

ACUERDO SUGEF 10-07

[2] REGLAMENTO SOBRE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

[4a] REGLAMENTO SOBRE LA TRANSPARENCIA ANTE EL USUARIO FINANCIERO EN LA PRESTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR PARTE DE ENTIDADES SUPERVISADAS POR SUGEF^a

Aprobado por el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero, mediante Artículo 9, del Acta de la Sesión 652-2007. Celebrada el 11 de junio del 2007. Publicado en el Diario Oficial "La Gaceta" N° 123, del 27 de junio del 2007.

Rige a partir del 27 de junio del 2007.

VER [CONSIDERANDOS DEL REGLAMENTO](#)

VER [REGLAMENTO](#)

VER [MODIFICACIONES](#)

VER [HISTORIAL DE CAMBIOS](#)

Versión documento	Fecha de actualización
04	29 de mayo de 2024

^a Modificado por el CONASSIF en el artículo 6 del acta de la sesión 1861-2024, celebrada el 14 de mayo del 2024. Rige a partir del **1° de junio de 2025**.

CONSIDERANDOS

El Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero en el Artículo 9 del Acta de la Sesión 652-2007, celebrada el 11 de junio del 2007,

considerando que:

- a. La divulgación de información relacionada con los productos financieros fomenta la transparencia del mercado y coadyuva en la toma de decisiones de quienes demandan esos productos.
- b. Es necesario establecer las condiciones mínimas para propiciar un marco de transparencia que facilite al público la toma de decisiones sobre productos financieros ofertados en los medios de difusión.
- c. La tasa de interés efectiva, en nuestro medio, es una variable útil para comparar el costo efectivo de los créditos que ofrecen las diferentes entidades, y es determinante en las decisiones de los usuarios de productos financieros. De ahí la necesidad de dictar reglas para que los sujetos supervisados calculen y expresen dicho costo de manera uniforme.
- d. El Acuerdo SUGEF 28-02 *"Normas sobre Publicidad de los Servicios Financieros que ofrecen las Entidades y Grupos Financieros Supervisados por la SUGEF"* requiere de una actualización a la luz de los cambios apreciados en las prácticas publicitarias de los participantes del mercado.
- e. Es competencia del Consejo Nacional de Supervisión, según lo dispuesto en el artículo 171 de la Ley 7732 *"Ley Reguladora del Mercado de Valores"* y sus reformas, aprobar las normas atinentes a la, regulación, supervisión, fiscalización y vigilancia que conforme a la ley, debe ejecutar la Superintendencia General de Entidades Financieras, necesarias para el establecimiento de sanas prácticas, en salvaguarda del interés de la colectividad.
- f. El artículo 131, inciso k) de la Ley Orgánica del Banco Central de Costa Rica, faculta al Superintendente General de Entidades Financieras, para ordenar a las entidades supervisadas la suspensión de toda publicidad errónea o engañosa.
- g. La Ley 7472 *"Ley de Promoción de la Competencia y Promoción Efectiva del Consumidor"*, establece definiciones para los términos como consumidor y publicidad, publicidad errónea o engañosa, los cuales con el propósito de no generar un trato asimétrico entre las regulaciones que rigen esta materia, resulta apropiado adoptarlos en la regulación sobre publicidad que apruebe este Consejo.
- h. El artículo 37 de la Ley 7472, establece que la publicidad debe realizarse de acuerdo con la naturaleza y las características de los bienes y servicios. En lo que respecta a la publicidad de productos financieros, deben emitirse criterios particulares enfocados a determinar el valor real de los productos financieros, determinado por su tasa efectiva. La tasa efectiva debe calcularse tomando en consideración las

características de los productos financieros y debe incluir toda la información necesaria para determinar el valor real de los mismos.

dispuso:

Aprobar el Acuerdo SUGEF 10-07 *“Reglamento sobre divulgación de información y publicidad de productos financieros”*, conforme al texto que se adjunta.

ACUERDO SUGEF 10-07

REGLAMENTO SOBRE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN Y PUBLICIDAD DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

“REGLAMENTO SOBRE LA TRANSPARENCIA ANTE EL USUARIO FINANCIERO EN LA PRESTACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS POR PARTE DE ENTIDADES SUPERVISADAS POR SUGEF^{4a)}”

[Modificado por el CONASSIF en el artículo 6 del acta de la sesión 1861-2024, celebrada el 14 de mayo del 2024. Rige a partir del 1° de junio de 2025.]

Artículo 1. Objeto y alcance

Este reglamento establece las disposiciones relativas a la divulgación de información y la publicidad sobre productos y servicios financieros que ofrecen los intermediarios financieros y las entidades creadas por Ley especial, supervisados por la Superintendencia General de Entidades Financieras (*en adelante SUGEF*).

