



Lima, 18 de agosto de 2017

Resolución S.B.S.

N° 3274-2017

*La Superintendente de Banca, Seguros y
Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones*

CONSIDERANDO:

Que, el Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, aprobado por la Resolución SBS N° 8181-2012 y sus normas modificatorias, regula lo dispuesto por la Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros, Ley N° 28587 y el Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571, entre otros aspectos;

Que, el Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito, aprobado por la Resolución SBS N° 6523-2013 y sus normas modificatorias, regula disposiciones relacionadas con la remisión de información y medidas de seguridad aplicables, la verificación de la identidad del titular o usuario y el establecimiento de límites de responsabilidad en el uso fraudulento de dichas tarjetas;

Que, la finalidad de la Superintendencia es que las empresas tengan una adecuada conducta de mercado que se refleje en las prácticas que adoptan en su relación con los usuarios, en la oferta de productos y servicios financieros, la transparencia de información y la gestión de reclamos;

Que, en concordancia con ello y como consecuencia de las prácticas identificadas en las labores de supervisión de la Superintendencia, resulta necesario aprobar una nueva norma reglamentaria en materia de conducta de mercado que regule las exigencias aplicables a las empresas en su relación con los usuarios, respecto de la transparencia de información, oferta y contratación de productos y servicios financieros, entre otros y la modificación del Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito;

Que, adicionalmente, es necesario modificar el Manual de Contabilidad para las Empresas del Sistema Financiero aprobado por la Resolución SBS N° 895-98 y sus normas modificatorias y complementarias con la finalidad de requerir información relacionada con tarjetas de crédito que permita a la Superintendencia realizar una mejor labor de supervisión;

Que, a efectos de recoger las opiniones del público en general, se dispuso la prepublicación del proyecto de resolución en el portal electrónico de la Superintendencia, al amparo de lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 001-2009-JUS;

Contando con el visto bueno de las Superintendencias Adjuntas de Banca y Microfinanzas, Riesgos, Estudios Económicos, Conducta de Mercado e Inclusión Financiera y Asesoría Jurídica; y,



SUPERINTENDENCIA
DE BANCA, SEGUROS Y AFP
República del Perú

En uso de las atribuciones conferidas en los numerales 7, 9 y 13 del artículo 349 de la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros – Ley N°26702 y sus normas modificatorias;

RESUELVE:

Artículo Primero.- Aprobar el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero, según se indica a continuación:

REGLAMENTO DE GESTION DE CONDUCTA DE MERCADO DEL SISTEMA FINANCIERO

TÍTULO I
ASPECTOS GENERALES

Artículo 1. Alcance

Las disposiciones de la presente norma son aplicables a las empresas comprendidas en los literales A y B del artículo 16 de la Ley General, al Banco de la Nación y al Banco Agropecuario.

Artículo 2. Definiciones

Para efectos de lo dispuesto en la presente norma, resultan aplicables las siguientes definiciones:

1. Cliente: usuario con quien la empresa mantiene una relación comercial originada por la celebración de un contrato.
2. Código: Código de Protección y Defensa del Consumidor, Ley N° 29571 y sus normas modificatorias.
3. Conducta de Mercado: prácticas de las empresas en su relación con los usuarios, respecto de la oferta de productos y servicios financieros, la transparencia de información y la gestión de reclamos.
4. Contrato: documento que contiene todos los derechos y obligaciones que corresponden al cliente y a la empresa incluyendo los anexos que establecen estipulaciones específicas propias del producto y/o servicio financiero que es objeto de pacto.
5. Días: días calendario.
6. Empresas: las consideradas en el alcance del artículo 1.
7. Folleto informativo: documento que tiene por finalidad poner en conocimiento de los usuarios las características de los productos o servicios financieros ofrecidos por las empresas. Se encuentra a disposición de los usuarios en las oficinas de la empresa, así como puede ser enviado a sus domicilios o vía correo electrónico.
8. Fórmula: método que permite determinar el cálculo del principal y los intereses que cobren o paguen las empresas por sus productos activos o pasivos, respectivamente, así como los montos que cobren en caso de incumplimiento, comisiones y/o gastos, según corresponda.
9. Formulario contractual: modelo de contrato que se difunde al público, de conformidad con lo establecido en el Reglamento.
10. Ley General: Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, Ley N° 26702 y sus normas modificatorias.
11. Productos y/o servicios financieros: cualquier producto y/o servicio de naturaleza financiera, pueden ser activos, bajo el sistema de cuotas o bajo el sistema revolvente; pasivos; o servicios accesorios o auxiliares a un servicio de naturaleza financiera.
12. Reglamento: Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero.



13. Simulador: aplicativo o software que permite calcular, bajo el supuesto de cumplimiento, los intereses, comisiones y gastos aplicables a los productos activos bajo el sistema de cuotas.
14. Superintendencia: Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.
15. Tasa de interés fija: cualquier tasa que ha sido objeto de pacto en el contrato cuya variación no depende de un factor variable.
16. Tasa de interés que depende de un factor variable: aquella tasa cuya fluctuación o ajuste periódico depende de un indicador (factor) predeterminado que varía en el tiempo y cuya condición de ajuste es establecida en el contrato. Son ejemplos de factores variables: la variación del índice de precios, las tasas de interés promedio del mercado tanto activas como pasivas, las tasas de referencia que aplica el Banco Central de Reserva del Perú para productos de crédito con fines de regulación monetaria, la London Interbank Offered Rate- LIBOR, entre otras.
17. Usuario o consumidor: persona que adquiere, utiliza o disfruta de los productos o servicios ofrecidos por la empresa, o que potencialmente podría utilizarlos, y que sea definido como tal, de conformidad con lo dispuesto por el Código.

TÍTULO II **GESTIÓN DE CONDUCTA DE MERCADO Y OFICIAL DE CONDUCTA DE MERCADO**

CAPÍTULO I **PRINCIPIOS**

Artículo 3. Principios de conducta de mercado

3.1 La adecuada conducta de mercado de las empresas en su interacción con los usuarios se manifiesta en sus prácticas de negocio, respecto de la oferta de productos y servicios, la transparencia de su información y la gestión de sus reclamos.

3.2 Las prácticas de negocio que aplican las empresas a sus usuarios, respecto de la oferta de productos y servicios, deben involucrar: i) el diseño de estos considerando el respeto a los derechos reconocidos a los usuarios, lo establecido por el marco normativo vigente, y las políticas y procedimientos aprobados en materia de conducta de mercado, ii) mecanismos de comercialización que no induzcan a error respecto de las características de los productos y servicios, iii) el cumplimiento de las condiciones pactadas; y, iv) requerimientos a los usuarios, consistentes con la naturaleza de los productos y servicios ofrecidos y contratados.

3.3 La transparencia de información es un mecanismo que busca mejorar el acceso a la información de los usuarios y promover una efectiva revelación de información. En ese sentido, las empresas deben ser diligentes en la información que brindan respecto de los productos y servicios ofrecidos, con el fin de que los usuarios comprendan sus características, beneficios, riesgos y condiciones aplicables, y puedan tomar decisiones de consumo informadas.

3.4 La adecuada gestión de reclamos involucra la administración integral de los reclamos y su tramitación, considerando una atención oportuna y objetiva de las comunicaciones presentadas por los usuarios, y la emisión de respuestas respecto de todos los aspectos del reclamo en forma comprensible y sencilla.

CAPÍTULO II **GESTIÓN DE CONDUCTA DE MERCADO**

Artículo 4. Gestión de conducta de mercado



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

Las empresas son responsables de implementar una adecuada gestión de conducta de mercado acorde con el marco normativo vigente, la cual debe reflejarse en el actuar de toda la organización, en las prácticas de negocio relacionadas con los usuarios que son implementadas por las unidades de negocio, así como en políticas generales y procedimientos. Para tal efecto, las empresas deben desarrollar lo siguiente:

1. Políticas que incorporen la conducta de mercado en la cultura organizacional de las empresas y en su estructura de gobierno corporativo.
2. Procedimientos generales para el diseño, validación, comercialización y monitoreo de productos y servicios, acordes con los principios de conducta de mercado.
3. Manual para la gestión de conducta de mercado, el cual debe contener los objetivos, los mecanismos y procedimientos que serán utilizados para cumplir con los objetivos, las responsabilidades de las áreas involucradas en la implementación de procedimientos con usuarios, las funciones del oficial de conducta de mercado, así como los canales de comunicación y de coordinación entre ellos, entre otros.
4. Código de buenas prácticas en la relación de la empresa con los usuarios, considerando los principios de conducta de mercado.
5. Plan anual de capacitación del personal que tiene relación con los usuarios.

Artículo 5. Capacitación del personal

5.1 La capacitación que las empresas proporcionen al personal que tenga relación con los usuarios, como parte del plan anual de capacitación a que se refiere el artículo precedente, debe considerar, como mínimo, los siguientes aspectos: i) el desarrollo de las funciones que corresponden; ii) los productos y/o servicios que brinda la empresa; iii) el marco normativo aplicable en materia de conducta de mercado y de protección al consumidor, vinculado a las funciones que le corresponde; y, iv) el manual para la gestión de conducta de mercado y el código de buenas prácticas.

5.2 Las empresas deben establecer mecanismos que permitan medir la efectividad de las capacitaciones brindadas a su personal, y el sustento de esto debe encontrarse a disposición de esta Superintendencia en archivos físicos o informáticos.

Artículo 6. Responsabilidad del directorio y la gerencia general

6.1 El directorio es responsable de la aprobación de las políticas, medidas y procedimientos necesarios que permitan a la empresa contar con una adecuada conducta de mercado en su estrategia de negocio y dar cumplimiento a las disposiciones de este Reglamento. Asimismo, es responsable de conocer los principales retos y dificultades afrontados por la empresa en su implementación.

6.2 El directorio debe designar a un oficial de conducta de mercado con las características, responsabilidades y atribuciones establecidas en este Reglamento.

6.3 La gerencia general es responsable de implementar las medidas y procedimientos necesarios para que las empresas cuenten con una conducta de mercado adecuada a la normativa vigente y concordante con las políticas generales establecidas por el directorio, así como asignar los recursos humanos, técnicos y logísticos que le permitan dar cumplimiento a las funciones mencionadas en el Reglamento.

6.4 Las políticas, medidas y procedimientos deben encontrarse documentados.

CAPÍTULO III RESPONSABILIDADES DEL OFICIAL DE CONDUCTA DE MERCADO

Artículo 7. Oficial de conducta de mercado



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

7.1 El oficial de conducta de mercado debe desempeñarse a tiempo completo y a dedicación exclusiva en la empresa.

7.2 De forma excepcional, las empresas pueden solicitar autorización previa a la Superintendencia para que las funciones del oficial de conducta de mercado sean asumidas por un funcionario a dedicación no exclusiva, en razón de su naturaleza, tamaño y de la complejidad de sus productos y servicios. La solicitud debe estar acompañada de la siguiente información:

1. Informe que sustente la forma en que se dará cumplimiento a las disposiciones vigentes asociadas a conducta de mercado;
2. Currículum vitae del funcionario que asumirá las responsabilidades y funciones que corresponderían al oficial de conducta de mercado;
3. Razones por las que se solicita la designación de un funcionario que asumirá las funciones del oficial de conducta de mercado a dedicación no exclusiva; y,
4. Otra documentación a solicitud de la Superintendencia.

