la Superintendencia de la Actividad Aseguradora. La persona natural que realice la solicitud debe estar autorizada por el sujeto regulado e indicar nombre completo, cédula de identidad, número de teléfono, correo electrónico y el carácter con el que actúa;
3. Tipo de material publicitario y medios a través del cual se pretenda divulgar;  
El referido material debe estar expresado en idioma castellano, de manera clara, comprensible y objetiva, así como elaborado en un tamaño y tipo de letra que garantice sea legible;
4. Fecha en que se pretende iniciar la divulgación de la publicidad, indicando, si fuere el caso, el período en que se mantendrá la difusión al alcance del público;
5. Indicación de los códigos y fechas de aprobación de los productos que se pretendan divulgar, si fuere el caso;
6. Carta de autorización de las personas naturales o jurídicas mencionadas en el material publicitario.

La solicitud debe acompañarse del texto y de las imágenes que se pretendan difundir. Para la divulgación por medios audiovisuales, debe incluirse el guion descriptivo y gráfico del

comercial. En caso de divulgación a través de la web, aplicaciones móviles o redes sociales, debe consignarse el contenido de las pantallas.

### **De las condiciones especiales**

**Artículo 12.** Sin perjuicio de lo previsto en el artículo anterior, el tipo de material publicitario que debe acompañar la solicitud de autorización, según el caso, será:

1. Aplicación: Versión demostrativa de cada uno de los enlaces o menú del programa. En caso de incluirse un *Chatbot*, se debe mostrar cada una de las funciones y especificar las respuestas automáticas que se generarán para los usuarios;
2. Comercial: El guion gráfico (*story board*) y guion-texto, indicando tiempo de duración;
3. Cuña publicitaria: El guion-texto, indicando tiempo de duración;
4. Imagen corporativa: Arte completo que se desea difundir;
5. Lema o eslogan: Arte contentivo de la expresión que se desea difundir;
6. Logo: Arte o texto contentivo de la expresión a ser evaluada;
7. Página web: Versión demostrativa de cada uno de los enlaces del portal y el nombre del dominio donde será difundido. El nombre del dominio debe ser cónsono con la actividad aseguradora que ejerce el sujeto regulado. En caso de incluirse un *Chatbot*, se debe mostrar cada una de las funciones y especificar las respuestas automáticas que se generarán para los usuarios.

### **Del tratamiento especial**

**Artículo 13.** El sujeto regulado que realice u ordene la divulgación y publicidad de productos y servicios, debe dar cumplimiento estricto al ordenamiento jurídico aplicable en las materias de propiedad intelectual, derechos de los niños, niñas y adolescentes, y las referidas a cualquier otro grupo de personas en situación de vulnerabilidad.

### **Del procedimiento**

**Artículo 14.**Una vez efectuada la solicitud, la Superintendencia de la Actividad Aseguradora dispondrá de treinta (30) días hábiles para analizar su contenido y emitir pronunciamiento al respecto. Si hubiere modificaciones, deben ser notificadas al solicitante, quien dispondrá de un plazo de cinco (05) días hábiles para efectuar las correcciones indicadas.

La demora o falta de entrega de las modificaciones ordenadas en el plazo antes mencionado, son imputables al sujeto regulado; en consecuencia, quedará sin efecto la solicitud y se entenderá desistida.

### **De la publicidad no autorizada**

**Artículo 15.**El uso de material publicitario o medio de divulgación no autorizado, dará lugar a que la Superintendencia de la Actividad Aseguradora ordene de forma inmediata el retiro de la publicidad e imponga las sanciones a que haya lugar.

### **Del período de divulgación**

**Artículo 16.**Cuando la solicitud de aprobación establezca un período para la divulgación de la publicidad o ésta contenga declaraciones que puedan variar en el transcurso del tiempo, la autorización será otorgada indicando su período de divulgación.

En el caso de anunciar una publicidad a través de las redes sociales, la vida útil del anuncio no debe ser superior al período solicitado para la divulgación de la publicidad.

### **De la obligación de indicar datos de aprobación**

**Artículo 17.**Otorgada la autorización del material publicitario, el sujeto regulado debe incluir en éste, el código y la fecha de aprobación correspondiente, así como el período de divulgación, si fuere el caso.

Queda excluido de esta obligación el material publicitario referido exclusivamente al lema o logo del sujeto regulado.

## **De la publicidad no sujeta a aprobación**

**Artículo 18.** No requiere aprobación previa por parte de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora, la divulgación de material publicitario en los siguientes términos:

1. Anuncios donde el sujeto regulado:
  - 1.1. Haga mención a su nombre completo o denominación social, a su denominación comercial o a un logo o lema de su propiedad, siempre que estos se encuentren previamente aprobados por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora. Se incluyen anuncios de búsqueda donde se visualice la página web del sujeto regulado, previamente aprobada por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora y los anuncios para el patrocinio de cualquier evento deportivo, recreativo o cultural;
  - 1.2. Señale los ramos en los cuales ha quedado autorizado para operar, siempre que no incluya el nombre específico de los productos a comercializar;
  - 1.3. Se refieran exclusivamente a la apertura, cambio de domicilio, traslado o cierre de locales, oficinas, sucursales, agencias o centros de inspección de los sujetos regulados; o a asuntos administrativos internos o que se limiten a expresar una felicitación o manifestación de condolencia;
  - 1.4. Haga campaña de concientización.
2. Material de punto de compra (P.O.P), destinado a promocionar al sujeto regulado, tales como: almanaques, bolígrafos, tarjetas de presentación, agendas, franelas, gorras, bandanas, vasos y llaveros; en cuyo caso, sólo podrá aparecer el nombre completo o razón social del sujeto regulado, así como su denominación comercial, lema o logo, previamente aprobados por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora;
3. Los íconos diseñados para identificar los ramos que comercializa o en los cuales efectúa intermediación.

En estos supuestos podrá incluirse, la razón social o denominación comercial, lema o logo del sujeto regulado, siempre que estén aprobados por la Superintendencia de la Actividad Aseguradora.

### **De los límites de gasto publicitario**

**Artículo 19.** La Superintendencia de la Actividad Aseguradora podrá establecer los gastos asociados a publicidad mediante acto particular o general.

### **De la derogatoria**

**Artículo 20.** Se deroga el acto administrativo contenido en la Providencia N° FSAA-9-00731 de fecha 2 de agosto de 2016, publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 40.973 de fecha 24 de agosto de 2016, mediante el cual se dictaron las Normas para la Divulgación y Publicidad de la Actividad Aseguradora. Las demás normativas prudenciales y actos administrativos conexos a la actividad aseguradora, que coliden con las presentes normas no serán aplicables.

### **De la publicidad**

**Artículo 21.** Se ordena la publicación de las presentes normas en la página web de la Superintendencia de la Actividad Aseguradora, con el fin de coadyuvar con la divulgación de su contenido a todos los interesados y público en general, sin menoscabo de su publicación en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

### **De la vigencia**

**Artículo 22.** Las presentes normas entrarán en vigencia a partir su publicación en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela.

Comuníquese y publíquese

**OMAR OROZCO COLMENARES**

**Superintendente de la Actividad Aseguradora (E)**

Resolución N° 003-2021 de fecha 18 de enero de 2021, publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 42.049 de la misma fecha