Además de las disposiciones establecidas en la Ley 7472 “Ley de Promoción de la Competencia y Promoción Efectiva del Consumidor” y su reglamento, en materia de publicidad de productos y servicios financieros las entidades supervisadas por la SUGEF están sujetas a las disposiciones establecidas en este reglamento.

“^{4b)}Asimismo, este reglamento establece las disposiciones sobre los controles mínimos con que deben contar las entidades supervisadas por la SUGEF para prevenir y mitigar la ocurrencia de estafas informáticas en contra de los usuarios financieros; así como las disposiciones para crear mayor conciencia y educación sobre ciberhigiene digital en los usuarios financieros para la prevención de estos eventos.”

[Adicionado por el CONASSIF en el artículo 6 del acta de la sesión 1861-2024, celebrada el 14 de mayo del 2024. Rige a partir del 1° de junio de 2025.]

CAPÍTULO I

PUBLICIDAD SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

Artículo 2. Definiciones

Para los propósitos de este Reglamento, en adición a lo dispuesto en la Ley 7472 y su reglamento, en materia de publicidad de productos y servicios financieros se entiende como:

- a. **Publicidad:** Todo tipo de anuncio o aviso que, por cualquier medio de difusión, presenta al público, información relacionada con un producto y servicio financiero,

independientemente de que los medios utilizados sean propiedad de la entidad o de terceros. Se incluye entre otros medios de difusión y no limitados a estos, la prensa escrita, la radio, la televisión, el cine, revistas, suplementos, boletines, carteles, vallas, folletos, insertos, paneles, correo electrónico, rótulos, catálogos, sitios en Internet, pantallas en autobuses, lonas, circulares, volantes, pancartas y cartas personalizadas.

- b. **Productos y servicios financieros:** Cualquier operación o transacción que se manifieste en activos o pasivos financieros independientemente de la figura jurídica o contractual que se utilice y del tipo de documento, registro electrónico u otro análogo en el que dichas operaciones o transacciones se formalicen.

Artículo 3. Costo Efectivo del Crédito

Desde la perspectiva del consumidor, el valor real de las operaciones activas está determinado por el costo efectivo del crédito.

El costo efectivo del crédito es la tasa de descuento anualizada que iguala el valor presente de todos los flujos positivos y negativos en que incurriría el consumidor en caso de contratar las operaciones activas en las condiciones ofrecidas. Deben incluirse en el cálculo del costo efectivo del crédito, el total de gastos o costos en que incurra el consumidor para la obtención del crédito, independientemente de que los servicios sean brindados por la entidad financiera o por un tercero en el tanto los mismos sean requisitos para obtener al crédito, independientemente de que sean o no financiados dentro del monto de la operación. Entre los gastos a considerar para el cálculo de tasa de interés efectiva, pero no limitados a estos, deben incluirse gastos por comisiones, gastos de avalúo, gastos de constitución, gastos legales y seguros.

El costo efectivo del crédito debe calcularse para cada tipo de moneda en que se ofrezca el producto y servicio financiero. La entidad no debe efectuar conversión alguna para expresar el costo efectivo del crédito en su equivalente en colones costarricenses.

En el caso de operaciones con tasa de interés ajustable, el cálculo del costo efectivo del crédito debe hacerse bajo el supuesto de que la tasa de interés al momento del cálculo permanece constante durante todo el plazo de la operación, utilizando para ello el último dato conocido en el momento del cálculo. Tal aclaración deberá advertirse en la publicidad mediante una nota. En el Anexo 1 de este Reglamento se incluye un ejemplo para esta nota.

La información sobre los diferentes componentes para el cálculo del costo efectivo del crédito debe estar accesible y mantenerse permanente actualizada en los sitios de Internet de la entidad. Asimismo, la entidad debe mantener a disposición de la SUGEF la fórmula y la información utilizada para su cálculo.

Artículo 4. Indicación del costo efectivo del crédito

Siempre que en la publicidad se haga referencia a tasas de interés o cuotas, o a características de éstas, debe indicarse el costo efectivo del crédito.

La entidad debe divulgar junto al costo efectivo del crédito, la frase “seguros incluidos”, cuando los mismos sean requisitos para acceder al crédito.