7.3 Si en uso de sus facultades de supervisión, la Superintendencia determina que el ejercicio de las funciones del oficial de conducta de mercado a dedicación no exclusiva no permite una adecuada gestión de conducta de mercado, pueda dejar sin efecto la autorización otorgada en el marco del inciso 7.2.

Artículo 8. Requisitos del oficial de conducta de mercado

8.1 El oficial de conducta de mercado debe reunir los siguientes requisitos mínimos:

1. Tener conocimiento y experiencia en temas de protección al consumidor y conducta de mercado.
2. Tener conocimiento suficiente sobre los productos y servicios que brinda la empresa.
3. Tener experiencia en labores de control, seguimiento y gestión de procesos.
4. Otros que establezca la Superintendencia.

8.2 Las empresas deben comunicar a la Superintendencia, el nombre del oficial de conducta de mercado, así como el cumplimiento de los requisitos señalados en el inciso previo dentro de los cinco (5) días contados desde la fecha de su designación por el Directorio.

Artículo 9. Responsabilidades y funciones del oficial de conducta de mercado

9.1 Las responsabilidades y funciones del oficial de conducta de mercado, entre otras contempladas en el Reglamento, son las siguientes:

1. Proponer las estrategias y medidas a la empresa para gestionar una adecuada conducta de mercado.
2. Evaluar y verificar la aplicación de las políticas y procedimientos implementados para asegurar la adecuada conducta de mercado en la empresa que se refleje en el actuar de toda la organización.
3. Verificar que la empresa cuente con procedimientos que permitan el cumplimiento de las normas vigentes en materia de conducta de mercado establecidas por la Superintendencia.
4. Participar del proceso de toma de decisiones que impacten en la relación de la empresa con los usuarios, dejando constancia de dicha participación.
5. Participar de la validación del diseño y estrategia de venta, dejando constancia de dicha participación, así como del monitoreo posterior a la contratación, de los productos y servicios ofertados por la empresa a los usuarios.
6. Identificar, como resultado de la gestión de conducta de mercado, aspectos que podrían tener un impacto en los usuarios y ponerlos en conocimiento de la gerencia general.
7. Generar reportes e indicadores que le permitan detectar oportunidades de mejora en los procedimientos de la empresa relacionados con usuarios y proponer medidas correctivas.
8. Diseñar un plan anual de capacitación para el personal de la empresa que tiene relación con los usuarios, coordinar su ejecución y medir los resultados de su eficacia.



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

9. Emitir informes semestrales y anuales que permitan evidenciar el nivel de cumplimiento de las responsabilidades y funciones establecidas en el presente Reglamento.
10. Ser el representante ante la Superintendencia, en los temas relacionados a conducta de mercado.
11. Atender los requerimientos de información solicitada por la Superintendencia.
12. Las demás que sean necesarias para el cumplimiento de sus funciones.

9.2 El oficial de conducta de mercado, para el debido cumplimiento de sus responsabilidades y funciones, debe elaborar un programa anual de trabajo que debe poner en consideración previa del Directorio y debe ser aprobado por este antes del 31 de diciembre de cada año. Este programa debe contener la descripción de las actividades a realizarse, los objetivos planteados para cada una de ellas y un cronograma de su ejecución.

Artículo 10. Presentación de informes de gestión

10.1 El oficial de conducta de mercado debe elaborar un informe de seguimiento de las actividades realizadas durante el primer semestre del año, considerando las responsabilidades y funciones descritas en el artículo anterior, que debe ser presentado a la Superintendencia, a más tardar dentro de los treinta (30) días posteriores al 30 de junio de cada año.

10.2 El oficial de conducta de mercado debe elaborar un informe anual sobre la gestión de conducta de mercado en la empresa y los resultados obtenidos, y presentarlo a la Superintendencia dentro de los cuarenta y cinco (45) días posteriores al cierre del ejercicio.

10.3 Ambos informes deben ser puestos en conocimiento del Directorio de la empresa y remitidos a la Superintendencia por medios electrónicos, de acuerdo con los mecanismos y aspectos mínimos que se establecerán por oficio múltiple.

TÍTULO III

CALCULO Y APLICACIÓN DE TASAS DE INTERÉS, COMISIONES, GASTOS Y RENDIMIENTO Y SU DIFUSIÓN

CAPÍTULO I

CRITERIOS APLICABLES A TASAS DE INTERÉS

Artículo 11. Cálculo de las tasas

11.1 Las empresas, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9 de la Ley General, pueden determinar libremente las tasas de interés compensatorio y moratorio para sus productos activos y pasivos, considerando para tal efecto lo indicado en el artículo 5 de la Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros.

11.2 Las tasas de interés compensatorio y moratorio deben ser expresadas en forma efectiva anual, debiendo considerar para tal efecto que se trata de un año de trescientos sesenta (360) días. Para su cálculo y aplicación, las empresas deben tener en cuenta la regulación que sobre la materia emite el Banco Central de Reserva del Perú de acuerdo con su Ley Orgánica.

Artículo 12. Tasas de interés que dependen de un factor variable

12.1 Las empresas deben señalar de manera simple y clara, la forma en que se determina en cada momento la tasa, incluyendo su periodicidad de cambio o las condiciones que determinan su modificación. Esta tasa no debe ser susceptible de ajuste unilateral por la propia empresa o en virtud de acuerdos o prácticas con otras entidades.



12.2 Si la tasa de interés que depende de un factor variable en los créditos a plazo fijo y depósitos a plazo fijo considera un spread asociado al referido indicador, para la modificación de dicho spread, se aplica el mismo tratamiento contemplado para la tasa de interés fija. En virtud de lo expuesto, cualquier modificación se produce únicamente, en caso se cumpla con los requisitos establecidos en el artículo 31.

Artículo 13. Tasa de costo efectivo anual

13.1 La tasa de costo efectivo anual (TCEA) es la tasa que permite comparar el costo total de un producto activo. Se calcula igualando el valor actual de todas las cuotas con el monto que efectivamente haya sido recibido en préstamo. Para este cálculo se incluyen las cuotas que involucran el principal, intereses, comisiones y gastos, que de acuerdo con lo pactado se trasladan al cliente, incluidos los seguros en los casos que se trate de créditos de consumo y/o hipotecarios para vivienda. No se incluyen en este cálculo aquellos pagos por servicios provistos por terceros que directamente sean pagados por el cliente, ni los tributos que resulten aplicables.

13.2 Los cálculos de la TCEA, para el caso de productos activos bajo el sistema de cuotas, proceden bajo el supuesto de cumplimiento de todas las condiciones pactadas, utilizando la fórmula señalada en el Anexo N° 1 del Reglamento.

13.3 Los cálculos de la TCEA para el caso de productos activos bajo el sistema revolvente, atendiendo a sus características, se realizan asumiendo un patrón estandarizado de comparación de costos y proceden bajo el supuesto de cumplimiento de todas las condiciones pactadas, de acuerdo con lo indicado en el Anexo N° 1-A del Reglamento.

Artículo 14. Tasa de rendimiento efectivo anual

14.1 La tasa de rendimiento efectivo anual (TREA) es la tasa que permite comparar el rendimiento total de un producto pasivo. Considera todos los cargos por comisiones y gastos, incluidos los seguros, cuando corresponda, bajo el supuesto de cumplimiento de todas las condiciones pactadas. No se incluyen en este cálculo aquellos pagos por servicios provistos por terceros que sean pagados directamente por el cliente, ni los tributos que resulten aplicables.

14.2 La TREA para el caso de depósitos a plazo fijo se calcula igualando el monto que ha sido depositado con el valor actual del monto que efectivamente se recibe al vencimiento del plazo y/o de todos los montos parciales que se hayan recibido hasta su vencimiento.

14.3 La TREA, para el caso de depósitos distintos al indicado en el inciso 14.2, se calcula asumiendo un patrón estandarizado de comparación de rendimiento del producto. Para el cálculo de la TREA, se utiliza un monto referencial asumiendo que no existen transacciones adicionales a la apertura de la cuenta, utilizando para ello la fórmula señalada en el Anexo N° 2 del Reglamento.

Artículo 15. Saldo mínimo de equilibrio

15.1 El saldo mínimo de equilibrio en una cuenta de ahorros es el saldo que se requiere mantener en dicha cuenta, sin que se realice transacción alguna, para generar intereses suficientes en un mes de treinta (30) días para cubrir las comisiones y los gastos asociados con el mantenimiento de dicha cuenta, de tal manera que al final del mes no se pierda el capital depositado ni se gane rendimiento.

15.2 Cuando debido a la existencia de distintos rangos para la aplicación de intereses y para el cobro de comisiones y gastos, no se pueda determinar un saldo en el que dichos conceptos se compensen según lo indicado en el inciso anterior, sino que exista un saldo a partir del cual se pasa directamente de una pérdida mensual a una ganancia mensual, se considera como saldo mínimo aquella cantidad en la que se registre el menor rendimiento positivo.



CAPÍTULO II

CRITERIOS APLICABLES A LAS COMISIONES Y GASTOS

Artículo 16. Comisiones y gastos

Las comisiones y gastos se determinan libremente de conformidad con lo establecido en el artículo 9 de la Ley General:

1. Las comisiones son cargos por servicios adicionales y/o complementarios a las operaciones contratadas por los usuarios, que hayan sido previamente acordados y efectivamente prestados por las empresas.
2. Los gastos son cargos en que incurren las empresas por servicios adicionales y/o complementarios a las operaciones contratadas por los usuarios, que hayan sido previamente acordados y efectivamente prestados por terceros.

Artículo 17. Aplicación de comisiones y gastos

17.1 Las empresas no pueden establecer comisiones o gastos respecto de servicios esenciales y/o inherentes a los productos y/o servicios financieros que hayan sido contratados por el cliente. Se entiende por servicios esenciales y/o inherentes, a todas aquellas gestiones o prestaciones que no pueden desvincularse del producto y/o servicio financiero contratado, siendo que su no realización imposibilitaría que las empresas puedan brindarlo u ofrecerlo.

17.2 Sobre el particular, debe observarse los siguientes criterios:

1. Respecto de los productos activos, tanto en el caso de nuevos productos, como por refinanciamiento o reestructuración de créditos, se entiende por servicios esenciales y/o inherentes a:
 - a) La evaluación del usuario, celebración del contrato, desembolso, administración del crédito y las gestiones relacionadas a su cobro.
 - b) Las gestiones asociadas a la evaluación, constitución y administración de garantías en aquellos productos condicionados a su constitución, como el hipotecario para vivienda, vehicular, pignoraticio, entre otros. Las gestiones asociadas al estudio de títulos son consideradas como parte de la evaluación de las garantías.
 - c) Las gestiones asociadas al levantamiento de garantías.
 - d) En el caso de tarjetas de crédito, la emisión inicial o renovación por vencimiento del medio físico necesario para la utilización de la línea de crédito.
2. Respecto de productos pasivos se entiende por servicios esenciales y/o inherentes a:
 - a) El resguardo del depósito.
 - b) La activación de la cuenta de ahorros.
 - c) La emisión inicial o renovación por vencimiento del medio físico otorgado para realizar retiros de dinero de la cuenta, cuando sea un requisito indispensable para tal efecto.
 - d) El mantenimiento del medio físico o electrónico otorgado para realizar transacciones, cuando sea un requisito indispensable para tal efecto.
3. Procede el cobro de gastos por concepto de seguros, servicios notariales, tasación y registrales, según corresponda al producto contratado, considerando para tal efecto lo establecido en el presente capítulo.
4. Si dadas las características del producto y/o servicio financiero, se desprende que un determinado servicio debe ser considerado como esencial y/o inherente, pues de lo contrario se desnaturaliza o se hace inviable su prestación y/o uso, no pueden efectuarse cobros por concepto de comisiones o gastos asociados al referido servicio.



