

**TEXTO EN CARACTERES ESPECIALES (TACHADO Y NEGRITAS)
PARA RESALTAR CAMBIOS**

Normas sobre “Protección de los usuarios de servicios financieros”

Sección 2. Derechos básicos de los usuarios de servicios financieros.

2.1. Concepto.

Los usuarios de servicios financieros tienen derecho, en **toda** ~~la~~ relación de consumo ~~respectiva~~, a:

- la protección de su seguridad e intereses económicos;
- recibir información **clara, adecuada suficiente, y veraz y de fácil acceso y visibilidad** acerca **de los productos y/o servicios que contraten –incluyendo sus** términos y condiciones–, así como copia de los instrumentos que suscriban;
- la libertad de elección; y
- condiciones de trato equitativo y digno.

Los sujetos obligados deberán adoptar las acciones necesarias para garantizar estos derechos a todos los actuales y potenciales usuarios de los servicios que ofrecen y prestan, de manera de asegurarles condiciones igualitarias de acceso a tales servicios.

... ..

2.3. Recaudos mínimos de la relación de consumo.

2.3.1. Al momento de la contratación del producto o servicio.

Las entidades financieras, ante requerimientos de apertura de cuentas a la vista por parte de los usuarios de servicios financieros, deberán ofrecer la “Caja de ahorros” en pesos con las prestaciones previstas en el punto 1.8. de las normas sobre “Depósitos de ahorro, cuenta sueldo y especiales” y conservar constancia del ofrecimiento expreso.

2.3.1.1. Requisitos mínimos de los contratos financieros.

... ..

2.3.1.3. Contratación de productos y servicios a distancia.

Cualquiera sea la modalidad utilizada (telefónica, por correspondencia, por medios electrónicos, promoción a través de terceros, etc.) ~~se~~ **los sujetos obligados deberán:**

- proporcionará o pondrá a disposición del usuario de servicios financieros un ejemplar del contrato con la firma autorizada del sujeto obligado, dentro de los diez (10) días hábiles de realizada la contratación o de la disponibilidad efectiva del producto o servicio, lo que suceda último.;
- ~~Deberá utilizarse~~ la documentación habitual que ~~el sujeto obligado~~ emplean en los contratos presenciales.

Además, cuando la contratación se efectúe por medios electrónicos, los sujetos obligados deberán:

- otorgar al usuario los medios técnicos necesarios para que, antes de la contratación, pueda detectar y subsanar eventuales errores u omisiones en la carga de los datos;
- proporcionarle al usuario un mecanismo de confirmación expresa de la decisión de efectuar la contratación, de forma tal que su silencio no sea considerado como consentimiento;
- asegurar que los términos de la contratación puedan ser leídos, descargados y guardados por el usuario de manera inalterable.

2.3.1.4. Resumen informativo del contrato.

Los sujetos obligados deberán entregar a los usuarios antes de su formalización un resumen del contrato en el que se sinteticen, en un lenguaje llano y coloquial, los términos y alcances de las principales cuestiones que rigen la contratación con el objetivo de que el usuario comprenda qué contrata, las cuentas y operaciones que son gratuitas, los costos y riesgos para el usuario asociado a la contratación, enfatizando las cláusulas más significativas para el usuario de acuerdo con las siguientes pautas básicas:

- i) Las operaciones que se pueden realizar con el producto o servicio de que se trate, así como los canales disponibles para la concreción de las transacciones involucradas.
- ii) Las comisiones y los cargos asociados al producto o servicio y el mecanismo para aplicar cambios a las condiciones pactadas según lo dispuesto en el apartado iv) del punto 2.3.4.
- iii) Los aspectos de gratuidad asociados al producto o servicio contratado.
- iv) De corresponder, las bonificaciones convenidas, las condiciones para su aplicación y su plazo de vigencia.
- v) Para las operaciones de financiación de cualquier tipo: todos los aspectos contemplados en el punto 3.2. de las normas sobre "Tasas

de interés en las operaciones de crédito”.

- vi) **En el caso de préstamos personales, prendarios o hipotecarios y otros préstamos en cuotas: el importe del capital prestado, el monto total a pagar, la cantidad de cuotas, periodicidad y fecha de vencimiento, el sistema de amortización de capital y cancelación de intereses.**
- vii) **De tratarse de tarjetas de crédito: los límites de compra, de compra en cuotas, de financiación y de adelanto de dinero en efectivo, la forma de determinación del pago mínimo y los canales habilitados para consultar la tasa de interés vigente.**
- viii) **Para cuentas de depósitos y tarjetas de crédito: la periodicidad para la generación del resumen de cuenta y el plazo para su envío, así como el mecanismo y plazo para reclamar en el caso de formular objeciones a algún movimiento o consumo.**
- ix) **Para las financiaciones en general, las causales, los efectos de la mora y los procedimientos de ejecución especiales para el caso de las tarjetas de créditos y saldos deudores de las cuentas corrientes.**
- x) **Las facultades, procedimientos y canales para la tramitación del cierre de cuentas o de rescisión del contrato.**
- xi) **La facultad de revocación según lo establecido en el apartado v) del punto 2.3.1.1.**
- xii) **En el caso de multiproductos (paquetes de productos), se deberá informar las cuentas y operaciones gratuitas y especificar el costo de los productos y servicios adicionales, informando sobre lo previsto en el punto 2.3.1.2., comprendiendo también a los seguros ofrecidos por las entidades y a todo tipo de servicios.**
- xiii) **Los canales habilitados para la realización de reclamos.**
- xiv) **Otras cuestiones particulares que impliquen un riesgo inherente para el usuario.**

... ..