Artículo 5. Publicidad errónea o engañosa

Los criterios para determinar si existe publicidad errónea o engañosa de productos y servicios financieros, considerando la naturaleza del medio utilizado para su difusión, son los siguientes:

- a. **Veracidad:** La información debe corresponder a los términos o características reales del producto y servicio financiero.
- b. **Claridad:** El contenido debe ser expuesto sin omitir información relevante para entender la naturaleza del producto ni utilizar expresiones ambiguas. Por ejemplo, en la divulgación de tasas de interés y cuotas, éstas deben corresponder a la misma moneda o unidad de cuenta en que se formaliza la operación, o cuando en la difusión de tasas de interés se muestran ventajas parciales con porcentajes expuestos de manera inexacta o incompleta.
- c. **Legibilidad:** La publicidad debe permitir la fácil y adecuada lectura de su contenido. Cuando la publicidad incluya varias tasas de interés, debe utilizarse el mismo tipo de letra para cada una de ellas.
- d. **Contraste:** La relación entre el fondo y el texto superpuesto utilizado en la publicidad de diferentes tasas de interés o cuotas deben ser iguales entre ellas.
- e. **Alineación y orientación del texto:** La alineación y orientación utilizada para divulgar las tasas de interés y la cuota deben ser iguales.
- f. **Tiempo de exposición del costo efectivo del crédito:** En el caso de publicidad escrita en medios electrónicos, el tiempo de exposición del costo efectivo del crédito debe ser por lo menos igual al utilizado para otras tasas de interés o cuotas en el mismo espacio publicitario. En el caso de publicidad sonora en medios electrónicos, la velocidad de locución y el fondo utilizados para el costo efectivo del crédito deben ser iguales a los utilizados en la locución de otras tasas de interés o cuotas en el mismo espacio publicitario.

Artículo 6. Suspensión o aclaración de publicidad

Cuando la SUGEF, con base en una evaluación de los hechos y circunstancias determine la existencia de publicidad errónea o engañosa, debe ordenar por escrito la suspensión o aclaración de dicha publicidad, en el plazo que indique la SUGEF.

En un plazo no mayor a ocho días naturales contados a partir de la notificación de suspensión o de aclaración en el caso de publicidad que ya no se presenta en los medios de difusión, la entidad debe publicar en el mismo medio de difusión utilizado para la publicidad hasta por el máximo de la pauta en que estuvo vigente dicha publicidad, o una pauta menor a criterio de la SUGEF, en función de la pauta original y la reiteración de faltas por publicidad errónea o engañosa por parte de la entidad, la siguiente leyenda:

"Se aclara que en la publicidad referente a [indicar el nombre del producto y servicio financiero] efectuada en [citar el medio de difusión original o indicar "en este medio"] en fecha(s)... en página(s) [solo cuando se trate de medios escritos]... debe entenderse que [indicar la información que corrija o aclare lo señalado por el órgano supervisor]".

"Esta información se publica a requerimiento de la Superintendencia General de Entidades Financieras."

Contra dicha resolución caben los recursos dispuestos en la Ley General de la Administración Pública.

Artículo 7. Derogatoria

Con el presente Reglamento, se deroga el Acuerdo SUGEF 28-02 "Normas sobre publicidad de los productos financieros que ofrecen las entidades y grupos financieros supervisados por la SUGEF".

[1]CAPÍTULO II

DISPOSICIONES SOBRE TRANSPARENCIA EN LA PRESTACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

SECCIÓN 1

DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

Artículo 8. Responsabilidad sobre divulgación de información

Las entidades supervisadas por la SUGEF deben poner y mantener a disposición del público, de manera permanente y actualizada, información de las características y precios de cada uno de los servicios y productos financieros que ofrece al público.

La información sobre las características y precios de los productos y servicios financieros debe mantenerse accesible en el sitio Web de la entidad supervisada.

La información deberá cumplir con lo que define el Artículo 5 de este Reglamento.

Las características que deben informarse sobre cada producto o servicio financiero, serán aquellas que a criterio de la entidad oferente, son esenciales para orientar la decisión de compra del cliente. Asimismo, la información de precios deberá incluir un precio mínimo y un precio máximo, de acuerdo con la estructuración más básica o más compleja para el producto o servicio de que se trate, y la información deberá acompañarse de la siguiente nota aclaratoria:

“Los precios se muestran únicamente como una orientación para el cliente en su decisión de acceder a determinados productos o servicios financieros, y no debe entenderse que esta información muestra el precio final del producto o servicio para todos los clientes. El precio final para cada cliente está determinado por múltiples condiciones sujetas a la valoración de la entidad, propias del entorno de los negocios, la relación comercial, el perfil del cliente y las características de las operaciones o servicios demandados.”

Con el propósito de ofrecer mayor orientación al cliente sobre el tipo de producto y servicio ofrecido, la entidad deberá informar sobre los precios y características de sus productos y servicios financieros, utilizando la siguiente categorización general:

- a.- Ahorros y captación de recursos;
- b.- Préstamos y financiamientos;
- c.- Garantías y avales;
- d.- Canje de monedas;

- e.- Comercio internacional;
- f.- Administración de fideicomisos;
- g.- Otros productos y servicios financieros.

Artículo 9. Sanciones

El incumplimiento de las disposiciones contenidas en el artículo 8 de este Reglamento, se considerará como una conducta sancionable de conformidad con el numeral iii), inciso a) del Artículo 155 de la Ley 7558.