17.3 En el Anexo N° 3 del Reglamento se detallan ejemplos de cargos que no cumplen con los criterios para ser considerados como comisiones o gastos. Dicha relación solo tiene carácter enunciativo, razón por la cual puede ser modificada o ampliada por la Superintendencia, como consecuencia de sus labores de supervisión, respecto de otros cargos que no se adecúen a los criterios descritos en el inciso anterior. Estos se publican en la sección "Portal de Orientación y Servicios al Ciudadano" de la página web de la Superintendencia.

Artículo 18. Sustento de comisiones y gastos

Las comisiones y gastos deben implicar la prestación de un servicio previamente acordado, así como un costo real y demostrable. Las empresas deben contar con los sustentos que permitan acreditar la existencia efectiva del servicio y que justifican el traslado de dicho concepto al cliente, a través de una comisión o gasto. En el caso de los gastos, el monto que se consigna como tal concepto debe estar debidamente documentado. La presentación de los referidos sustentos, se realiza a través del mecanismo establecido por la Superintendencia.

CAPÍTULO III TRANSPARENCIA DE INFORMACIÓN

Artículo 19. Difusión de tasas de interés, comisiones, gastos, productos y servicios

19.1 Las empresas deben informar a los usuarios la tasa de interés compensatorio, la tasa de interés moratorio o penalidad en caso de incumplimiento; las comisiones, de acuerdo con lo establecido por la Circular de Categorías y Denominaciones de Comisiones aprobada por la Superintendencia; así como los gastos asociados a los diferentes productos y servicios financieros que ofrezcan, según corresponda. Esta información debe ser difundida de manera clara y comprensible.

19.2 Tratándose de productos y/o servicios financieros en las que corresponda al usuario asumir tributos relacionados directamente con estos, se debe indicar la obligación respectiva, el tipo de tributo al que se sujeta, el porcentaje y, en caso corresponda, el monto aplicable.

Artículo 20. Mecanismos de difusión de información

Las empresas deben difundir la información referida a tasas de interés compensatorio, tasas de interés moratorio o penalidad en caso de incumplimiento; comisiones y gastos y características de los productos o servicios financieros ofertados, según corresponda, a través de los siguientes mecanismos:

1. **Listado o tarifario.**- la difusión de información debe considerar lo siguiente:
 - a) La tasa de interés compensatorio presentada solo en forma efectiva anual.
 - b) La tasa de interés moratorio presentada solo en forma efectiva anual o la penalidad aplicable en caso de incumplimiento.
 - c) Las comisiones, presentadas de acuerdo con lo establecido por la Circular de Categorías y Denominaciones de Comisiones, aprobada por la Superintendencia .
 - d) Los gastos.
 - e) Los tributos.

Dicha información debe ser revelada para cada producto o servicio que se ofrezca, haciendo referencia a la oportunidad de su cobro y demás condiciones que afecten su aplicación. En caso de modificación de la información, debe incorporarse la fecha de actualización en el listado o tarifario.

Las empresas deben informar en sus oficinas respecto de la existencia y disponibilidad del listado o tarifario. Adicionalmente, cuando se usen medios informáticos y/o cualquier otro medio para la difusión de los tarifarios, estos deben indicar la forma de utilizarlos. Los tarifarios, ya sea que se exhiban en



vitrinas, atriles, soportes similares, o en medios informáticos, deben ser redactados en idioma castellano, con caracteres legibles no inferiores a tres (3) milímetros.

2. **Folletos informativos cualitativos.**- utilizados para difundir las características de un producto activo o pasivo, sin incorporar información cuantitativa referida a tasas de interés y/o montos del crédito o depósito, o la cuota mensual que le resultaría aplicable, según corresponda. Dichos folletos deben indicar que la información sobre costos está disponible en las oficinas de atención al público, a través del listado o tarifario, y en la página web de la empresa.
3. **Folletos informativos cuantitativos.**- utilizados para difundir las características de un producto activo o pasivo, incorporando información cuantitativa referida a tasas de interés y/o montos del crédito o depósito, o la cuota mensual que le resultaría aplicable, según corresponda, considerando, adicionalmente, lo siguiente:
 - a) Para los productos activos bajo el sistema de cuotas, debe presentarse un ejemplo explicativo que considere las características del producto ofrecido y desagregue los componentes que contribuyen a la determinación de la TCEA, utilizando la fórmula señalada en el Anexo N° 1 del Reglamento, así como los cargos por cuenta del cliente en el supuesto de incumplimiento de sus obligaciones.
 - b) Para las productos activos bajo el sistema revolvente, debe presentarse un ejemplo explicativo que desagregue los componentes que contribuyen a la determinación de la TCEA, utilizando la fórmula señalada en el Anexo N° 1-A del Reglamento, así como los cargos por cuenta del cliente en el supuesto de incumplimiento de sus obligaciones.
 - c) Para el caso de productos pasivos, debe presentarse un ejemplo explicativo que desagregue los componentes que contribuyen a la determinación de la TREA, utilizando la fórmula señalada en el Anexo N° 2 del Reglamento, así como las penalidades aplicables en el supuesto de incumplimiento por parte del cliente de las condiciones pactadas, en caso corresponda.
4. **Cajeros automáticos.**- las empresas que emitan tarjetas de crédito y/o débito y a la vez sean titulares u operadoras de cajeros automáticos deben asegurarse de que, una vez que sea solicitada una operación de cajero automático, se proporcione al usuario información en pantalla y con carácter previo a que la operación se realice, el valor exacto del cargo aplicable.

En caso que las empresas titulares u operadoras de cajeros automáticos sean distintas de las empresa que emiten las tarjetas de crédito y/o débito y no sea posible cumplir con lo requerido en el párrafo anterior, estas últimas deben asegurarse de que las primeras proporcionen al usuario, en pantalla y con carácter previo a que se realice la operación, el valor exacto del cargo aplicable por su uso, precisando que la empresa emisora del medio de pago podría efectuar cargos adicionales.

Una vez proporcionada dicha información, el cajero automático debe ofrecer al usuario la posibilidad de aprobar o rechazar la operación solicitada. Si en la pantalla del cajero automático no se incluye la referida información, no puede trasladarse cargos por su uso al usuario.

5. **Página web.**- para dar cumplimiento a la obligación de difusión constante sobre sus productos y servicios, las empresas deben presentar en sus páginas web los listados o tarifarios, formularios contractuales y aquella información detallada en el Anexo N° 4 del Reglamento. En caso de modificación, debe incorporarse la fecha de actualización en los documentos que exhibe la empresa.

Las empresas que emiten tarjetas de crédito deben difundir en forma comparativa, las características de las tarjetas de crédito que ofrecen al público en función a los perfiles de los clientes, sus intereses,



así como las tarifas aplicables. La Superintendencia, mediante oficio múltiple, puede determinar la forma de difusión de esta información.

La difusión de la referida información debe realizarse a través de un enlace que pueda ser identificado en la página web principal, como parte de la información sobre cada producto y servicio financiero ofrecido. Asimismo, las empresas deben mantener un enlace permanente con la sección "Portal de Orientación y Servicios al Ciudadano" de la página web de la Superintendencia.

6. **Información brindada por las personas encargadas de la oferta de productos y servicios.-** el personal propio o subcontratado de las empresas está obligado a informar la TCEA o TREA, aplicable a productos activos o pasivos, según corresponda, que resultaría aplicable para el cliente, así como explicar la composición de las referidas tasas. En el caso de créditos bajo el sistema revolvente, debe otorgarse un ejemplo explicativo de acuerdo con lo indicado en el Anexo N° 1-A del Reglamento. Solo a solicitud del cliente puede brindarse, adicionalmente, información referida a la tasa de costo efectivo aplicable en otras periodicidades.

El personal de la empresa debe encontrarse en capacidad de brindar y explicar a los usuarios la información comprendida en el presente artículo y demás disposiciones comprendidas en el Reglamento.

Artículo 21. Difusión de aspectos referidos a los beneficios, riesgos y condiciones del producto

21.1 La difusión de información sobre aspectos relacionados principalmente a los beneficios, riesgos y condiciones se realiza en la página web y debe considerar –como mínimo- la información detallada en el Anexo N° 4 del Reglamento, en lo que corresponda.

21.2 Los usuarios pueden realizar consultas relacionadas a dicha información a través de otros mecanismos o medios electrónicos que la empresa ponga a disposición de los usuarios.

**TÍTULO IV
CONTRATACIÓN CON USUARIOS**

**CAPÍTULO I
INFORMACIÓN PARA LA CONTRATACIÓN**

Artículo 22. Información previa a la celebración de los contratos

Las empresas deben brindar a los usuarios toda la información pertinente que estos soliciten de manera previa a la celebración de cualquier contrato y durante el período que toma a este y a la empresa celebrarlo. El otorgamiento de la información antes indicada involucra la entrega y/o puesta a disposición del formulario contractual y de simulaciones que hagan referencia al costo del producto bajo el sistema de cuotas ofertado, según corresponda, conforme al Capítulo III del presente Título.

Artículo 23. Condiciones promocionales

23.1 Las condiciones promocionales que incentiven la contratación de productos y/o servicios deben mantenerse durante el período ofrecido o, de ser el caso, por el número de unidades a ofertar u otro supuesto que determine el fin de la promoción. Estas condiciones promocionales deben ser informadas junto con las restricciones aplicables, plazos de duración de dichas condiciones o la posibilidad de variarlas o suprimirlas una vez producida la contratación.

23.2 Si antes de contratar no se han informado las condiciones respecto al período y/o unidades a ofertar y/o algún otro supuesto para culminar o discontinuar la promoción, las empresas deben comunicar



previamente a los usuarios su culminación o discontinuación, debiendo mantener la condición promocional por un período por lo menos igual a seis (6) meses después de realizada la comunicación, salvo que debido a la naturaleza propia de la promoción se deba continuar ofreciéndola por un plazo mayor. Dicha comunicación debe efectuarse, como mínimo, a través de los mismos medios empleados para informar la promoción.

23.3 En caso se contrate con los usuarios sin considerar restricciones aplicables a las condiciones promocionales pactadas, plazos de duración de dichas condiciones o la posibilidad de variarlas o suprimirlas, las empresas no pueden modificar las cláusulas contractuales que contienen las referidas condiciones promocionales atendiendo al efecto vinculante de la publicidad.

Artículo 24. Productos ofertados sin costo o con denominaciones que impliquen gratuidad

Las empresas no pueden denominar a sus productos como “libres”, “sin costo” o utilizar otros términos que impliquen gratuidad, si bajo algún supuesto se puede trasladar al usuario comisiones o gastos, que deban formar parte de la hoja resumen y/o cartilla de información, conforme a lo establecido en los artículos siguientes.