2.3.4. Cambios de condiciones pactadas.

iv) Notificaciones. Forma, plazos y efectos.

(...)

Las notificaciones por cambios de condiciones pactadas (nuevos conceptos y/o valores o reducción de prestaciones del servicio) serán en todos los casos gratuitas para el usuario de servicios financieros. Deberán efectuarse mediante documento

escrito dirigido al domicilio real del usuario de servicios financieros –en forma separada de cualquier otra información que remita el sujeto obligado (resúmenes de cuenta, boletines informativos, etc.), aun cuando forme parte de la misma remesa– o por vía electrónica en aquellos casos en que ésta fuera la forma de comunicación.

En este último caso, la notificación deberá ser clara, de fácil acceso para el usuario e incluir la fecha de emisión.

... ..

2.4. Publicidad de la información.

Las entidades financieras, las empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compra y los otros proveedores no financieros de crédito deberán dar cumplimiento a las siguientes condiciones en cuanto al acceso a la información por parte de los usuarios de servicios financieros que revistan el carácter de consumidores finales o de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs), en este último caso de acuerdo con las normas sobre “Determinación de la condición de micro, pequeña y mediana empresa”:-

2.4.1. Todas las casas operativas de estos sujetos obligados deberán entregar a los referidos usuarios de servicios financieros que lo soliciten un detalle con las características de los productos y servicios que ofrecen, precisando especialmente la totalidad de las comisiones y cargos asociados a ellos.

2.4.2. Exhibidos bajo el nombre “Contratos de adhesión – Ley 24.240 de Defensa del Consumidor”, deberán publicar en su sitio de Internet institucional los modelos de contrato de adhesión de todos los productos y/o servicios ofrecidos –discriminando por cada modalidad, plan, producto y/o servicio–, así como toda otra condición general y/o particular de adhesión establecida mediante los que se instrumenten derechos y obligaciones vigentes con sus usuarios y las promociones y bonificaciones –con indicación precisa de las fechas de comienzo y de finalización, así como sus modalidades, condiciones y limitaciones–.

El acceso a la citada información deberá ser fácil y directo desde la página de inicio de su sitio de Internet institucional a través de un único hipervínculo y ocupar un lugar destacado, en cuanto a visibilidad y tamaño, en esa página.

2.4.3. En todos los casos se deberá entregar a los usuarios de servicios financieros copia íntegra de los instrumentos que suscriben al momento de solicitar productos o servicios financieros **y habilitar, a través del servicio de banca por Internet –“home banking”– o, en su defecto, a través de su sitio de Internet –sujeto al cumplimiento de procedimientos para el acceso y autenticación de los usuarios–, la consulta y descarga del contrato suscripto y de las ofertas o promociones especiales que se hubieran ofertado, pactado y que se encuentren vigentes para el usuario.**

En toda publicidad que realicen de sus productos y/o servicios –independientemente del medio utilizado e incluso cuando se dirija a personas humanas que no revistan el carácter de usuarias de servicios financieros–, los sujetos obligados deberán evitar prácticas o acciones que reflejen o promuevan visiones estereotipadas y jerarquizantes de los géneros, androcentrismo, lenguaje sexista, violencia mediática y/o simbólica contra

mujeres y personas LGBTTIQ+. Entre otras, deberán evitar la condescendencia masculina –conocida como “mansplaining”–, utilizar la imagen de la mujer como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar o asociada a comportamientos estereotipados, o reproducir mensajes homofóbicos, lesbofóbicos y transfóbicos.

... ..

2.7. Revocación de la aceptación y rescisión de relaciones contractuales.

Los sujetos obligados deberán contar con sendos hipervínculos que permitan al usuario:

2.7.1. Revocar la aceptación del producto o servicio contratado (“botón de arrepentimiento”), de conformidad con lo previsto en el acápite v) del punto 2.3.1.1.

2.7.2. Rescindir relaciones contractuales (“botón de baja”), de conformidad con lo previsto en el punto 3.2.1. de las normas sobre “Comunicación por medios electrónicos para el cuidado del medio ambiente”.

En ambos casos, deberán estar identificados con la leyenda “botón de arrepentimiento” o “botón de baja”, según corresponda, y encontrarse ubicados en un lugar destacado –en cuanto a visibilidad y tamaño– del primer acceso de su servicio de banca por Internet –“home banking”– o mecanismo similar a los fines de que el usuario pueda proceder en el mismo acto a la efectiva revocación o rescisión del producto o servicio, según corresponda.