SECCIÓN 2

ATENCIÓN DE QUEJAS O RECLAMOS DE LOS CLIENTES

Artículo 10. Responsabilidad sobre la atención de quejas o reclamos de clientes

Las entidades supervisadas por la SUGEF deben atender y resolver de manera diligente y oportuna, las quejas o reclamos de sus clientes.

Para este efecto, las entidades deben poner a disposición de sus clientes, un servicio de fácil ubicación y acceso donde se recibirán y se dará respuesta a las quejas y reclamos. Dicho servicio deberá estar a disposición en cada una de las agencias donde se brinden los productos y servicios financieros.

Sin que su uso sea obligatorio para el cliente, pueden habilitarse canales telefónicos u otros medios tecnológicos para la interposición, seguimiento y recibo de respuesta de las quejas o reclamos, siempre y cuando, el cliente pueda a su elección, utilizar estos medios o acudir a las oficinas de la entidad para ser atendido por el personal de la entidad.

Artículo 11. Administración diligente de las quejas o reclamos

Para la debida gestión de las quejas o reclamos, la entidad debe contar con el personal debidamente capacitado para dicha labor.

La entidad debe contar con políticas y procedimientos para la atención y solución de quejas o reclamos, que establezcan claramente las personas designadas para esta labor, sus responsabilidades, los procedimientos a seguir, los sistemas de control para el seguimiento de las quejas recibidas y su respectiva atención, y debe contar con canales de comunicación y mecanismos de coordinación para la efectiva resolución de los problemas planteados.

La entidad cuenta con un plazo de 10 días hábiles para la resolución de las quejas o reclamos interpuestos por sus clientes. En el caso que por las características de la queja o reclamo, dicho plazo no sea suficiente, la entidad debe informar antes del vencimiento del

mismo el proceso que va a seguir para la atención de la queja o reclamo y el plazo en que estima entregar la respuesta al cliente.

La entidad debe contar con un control, centralizado, de quejas o reclamos, que permita evidenciar el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos al efecto.

La entidad debe comunicar a sus clientes de la existencia de este servicio de recepción y respuesta de quejas o reclamos.

La responsabilidad directa de la resolución de quejas o reclamos es de la entidad que brinda el servicio y no de terceros.

Las entidades de derecho público supervisadas por SUGEF que, al amparo del decreto ejecutivo 34578 del 27 de mayo del 2008, constituyan una contraloría de servicios, podrán utilizar este órgano para realizar las funciones establecidas en los artículos 10 y 11 de esta normativa.

^{4c]}CAPITULO III

ASPECTOS MÍNIMOS DE CONTROL PARA PREVENIR Y MITIGAR LA OCURRENCIA DE ESTAFAS INFORMÁTICAS EN CONTRA DE LOS USUARIOS FINANCIEROS

[Adicionado por el CONASSIF en el artículo 6 del acta de la sesión 1861-2024, celebrada el 14 de mayo del 2024. Rige a partir del 1° de junio de 2025.]

Sección I Disposiciones generales

Artículo 12. Definiciones

Para efectos de este capítulo se utilizan las siguientes definiciones y abreviaturas:

- a) *Ciberhigiene digital: acciones que los usuarios pueden ejecutar para mejorar su seguridad en canales digitales y mantener su sistema protegido. Significa adoptar una mentalidad y unos hábitos centrados en la seguridad que ayuden a los usuarios financieros y las entidades supervisadas a mitigar posibles estafas informáticas.*
- b) *Notificaciones push: mensaje corto que aparece como una ventana emergente en el navegador del escritorio, pantalla de inicio del dispositivo móvil o en el centro de notificaciones del dispositivo desde una aplicación móvil. Suelen ser alertas de confirmación que muestran texto y medios enriquecidos, como imágenes o botones, que permiten a un usuario financiero realizar una acción específica.*
- c) *URL (Localizador de Recursos Uniforme por sus siglas en inglés): Cadena de caracteres que se utiliza para identificar la ubicación de un recurso en internet, como una página web, una imagen, un archivo de audio o cualquier otro tipo de archivo disponible en la red.*
- d) *Usuario financiero: Persona física o jurídica que utiliza un servicio o producto brindado por una entidad supervisada.*

Los demás términos utilizados en este reglamento se entienden según sus definiciones contenidas integralmente en la reglamentación vigente aprobada por el CONASSIF, así como en la jerga técnica sobre la materia.

Sección II Estrategia de mitigación y educación en ciberhigiene digital

Artículo 13. Estrategia de mitigación de estafas informáticas

Las entidades supervisadas deben establecer una estrategia para minimizar los riesgos de estafas informáticas en contra de los usuarios financieros cuando estos utilizan los canales digitales que las entidades ponen a su disposición.