Artículo 25. Información sobre productos activos

25.1 Tratándose de productos activos, se debe proporcionar al usuario, como parte del contrato, una hoja resumen, la que no exime a las empresas de incorporar en el cuerpo del contrato las cláusulas que regulen los derechos y obligaciones de las partes contratantes.

25.2 La hoja resumen debe contener la siguiente información:

1. El monto del principal objeto del crédito o el monto total de la línea de crédito, según corresponda, y la moneda en que se pacta. Cuando no sea posible conocer el monto de la línea o del crédito al momento de la suscripción del contrato, en la Hoja Resumen, se debe indicar que el monto efectivamente aprobado será comunicado al momento de entregar la tarjeta de crédito o desembolsar el crédito. Igualmente, se debe indicar que, inclusive, podría no otorgarse dicho financiamiento como resultado de la evaluación crediticia.
2. La TCEA aplicable a las productos activos bajo el sistema revolving.
3. La tasa de interés compensatorio efectiva anual, indicando si es fija o variable. En caso de que la tasa sea variable se debe señalar el criterio para su determinación y la oportunidad en que las cuotas serán recalculadas. Tratándose de tarjetas de crédito o líneas de crédito en las que se ofrezca al cliente tasas de interés diferenciadas, se debe alcanzar al cliente la información de las tasas vigentes, según el tipo de financiamiento.
4. La tasa de interés moratorio efectiva anual o penalidad aplicable en caso de incumplimiento. Asimismo, se debe indicar que ante el incumplimiento del pago según las condiciones pactadas, se procede a realizar el reporte, con la calificación correspondiente, a la Central de Riesgos .
5. El monto y detalle de las comisiones y gastos que son parte del producto activo. No se consideran, en este rubro, aquellos cargos que responden a solicitudes específicas realizadas por los usuarios y que se pactan en cada oportunidad, sobre las que debe indicarse que la información relacionada se difunde a través del listado o tarifario. Las comisiones deben presentarse conforme a las categorías y/o denominaciones establecidas. Tratándose de los seguros se debe informar el tipo del seguro, el monto de la prima, el nombre de la compañía de seguros que emite la póliza, los riesgos objeto de cobertura y el número de la póliza en caso corresponda.
6. El canal o canales que son libres de costo en el caso de disposición de efectivo en tarjetas de crédito.
7. Otra información que sea relevante para las partes y según lo considere la empresa o la Superintendencia.



La información de los numerales 2, 3 y 4 debe ser incorporada en la hoja resumen de manera destacada y encabezando la información mínima descrita en el presente inciso.

25.3 Asimismo, en los productos activos bajo el sistema de cuotas debe entregarse, como parte de la hoja resumen, un cronograma de pagos, que debe contener lo siguiente:

1. Número de cuotas o pagos a realizar, su periodicidad y fecha de pago, debiendo desagregar los conceptos que integran la cuota, tales como la amortización del monto del principal, el monto de intereses, comisiones o gastos si los hubiere, señalando el monto total a pagar por cada uno de estos conceptos.
2. La cantidad total a pagar que debe ser igual a la suma del monto del principal, al monto de intereses, al monto de comisiones y gastos que se trasladen al cliente.
3. La TCEA aplicable al producto activo bajo el sistema de cuotas.

25.4 En los casos en que, por la naturaleza del producto, no se pueda tener certeza respecto de las fechas de pago, las empresas deben entregar un cronograma que contenga la información adicional a que alude el presente artículo. Dicho cronograma debe indicar que se trata de un documento preliminar que será reemplazado por el documento final, en un plazo no mayor a treinta (30) días desde la entrega del preliminar. En estos casos, el usuario puede optar por la entrega o puesta a disposición del cronograma a través de los mecanismos a que se refiere el artículo 49. Las empresas deben conservar en sus archivos tanto el cronograma preliminar como el definitivo.

25.5 Cuando se haya pactado una tasa de interés variable, el cronograma debe elaborarse tomando como referencia el valor de mercado que dicha tasa tenga al momento en que se suscriba el contrato, debiendo precisar que la tasa podría variar en el transcurso del tiempo.

25.6 Tratándose de productos activos bajo el sistema revolvente, las empresas deben comunicar los aspectos de la hoja resumen que resulten aplicables. No resultan aplicables, para dichos productos, las disposiciones referidas al cronograma de pagos, con excepción de la periodicidad y fecha de pago.

Artículo 26. Información sobre productos pasivos

26.1 Tratándose de productos pasivos, se debe proporcionar al usuario, como parte del contrato, una cartilla de información, que no exime a la empresa de incorporar en el cuerpo del contrato las cláusulas que regulen los derechos y obligaciones de las partes contratantes.

26.2 La cartilla de información debe contener el siguiente detalle:

1. La tasa de interés compensatorio efectiva anual que se aplica por el depósito, indicando si es fija o variable. En caso de ser tasa variable, se debe señalar el criterio para su determinación. Cuando por la forma en que se referencia la tasa de interés, esta pueda ser cero, se indica expresamente dicha posibilidad.
2. La TREA y el saldo mínimo de equilibrio para cuentas de ahorro.
3. Tratándose de depósitos a plazo fijo, debe indicarse (i) el monto total de intereses a ser pagados y la oportunidad en la cual el cliente puede disponer de ellos; (ii) las penalidades que se aplican por incumplimiento de las condiciones pactadas, de ser el caso; y, (iii) la fecha de vencimiento del depósito, y si al vencimiento de este el depósito se renueva automáticamente o no. Respecto de la renovación, se debe precisar que se aplicará la tasa de interés del tarifario vigente a esa fecha.
4. El monto y detalle de las comisiones y gastos que son parte de los productos pasivos. No se consideran en este rubro aquellos cargos que responden a solicitudes específicas realizadas por los usuarios y que se pactan en cada oportunidad, sobre las que debe indicarse que la información relacionada se difunde a través del listado o tarifario. Las comisiones deben presentarse conforme a las categorías y/o denominaciones establecidas.



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

5. Operaciones sin costo según el canal de atención.
6. Señalar si se trata o no de un depósito respaldado por el Fondo de Seguro de Depósitos.
7. Otra información que sea relevante para las partes, según lo considere la empresa o la Superintendencia.

La información de los numerales 1 y 2 debe ser incorporada en la cartilla de información de manera destacada y encabezando la información mínima descrita en el presente inciso.

La obligación de otorgar la cartilla de información se da por cumplida si la información contenida en ella está comprendida en certificados de depósito, o en cualquier otro documento mediante el cual se represente el depósito y quede constancia de la voluntad de las partes.

Artículo 27. Responsabilidad de las empresas en la contratación de seguros asociados

Las empresas se encuentran sujetas a las exigencias establecidas en el Reglamento de Comercialización de Productos de Seguros, las normas que lo modifiquen o sustituyan. Adicionalmente, las empresas que ofrezcan seguros considerados como una condición para contratar deben observar, adicionalmente, lo siguiente:

1. Deben informar a los usuarios que tienen el derecho a elegir entre la contratación del seguro ofrecido por las empresas; o un seguro contratado directamente por el usuario o a través de la designación de un corredor de seguros; siempre que cumpla, a satisfacción de las empresas, con las condiciones previamente informadas. La difusión de la referida información debe realizarse en la oferta de los productos que consideren a los seguros como una condición para contratar, a través de los mecanismos que para tal efecto utilicen las empresas.
 - a) En el caso de que el usuario acredite la contratación, por su cuenta, de un seguro que cumpla con las condiciones establecidas por la empresa, no está obligado a tomar el seguro ofrecido y puede sustituirlo por el que hubiera contratado. En este supuesto, el seguro debe ser endosado a favor de la empresa hasta por el monto del saldo adeudado. En virtud del endoso, la empresa puede pactar con el usuario que el pago de la prima del seguro se adicione al pago de las cuotas periódicas previamente pactadas por el crédito o se debite de un producto pasivo. El endoso y forma de pago, por acuerdo de las partes, puede ser tramitado por el usuario ante la empresa del sistema de seguros que emite la póliza y entregado a las empresas, o por las empresas.
 - b) Si el usuario contrata el seguro comercializado por la empresa, esta debe entregar a los asegurados las pólizas del seguro individual o, en su caso, los certificados de seguro a que se refiere el Reglamento de Transparencia de Información y Contratación de Seguros aprobado por la Superintendencia, expedidos por las empresas del sistema de seguros.
2. La fecha de pago de indemnizaciones a las empresas es la que debe considerarse para realizar la liquidación de la operación activa. Las empresas tienen un plazo máximo de treinta (30) días de recibida la indemnización para efectuar la liquidación.

Artículo 28. Responsabilidad de las empresas en la contratación de servicios notariales

28.1 En caso las empresas operen con un número acotado de notarios deben informar la relación de notarios con los que operan, así como sus datos de contacto y costo del servicio, a fin de facilitar la elección que realicen los clientes.

28.2 Las empresas deben procurar la incorporación de notarios que ejerzan la referida función en los distritos en los que se encuentren localizadas las oficinas donde se pueda solicitar productos que requieran del servicio notarial o en distritos colindantes.

Artículo 29. Pago anticipado y adelanto de cuotas



29.1 Los usuarios tienen derecho a efectuar pagos por encima de la cuota exigible en el periodo, considerando para tal efecto lo siguiente:

1. No deben establecerse condiciones o limitaciones para el ejercicio del derecho.
2. No pueden aplicarse comisiones, gastos, penalidades de ningún tipo por el ejercicio del derecho o cobros de naturaleza o efecto similar.
3. Debe informarse, al momento de efectuar la operación, el monto que resulta aplicable por concepto de impuestos.
4. Los usuarios pueden efectuar los pagos en cualquiera de las oficinas de atención al público de la empresa en las que puedan realizarse operaciones de pagos y desembolsos, así como en otros canales adicionales puestos a disposición por la empresa a los usuarios.

29.2 Los pagos efectuados por encima de la cuota exigible en el periodo, en el caso de créditos bajo el sistema de cuotas, pueden catalogarse como:

1. Pago anticipado.- pago que trae como consecuencia la aplicación del monto al capital del crédito, con la consiguiente reducción de los intereses, las comisiones y los gastos derivados de las cláusulas contractuales al día del pago.
2. Adelanto de cuotas.- pago que trae como consecuencia la aplicación del monto pagado a las cuotas inmediatamente posteriores a la exigible en el periodo, sin que se produzca una reducción de los intereses, las comisiones y los gastos derivados de las cláusulas contractuales.

29.3 Los pagos mayores a dos (2) cuotas (que incluye aquella exigible en el periodo) se consideran pagos anticipados. En estos casos, las empresas deben requerir a los clientes, al momento de realizar el pago, que señalen si debe procederse a la reducción del monto de las cuotas restantes pero manteniendo el plazo original, o del número de cuotas con la consecuente reducción del plazo del crédito. La elección debe efectuarse a través de los mecanismos que para tal efecto se establezcan en los contratos y las empresas deben mantener una constancia que permita acreditar la elección realizada. Asimismo, en aquellos casos en los que no se cuente con tal elección, las empresas deben proceder a la reducción del número de cuotas, dentro de los quince (15) días de realizado el pago.

En caso de pago anticipado, las empresas deben entregar, a solicitud de los clientes, los cronogramas de pago modificados, considerando el pago realizado, en un plazo no mayor a siete (7) días de efectuada dicha solicitud. Las empresas deben informar al cliente sobre la posibilidad de solicitar los precitados cronogramas, dejando constancia de esta acción, conforme corresponda al canal de pago empleado.

Los clientes pueden manifestar expresamente su voluntad para adelantar el pago de cuotas, procediendo las empresas a aplicar el monto pagado en exceso sobre la cuota del periodo a las cuotas inmediatas siguientes, conforme lo establece el inciso 29.4. En cada oportunidad en la cual los clientes expresen su voluntad de efectuar un adelanto de cuotas, sin que se produzca la reducción de intereses, comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales, y en forma previa a la ejecución del pago, las empresas deben requerir y mantener una constancia que acredite la elección de los clientes de realizar adelanto de cuotas en lugar de un pago anticipado, haciendo referencia en ambos casos de sus implicancias económicas.

29.4 Los pagos menores o iguales al equivalente de dos (2) cuotas (que incluyen aquella exigible en el periodo), se consideran adelanto de cuotas. En estos casos, las empresas proceden a aplicar el monto pagado en exceso sobre la cuota del periodo a las cuotas inmediatas siguientes no vencidas.

Los clientes pueden requerir, antes o al momento de efectuarse el pago, que debe procederse a la aplicación del pago como anticipado, resultando aplicable lo indicado en el inciso 29.3.



29.5 Los pagos anticipados totales en obligaciones bajo el sistema revolvente se aplican considerando una reducción de los intereses, comisiones y los gastos derivados de las cláusulas contractuales a la fecha en la que se realiza el pago, en caso correspondan.

29.6 Los pagos anticipados parciales en obligaciones bajo el sistema revolvente, que son aquellos realizados por encima del pago mínimo, deben considerar lo siguiente:

1. Los pagos anticipados parciales en obligaciones de tarjetas de crédito se realizan considerando la regla de orden de imputación de pagos a que se refiere el Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito.
2. Los pagos anticipados parciales deben aplicarse considerando una reducción de los intereses, comisiones y gastos derivados de las cláusulas contractuales, en caso correspondan.

CAPÍTULO II

MODIFICACIÓN DE TASAS DE INTERÉS, COMISIONES, GASTOS Y DEMÁS ESTIPULACIONES, RENOVACIONES Y RESOLUCIONES CONTRACTUALES

Artículo 30. Requisito previo para proceder a la modificación unilateral de tasas de interés, comisiones, gastos y otras estipulaciones contractuales

30.1 Las modificaciones unilaterales referidas a: i) tasas de interés por contratos distintos a los créditos a plazo fijo o depósitos a plazo fijo, ii) comisiones, iii) gastos; y, iv) otras estipulaciones contractuales distintas al incremento de la línea de crédito, solo proceden en la medida que hayan sido previamente acordadas por las partes y comunicadas dentro de los plazos y a través de los medios señalados en los artículos siguientes.

30.2 En las comunicaciones previas, las empresas deben indicar de manera expresa:

1. Si se trata de una modificación en las condiciones pactadas, destacando aquellos conceptos que serán materia de cambio y señalando expresamente en qué consisten, a fin de permitir a los usuarios tomar conocimiento de ellos.
2. La posibilidad de que los clientes pueden dar por concluida la relación contractual, conforme a los términos del contrato.

30.3 Las exigencias indicadas en los incisos precedentes no resultan aplicables cuando se trate de modificaciones contractuales que impliquen condiciones más favorables para los clientes, las que se aplican de manera inmediata. En este caso, no es exigible el envío de una comunicación previa; sin perjuicio de ello, las empresas deben informar de las nuevas condiciones a través de los mecanismos que para tal efecto pacte con los clientes.

Artículo 31. Modificación de las tasas de interés

Las empresas deben informar a los clientes la modificación de las tasas de interés en contratos distintos a los créditos a plazo fijo o depósitos a plazo fijo, en forma previa, cuando se trate de incrementos en el caso de los productos activos y reducciones en el caso de los productos pasivos. La comunicación de la información debe ser efectuada con una anticipación no menor a cuarenta y cinco (45) días indicando la fecha o el momento, a partir del cual, la modificación entrará en vigencia.

Artículo 32. Modificación de créditos a plazo fijo o depósitos a plazo fijo

32.1 En los contratos de crédito a plazo fijo o de depósitos a plazo fijo, solo puede procederse a la modificación de la tasa de interés pactada en los siguientes casos:

1. En los contratos de crédito a plazo fijo: por la novación de la obligación, considerando para tal efecto lo dispuesto en el Código Civil.
2. En los contratos de depósitos a plazo fijo: por la renovación del depósito, para lo cual las empresas deben comunicar previamente cualquier variación de las condiciones pactadas, si estas suponen un



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

perjuicio al cliente. Esta comunicación debe efectuarse a través de los mecanismos indicados en el literal b del inciso 1 artículo 36, considerando a través de una nota, lo establecido en el inciso 30.2 del artículo 30.

3. Cuando exista efectiva negociación, en cada oportunidad en la que se pretende efectuar dichas modificaciones. Se entiende que existe efectiva negociación cuando pueda evidenciarse que la cláusula que contempla la posibilidad de modificar la tasa de interés no constituye una condición masiva que forma parte del contrato de adhesión y que condicione su suscripción; es decir, cuando puede evidenciarse que el usuario ha influido en el contenido de la cláusula.

32.2 Adicionalmente, puede procederse a las modificaciones de tasas de interés en los contratos de crédito a plazo fijo o de depósitos a plazo fijo, en los siguientes supuestos:

1. Cuando la Superintendencia, previo informe favorable del Banco Central de Reserva del Perú, lo autorice al sistema financiero en general por circunstancias extraordinarias e imprevisibles que pongan en riesgo el propio sistema, de conformidad con lo señalado en el artículo 6 de la Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros.
2. Cuando impliquen condiciones más favorables para los clientes las que se aplican de manera inmediata. En este caso no es exigible el envío de una comunicación previa; sin perjuicio de ello, las empresas deben informar de las nuevas condiciones a través de los mecanismos que para tal efecto pacte con los clientes.

Artículo 33. Modificación de las comisiones, gastos y otros aspectos contractuales

33.1 Las empresas deben informar a los clientes acerca de la modificación de las comisiones y gastos, en forma previa a su aplicación, en caso dichas modificaciones representen un incremento respecto de lo pactado. La comunicación debe ser realizada con una anticipación no menor a cuarenta y cinco (45) días, indicando la fecha o el momento a partir del cual, la modificación entrará en vigencia. Esta obligación también resulta aplicable en el caso de modificaciones de las condiciones contractuales distintas a tasas de interés, comisiones, gastos y aumentos en la línea de crédito.

33.2 La exigencia considerada en el inciso precedente no resulta aplicable cuando se trate de modificaciones contractuales que impliquen condiciones más favorables para los clientes y/o que constituyan facilidades adicionales a las existentes y que no impliquen la pérdida ni la sustitución de condiciones previamente establecidas. En este caso no es exigible el envío de una comunicación previa; sin perjuicio de ello, las empresas deben informar de las nuevas condiciones a través de los mecanismos que para tal efecto pacte con los clientes.

Artículo 34. Modificaciones en el cronograma de pago

Cuando las modificaciones contractuales unilaterales varíen lo informado en el cronograma de pagos contenido en la hoja resumen, las empresas deben remitir a los clientes con una anticipación no menor a cuarenta y cinco (45) días, junto con la comunicación previa a que se refieren los artículos precedentes, el cronograma recalculado, considerando la información referida a la TCEA que corresponda por el saldo remanente del producto activo. Dicho concepto debe ser identificado en el nuevo cronograma como "TCEA remanente".

Artículo 35. Modificación de la TREA y/o saldo mínimo de equilibrio

35.1 Cuando las modificaciones contractuales varíen la TREA y/o el saldo mínimo de equilibrio, las empresas deben remitir a los clientes, junto con la comunicación previa y dentro del plazo a que se refieren los artículos precedentes, la referida tasa y/o saldo mínimo de equilibrio recalculados.

35.2 Las exigencias indicadas en el inciso precedente no resultan aplicables cuando se trate de modificaciones contractuales que impliquen condiciones más favorables para los clientes las que se aplican



de manera inmediata. En este caso, no es exigible el envío de una comunicación previa; sin perjuicio de ello, las empresas deben informar de las nuevas condiciones a través de los mecanismos que para tal efecto pacte con los clientes.

Artículo 36. Medios de comunicación a ser utilizados

Las empresas deben pactar con los clientes los medios de comunicación más idóneos para cumplir con la disposición de comunicación previa a que se refieren los artículos precedentes, considerando para tal efecto, lo siguiente:

1. Las empresas deben emplear medios de comunicación directos, que permitan dejar constancia de la comunicación, tales como comunicaciones escritas al domicilio del cliente, correos electrónicos, los estados de cuenta, mensajes de texto, mensajería instantánea y/o comunicaciones telefónicas al cliente, las modificaciones contractuales referidas a:
 - a) Tasas de interés, penalidades, comisiones y gastos cuando dichas modificaciones generen un perjuicio a los usuarios. Lo expuesto también resulta aplicable frente a las modificaciones al cronograma de pagos, la TCEA, la TREA y/o el saldo mínimo de equilibrio, en el caso de productos activos o pasivos, respectivamente.
 - b) La resolución del contrato por causal distinta al incumplimiento o distinta a los supuestos del artículo 41.
 - c) La limitación o exoneración de responsabilidad por parte de las empresas.
 - d) Incorporación de servicios que no se encuentren directamente relacionados al producto o servicio financiero contratado.
2. Para comunicaciones sobre modificaciones contractuales de aspectos distintos a los previamente indicados, debe emplearse medios de comunicación que permitan a los clientes tomar conocimiento adecuado y oportuno de las modificaciones a ser efectuadas, de acuerdo a lo que para tal efecto se pacte con estos.
3. Debe dejarse constancia respecto de las comunicaciones realizadas a los clientes.

Artículo 37. Reglas aplicables para el incremento de la línea de crédito

Los incrementos de la línea de crédito no pueden efectuarse a través de modificaciones unilaterales por parte de las empresas. En ese sentido, no corresponde efectuar un aviso previo conforme lo señala el artículo 33, sino que debe requerirse el consentimiento expreso del cliente en cada oportunidad en que este se realice, a través de los mecanismos que para tal efecto las empresas pacten con los clientes, dejando constancia expresa de la fecha a partir de la cual se procede a realizar el aumento de la línea de crédito. No puede considerarse el silencio del cliente como señal de aceptación.

Artículo 38. Incorporación de servicios que no se encuentren directamente relacionados al producto o servicio financiero contratado

Las modificaciones contractuales asociadas a la incorporación de servicios que no se encuentren directamente relacionados al producto o servicio financiero contratado y que, por ende, no constituyan una condición para contratar, proceden siempre que se efectúe una comunicación previa con una anticipación no menor a cuarenta y cinco (45) días, a través de los medios de comunicación indicados en el numeral 1 del inciso 36.1 del artículo 36, otorgando al cliente la facultad de aceptar la modificación propuesta, sin que la negativa del cliente implique una resolución del contrato principal.

Artículo 39. Resolución contractual a requerimiento del usuario

39.1 Las empresas deben consignar en las cláusulas contractuales, el derecho que asiste al usuario a resolver el contrato, precisando que dicho procedimiento se puede realizar, como mínimo, a través de los mismos canales que las empresas pongan a disposición para contratar el producto o servicio financiero, sin que resulten aplicables requisitos o exigencias adicionales que dificulten el ejercicio de dicho derecho.