Dicha estrategia debe estar enmarcada en una evaluación de riesgos, realizada de manera conjunta con las unidades de negocio y las funciones de control correspondientes, así como estar alineada con las políticas de seguridad de la entidad, a fin de determinar si los controles implementados son robustos para mitigar las tipologías de estafas informáticas que afectan a los usuarios financieros.

La estrategia debe estar aprobada por el Órgano de Dirección. Además, dicha estrategia debe ser objeto de revisiones y actualizaciones de forma periódica según lo defina el Órgano de Dirección, a fin de identificar nuevos riesgos y nuevas tipologías de estafas informáticas que puedan afectar a los usuarios financieros.

La evaluación de riesgos debe actualizarse según la periodicidad que defina el Órgano de Dirección. Sin perjuicio de lo anterior, la evaluación de riesgos debe actualizarse cuando la entidad supervisada ponga a disposición de los usuarios financieros el uso de nuevos canales digitales, cuando esta incurriere en nuevos productos o servicios financieros, así como cuando se realicen cambios en los ya existentes.

Artículo 14. Identificación de nuevas tipologías de estafas informáticas

Como parte de la evaluación de riesgos, las entidades supervisadas deben establecer mecanismos basados en un análisis estadístico para identificar y mitigar la ocurrencia de nuevas tipologías de estafas informáticas, así como monitorear la evolución de las existentes.

Para el análisis estadístico, se deberán compilar, al menos, los siguientes datos que permitan segmentar información sobre el conocimiento de cada caso de estafa informática y la concentración o comportamiento:

- a) *Monto defraudado.*
- b) *Factores de autenticación que se utilizaron en el momento en que sucedió la estafa informática para ingresar, realizar transacciones o ejecutar acciones en los canales digitales.*

- c) *Tipología de estafa informática. Las entidades supervisadas deben definir las tipologías de estafas informáticas.*
- d) *Medio o canal utilizado para la estafa informática.*
- e) *Descripción de la estafa informática.*
- f) *Rango de edad del usuario financiero.*
- g) *El día de la semana y franja horaria en que ocurrió la estafa informática.*
- h) *Fecha de reporte de la estafa informática.*
- i) *Fecha de resolución del caso.*

Artículo 15. Educación al usuario financiero en ciberhigiene digital

Las entidades supervisadas deben establecer un programa de educación en ciberhigiene digital para el uso de los servicios y canales digitales, dirigido a los usuarios financieros. Dicho programa debe incluir aspectos relacionados con capacitación, asesoría y concientización de los usuarios financieros para prevenir que sean objeto de estafas informáticas; además, será responsabilidad de las entidades supervisadas definir el alcance del programa.

El programa de educación en ciberhigiene digital debe implementarse de forma permanente, mediante canales de comunicación y debe considerar, al menos, los siguientes aspectos:

- a) *Riesgos asociados con el uso de productos y servicios por medio de canales digitales, tipologías existentes de estafas informáticas, así como los derechos y obligaciones de los usuarios financieros en relación con los productos y servicios suministrados.*
- b) *Posibles prácticas criminales que utilizan los estafadores para obtener información confidencial de los usuarios financieros.*
- c) *Prácticas de protección de las credenciales del usuario financiero, así como aspectos a considerar para la adquisición de seguros de tarjetas o contra estafas informáticas, entre otras tipologías emergentes.*
- d) *Concientización a los usuarios financieros sobre información y acciones relacionadas con sus productos financieros, las cuales, la entidad supervisada nunca les solicitará por medio de canales digitales o llamadas telefónicas.*
- e) *Protección del correo electrónico que el usuario financiero tiene registrado para uso de los canales digitales de la entidad supervisada, así como la protección por medio de factores de autenticación robustos y el uso de contraseñas seguras.*

- f) *Recomendaciones para que el usuario financiero pueda detectar un ataque de secuestro de número telefónico (SIM Swapping), a fin de identificar la suplantación de su tarjeta SIM y aplicar oportunamente el bloqueo de las cuentas de fondos.*
- g) *Promover el uso de los canales digitales oficiales de la entidad supervisada. En el caso de aplicaciones, los usuarios financieros deberán estar enterados que la aplicación oficial de la entidad se debe descargar desde las tiendas oficiales de aplicaciones móviles o desde el sitio que la entidad supervisada indique. Además, se debe recomendar a los usuarios financieros que el acceso a los sitios web oficiales de la entidad se realice digitando las direcciones electrónicas y evitar hacerlo por medio de enlaces o buscadores de internet.*
- h) *Orientación a los usuarios financieros para que sean capaces de reconocer una URL fraudulenta, cuentas falsas en productos de mensajería, llamadas fraudulentas, correos falsos, instalación de aplicaciones solicitadas por los estafadores, uso de software pirata, así como para el uso de productos antimalware o antivirus y los riesgos de utilizar redes públicas.*

Además, las entidades supervisadas deben desarrollar sus propias campañas de concientización para prevenir que los usuarios financieros sean objeto de estafas informáticas, de conformidad con los aspectos particulares de sus canales digitales, sean estos propios o tercerizados, así como del tamaño, enfoque de negocio y complejidad de las operaciones de la organización. Lo anterior, sin perjuicio de las campañas de concientización que desarrollen los gremios de los que forman parte.