39.2 En caso de contratación a través de mecanismos distintos al escrito, las empresas pueden atender los requerimientos de resolución contractual a través de los otros canales que la empresa tenga a disposición para contratar, sin que en ningún caso se impongan requisitos o exigencias adicionales que dificulten el ejercicio de dicho derecho.

39.3 Los contratos deben establecer las condiciones aplicables en caso el cliente decida resolverlos debido a modificaciones unilaterales que le resulten perjudiciales y que no tengan por origen la imposición de obligaciones normativas.

39.4 Tratándose de productos activos, los contratos deben consignar la forma en que se procede al pago de la obligación en forma previa a la resolución del contrato, considerando la naturaleza de la obligación asumida y lo dispuesto en el literal b) del artículo 47 y el literal e) del numeral 56.1 del artículo 56 del Código. Para tal efecto, las empresas deben otorgar un plazo razonable para que el cliente, en caso lo considere necesario, pueda encontrar otro mecanismo de financiamiento, el que debe ser no menor a cuarenta y cinco (45) días. El otorgamiento de un plazo mayor para efectuar el pago total de la obligación en forma previa a la resolución del contrato no impide que la empresa, de considerarlo aplicable, efectúe el cobro correspondiente al cargo producto de la modificación contractual, una vez cumplido el plazo de preaviso señalado en el Reglamento.

Artículo 40. Resolución contractual unilateral

Las empresas pueden resolver unilateralmente los contratos celebrados, comunicando al respecto a sus clientes, conforme a las cláusulas de resolución que para tal efecto se pacten.

Artículo 41. Resolución o modificación por aplicación de normas prudenciales

41.1 Las empresas pueden elegir no contratar o modificar los contratos celebrados con los usuarios en aspectos distintos a las tasas de interés, comisiones o gastos, e incluso resolverlos, sin el aviso previo a que se refiere el artículo 30, como consecuencia de la aplicación de las normas prudenciales emitidas por la Superintendencia, tales como las referidas a la administración del riesgo de sobreendeudamiento de deudores minoristas, por consideraciones del perfil del cliente vinculadas al sistema de prevención del lavado de activos o del financiamiento del terrorismo, por falta de transparencia de los usuarios, entre otros supuestos que determine la Superintendencia, conforme a lo señalado en el artículo 85 del Código.

41.2 La falta de transparencia de los usuarios a que hace referencia el inciso anterior se presenta cuando en la evaluación realizada a la información señalada o presentada por los usuarios antes de la contratación o durante la relación contractual, se desprende que dicha información es inexacta, incompleta, falsa o inconsistente con la información previamente declarada o entregada por el usuario y repercute negativamente en el riesgo de reputación o legal que enfrenta la empresa.

41.3 Las empresas deben aplicar lo dispuesto en el inciso 41.1 siempre que previamente se ponga en conocimiento de los usuarios, a través de los formularios contractuales, sobre las situaciones que pueden afectar la contratación o la relación contractual. Asimismo, el personal de las empresas debe informar al respecto a los usuarios antes de la suscripción del formulario contractual.

41.4 Si las empresas decidieran resolver el contrato suscrito con el usuario o modificar las condiciones contractuales, por las causales indicadas en el inciso 41.1, deben remitir una comunicación al domicilio de los clientes o a través de los mecanismos que para tal efecto se establezca en los contratos, dentro de los siete (7) días posteriores a dicha modificación o resolución, plazo que podrá ser ampliado por la Superintendencia mediante oficio múltiple. La comunicación debe señalar que la resolución o modificación del contrato se realiza sobre la base de lo dispuesto en el artículo 85 del Código, en aquellos casos en los que esta se produzca como consecuencia de la detección de actividades que atentan contra el sistema de



prevención del lavado de activos o por la falta de transparencia.

41.5 Las empresas deben contar con políticas y procedimientos para la aplicación de lo señalado en este artículo, así como mantener el sustento de sus decisiones, el que debe encontrarse a disposición de esta Superintendencia.

41.6 Cuando los requerimientos de información por parte de entidades gubernamentales, versen sobre casos en los que la resolución o modificación del contrato se encuentre asociado al régimen de prevención del lavado de activos, se comunica a la entidad que la resolución o modificación fueron realizadas de conformidad con lo dispuesto por el artículo 85 del Código.

CAPÍTULO III

DIFUSIÓN Y SUPERVISIÓN DE FÓRMULAS Y DEL SIMULADOR PARA LA LIQUIDACIÓN DE INTERESES Y DE PAGOS

Artículo 42. Difusión de fórmulas y del simulador para la liquidación de intereses y pagos

42.1 Las empresas deben difundir, a través de su página web, las fórmulas y ejemplos explicativos aplicables a los siguientes productos activos y pasivos: depósitos en cuenta corriente, depósitos de ahorro, depósitos a plazo, depósitos CTS, créditos hipotecarios, créditos MIVIVIENDA, créditos vehiculares, tarjetas de crédito y otros créditos de consumo. El uso de simuladores es obligatorio, únicamente, para los productos activos bajo el sistema de cuotas, en el supuesto de cumplimiento de las condiciones pactadas.

42.2 La información relacionada con fórmulas y ejemplos explicativos debe encontrarse junto a la información sobre los productos que las empresas ofrezcan a los usuarios, de manera que los usuarios puedan tener un conocimiento de los procedimientos seguidos por las empresas y, de ser el caso, poder replicarlos para casos concretos que hayan sido pactados con ella.

42.3 Las empresas organizan la información de acuerdo con las categorías de los productos antes referidos, considerando aquellas que la empresa ofrece actualmente a los usuarios y las que ya no son ofrecidas pero aún presentan contratos vigentes. Asimismo, las empresas organizan la información por producto, entendiéndose como producto a la modalidad que posea características que la distinguen de otras modalidades, tales como la forma de pago, la moneda o cualquier otro atributo que implique una variante en la fórmula, y que generalmente cuenta con una denominación comercial identificable por los clientes

42.4 En las oficinas en las que se pueda solicitar los productos activos y pasivos antes citados, las empresas deben entregar, a solicitud de los usuarios, el resultado de la ejecución de las simulaciones para la liquidación de intereses y de pagos de la empresa, que considera la información mínima señalada en el artículo 43.

42.5 La Superintendencia establece desde la sección "Orientación y Servicios al Ciudadano" de su página web (www.sbs.gob.pe), enlaces que permitan un acceso a la referida información.

Artículo 43. Pautas para la presentación de las fórmulas y simulaciones

43.1 Las fórmulas y simuladores, según corresponda, deben considerar las siguientes pautas:

1. Las fórmulas permiten a los usuarios conocer, paso a paso, el proceso de cálculo de intereses, comisiones y gastos para cada producto.
2. Los conceptos que se incluyan en las fórmulas se definen a continuación de la fórmula. Asimismo, deben coincidir con los términos empleados en los reportes o estados de cuenta.



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

3. Los simuladores permiten a los usuarios tomar conocimiento de los cálculos que realizan las empresas para la liquidación de intereses, comisiones y gastos.
4. Las fórmulas y simuladores deben mantenerse actualizadas.
5. A través de notas se puede precisar los detalles que faciliten la comprensión de las fórmulas y el resultado de la simulación, de ser el caso.

43.2 En el caso de productos activos bajo el sistema de cuotas, el documento que contiene el resultado de la simulación, debe incluir la siguiente información:

1. Nombre del producto
2. El monto del principal objeto del crédito y la moneda en que se pacta.
3. La tasa de interés compensatorio efectiva anual, indicando si es fija o variable.
4. La TCEA aplicable.
5. Fecha de desembolso y plazo del crédito
6. Información de las cuotas a pagar por el cliente precisando: i) la frecuencia, ii) el número total, iii) fecha de pago; y vi) el importe a la que asciende cada cuota.
7. El monto total a pagar al cumplimiento del plazo del crédito ofertado, desagregando el monto de capital, intereses, comisiones y gastos. El costo de la prima del seguro que es condición para contratar, en caso sea contratado con la empresa, así como el derecho del usuario a contratarlo directamente y a endosarlo a favor de la empresa hasta por el monto del saldo adeudado.
8. Otra información que pudiera afectar la información anteriormente descrita, tales como: periodo de gracia, cuotas extraordinarios, entre otros.

Artículo 44. Lineamientos metodológicos para la presentación de las fórmulas de productos pasivos y activos

44.1 Tratándose de productos pasivos, las empresas deben considerar los siguientes criterios para la elaboración de las fórmulas:

1. Las fórmulas permiten calcular el monto de intereses que corresponda abonar al cliente. El monto de intereses se debe presentar como el producto de aplicar la tasa de interés del periodo al monto afecto a la tasa de interés, debiéndose detallar el procedimiento para calcular cada uno de estos conceptos.
2. El cálculo de la tasa de interés aplicable al periodo de liquidación de intereses debe partir de la tasa pasiva anunciada por la empresa en el contrato, en la información periódica o cualquier otro medio válido para comunicar su modificación, en caso corresponda. Asimismo, debe detallarse cómo es el proceso de capitalización de intereses.
3. La presentación de las fórmulas debe explicar en forma detallada todos los conceptos que podrían modificar el monto afecto a intereses, en qué casos y bajo qué forma podrían incidir sobre dicho monto; de ser el caso, se incluye el procedimiento de cálculo para determinar dichos conceptos.
4. Las fórmulas para el cálculo del monto de las comisiones y gastos que se cobren a los clientes, de ser el caso, se presentan siguiendo los mismos lineamientos dispuestos para el cálculo del monto de intereses.
5. Para los depósitos a plazo fijo la fórmula debe describir, adicionalmente, la tasa de interés efectiva anual y las comisiones o gastos que se aplican cuando los clientes retiran el depósito antes del vencimiento del plazo pactado.

44.2 Tratándose de productos activos, las empresas deben considerar los siguientes criterios para la elaboración de las fórmulas:

1. Las fórmulas permiten calcular el monto de intereses que corresponda pagar al cliente. El monto de intereses se debe presentar como el producto de aplicar la tasa de interés del periodo al monto afecto a la tasa de interés, debiéndose detallar el procedimiento para calcular cada uno de estos conceptos.
2. El cálculo de la tasa de interés aplicable al periodo de liquidación de intereses debe partir de la tasa activa anunciada por la empresa en el contrato, en los estados de cuenta, información periódica o



- cualquier otro medio válido para comunicar su modificación, en caso corresponda. Asimismo, debe detallarse cómo es el proceso de amortización del principal de la deuda.
3. La presentación de las fórmulas debe explicar en forma detallada todos los conceptos que podrían modificar el monto afecto a intereses, en qué casos y bajo qué forma podrían incidir sobre dicho monto; de ser el caso, se incluye el procedimiento de cálculo para determinar dichos conceptos. Asimismo, la presentación de las fórmulas debe contemplar el procedimiento seguido por la empresa para efectuar los cálculos correspondientes en caso se otorgue un periodo de gracia a los usuarios.
 4. Las fórmulas para el cálculo del monto de las comisiones y gastos que se cobren a los clientes, de ser el caso, se presentan siguiendo los mismos lineamientos dispuestos para el cálculo del monto de intereses.
 5. Las fórmulas se desarrollan en el supuesto de cumplimiento e incumplimiento en los pagos.
 6. Las fórmulas deben detallar cómo se aplica el pago anticipado parcial o total que se realice a la amortización de la deuda, intereses, comisiones y gastos.