Sección III Responsabilidad de la entidad supervisada

Artículo 16. Responsabilidad

En los casos en que el usuario financiero rechace haber autorizado una operación, las entidades supervisadas deberán verificar que dicha operación fue autorizada por el usuario financiero y que se encuentra registrada a su nombre.

Ante el reclamo de los usuarios financieros, las entidades supervisadas deberán demostrarle al usuario financiero que han cumplido con las disposiciones establecidas en el presente capítulo para prevenir y mitigar la ocurrencia de estafas informáticas en contra de dichos usuarios. Asimismo, las entidades supervisadas deberán verificar que los sistemas informáticos de las entidades no han sido vulnerados.

La auditoría interna o función equivalente deberá verificar, semestralmente, el cumplimiento por parte de la entidad supervisada de las disposiciones

establecidas en el presente capítulo. En casos particulares, la función interna de control podrá manejar revisiones específicas.

Artículo 17. Controles preventivos, detectivos y correctivos

Las entidades supervisadas deben establecer controles preventivos, detectivos y correctivos para proteger las cuentas de fondos y la información de los usuarios financieros ante la ocurrencia de estafas informáticas por medio de canales digitales.

Dichos controles deben permitir a las entidades supervisadas identificar y tomar medidas respecto a transacciones atípicas por medio de un análisis integral y multifactorial sobre el usuario financiero, el cual, incluya, al menos, los siguientes aspectos:

- a) *Patrones transaccionales de los usuarios financieros, preferencias en cuanto a días o fechas de sus operaciones, destinatarios frecuentes de envíos de fondos, monto y tipo de transacciones realizadas habitualmente (transferencias, pagos, retiros, entre otros), así como otros aspectos relevantes para definir su comportamiento y detectar posibles actividades atípicas.*
- b) *Dispositivos electrónicos utilizados habitualmente por el usuario financiero para acceso a los canales digitales, considerar elementos como el historial de dispositivos electrónicos utilizados, sistema operativo y horarios habituales de uso.*
- c) *Variables del dispositivo electrónico utilizado como: user agent, sistema operativo del dispositivo, idioma, entre otros.*
- d) *Navegadores utilizados habitualmente.*
- e) *Verificación de las formas de autenticación utilizadas habitualmente por el usuario financiero.*
- f) *Redes de conexión, canales digitales utilizados, comportamiento de uso de los dispositivos electrónicos tales como: la forma de teclear del usuario financiero, movimiento del mouse, entre otros.*
- g) *Uso de un dispositivo electrónico para acceder a diferentes cuentas, productos o servicios que pertenecen a diferentes usuarios financieros de la entidad supervisada, a fin de analizar si se trata de actividades sospechosas.*
- h) *Uso de un dispositivo electrónico que haya sido utilizado anteriormente para cometer estafas electrónicas.*

Las entidades supervisadas deben incorporar parámetros para aprobar o denegar transacciones. En caso de que identifiquen la ocurrencia de transacciones atípicas, deberán requerir a los usuarios financieros, previo a hacerlas efectivas, una confirmación que asegure la autenticidad de estos.

Artículo 18. Mecanismos de autenticación robustos

Las entidades supervisadas deben establecer mecanismos de autenticación robustos que permitan validar y verificar la identidad de los usuarios financieros cuando estos:

- a) Ingresen a los canales digitales.*
- b) Ejecuten transacciones y de acciones que conlleven riesgo en dichos canales.*
- c) Utilicen mecanismos de autogestión en los canales digitales, para la creación de nuevos usuarios, cambio de token, cambio de claves, bloqueo de cuentas de fondos, recuperación de credenciales, entre otros.*

Dichos mecanismos de autenticación deben incorporar tecnologías basadas en dobles factores de autenticación.

Además, las entidades supervisadas deben evitar incorporar en sus mecanismos de autenticación, tecnologías basadas en información transferible a un tercero que permitan suplantar la identidad del usuario financiero.

Artículo 19. Protección de la información de los usuarios financieros

Las entidades supervisadas deben implementar en sus canales digitales, al menos, los siguientes mecanismos para proteger de la información de los usuarios financieros:

- a) Certificación de autenticidad de los sitios web y de las aplicaciones móviles.*
- b) Elementos que permitan a los usuarios financieros corroborar la autenticidad de los comunicados remitidos por las entidades supervisadas.*
- c) Política de contraseñas robustas.*
- d) Tiempos de expiración por inactividad en las sesiones.*
- e) Límites de intentos de inicio de sesión o autenticación.*
- f) Límites de tiempo para que las sesiones iniciadas se cierren automáticamente cuando se detecte inactividad.*
- g) Límites diferenciados para la cantidad y monto de las transferencias realizadas por los usuarios financieros a terceros mediante canales*

digitales, tanto a nivel local como internacional, de conformidad con las necesidades particulares de los usuarios financieros.

Artículo 20. Notificación de transacciones

Las entidades supervisadas deben enviar una notificación a los usuarios financieros, en menos de un minuto, cuando se realicen transacciones en sus productos financieros; asimismo, cuando sucedan eventos como: inicios de sesión, cambios de contraseñas, cambios en mecanismos de seguridad, actualización de número de teléfono o correo electrónico, aumento de límites para transacciones, nuevos dispositivos electrónicos detectados, entre otros.

Dichas notificaciones deben enviarse mediante correo electrónico, mensajes de texto SMS o notificaciones push. Además, las notificaciones podrán enviarse mediante otros mecanismos que hayan sido autorizados por los usuarios financieros, en cuyo caso, las entidades supervisadas deberán informar a los usuarios financieros las implicaciones que tiene el mecanismo y la responsabilidad que tienen los usuarios de comunicar a las entidades cuando realicen cambios en sus direcciones de correo electrónico o en sus números de teléfono celular.

Cuando las entidades supervisadas envíen notificaciones a los usuarios financieros con el propósito de requerirles una confirmación o validación sobre las gestiones señaladas anteriormente u otras gestiones sensibles, deberán verificar la identidad de los usuarios financieros.

Artículo 21. Envío de enlaces en notificaciones

Las entidades supervisadas no deben incluir enlaces acortados en las notificaciones indicadas en el artículo 20 del presente capítulo cuando se envíen por medio de correos electrónicos dirigidos a los usuarios financieros.

Artículo 22. Políticas y procedimientos para bloqueos preventivos de fondos

Las entidades supervisadas deben establecer políticas y procedimientos para realizar bloqueos preventivos de fondos de transferencias cuyo origen o destino se presuma que corresponde a una estafa informática.

Artículo 23. Mecanismos de autogestión para el bloqueo temporal de productos y servicios financieros

Las entidades supervisadas deben habilitar en sus canales digitales y en sus centros de atención telefónica, mecanismos de autogestión que les permitan a

los usuarios financieros realizar bloqueos temporales de sus productos y servicios financieros de forma expedita.

Artículo 24. Registros

Las entidades supervisadas deben mantener registros de las cuentas de fondos que hayan sido utilizadas en estafas informáticas, a fin de adoptar las medidas correspondientes de monitoreo y debida diligencia.

Artículo 25. Reporte de estafas informáticas

Las entidades supervisadas deben remitir a la SUGEF un reporte histórico de los casos constatados como estafas informáticas en contra de los usuarios financieros, así como de las lecciones aprendidas.

La SUGEF comunicará el contenido, la periodicidad, los plazos y los canales de remisión de dicho reporte.

Artículo 26. Notificación y reclamación de transacciones electrónicas no autorizadas

Cuando los usuarios financieros rechacen haber autorizado una transacción electrónica, deberán notificarlo a la entidad supervisada. Lo anterior, deberá ser comunicado a los usuarios financieros por medio de las campañas de concientización que realicen las entidades supervisadas según lo establecido en el artículo 15 del presente capítulo a fin de que los usuarios puedan informarse sobre el deber de cumplimiento de dicha notificación.

Los canales o servicios que facilite la entidad supervisada para la notificación deben estar a disposición incluso encontrándose los usuarios financieros fuera del país.

En el momento de la notificación sobre transacciones electrónicas no autorizadas, las entidades supervisadas deberán proporcionar un número o código de recepción de la notificación para seguimiento por parte de los usuarios financieros, el cual, incluya la fecha y hora en que dicha notificación fue recibida.

Las entidades supervisadas deberán bloquear de forma inmediata el producto o servicio suministrado a los usuarios y ofrecerles una alternativa contingente para que puedan realizar sus operaciones.

Cuando los usuarios financieros presenten reclamos por la ocurrencia de transacciones electrónicas no autorizadas, las entidades supervisadas deberán atender dichos reclamos de conformidad con lo dispuesto en la Sección 2, Capítulo II, del presente reglamento.

Artículo 27. Debido proceso ante la SUGEF

Cuando los usuarios financieros presenten reclamos por la ocurrencia de transacciones electrónicas no autorizadas y dichos reclamos no sean atendidos por las entidades supervisadas de conformidad con lo establecido en la Sección 2, Capítulo II, del presente reglamento, los usuarios podrán presentar una queja mediante oficio ante la SUGEF siguiendo los procedimientos establecidos en relación con la atención de quejas o denuncias establecidos en el sitio web de la Superintendencia.