Artículo 45. Fórmulas aplicables para el caso de incumplimiento de pagos en productos activos

Para los productos activos, las empresas deben detallar el procedimiento de cálculo del monto de intereses o penalidad aplicable en caso de incumplimiento, de acuerdo a los lineamientos dispuestos en el artículo anterior, considerando cómo estos cobros varían en función a los días de incumplimiento, de ser el caso.

Artículo 46. Ejemplos numéricos explicativos

Las empresas deben presentar un ejemplo numérico que ilustre la aplicación de las fórmulas para cada producto, de acuerdo con las siguientes pautas:

1. Como pauta general, la secuencia de presentación de cada fórmula seguirá los siguientes pasos: (1) cálculo de monto afecto a la tasa de interés, (2) cálculo de la tasa de interés, (3) cálculo del monto de intereses (4) cálculo del monto de comisiones y gastos, (5) monto total.
2. Los ejemplos numéricos acompañarán el desarrollo de las fórmulas de manera que, para cada paso presentado en las fórmulas, se muestre el ejemplo correspondiente.
3. Para elaborar el ejemplo numérico, las empresas deberán considerar una operación "típica" que refleje las condiciones más usuales de cada producto.

TÍTULO V
CONDICIONES CONTRACTUALES

CAPÍTULO I
ASPECTOS GENERALES

Artículo 47. Formalidades para la redacción de condiciones contractuales

47.1 Las empresas deben redactar las condiciones contractuales correspondientes a los productos y servicios financieros que ofrecen a los usuarios en un lenguaje sencillo y claro, que permita a estos una adecuada comprensión de las obligaciones y derechos que asumirían.

47.2 El contrato debe reflejar fielmente todas las estipulaciones necesarias para una correcta regulación de la relación entre los clientes y las empresas, sin hacer uso de tecnicismos y, cuando ello no sea posible, se debe explicar de forma precisa su significado.

Artículo 48. Contratos multiproducto

48.1 Las empresas pueden poner a disposición de los usuarios contratos multiproducto, entendidos como aquellos que contienen condiciones generales que precisan los términos comunes aplicables a más de un producto activo y/o pasivo.



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

48.2 A través de estos contratos, se otorga al cliente la posibilidad de que, en dicho momento o posteriormente, contrate uno o más productos específicos a los que resultan aplicables las condiciones generales. En este caso, las empresas deben entregar a los usuarios la parte pertinente del contrato multiproducto referido al producto contratado, cuando no se haya entregado previamente o se hubiesen producido modificaciones entre la oportunidad de la celebración del contrato multiproducto y la contratación del producto específico, así como la hoja resumen y/o cartilla de información, según corresponda.

Artículo 49. Contratación de productos financieros

49.1 Las empresas celebran contratos, considerando para tal efecto lo siguiente:

1. La contratación escrita se realiza a través de la firma o huella digital -en caso de no saber firmar o estar impedido de hacerlo- del contrato, incluyendo la hoja resumen o cartilla de información, así como de cualquier otra información que corresponda.
2. La contratación a través de mecanismos distintos al escrito, tales como comunicaciones telefónicas, medios electrónicos u otros mecanismos que determine la empresa, debe contar con mecanismos adecuados para garantizar la seguridad de la contratación en todas sus etapas, siempre que permitan dejar constancia de la aceptación del cliente y la celebración del contrato en cualquiera de sus modalidades.

49.2 Las empresas pueden determinar que el contrato, incluyendo la hoja resumen o cartilla de información, así como cualquier otra información que corresponda, se entreguen y/o pongan a disposición, a través de alguno de los siguientes medios:

1. En las oficinas de atención al público de las empresas.
2. En el domicilio establecido por el cliente.
3. Mediante el envío o puesta a disposición del contrato por correo u otro medio electrónico, siempre que: i) se permita su lectura, impresión, conservación y reproducción sin cambios y ii) se cumplan los criterios de seguridad para asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad, de acuerdo con la normativa vigente referida a la gestión de seguridad de la información.

El cliente puede requerir expresamente que la información se entregue en las oficinas de atención al público de las empresas.

49.3 La entrega y/o puesta a disposición del contrato incluyendo la hoja resumen o cartilla de información, así como cualquier otra información que corresponda, debe realizarse en un plazo máximo de quince (15) días de celebrado. En caso el contrato se celebre por escrito y se disponga la entrega del contrato en las oficinas de atención al público, esta se realiza en forma inmediata.

49.4 Las empresas deben conservar la constancia de la celebración del contrato y de su entrega o puesta a disposición al cliente. Tratándose de la contratación escrita, las empresas deben conservar el contrato suscrito por el cliente a través de medios físicos o electrónicos, conforme a lo dispuesto en la normativa vigente.

CAPÍTULO II CLÁUSULAS GENERALES DE CONTRATACIÓN

Artículo 50. Cláusulas generales de contratación de aprobación administrativa previa

50.1 Las empresas deben someter a aprobación administrativa previa de la Superintendencia las cláusulas generales de contratación de los modelos de contratos que regulan los productos y servicios financieros que se indican a continuación:

Productos activos:



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

Crédito hipotecario.

Crédito de consumo.

Productos pasivos:

Depósito de ahorro.

Depósito a plazos (incluye los certificados de depósitos y certificados bancarios).

Depósito por compensación de tiempo de servicio.

Depósito en cuenta corriente.

Servicios financieros:

Dinero electrónico.

50.2 En la medida que identifique productos y/o servicios que generen un impacto en los usuarios, la Superintendencia puede ampliar el listado anterior mediante oficio múltiple.

50.3 La aprobación de cláusulas generales de contratación no exime a las empresas de la evaluación a que hubiera lugar en el marco de las facultades de supervisión y control de la Superintendencia, respecto de las prácticas de negocio que aplican las empresas a sus usuarios, así como de requerir modificaciones en caso estas prácticas resulten contrarias a las cláusulas aprobadas.

50.4 La aprobación administrativa previa de cláusulas generales de contratación a cargo de la Superintendencia solo comprende las cláusulas que regulan derechos y obligaciones de las partes. La Superintendencia aprueba o deniega las solicitudes de aprobación de las cláusulas generales de contratación que se encuentran bajo su competencia, teniendo en consideración el marco normativo vigente, y no emite pronunciamiento sobre la aplicación de normas y disposiciones particulares emitidas por otros organismos autorizados para tal fin. Las cláusulas referidas a la aplicación de estas normas y disposiciones deberán ser incorporadas en un documento distinto al modelo de contrato.

50.5 No se pueden usar cláusulas generales de contratación que no cuenten con aprobación administrativa previa. El plazo máximo de aprobación administrativa previa es de sesenta (60) días hábiles, contados a partir del día siguiente del ingreso de la solicitud.

50.6 La aprobación de cláusulas generales de contratación y determinación de las cláusulas abusivas derivadas de dicho procedimiento no impide a los usuarios recurrir ante las instancias administrativas y judiciales competentes a fin de salvaguardar sus derechos, con el fin de que se emita un pronunciamiento sobre los casos concretos. Sin perjuicio de lo anterior, la Superintendencia identifica prácticas abusivas y adopta las medidas que correspondan en el ámbito de su competencia.

Artículo 51. De los procedimientos de aprobación de cláusulas generales de contratación e identificación de cláusulas abusivas

51.1 Las empresas deben presentar su solicitud de aprobación de cláusulas generales de contratación, tanto para el caso de nuevos modelos de contrato como para la modificación de cláusulas previamente aprobadas de los productos y servicios conforme al artículo precedente, observando los requisitos y procedimiento dispuestos regulatoriamente.

51.2 En el caso de modificaciones, la empresa debe indicar las cláusulas que son materia de modificación, incluyendo aquellas que se vean afectadas para mantener la concordancia en el contrato.

51.3 En caso se presenten modificaciones normativas que tengan impacto en las cláusulas generales de contratación aprobadas, las empresas deben presentar las cláusulas que se modifican como resultado de la adecuación de sus modelos de contratos a dicha normativa dentro de los treinta (30) días contados



desde la entrada en vigencia de las referidas modificaciones. La Superintendencia, mediante oficio múltiple, puede determinar supuestos de excepción en los que se requiera la remisión de las cláusulas modificadas en forma distinta a la previamente indicada.

51.4 Lo indicado en el inciso precedente no exime a las empresas de su obligación de:

1. Poner en conocimiento de los clientes y público en general sobre las disposiciones aprobadas por las normas de carácter imperativo que impacten en el contenido de las cláusulas generales de contratación previamente aprobadas. Para tal efecto, las empresas deben informar respecto de las disposiciones aplicables a través de su página web, oficinas de atención al público y otro mecanismo que estas determinen. El uso de los referidos mecanismos de información debe incorporarse en los contratos y formularios contractuales.
2. Aplicar las normas legales de carácter imperativo desde la fecha en que estas entren en vigencia.

51.5 La Superintendencia pone a disposición de las empresas, a través de su página web, las cláusulas generales de contratación aprobadas previamente, las que incluyen aquellas autorizadas a otras empresas, por resolución y a los gremios, mediante oficio. En caso que la solicitud de aprobación de cláusulas generales de contratación presentada contenga dichas cláusulas, se procede a su verificación y aprobación siguiendo un procedimiento de carácter célere. Si las solicitudes contienen cláusulas que no han sido previamente aprobadas por la Superintendencia, estas continúan el trámite regular de aprobación previa.

Artículo 52. Difusión de cláusulas generales de contratación y exigencias aplicables frente a normas de carácter imperativo

52.1 Las empresas deben difundir, a través de su página web, los formularios contractuales que cuenten con cláusulas generales de contratación previamente aprobadas por la Superintendencia.

52.2 Adicionalmente a lo indicado en el inciso precedente, cuando las cláusulas generales de contratación previamente aprobadas por la Superintendencia se ven modificadas por normas de carácter imperativo, las empresas deben:

1. Difundir en su página web -junto a los formularios contractuales-, las disposiciones aprobadas por las normas de carácter imperativo que impacten en el contenido de las cláusulas generales de contratación previamente aprobadas, conforme al numeral 1 del inciso 51.4 del artículo 51 del Reglamento.
2. Señalar en las referidas cláusulas generales de contratación un texto que indique que se encuentran en proceso de revisión y aprobación por parte de la Superintendencia.

52.3 La Superintendencia difunde, a través de su página web, las cláusulas generales de contratación aprobadas.

CAPÍTULO III CLÁUSULAS ABUSIVAS

Artículo 53. Criterios para la determinación de cláusulas abusivas en materia de tasas de interés, comisiones y gastos

53.1 Las cláusulas abusivas son todas aquellas estipulaciones no negociadas que, en contra de las exigencias de la buena fe, causen un desequilibrio de los derechos y obligaciones de las partes que se deriven del contrato, en perjuicio de los usuarios. Se considera que una cláusula no se ha negociado cuando haya sido redactada previamente y el usuario no haya podido influir en su contenido.