La SUGEF gestionará el traslado del reclamo recibido a la entidad supervisada aludida para que esta le brinde directamente la respuesta que en derecho corresponda al usuario financiero.

Cuando los conflictos que se presenten entre las entidades supervisadas y sus usuarios financieros, como consecuencia de los contratos privados suscritos entre ambos, no logren dirimirse por los procedimientos administrativos contemplados en nuestro ordenamiento jurídico, dichos conflictos deberán resolverse en las instancias judiciales correspondientes.

Artículo 28. Denuncia ante las autoridades competentes

Como parte del proceso de atención de reclamos, las entidades supervisadas podrán requerir a los titulares de las cuentas de fondos afectadas con estafas informáticas, que presenten la denuncia ante las autoridades judiciales correspondientes en aquellos casos que lo ameriten. Queda a criterio de la entidad supervisada, de conformidad con sus políticas y procedimientos para la atención y solución de quejas o reclamos, determinar los casos en que será requerida la denuncia del usuario financiero ante las autoridades judiciales.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Transitorio I

La publicidad que a la fecha de entrada en vigencia de este Reglamento ya se encuentre en los medios de comunicación, debe ser ajustada de conformidad con este Reglamento en el plazo máximo de 60 días naturales contados a partir de la entrada en vigencia de este Reglamento.

Transitorio II ^[1]

Las entidades supervisadas dispondrán de un plazo de seis meses, a partir de la vigencia de esta modificación, para poner a disposición del público la información sobre las características y los precios para el cliente de los diferentes servicios y productos financieros, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 8 de este Reglamento.

Sobre una base caso por caso, y a solicitud debidamente justificada de la entidad supervisada, la SUGEF podrá ampliar este plazo por una única vez y por un periodo no mayor a seis meses.

Transitorio III ^[1]

Las entidades supervisadas dispondrán de un plazo de seis meses, a partir de la vigencia de esta modificación, para poner a disposición de sus clientes el servicio para la recepción y resolución de quejas o reclamos, según lo dispuesto en la Sección II del Capítulo II de este Reglamento.

Sobre una base caso por caso, y a solicitud debidamente justificada de la entidad supervisada, la SUGEF podrá ampliar este plazo por una única vez y por un periodo no mayor a seis meses.

Rige a partir de su publicación en el diario oficial “La Gaceta”.

ANEXO 1

EJEMPLO DE NOTA PARA ACLARACIÓN SOBRE EL USO DE TASAS DE INTERÉS AJUSTABLES

A manera de ejemplo, la aclaración a que se refiere el Artículo 3 de este Reglamento.

“El cálculo del costo efectivo del crédito para productos y servicios financieros con tasas de interés ajustables, se hace bajo el supuesto de que el último valor disponible para la tasa de interés de referencia permanece constante durante el plazo de la operación”.

HISTORIAL DE CAMBIOS

Versión 01: Texto del reglamento aprobado y publicado en Gaceta.

Versión 02: Nuevo formato. Sitio WEB

Versión 03: Se adicionan el Capítulo II Disposiciones sobre la transparencia en la prestación de los productos y servicios financieros y los transitorios II y III. Se modifica los términos: “productos financieros” y “producto financiero” por: “productos y servicios financieros” y “producto y servicio financiero”.

Versión 04: a) Se modifica el nombre del reglamento.

b) Se adiciona un párrafo tercero en el artículo 1. Objeto y alcance.

c) Se adiciona el Capítulo III ASPECTOS MÍNIMOS DE CONTROL PARA PREVENIR Y MITIGAR LA OCURRENCIA DE ESTAFAS INFORMÁTICAS EN CONTRA DE LOS USUARIOS FINANCIEROS.

MODIFICACIONES

- [1] Adicionado por el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero, mediante Artículo 5 del Acta de la Sesión 959-2011, celebrada el 6 de febrero del 2012. Rige a partir de su publicación en el diario oficial. Publicado en el diario oficial “La Gaceta” N° 41 del 27 de febrero del 2012.
- [2] Modificado por el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero, mediante Artículo 5 del Acta de la Sesión 959-2011, celebrada el 6 de febrero del 2012. Rige a partir de su publicación en el diario oficial. Publicado en el diario oficial “La Gaceta” N° 41 del 27 de febrero del 2012.
- [3] Modificado por el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero, en el artículo 6 del acta de la sesión 1861-2024, celebrada el 14 de mayo del 2024. Rige a partir del 1° de junio de 2025. Publicado en el diario oficial “La Gaceta” N° 96 del 29 de mayo del 2024.