53.2 Constituyen cláusulas abusivas que no pueden ser incorporadas en los formularios contractuales que utilicen las empresas, entre otras, las que se indican a continuación:



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

1. Las que faculden a la empresa a variar la tasa de interés compensatorio, la tasa de interés moratorio o penalidad aplicable en caso de incumplimiento, las comisiones y gastos sin previo aviso, cuando ello implique un mayor costo o un perjuicio al usuario.
2. Las que faculden a la empresa a variar la tasa de interés compensatorio, la tasa de interés moratorio o penalidad en caso de incumplimiento, las comisiones y gastos mediante el establecimiento de mecanismos de información que no cumplan con lo establecido en el Reglamento.
3. Las que faculden a la empresa a cobrar o variar tasas de interés compensatorio, tasas de interés moratorio o penalidades en caso de incumplimiento, comisiones y/o gastos que no cumplan con los criterios establecidos en el marco legal vigente para ser materia de cobro o variación.
4. Las que faculden a la empresa el cobro de gastos y/o comisiones futuras sin que se establezca la obligación de informar previamente los conceptos y la oportunidad en que resulten exigibles.
5. Las que permitan a la empresa modificar unilateralmente las condiciones y términos de un contrato de duración continuada en perjuicio de los clientes, salvo que obedezcan a motivos expresados en él, de acuerdo a lo dispuesto por la normativa vigente y que se otorgue el derecho al cliente de desvincularse del mismo sin penalización alguna.
6. Las que vayan contra las normas de orden público.
7. Las que identifique la Superintendencia, con opinión previa del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, de conformidad con las normas sobre la materia, las que serán incorporadas al presente listado mediante norma de carácter general.
8. Las que excluyan o limiten la responsabilidad de la empresa, sus dependientes o representantes de venta por dolo o culpa, o las que trasladen la responsabilidad al consumidor por los hechos u omisiones de la empresa.
9. Las que faculden a la empresa a suspender o resolver unilateralmente un contrato sin comunicarlo previamente al cliente, salvo las excepciones dadas por disposición legal distinta o la aplicación de normas prudenciales emitidas por la Superintendencia.
10. Las que establezcan a favor de la empresa la facultad unilateral de prórroga o renovación del contrato, salvo pacto en contrario en el que se establezca expresamente dicha posibilidad.
11. Las que excluyan o limiten los derechos reconocidos a los usuarios a efectuar pagos anticipados o prepagos en forma total o parcial, a oponer excepciones de incumplimiento o a imponer obstáculos o condiciones innecesarias que determine la Superintendencia de acuerdo al caso concreto, para el ejercicio de los derechos reconocidos al usuario en los contratos.
12. Las que establezcan respecto de los clientes limitaciones a la facultad de oponer excepciones procesales, limitaciones a la presentación de pruebas, inversión de la carga de la prueba, entre otros derechos concernientes al debido proceso.
13. Las que establezcan la renuncia del cliente a formular denuncias por infracción de las normas del Código, así como aquellas emitidas por la Superintendencia.

53.3 El hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una cláusula aislada se haya negociado no excluirá la aplicación del presente artículo al resto del contrato, si la apreciación global lleva a la conclusión de que se trata, no obstante, de un contrato por adhesión.

CAPITULO IV INFORMACIÓN PERIÓDICA

Artículo 54. Información periódica a los clientes

54.1 Las empresas deben ofrecer a los clientes la posibilidad de requerir la remisión o puesta a disposición de información relacionada con sus operaciones pasivas o activas bajo el sistema de cuotas, considerando para tal efecto lo siguiente:



SUPERINTENDENCIA

DE BANCA, SEGUROS Y AFP

República del Perú

1. En el caso de productos pasivos, a solicitud de los clientes, las empresas envían el extracto de todos los movimientos producidos en sus depósitos durante el mes.
2. En el caso de productos activos bajo el sistema de cuotas, a solicitud de los clientes, las empresas envían información relacionada a los pagos efectuados y aquellos que se encuentran pendientes conforme al cronograma de pagos.

54.2 Las empresas remiten o ponen a disposición la información señalada en los numerales anteriores a través de medios electrónicos (página web, correo electrónico, entre otros), en un plazo máximo de treinta (30) días posteriores al cierre del mes en el que la información es requerida y puede ser remitida mensualmente, si así lo solicita el cliente.

54.3 Los clientes pueden requerir que la información se remita a través de medios físicos (al domicilio señalado por el cliente), para lo cual las empresas deben mantener una constancia que permita acreditar el requerimiento del cliente y de la información que se dio a este sobre los cargos aplicables por la prestación del servicio a través de este medio, de ser el caso.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera.- Cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento

La información que permita acreditar el cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento debe encontrarse a disposición de la Superintendencia.

Segunda.- Creación de página web

Las empresas comprendidas en el alcance del Reglamento que soliciten autorización de funcionamiento deben contar con una página web habilitada, a más tardar en la fecha en la que inician sus operaciones.

Tercera.- Aplicación de las disposiciones contenidas en el Capítulo IV del Título III a clientes de las empresas no comprendidos en el alcance del Reglamento

Las normas comprendidas en el Capítulo I del Título IV del Reglamento, referidas a la información que debe ser otorgada al usuario para la contratación de productos y servicios financieros, también son aplicables a aquellas personas naturales y jurídicas que no se encuentren comprendidas en el alcance de la definición de usuario y/o de cliente contenida en el Título I del Reglamento, siempre que dicha información sea solicitada a las empresas por dichas personas

Cuarta.- Registro de fecha efectiva de la operación

En los lugares puestos a disposición de los usuarios para realizar pagos y/o depósitos, se debe registrar la operación en la fecha efectuada, aplicando el mismo tratamiento que las empresas consideran para registrar las operaciones que se realizan a través de sus canales, debiéndose brindar la información necesaria a los usuarios sobre los cargos aplicables a su operación. Todos los canales deben permitir la cancelación de los impuestos aplicables y conceptos que pudieran corresponder por la operación realizada.

Quinta.- Régimen simplificado

Las empresas pueden requerir la exoneración de uno o más exigencias indicadas en el Reglamento en caso que el diseño, complejidad y/o volumen de sus operaciones, así lo justifiquen. Para tal efecto se debe hacer referencia a lo siguiente:

1. Aspectos que requieren ser exonerados y su justificación.
2. Mecanismo alternativo que se empleará para cumplir con el objetivo de la norma.



Lo expuesto no limita que, si en uso de sus facultades de supervisión, la Superintendencia determina que la exoneración realizada no resulta concordante con la operatividad de la empresa o la situación que originó la exoneración deviene en inexistente, pueda dejar sin efecto la aplicación del régimen simplificado.

Adicionalmente, la Superintendencia, mediante norma de carácter general, puede considerar a productos sujetos al régimen simplificado respecto del cumplimiento de las exigencias consideradas en el Reglamento.

Artículo Segundo.- A través de resolución se incorporarán los procedimientos administrativos referidos a la solicitud de contar con un oficial de conducta de mercado a dedicación no exclusiva y la solicitud de exoneración del cumplimiento de las obligaciones contenidas en el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero”, en el Texto Único de Procedimientos Administrativos – TUPA de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, aprobado mediante Resolución SBS N° 3082-2011, conforme con lo dispuesto en el Reglamento de la Ley N° 29091, aprobado por Decreto Supremo N° 004-2008-PCM.

Artículo Tercero.- Toda referencia al Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, en las normas emitidas por esta Superintendencia, se sustituye por el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero, aprobado por el artículo Primero de la presente Resolución.

Artículo Cuarto.- Modificar el Manual de Contabilidad para las empresas del sistema financiero, aprobado por Resolución SBS N° 895-98 y sus normas modificatorias, con la finalidad de incorporar la siguiente subcuenta analítica en los Capítulos III “Catálogo de Cuentas” y IV “Descripción y Dinámica de Cuentas”:

5202.30 Tarjetas de crédito

Artículo Quinto.- Modificar el artículo 11° del Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito, de acuerdo con los siguientes términos:

“Artículo 11°.- Puesta a disposición o envío y recepción del estado de cuenta y procedimiento de reclamos

Las empresas deben remitir o poner a disposición de los titulares de tarjetas de crédito el estado de cuenta, como mínimo, mensualmente, a través de medios electrónicos (por medio de la presentación de dicha información a través de la página web, correo electrónico, entre otros). Los clientes pueden requerir que el estado de cuenta se remita a través de medios físicos (remisión al domicilio señalado por el cliente), para lo cual las empresas deben mantener una constancia que permita acreditar dicha decisión.

Las empresas deben cumplir la referida exigencia en un plazo no menor a cinco (5) días hábiles previos a la fecha máxima de pago. Si los titulares no recibieran los estados de cuenta oportunamente tienen el derecho de solicitarlos a las empresas y estas la obligación de proporcionar copia de estos, en las condiciones establecidas en los contratos, incluso en aquellos casos en que la no remisión se debiera a lo dispuesto en el párrafo siguiente.

Las empresas y los titulares pueden pactar que no se remita o ponga a disposición el estado de cuenta, en los siguientes casos:

1. *Cuando no exista saldo deudor.*
2. *En caso de incumplimiento en el pago, cesa la obligación de las empresas de remitir los estados de cuenta, siempre que hayan transcurrido cuatro (4) meses*



SUPERINTENDENCIA
DE BANCA, SEGUROS Y AFP
República del Perú

consecutivos de incumplimiento. Las empresas y los titulares pueden pactar un plazo menor al señalado anteriormente.

Los titulares pueden observar el contenido de los estados de cuenta. Lo expuesto no enerva los derechos de los titulares establecidos en el ordenamiento legal vigente para acudir a las instancias administrativas, judiciales y/o arbitrales correspondientes.”

Artículo Sexto.- En un plazo que no debe exceder de sesenta (60) días de la fecha de publicación de la presente Resolución, las empresas deben remitir a esta Superintendencia un plan de adecuación a las disposiciones del Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero. Este plan debe incluir los siguientes plazos máximos de adecuación, contados a partir de la vigencia del Reglamento:

1. Trescientos sesenta (360) días contados desde la fecha de publicación de la resolución, para cumplir con las disposiciones de:
 - a) Artículo 25 sobre información sobre productos activos
 - b) Artículo 26 sobre información sobre productos pasivos
 - c) Artículo 43 sobre pautas para la presentación de las fórmulas y simulaciones
2. Ciento ochenta (180) días contados desde la fecha de publicación de la resolución, para cumplir con las disposiciones de:
 - a) Numeral 5 del artículo 20 del Reglamento.
 - b) Título II del Reglamento

Dicho plan debe incluir las acciones previstas para la total adecuación y el cronograma de estas, así como los funcionarios responsables del cumplimiento de dicho plan y la remisión de informes bimestrales a la Superintendencia.

Artículo Séptimo.- Los artículos Primero al Quinto de la presente Resolución entran en vigencia el 1 de noviembre de 2017, fecha en la que queda derogado el Reglamento de Transparencia de Información y Contratación con Usuarios del Sistema Financiero, aprobado por la Resolución SBS N° 8181-2012 y sus normas modificatorias, así como la Circular B- 2197-2011, EAF-247-2011, F-537-2011, EAH-12-2011, EF-6-2011, EDPYME-140-2011., CR-253-2011, CM-385-2011- Aplicación de normas prudenciales conforme al artículo 85 de del Código de Protección y Defensa del Consumidor, salvo lo dispuesto por el Artículo Sexto sobre adecuación, durante el plazo indicado.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

SOCORRO HEYSEN ZEGARRA
Superintendente de Banca, Seguros y
Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones