



Facultad de Ciencias Sociales

**Trabajo de graduación para optar por el grado académico de
Licenciatura en Derecho**

**El Derecho a la Información del Consumidor Financiero Costarricense,
conforme lo que ha indicado la Jurisdicción Contencioso-Administrativa
desde el año 2010 al año 2015**

Postulante: Maylin Rojas Boza

**Profesor Dr. Ricardo Madrigal Jiménez
Profesor Asesor: M.Sc. Guillermo Rojas Guzmán
Decano: M.Sc. Juan Alberto Corrales Ramírez**

III-CO-2015

Dedicatoria

A mi hijo, quien ha sido mi impulso para nunca rendirme.

A mis padres, por apoyarme siempre.

Agradecimientos

Durante el periodo de investigación tuve la dicha de contar el apoyo de muchas personas y es en razón a ello que les dedico estas líneas de agradecimiento. Sin su ayuda y consejos, jamás hubiera podido concluir este proyecto.

De forma especial, deseo agradecer en primer lugar al profesor Guillermo Rojas, por acceder a ser el profesor asesor de este trabajo, muchas gracias por sus múltiples recomendaciones y su tiempo, fueron de gran utilidad, durante estos meses.

En segundo lugar, al profesor Dr. Ricardo Antonio Madrigal Jiménez, quien también ha sido de gran ayuda, pues tuvo la gentileza de brindarme su tiempo y apoyo durante estos meses para lograr la realización de esta investigación.

Resumen

El Sistema financiero de un país comprende una serie de sectores diferentes, sin embargo todos los sectores concuerdan en su función primordial, la cual es la movilización de capitales. Para lograr esta función, y todas las otras, cuentan con la participación del consumidor. Este tipo de consumidor, posee una serie de características, las cuales los van a ser distinguirse, respecto de los otros consumidores. La principal diferencia que se va a presentar en estas relaciones de consumo, es una asimetría, la cual viene a representar el desequilibrio que predomina en estas relaciones jurídicas. En las que el agente económico, representado por las entidades financieras son las que tienen la información y conocen el mercado, mientras que el consumidor es la parte débil, que, generalmente, es desconocedora del mercado. De ahí que el derecho a la información, sea tan importante para los consumidores, y que su correcta aplicación, resulte ser fundamental, para la protección de las garantías de los consumidores.

La doctrina y la jurisprudencia nacional han señalado la importancia de este fuero de protección especial que se le debe brindar al consumidor financiero, por su posición desventajosa en estas relaciones jurídicas, en cuanto a la complejidad del mercado. Se ha indicado que la herramienta clave para equilibrar estas relaciones entre entidades financieras y consumidores, es la información, la cual la suministra la entidad. Por este motivo, la correcta aplicación de este derecho es determinante para el desarrollo de estas contrataciones, entre consumidor y entidad financiera.

Palabras Clave

Consumidor- Consumidor Financiero- Asimetría - Sistema Financiero - Derecho a la Información - Derecho de Defensa

Abstract

The financial system in our country is based on several different sections, but all their primal functions are aimed on capitals. To achieve this function and all of the others they have to depend on the costumer's action. This type of costumer has a number of characteristics which will distinguish one from the other.

The main difference between one costumer from the other will depend on the consumption relationships, it is an asymmetry which will show the inequity on the juristically relationship in of the economical agent who, is represented by the financial entities that has the knowhow and the market, while the costumer is the weak part of the relation and has no knowledge on the market.

And based on this is that the Information Law is of such important for the costumer and the right usage of it and its main result to the protection of the costumer rights.

The doctrine and national jurisprudence have highlighted the importance of this privilege of special protection should be offered financial consumer due to their disadvantaged position in these legal relationships, in terms of the complexity of the market. It has been suggested that the key tool for balancing these relationships between financial institutions and consumers, is the information which is supplied by the entity. For this reason it is that the correct application of this right is crucial to the development of these contracts between consumers and financial institutions.

Key Word

Consumer - Economics Consumer - Asymmetry - Financial System - Right of Information - Right of Defens

Tabla de Contenidos

Dedicatoria	2
Agradecimientos	3
Resumen	4
Palabras Clave	4
Abstract	5
Key Word	5
Introducción	7
CAPÍTULO I: EL CONSUMIDOR FINANCIERO	13
Sección I: Ley de La Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor	17
Sección II: El Consumidor Financiero.....	27
CAPÍTULO II: EL DERECHO A LA INFORMACIÓN	78
Sección I. Análisis del Derecho a la Información	78
Sección II: Acciones Legales sobre el Derecho a la Información	102
Conclusiones	108
Referencias	118

Introducción

El derecho de consumo como rama independiente no encuentra regulación en nuestro país hasta el año 1995, con la creación de la Ley de la Protección y Defensa Efectiva del Consumidor. Es hasta en este momento cuando se considera al derecho de consumo como una rama aparte del derecho civil o comercial. Anteriormente a esta fecha sí había recibido cierta regulación de algunos aspectos de consumo, pero no de una forma completa como lo viene a ser la citada ley. Al consumidor siempre se le ha catalogado como la parte débil de la relación contractual, puesto que, muchas veces, no cuenta con los medios ni el tiempo necesario para defender sus derechos, y es que el agente económico posee en la mayoría de los casos una ventaja en esta relación jurídica. Sin embargo la Ley N° 7 472, vino a regular los derechos y obligaciones de ambas partes en las relaciones de consumo.

Dentro del conjunto de consumidores, puede decirse que existe un subconjunto al cual es el que desea analizarse en el presente trabajo, ya que si bien forman parte de un todo, que son los consumidores en general, este tipo de consumidores tienen una serie de características y regulaciones especiales, los cuales los hacen diferentes o, al menos, recibir un distintivo dentro del grupo general, estos son los consumidores financieros. Un consumidor financiero se identifica como aquella persona, ya sea tanto física como jurídica que recibe servicios de cualquier tipo por parte de una entidad financiera. Sin embargo, no debe asociarse solamente este consumidor con los bancos, si bien los bancos forma una parte importante dentro de lo que es el consumidor financiero, no es el único sector que lo conforma, cuando pretende analizarse la figura de consumidor financiero, debe analizarse los cuatro subsectores que lo forman, los cuales son: la banca, valores, seguros y pensiones. De forma tal que con estas características, se observa que hay una gran cantidad de personas que somos consumidores financieros (por no decir que la mayoría de las personas), ya que hoy en día es casi imposible no tener relación con alguno de los sectores mencionados.

Al entrar en el estudio del consumidor financiero, es necesario conocer cómo está integrado el sistema financiero costarricense, para que, de esta forma, poder distinguir que funciones son propias de cada superintendencia y qué normativa se encuentra regulando cada sector. Aunado a la normativa de cada Superintendencia, resulta importante estudiarla de forma análoga con principios internacionales relacionados con

temas financieros u otros que también pueden ser importantes para realizar comparaciones relevantes, y evidenciar o no la existencia de algún vacío legal. Este estudio previo es importante de realizarlo, para el momento en que se estudie propiamente la aplicación del derecho a la información y de defensa en cada una de las Superintendencias que conforman el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero.

Mencionados los cuatro sectores que integran al Sistema Financiero en nuestro país, pretende estudiarse cómo obtiene el consumidor su derecho a la información y cómo lleva a cabo su derecho de defensa en cada uno de ellos, ya que todos realizan funciones diferentes, sin embargo lo que desea investigarse en este trabajo es el derecho a la información y de defensa que tienen los consumidores dentro de estas entidades. Por lo que analizar cuál y cómo es la aplicación de derechos fundamentales como son el derecho a la información y el derecho de defensa, constituye una de las causas más importantes para la realización de este trabajo, ya que el solo hecho de ser parte de las garantías individuales repercuten en todos los ciudadanos, además de esta connotación, estos derechos repercuten en un interés colectivo, que si no se ofrece su acceso, perjudica grandes intereses comunes entre los consumidores.

Dentro de las principales interrogantes que desean plantearse en la investigación es, si el derecho a la información que se está otorgando a los consumidores, tanto por entidades públicas como privadas, realmente está sirviendo, es decir, se está dando una información clara, oportuna y veraz, tal y como la Ley 7 472 señala que deber ser o, por el contrario, simplemente se están estandarizando más contratos de adhesión, los cuales los consumidores no tienen la menor idea de lo que están aceptando. Y, sobre todo, concretar qué línea ideológica ha seguido la Jurisdicción Contencioso- Administrativa Sala Primera al respecto, y que debe entenderse por derecho de información aplicado propiamente en lo que es la actividad financiera conforme lo haya indicado la jurisprudencia. El poco estudio que existe sobre los consumidores financieros, ya que la doctrina si bien es cierto sí se ha referido al consumidor, en términos generales, mas muy poco se ha enfocado en el consumidor financiero, el cual es un pilar fundamental en la economía, ya que si bien se mencionaba la importancia de las entidades financieras, esta relevancia se complementa con la función del consumidor financiero, porque es quien pone en movimiento y quien activa la actividad bancaria del mercado de valores. El sistema de pensiones y de seguros, es otra de las causales para el desarrollo de esta investigación, resulta procedente conocer los derechos que poseen los consumidores

financieros, en primer lugar porque es un sector que agrupa a la mayoría de las personas y, en un segundo aspecto, es importante conocer cuál es la realidad con la que se cuenta, tomando en consideración a las instituciones a las cuales puede acudir en caso de algún conflicto, así como la cantidad o no de información que se le suministra al consumidor financiero en el momento de la relación contractual con la entidad respectiva.

En cuanto al problema en estudio, se ha fijado el siguiente: ¿Tienen los consumidores financieros un verdadero derecho a la información, de la forma en como la Ley 7472 indica que se les debe suministrar? La globalización ha generado un gran mercado de consumo, convirtiendo a las personas en compradores de productos y servicios. Al ser cada día mayor el intercambio de bienes y servicios que se dan en el mercado, es necesario, una regulación de este tipo de operaciones, la cual sirve para proteger los intereses tanto de los consumidores, como los del agente económico.

Por este motivo, desde hace mucho tiempo, se comienza a regular un derecho de consumidores, propiamente en nuestro país, para dicho fin existe la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva de Consumidor, en la cual se brindan definiciones importantes, se regula el proceso administrativo que ofrece la Comisión Nacional del Consumidor, se consolidan derechos para los consumidores, se enumeran las obligaciones del agente económico y de los consumidores, entre otros. Sin embargo, a pesar de la existencia de esta Ley especial, es probable de que un grupo de consumidores estén quedando sin protección de sus garantías, se hace referencia propiamente a los consumidores financieros.

Puede resultar de difícil comprensión, por qué estos consumidores puedan estar actualmente sin un debido resguardo de sus derechos, por la existencia de la Ley N°7 472, sin embargo es posible que, a pesar de dicha regulación, sí se le esté incurriendo en una violación respecto de derechos fundamentales como lo es el de información.

Es importante que al tratarse de consumidores financieros, de una vez se hace una relación directa con las cuatro Superintendencias del país, que conforman el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero, en las cuales cada una de ellas también posee una regulación interna. Explicado lo anterior, queda claro que el objeto de estudio del presente trabajo son los consumidores financieros de Costa Rica, los cuales integran el sector pensiones, seguros, banca y valores. Estos, actualmente, tienen un gran mercado de opciones para adquirir los servicios que deseen, en instituciones tanto públicas como privadas. Por otra parte, el consumidor financiero, representa un eje fundamental en la economía del país, ya que por medio de ellos se mueven y canalizan

recursos que permiten a los distintos agentes económicos su aprovechamiento para generar desarrollo y progreso.

Dentro del problema que se encuentra actualmente el objeto de estudio, se trata sobre el acceso que están teniendo a derechos fundamentales, como lo es el derecho a la información. A pesar de que actualmente existe la Ley del Consumidor, y una normativa específica para cada Superintendencia, en las cuales se hace mención al derecho de información que deben recibir los consumidores antes que se realice, la exteriorización de su voluntad, es decir, antes de firmar el contrato, y a pesar de que la Ley del Consumidor, es bastante clara al indicar en su artículo 34, sobre las obligaciones del comerciante entre las que se encuentra informar al consumidor. El deber de informar al consumidor conlleva una serie de requisitos que se encuentran establecidos por ley para el comerciante, el comerciante debe informar al consumidor sobre el producto, o bien, que está adquiriendo de una forma clara, veraz, completa, suficiente y muy importante, oportuna.

Si se aplica esta regulación de la información al sistema financiero, es donde surge la primera interrogante de este trabajo: ¿Está recibiendo el consumidor financiero la información de la forma en como la ley dice se le debe suministrar? Es aquí donde desea analizarse, si se le está brindando al consumidor una información sencilla, que pueda comprender, porque el consumidor es ignorante del bien o servicio que está contratando, por lo que este está confiando en lo que el comerciante le está diciendo. O, por el contrario, la realidad actual es que el consumidor financiero, no tiene idea de qué servicio contrata, bajo qué condiciones o términos, qué sanciones hay por un posible incumplimiento, conoce y entiende el destinatario final de este servicio, lo que firmó?

El tema de estudio se ha fijado en el Derecho de Defensa del Consumidor Financiero Costarricense, conforme lo que ha indicado La Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia y la Jurisdicción Contencioso-Administrativa desde el año 2010 al año 2015. En cuanto a los límites temporales, donde se analizarán los Votos emitidos por la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia sobre la interpretación que se le haya otorgado al derecho de la información, en el periodo del año 2010 al año 2015, de modo que este rango de cinco años, es la limitación temporal del trabajo. Por su parte, en cuanto a los límites espaciales se ha fijado al consumidor financiero, ya que se analizará este como un subconjunto del grupo de consumidores. Sobre la limitante del territorio pretende enfocarse en el consumidor costarricense; sin embargo, este enfoque no cierra la posibilidad de poder mencionar y analizar la realidad de consumidores financieros de

otros países para poder realizar comparaciones valiosas entre ambos. A su vez esta investigación tiene un área de estudio predominante, la cual es el derecho de consumo, pero dentro de esta investigación se tocan otras áreas del derecho como civil, comercial, bancario, constitucional, las cuales encuentran relación con el objeto de estudio.

En lo que respecta a las limitaciones el presente trabajo de investigación, cabe mencionar que se encuentra con una fuerte limitante de doctrina, ya que si bien existe doctrina sobre el derecho de consumo y el consumidor, es muy poca la que se refiere de forma directa al consumidor financiero, sumado a esto la doctrina patria al respecto es poca tanto del consumidor, y más aún del consumidor financiero. Ligado siempre al tema de información, puede aparecer la limitante de acceso a esta, porque si pretenden darse datos o cifras muchas de estas son sobre las actividades de las entidades financieras que puede resultar de difícil acceso, lo mismo sucede con Resoluciones de la Comisión Nacional del Consumidor u otras entidades que se encargan de emitir resoluciones de este tipo, las cuales muchas veces no son públicas.

La metodología utilizada consistió en visitas a las diferentes bibliotecas ya señaladas, para investigar y recopilar la información bibliográfica y agotar el tema en cuestión. Asimismo, se realiza un análisis jurisprudencial, análisis e interpretación de la legislación nacional y entrevistas aplicadas a expertos en la materia, así como la recopilación y análisis de documentos electrónicos. Es un método inductivo y deductivo, de carácter cualitativo, aun cuando se realizan algunas referencias de orden cuantitativo, de manera esencial, para legitimar datos. Naturalmente, se recurre a la hermenéutica jurídica, procurando concluir aspectos de relevancia, pese a lo difícil de conseguir un nivel de intersubjetividad absoluta en la materia. Dada la limitación reglamentaria propuesta por la Universidad, el artículo se supeditará al espacio, aunque la amplitud del tema, llevaría un desarrollo mayor. En todo caso, procurará darse prioridad aquellos aspectos de mayor relevancia.

Por este motivo, se ha decidido enfocarse únicamente en el derecho a la información de los consumidores financieros. A pesar de que las garantías protectoras de estos consumidores son mayores, y hay muchas de ellas que tienen una injerencia directa en este derecho, no se ha abundado a profundidad en estas, ya que el derecho principal por analizar, bajo estos diferentes métodos ha sido el derecho a la información, puesto que se ha considerado que es la herramienta más óptima, para lograr romper las asimetrías presentes en estas relaciones de consumo.

Se considera fundamental, investigar como es entendido este derecho, en estas

complejas relaciones, puesto que se ha observado, y esta investigación desea plantearlo de esta forma, el derecho a la información dado de la forma correcta, cumpliendo con la forma que indica la ley y la jurisprudencia se le debe suministrar al consumidor, es el método para equiparar esta relación jurídica. Si ambas partes comprenden y entienden, en la medida de lo posible, no deberían existir mayores controversias.

Otra de las garantías esenciales de esta investigación, que protegen al consumidor financiero y encuentra una íntima relación con el derecho a la información, es el derecho de educación de los consumidores. Se ha observado en este estudio, que una correcta inducción del consumidor sobre conceptos básicos, y muy importante sus derechos, pueden marcar una gran diferencia, en estas relaciones. Por este motivo, a lo largo de este trabajo se ha decidido mencionar, los diferentes programas educativos que ofrecen las diferentes instituciones relacionadas.

Al finalizar el trabajo, se pretende, con base en la recopilación jurisprudencial, establecer de forma clara, cómo es entendido el derecho a la información de los consumidores financieros, y qué posibles aspectos pueden mejorarse, tanto en materia normativa como a nivel social.

En la presente investigación va a utilizarse un método deductivo e inductivo de carácter cualitativo, aunque se realizan ciertas referencias de carácter cuantitativo para legitimar ciertos datos.

CAPÍTULO I: EL CONSUMIDOR FINANCIERO

El Derecho de consumo puede definirse como el conjunto de regulaciones, normativa y principios que se encuentran destinados a la protección y resguardo de los derechos de los consumidores. Esta concepción del derecho de consumo es iniciada por grupos obreros, desde el siglo XX, desde entonces, a la actualidad el derecho de consumo ha sufrido una evolución, desde su nacimiento como una rama autónoma del derecho, hasta las específicas relaciones de consumo que hoy se encuentran reguladas.

La aparición del derecho de consumo y, por lo tanto, del consumidor está ligado a la Revolución Industrial. Al necesitar las empresas colocar sus productos y servicios en el mercado para satisfacer la alta demanda que tenían, surgen los conocidos contratos de adhesión o contratos estándar. Sobre la aparición del derecho de consumo durante la Revolución Industrial menciona Viguria (2012):

Como consecuencia de las cláusulas generales en los contratos de adhesión, se presentaron situaciones en las cuales los clientes no contaban con la posibilidad de poder negociar los contratos al mismo nivel que las grandes empresas. Además de ello, los clientes tampoco contaban con suficientes conocimientos de los productos ofrecidos en el mercado, porque estos tampoco eran otorgados por el proveedor (p. 14).

Por situaciones de este tipo en donde los contratos de adhesión vienen a solucionar el problema de tiempo y demanda, pero restringiendo la participación del cliente, es que comienzan a surgir ciertos grupos sociales en defensa de derechos de consumo. Para el año 1844 en Rochdale, Inglaterra, un grupo de 28 trabajadores de la industria textil formaron la cooperativa llamada Los Equitativos Pioneros de Rochdale. Esto se convirtió en una cooperativa de consumo que tuvo bastante renombre por desarrollar los Principios de Rochdale, entre los que se encontraron educación continua, ventas al contado, devolución de excedentes, entre otros. Maximiliano Senkiw (2014), dentro de su blog reflexivo, menciona los importantes logros alcanzados por esta cooperativa:

La experiencia de los trabajadores ingleses implicó para el universo cooperativo un punto de partida desde donde planificar su desarrollo concreto, y fomentó, ya en el siglo XIX, la posibilidad de establecer relaciones económicas más justas. La propuesta de los obreros textiles de Rochdale llevó a las prácticas comerciales de producción y distribución el ideario de la solidaridad y el beneficio compartido y sirvió para proyectar el modo de gestión cooperativa a otros sectores

de la actividad económica. Ese modelo llegó a América Latina con las inmigraciones de finales del siglo XIX y principios del XX.

En la década de 1960, se inicia como tal un movimiento Consumerista, el cual se ha indicado inició en Estados Unidos. El objetivo de este movimiento era proteger y resguardar los intereses de los consumidores a largo plazo (Viguria 2012). Ligado a estos movimientos de protección del consumidor, un hecho relevante en la historia, el cual fue sido un precedente para muchas de las regulaciones posteriores que surgieron sobre la protección del consumidor, fue el discurso que realizó el expresidente de los Estados Unidos John F. Kennedy, realizado el 15 de marzo de 1962.

En este discurso, Kennedy resaltó la importancia de los consumidores y cómo se ven afectados por las decisiones que se toman en la economía, además resaltó la labor de resguardo que debe desempeñar el Estado para proteger estos intereses. Una frase épica de este discurso fue cuando mencionó que deben protegerse estos intereses de los consumidores, porque “consumidores somos todos”. Dentro de lo que fue este famoso discurso, se desea mencionar a continuación un extracto del mismo (Consumers International):

Consumer debt outstanding, including mortgage credit, has almost tripled in the last decade and now totals well over \$200 billion. Its widespread availability has given consumers more flexibility in the timing of their purchases. But, in many instances, serious abuses have occurred. Under the chairmanship of Senator Douglas, a subcommittee of the Senate Banking and Currency Committee has been conducting a detailed examination of such abuses. The testimony received shows a clear need for protection of consumers against charges of interest rates and fees far higher than apparent without any real knowledge on the part of the borrowers of the true amounts they are being charged. Purchasers of used cars in one study, for example, paid interest charges averaging 25 percent a year, and ranging well above this; yet very few were aware of how much they were actually paying for credit.

Se citó este extracto, ya que es importante observar que en la época que el expresidente mencionó estas palabras es 1962, y desde ese entonces se denuncian abusos provocados por entidades financieras, a causa de la poca o nula información que recibe el usuario. Como se dijo este discurso fue precedente importante para las regulaciones que vinieron después sobre el consumidor en diferentes países. En ese mismo año en el Reino Unido se publicó el Final Report of the Committee on Consumer

Protection en el cual se consagraron una serie de derechos básicos para el consumidor. Un extracto de este Final Report menciona:

In the area of consumers protection the committee noted that there are a number of state projects committees and agencies presently focusing of consumer problems in this state. It seemed best for the committee to lend its support and encouragement to these rather than attempt a detailed study of its own (p. 15).

Poco a poco, este movimiento consumerista se fue expandiendo por toda Europa, en un inicio cada país europeo emitió sus propias leyes protectoras del consumidor. Lo que generó un pluralismo legal, en consecuencia se optó por una integración Europea de Normas, lo que provocó en 1973, La Carta Europea de Protección a los Consumidores. Entre los principales derechos del consumidor que planteaba este documento es el derecho a información, educación, a la reparación del daño causado, protección y el derecho a organizarse en asociaciones. Sobre la Carta Europea, menciona Ovalle (2000):

La Carta Europea fue el primer documento, que reconoció los derechos de los consumidores, fue el modelo que guaría al ordenamiento de los países miembros de la Comunidad Económica en Europa, (actualmente la Unión Europea), aunque también lo haría con otros ordenamientos (p. 7).

Para 1975, la comunidad Europea aprueba El Programa Preliminar de la Unión Europea para una política de Protección e Información a los Consumidores, en dicho programa se consolidan nuevos derechos para los consumidores. Sobre este programa menciona Viguria (2012): "*Lo resaltante de este programa fue el énfasis puesto en la protección de consumidores en temas tales como la calidad de los productos y servicios, los precios, el desarrollo de la representación y de la consulta y el diálogo entre productores y consumidores*" (p.24). Esta política proteccionista de consumidores, influye directamente en Consejos Económicos y Sociales, ya no solo de Europa y Estados Unidos, por medio de la Organización Internacional de Uniones de Consumidores, pretende expandirse esta política a otras latitudes, como lo fue América Latina. En América Latina se recibe una influencia directa de este tipo de organizaciones, la cual se ve reflejada en la incorporación de sus respectivos cuerpos constitucionales, así como en leyes especiales de protección al consumidor.

En la mayoría de los países, tanto europeos, latinoamericanos y Estados Unidos, hoy en día, cuentan con regulación para los derechos de los consumidores.

Evidentemente, cada una ajustada a la realidad y necesidades nacionales. La ASBA (2012) menciona algunos de estos ejemplos:

***Brasil** ha establecido normas generales sobre el servicio de atención al cliente vía telefónica, procurando que el consumidor reciba un mejor servicio sin tener que asistir a la entidad financiera para que resuelvan su consulta o reclamo.*

Fuente: Resolución No. 3 849 de 2010.

***Bolivia** también ha regulado este rubro a través del establecimiento de lineamientos para la debida atención a los consumidores financieros. Por ejemplo, la norma establece que las entidades financieras deben contar con ambientes cómodos, información visible y adecuada, y atención personalizada a clientes con discapacidades. Con la adopción de este reglamento se han aplicado buenas prácticas para la debida recepción de consultas del consumidor. Adicionalmente, se ha implementado una línea gratuita de atención de quejas y reclamos. Las entidades financieras no sólo deben atender las consultas de los consumidores, sino también deben realizar un seguimiento al grado de satisfacción de la propuesta de solución que se ofrece al reclamante.*

Fuente: Reglamento para la Atención del Cliente y Usuario.

*En **Chile**, las entidades financieras deben contar con políticas explícitas y conocidas de compromisos y compensaciones efectivas dentro de su proceso de atención a los consumidores financieros. Además, la Circular N° 3 054, del 4 de mayo de 2000 y Carta de la Gerencia del 6 de agosto de 2002 de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, consagran que las instituciones bancarias deben contar con un centro especializado para atender consultas y reclamos, y responder de forma satisfactoria las solicitudes de sus clientes (p. 28).*

En este primer capítulo pretende compilar los antecedentes del derecho de consumo, a nivel internacional y también conocer cuál fue el origen y evolución en nuestro país. De igual manera, se desarrollará las diferentes nociones que la doctrina y las diferentes legislaciones le han dado al consumidor. A su vez, observar cuál es la noción de consumidor que la Ley 7 472 (República de Costa Rica, del 19 de enero de 1995), le da al consumidor costarricense. Asimismo, se estudia la regulación que ofrece la Ley 7 472, y su reglamento para el consumidor financiero y de este modo analizar si en este cuerpo normativo, existe un fuero de protección lo bastante completo que resguarde a los clientes del mercado financiero. Se finaliza el capítulo con la figura del consumidor financiero, su concepto y características que lo integran. Además del tratamiento que la legislación costarricense le ha otorgado a esta figura. Al mismo tiempo, en este capítulo, va a mencionarse sobre cada sector que integra al consumidor financiero, en nuestro

país, así como el análisis de la normativa de cada sector respecto de la regulación que se le dé al derecho de información, y los medios para solucionar los conflictos que ofrecen.

Sección I: Ley de La Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor

En el año 1985, la ONU en la declaración 39/248, emite una serie de directrices para la protección del consumidor, para promover un desarrollo económico, social justo, equitativo y sostenido, para que sea cumplido por los gobiernos adscritos. Se plantea la necesidad de proteger al consumidor frente a riesgos en la salud, intereses económicos, información, educación, entre otros (106ª. Sesión plenaria/9 de abril de 1985). A pesar de estar adscritos, Costa Rica acata dicha declaración 10 años después con la promulgación de la Ley 7 472, que es la que aún se tiene actualmente para regular temas de derecho de consumidor.

En 1996, se reforma el artículo 46 de nuestra Constitución Política, precisamente para incluir los derechos de los consumidores, de manera tal que nuestro país pueda contar con la tutela de los mismos. Además de garantizar la existencia de instituciones públicas que permitan el desarrollo de un nuevo modelo de cultura de consumo, más respetuoso y sostenible, de manera que las prácticas del comercio y del mercado puedan ser orientadas hacia satisfacer nuestros derechos como consumidores, así como evitar el desarrollo de prácticas anticompetencia que perjudican al consumidor.

Ya para el año 1995, que entra en vigencia la Ley de la Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley N° 7 472. Sin embargo, anterior a esta ley, en nuestro país existieron algunas otras regulaciones que hacían mención al consumidor. Como lo fue la Ley de Protección al Consumidor, N°5 665 del año de 1975. En esta ley no se promulgan propiamente derechos para el consumidor, sino es un compilado de obligaciones que se dictan para los comerciantes, la forma de distribución de los productos y el empaquetado de estos, quedando un vacío en cuanto a derechos básicos del consumidor. Sobre la Ley N°5 665, menciona Espinoza (2012):

En efecto el eje central de esta ley, estaba más bien en la regulación de las atribuciones del Ministerio de Economía, Industria y Comercio relacionadas, por una parte, con la fijación de precios oficiales a los bienes y servicios “necesarios para la producción y el consumo nacional”, y por la otra parte, con la obligación de dicho Ministerio “de procurar un adecuado abastecimiento y distribución (p. 3).

En dicha ley no solo se omite el mencionar los derechos básicos de los consumidores, sino que tampoco brindó una definición sobre quien era considerado consumidor. Anteriormente, a esta regulación, existieron otras que tocaban el tema de consumo, pero en ninguna se brindó una definición de consumidor, y tampoco consistían en una verdadera regulación de las garantías de los consumidores, tal y como lo hace saber la autora Espinoza (2012):

Antes de esta Ley hubo disposiciones que podían calificarse sin ningún temor, como de protección al consumidor, pero que no tienen mayor interés, primero por no consistir realmente en una regulación sistemática de la protección del consumidor, y segundo por estar derogadas en su mayoría (p. 4).

Esta ley vino a representar un gran avance para nuestro país, ya que fuimos uno de los primeros países en América Latina con tener regulación específica para la materia del consumidor. Sin embargo, hoy en día, sí existe un poco de rezago en la materia, ya que muchos de los países que promulgaron su ley del consumidor en la misma época que nosotros, hoy esas leyes se encuentran reformadas, o derogadas por otras más acorde con las necesidades actuales, tal es el caso de países como Colombia, México, Perú. Por citar un ejemplo, mencionan Roca y Céspedes (2011) sobre la legislación del consumidor en el Perú:

La Ley de Protección al Consumidor DL 716, publicada en 1991 ha sufrido varias modificaciones, siendo la última la promulgación del DL 1045 antes mencionado. Una de las reformas más importantes fue sin embargo la Ley 27 311 de 2000 que reguló, entre otros aspectos, los métodos comerciales coercitivos, reforzó los mecanismos alternativos de solución de conflictos y otorgó la facultad de imponer medidas correctivas al Indecopi.

Esto en razón de que existen temas que son muy escasamente tratados en esta ley, como lo es el consumidor financiero y, en general, las relaciones de consumo con entidades financieras. La figura del consumidor financiero como tal no existe en la Ley 7 472, ni en su reglamento, aunque en estos cuerpos normativos sí se mencionan derechos de los consumidores para el área financiera. De modo tal se sobreentiende que nuestro ordenamiento jurídico no le ha dado una distinción al consumidor financiero, ya que lo agrupa dentro del consumidor general, a diferencia de otras legislaciones donde no solo existe la figura, sino que existe regulación específica para la misma. ASBA (2012), dentro de las recomendaciones que ofrece se menciona: “*Por lo tanto, es recomendable incluir principios fundamentales en la regulación de protección al consumidor financiero. Estos pueden ser diseñados de acuerdo a las políticas de cada país, y bajo criterios de aplicación exclusiva*” (p.13).

Aunque en nuestro país no se encuentra con una regulación específica para el consumidor financiero, existen ciertos derechos que regula la Ley 7 472 para el consumidor que son básicos para el consumidor financiero, y forman parte del fuero de protección. Uno de los derechos más importantes que contempla la Ley, en el inciso b del artículo 32, es respecto de la protección de los intereses económicos y sociales del consumidor, de este se derivan los otros dos derechos que lo siguen el derecho a la información, y el derecho a la educación:

Artículo 32: Derechos del Consumidor :... // b) La protección de sus legítimos intereses económicos y sociales. // c) El acceso a una información, veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio. // d) La educación y la divulgación sobre el consumo adecuado de bienes o servicios, que aseguren la libertad de escogencia y la igualdad en la contratación. (República de Costa Rica, Ley 7 472, de 1995).

Es evidente la íntima relación, que se genera entre estos tres derechos. Un consumidor educado, por lo tanto va a ser un consumidor informado, y con estas condiciones, exige la protección de sus intereses económicos. Zunzunegui (2013) considera estos tres derechos básicos para el consumidor. Al respecto menciona:

Los Poderes Públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo los intereses económicos de los mismos, promoviendo la información y la educación de los consumidores y usuarios, sin atribución de poder concreto alguno a los consumidores. Son Principios generales del derecho de consumo, siendo la información el instrumento para proteger los intereses económicos de los consumidores (p. 6).

Es muy coherente lo que señala el autor, sobre el derecho de información, ya que este es el medio para que le sean protegidos los intereses económicos al consumidor, de ahí el porqué se mencionó que la protección de los intereses económicos, derivan el derecho a la información y el derecho a la educación. El derecho a la información lo regula también el Reglamento de la Ley 7 472, en el numeral 43, inciso c, se regula la información que debe ser suministrada en los servicios de crédito. Importante acotar que en el reglamento si se está dado una diferenciación de la información para servicios financieros. Entre la información que se solicita debe tener se encuentra:

El precio de contado, El Plazo expresado en meses, La tasa de interés anual sobre saldos, deudores, expresada en forma porcentual. , Las comisiones, El monto del pago inicial (prima) de haberlo, El monto total a pagar al cabo del plazo, La persona física o jurídica que brinda el financiamiento

Sin embargo, a pesar de que en el reglamento si se menciona de forma más explícita la información que debe contener un contrato de crédito, continúan existiendo vacíos sobre la protección al consumidor, respecto su derecho de información. A su vez, en la ley se regula el contrato de tarjetas de crédito y las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, que si bien vienen a enumerar una serie de requisitos que deben contener los contratos, siguen siendo insuficientes para garantizar un adecuado derecho de información al consumidor financiero:

Artículo 41bis: Tarjetas de Crédito://Además de las disposiciones del artículo 39() de esta ley, los emisores de tarjetas de crédito deberán cumplir con los siguientes requisitos://a) Entregar, al firmar el contrato, un folleto explicativo que precise el mecanismo para determinar la tasa de interés, los saldos promedios sujetos a interés, la fórmula para calcularlos y los supuestos en los que no se pagará dicho interés//b) Presentar explícitamente, en los estados de cuenta, el desglose de los rubros que el usuario debe pagar. En rubros separados deben mantenerse el principal, los intereses financieros, los intereses Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor 22 moratorios, los recargos y las comisiones, todos correspondientes al respectivo período del estado de cuenta.//c) Mostrar la tasa de interés cobrada en el período.// d) Informar a sus tarjetahabientes, en el estado de cuenta inmediato posterior, acerca de las modificaciones del contrato original y los adenda o anexos para que puedan determinar si mantienen la relación contractual o no. Si el tarjetahabiente no mantiene la relación contractual, el emisor sólo podrá cobrar el pasivo pendiente con la tasa de interés vigente previa a la modificación propuesta por el emisor.//Conforme a lo dispuesto en el inciso b) del artículo 30(*) de esta ley, el Ministerio de Economía, Industria y Comercio estará obligado a publicar trimestralmente, en los medios de comunicación colectiva de mayor cobertura, un estudio comparativo de tarjetas de crédito que incluya como mínimo: tasas de interés financieras y moratorias, comisiones y otros cargos, beneficios adicionales, cobertura, plazos de pago y grado de aceptación.*

Resulta importante mencionar que si bien este artículo se refiere al derecho de información, lo único que la Ley contempla sobre este derecho en el servicio de tarjetas de crédito, es la responsabilidad de la entidad bancaria de entregar un folleto explicativo. Ahora bien con la solo lectura de un folleto explicativo, el cliente, será capaz de comprender todos los alcances y consecuencias que puede provocar un mal uso de la tarjeta de crédito. Tampoco la ley especifica que información debe contener este folleto, lo cual vuelve a situar al consumidor en una posición de desventaja, ya que la entidad puede cumplir con el deber de entregar el folleto, pero esto no garantiza que con la lectura del mismo el consumidor vaya a comprender.

Artículo 42: Cláusulas Abusivas en los Contratos de Adhesión:.. Son abusivas y relativamente nulas, las cláusulas generales de los contratos de adhesión que: // a) Confieran, al predisponente, plazos desproporcionados o poco precisos para aceptar o rechazar una propuesta o ejecutar una prestación. b) Otorguen, al predisponente, un plazo de mora desproporcionado o insuficientemente determinado, para ejecutar la prestación a su cargo. // c) Obliguen a que la voluntad del adherente se manifieste mediante la presunción del conocimiento de otros cuerpos normativos, que no formen parte integral del contrato // . d) Establezcan indemnizaciones, cláusulas penales o intereses desproporcionados, en relación con los daños para resarcir por el adherente. En caso de incompatibilidad, las condiciones particulares de los contratos de adhesión deben prevalecer sobre las generales. Las condiciones generales ambiguas deben interpretarse en favor del adherente.

La ASBA (2012) enumera una serie de principios fundamentales para la protección del consumidor financiero, si bien estos no son los únicos principios por considerar son elementales para una adecuada legislación que proteja de forma apropiada a los usuarios de las entidades financieras:

I. Responsabilidad // II Transparencia e información // III. Educación Financiera // IV. Libertad de Elección // V. Equilibrio Contractual // VI. Cultura de protección, servicio y atención al cliente // VII Especialidad de las normas al consumidor

Ahora bien aunque muchos de estos principios no se encuentren contemplados ni en la Ley 7 472, ni en su reglamento no es que no encuentran cabida dentro de nuestro ordenamiento jurídico, ya que algunos de estos principios están presentes en las normativas propias de cada superintendencia, las cuales serán analizadas más adelante. Pero, enfocándose en este momento solo a la Ley y su Reglamento, de los principios mencionados encontramos presente únicamente el de información y el de educación. Sobre el derecho de información, ya se mencionó en qué supuestos es que se encuentra regulado, acotando a esta regulación es importante destacar lo que ha indicado La Cámara de Bancos e Instituciones Financieras de Costa Rica, sobre el deber de brindar información al consumidor:

La entidad bancaria o financiera, previo a que el cliente contrate un servicio o producto, le informará sobre las particularidades, derechos y obligaciones que asume al contratar el producto o servicio. // Los bancos e instituciones financieras propiciarán que el cliente tenga información clara, veraz oportuna y suficiente que le permita contratar productos o servicios bancarios y financieros de manera informada. Para ello podrán implementar las acciones que consideren eficaces como mecanismo de información al cliente, así como medio probatorio de la buena.

Es importante destacar que la información no es el hecho de brindar una serie de cláusulas y disposiciones al cliente en el momento de contratar, el momento de la información es clave en estas relaciones tanto antes, durante y después del contrato el cliente debe estar seguro y conocer claramente que es lo que contrató. Otro de los principios que encuentra regulación en los ordenamientos jurídicos analizados, es el principio de educación, el artículo 76 del Reglamento menciona:

ARTICULO 76.- Atribuciones del ACAC en educación en información a consumidores. Formular programas de educación e información para el consumidor con el propósito de capacitarlo para que pueda discernir y tomar decisiones fundadas, acerca del consumo de bienes y servicios con conocimiento de sus derechos. En este sentido, le corresponde al ACAC las siguientes atribuciones: // a. Promover y realizar programas educativos y de capacitación de los derechos de los consumidores y en el tema del consumo.// b. Recopilar, elaborar y divulgar información para facilitar a los consumidores el conocimiento de los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. // c. Elaborar un banco de información sobre artículos de consumo masivo que permita brindar asesoría oportuna a los consumidores. // d. Orientar y asesorar a los consumidores a fin de garantizar el acceso a mecanismos ágiles de tutela administrativa y judicial, así como en la prevención de abusos en contra de sus derechos.

Como se mencionó en párrafos atrás, de la protección de los intereses económicos, se desprende el deber de brindar información y educar al consumidor, estos tres debido a sus alcances e importancia se encuentran unidos, y si uno falla se rompe la cadena y por ende se afecta a los otros también. Saavedra (2012) explica el fundamento del derecho de información del consumidor, y cómo este liga los demás aspectos mencionados:

El derecho a la información tiene una fundamentación jurídica y una económica. La fundamentación jurídica se encuentra en la buena fe, un principio general del Derecho que en el ámbito contractual es determinante. La concepción objetiva de la buena fe implica un deber de comportamiento para con la contraparte, lo cual significa que de ella surgen obligaciones que se integran al contenido del contrato por más que no se hayan pactado expresamente. En una relación contractual en la cual una de las partes tienen un mayor conocimiento del objeto y contenido de la misma, así como de las condiciones del mercado en el que se está pactando, fenómeno denominado por los economistas información asimétrica, surge el deber de proporcionarle a la otra parte la información necesaria para que exprese su consentimiento y ejecute el contrato convenido.// El fundamento económico consiste en tomar las decisiones más adecuadas para una correcta utilización de los recursos, fomentando la transparencia y la competencia en un mercado en el cual son los agentes quienes tienen la información. Si bien esta posición parte de la racionalidad de los sujetos, lo que no siempre ocurre en

la realidad, resaltan el hecho de que el mercado es más eficiente cuando se tiene la información adecuada (pp. 155-156).

Por lo tanto, la protección de los intereses económicos, engloba lo que es el derecho a que el consumidor reciba una correcta información del servicio que desea adquirir, para lo cual se requiere, también, que el consumidor sea lo suficientemente diligente, se informe de previo a visitar la entidad financiera sobre los productos y haga también un estudio comparativo del mercado.

De acuerdo con Las Buenas Prácticas para la protección del Consumidor Financiero, emitidas por el Banco Mundial (2012), se vuelve a reafirmar la necesidad que la información y la educación del consumidor financiero, vayan de la mano:

La educación, la información, y la orientación sobre aspectos financieros pueden ayudar a los consumidores a presupuestar y administrar sus ingresos, a ahorrar, invertir y protegerse contra los riesgos, y a evitar en convertirse en víctimas de fraudes financieros y estafas. A medida que los productos y servicios financieros se vuelven más sofisticados los hogares asumen una mayor responsabilidad por sus asuntos financieros, se hace cada vez más importante para los individuos el saber manejar bien su dinero, no solo para ayudar asegurar su propio bienestar financiero y el de su familia, sino también para facilitar el buen funcionamiento de los mercados financieros (p. 31).

Un consumidor que conozca de términos básicos y entienda al menos las obligaciones a las que se está sometiendo, así como las consecuencias que podría generar un incumplimiento de su parte, reduciría la brecha en estas relaciones. Y exigiría a las entidades financieras a mejorar su servicio, ya que el cliente lo demanda, porque al tener el un conocimiento básico, sabe que se le debe ofrecer y bajo qué términos. Si bien muchas de las disposiciones reguladas en el artículo 76 del reglamento, se llevan a cabo en la función que realiza la Comisión Nacional del Consumidor por medio de sus departamentos: Departamento Procedimientos Administrativos (DEPA), Plataforma de Atención al Consumidor (PACO), Departamento de Políticas y Verificación de Mercados (DEPVM). (Ley 7 472). La educación del consumidor financiero sigue siendo escasa y necesaria, al ser u mercado tan complejo, la necesidad de educación es mayor.

El Banco Mundial (2012) sostiene la importancia que representa educar a los consumidores del sector financiero:

Se debería desarrollar una gama de iniciativas de alfabetización financiera, incluyendo programas dirigidos a la juventud, emprendedores, finqueros, jefes comunitarios locales, empleados, así como usar diversos canales de entrega que incluyan Internet, radio, televisión, publicaciones, etc.// Los medios de comunicación, especialmente la televisión y la radio, pueden jugar un rol

importante en proveer educación e información financiera. Esto es particularmente cierto en lugares de bajos ingresos, donde generalmente la radio es de más amplio ingreso que la televisión e internet, y en muchos casos secciones del periódico son leídas íntegramente en los programas de radio. Los reguladores y las asociaciones de la industria pueden apoyar iniciativas proveyendo información a los medios acerca de las preocupaciones actuales y acerca de los diferentes tipos de servicios y productos financieros (p. 74).

De modo que la labor de educación en el ámbito de servicios financieros debe mejorar, ya que si bien el MEIC ofrece diferentes programas al servicio del consumidor, no existe uno que se especialice en información financiera. Tal y como se indicaba los medios de comunicación, son una herramienta que puede utilizarse para esta labor, así también los jóvenes es un grupo que puede educarse desde temprana edad en los centros educativos en esta materia.

La necesidad de educar no debe confundirse con la no regulación del sistema financiero. Si bien es necesario un consumidor financiero educado e informado, esto no es suficiente, se necesita de la debida regulación para el sector financiero. Ya que aunque existan consumidores informados y educados estos siguen necesitando de la actividad financiera y sus servicios, por lo tanto resulta preciso el regular las potestades de las entidades que brindan servicios financieros. Este criterio es compartido por la OCDE (2012) en los comentarios de Consumers International sobre los principios de alto nivel sobre la protección del consumidor financiero:

Consumers International respalda fielmente la educación del consumidor, pero los conocimientos financieros básicos, sin importar, cuan perfectos sean, no evitarán jamás que los consumidores que estén pasando por apuros acepten un crédito, y tampoco aumentan su capacidad de resistirse a la publicidad o prácticas de mercadotecnia agresivas. El hecho de que muchos reguladores hayan fracasado en seguir el ritmo del desarrollo es prueba de la necesidad de ser realistas. Proponemos una redacción que mencione que la educación del consumidor no debe considerarse como algo que reduce la necesidad de que el sector sea regulado (p. 2).

No existe una noción uniforme de quien es consumidor, tanto la doctrina sobre el tema, así como las diferentes regulaciones en la materia son divergentes al respecto. Sin embargo si existe una teoría aceptada por todos, la cual es la de la asimetría negocial presente en las relaciones de consumo. Producto de esta asimetría es que resulta necesaria la protección y resguardo del Estado de los intereses de los consumidores. La doctrina ha clasificado la noción del consumidor en dos vertientes, la noción abstracta y concreta del consumidor.

Sobre la noción abstracta menciona Viguria (2012): “*La noción abstracta se relaciona con diferentes facetas en la vida del ser humano, respecto de la cual todos aspiran a tener una calidad de vida determinada que se logrará con la adquisición de bienes y servicios*” (p. 30). Si se observa en esta noción se plasma la idea que se planteó en el discurso de Kennedy, antes mencionado, en la cual se observa como consumidor a todas las personas, todos los ciudadanos que forman parte de un país son considerados consumidores. Por otra parte, la noción concreta del consumidor, vuelve a explicar Virguria (2012) “*...otorga derechos a los consumidores que intervienen en el acto de consumo, otorgándoles la posibilidad de ejercer individualmente sus derechos*” (p. 32).

De modo tal que en la primera noción se ve al consumidor como un todo, como un conjunto de individuos que forman parte de una sociedad y que son acreedores de una serie de derechos que el Estado debe otorgar. Mientras que en la noción concreta, como su nombre lo indica se concreta, o específica al consumidor, el cual dependerá de sus características para saber que norma lo resguarda. Dentro de la noción concreta, existen tres enfoques que se le pueden dar al consumidor el subjetivo, objetivo y el acto de consumo. El enfoque que desea tratarse es el subjetivo, ya que es el que mayor relevancia tiene para este trabajo. El enfoque subjetivo, evidentemente, se basa en las cualidades del consumidor y su participación en la relación de consumo. Y en él se distinguen dos tipos de consumidores: consumidor cliente, consumidor final.

La noción consumidor-cliente se enfoca en la persona que realiza el acto o negocio jurídico de adquirir el bien y no en el destino o fin que se le dará a este bien. Sobre la concepción de consumidor-cliente, menciona Zunzunegui (2013):

En el mercado de crédito se protege a la clientela activa y pasiva de las entidades de crédito, y en el mercado de valores se protege a los inversores, en especial a los clientes minoristas. El concepto de cliente es distinto y más amplio que el de consumidor (p.5).

Esta noción va referida a la persona en sí que está contratando, pero dependiendo de lo que este contratando, va a poseer una distinción entre un consumidor, o un cliente o usuario. Este tipo de distinciones se da generalmente en el sector financiero, como lo indicaba la cita mencionada. Existen legislaciones que hace este distintivo y tienen una regulación para el consumidor general y otra especial para los que se consideran clientes de determinado sector. La noción de consumidor como destinatario final, lógicamente se contraponen a la anterior, en esta sí importa el destino que se le dé al bien o servicio que

se está adquiriendo. Con base en esta teoría el consumidor es aquel que se encuentra en el último lugar del ciclo económico.

Es importante acotar lo que menciona Viguria (2012), al respecto de la noción consumidor como destinatario final:

La noción consumidor final excluye expresamente al empresario como consumidor siempre que adquiera productos o servicios dirigidos a su actividad empresarial o profesional, asumiendo que no se encontraría en una situación de asimetría negocial o informativa, las cuales son situaciones de desventaja típica en el consumidor y que fundamenta su protección (p. 35).

En nuestro país, el artículo 2 de la Ley 7 472, brida una serie de definiciones, entre las que se encuentra la definición de consumidor:

Toda persona física o entidad de hecho o de derecho que como destinatario final adquiere disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello. También se considera consumidor al pequeño industrial o artesano en los términos definidos en el Reglamento de esta ley, que adquiera sus productos terminados o insumos para integrarlos en los procesos para producir, transformar, comercializar o prestar servicios a terceros.

Con base en esta definición, se observa que nuestra legislación sigue una noción de consumidor destinatario final. Importante destacar la segunda parte del artículo donde amplía la esfera de concepción de consumidor, además del destinatario final al pequeño productor. Utilizando esta norma como referencia, la jurisprudencia se ha manifestado bajo esta misma línea, ampliando la concepción del consumidor:

Se trata de un concepto amplio de “consumidor”, el cual supera el criterio restringido de la persona física o jurídica (sociedad anónima) que compra bienes o servicios en el comercio. Se extiende a las sociedades de hecho o empresas no inscritas debidamente en el Registro Mercantil, pero operan en el campo comercial. En nuestro medio son frecuentes estas entidades de hecho, quienes adquieren derechos y deberes, como suele suceder con librerías, algunos supermercados, bares, centros de lubricantes, ventas de repuestos, etcétera. De igual manera incluye a los artesanos y pequeño industrial. Por último, consumidor no es únicamente el que compra bienes, sino el que recibe información o propuestas para ello; esto es ofertas mediante volantes, correo o por medio de la informática. La característica es ser destinatario final de bienes o servicios. En este caso concreto, además de que no hay oposición al respecto, es evidente que el actor califica de consumidor en la adquisición de un vehículo a una empresa al público y que ejerce precisamente esa actividad (República de Costa Rica, Poder Judicial, Sentencia 783, emitida por el Tribunal Primero Civil el veintitrés de julio del dos mil tres).

Por ello, si bien se sigue una noción de consumidor destinatario final, en la cual se excluye como consumidor al empresario. Nuestra legislación, si bien sigue esta noción de consumidor, amplía un poco más esta noción de destinatario final. El motivo principal son los pequeños empresarios, los cuales se ha considerado si tienen una asimetría negocial e informativa en las relaciones de consumo, por lo tanto se les debe brindar este fuero de protección.

Sección II: El Consumidor Financiero

El sistema financiero es bastante complejo y cambiante, por las necesidades de una economía cada vez más globalizada. Al ser el sector financiero un área tan compleja ha generado que los consumidores de este sector financiero presenten una distinción con respecto a los demás consumidores. Saavedra (2012) afirma que:

Los productos financieros resultan un caso específico, porque son servicios que suponen una alta complejidad técnica. Esto se traduce en que las entidades financieras tienen un conocimiento supremamente especializado de los productos que ofrecen y del mercado en que se desenvuelven, mientras que el consumidor normalmente desconoce por completo la teoría financiera. Por lo tanto, la asimetría existente en toda relación con el consumidor es más profunda tratándose de productos financieros (p.162).

Como se mencionaba en párrafos atrás la relación de consumo se caracteriza por una asimetría negocial, en la cual el agente económico tiene una mayor ventaja en la relación por el poder, el factor económico, y la situación de inferioridad y vulnerabilidad que enfrentan la mayoría de los consumidores. Al hablar del sector financiero, la asimetría en estas relaciones aumenta, y además de la asimetría negocial, aparece una asimetría de información. Blanco (2012) afirma:

Así se presume que en los mercados hay asimetrías de información, de manera que son los productores los que conocen la verdadera calidad de los bienes y servicios disponibles en los mercados, y que los consumidores son la punta débil en la negociación de los precios (p. 139).

Si bien en la teoría del consumidor, siempre se ha mencionado la situación de desventaja que este atraviesa en sus relaciones jurídicas, esta desventaja va a incrementar dependiendo el mercado en el que se introduzca. Conforme aumente la complejidad del bien o servicio que adquiere, así aumenta la brecha de desventaja a favor del consumidor, ya que el consumidor es ignorante de lo que está adquiriendo, y mientras más requerimientos técnicos tenga el bien o servicio, mayor vulnerabilidad presenta el consumidor.

Lo anterior puede ver reflejado en ejemplos de la vida cotidiana, el consumidor presenta menor asimetría al comprar productos básicos, pero la situación cambia por ejemplo si desea adquirir una computadora. Cuanto más complejo sea el bien o servicio, mayor es la brecha de desbalance entre consumidor y agente económico. Continúa mencionando el autor sobre la asimetría de consumo:

...existe un desbalance en el que el oferente, puede ser el productor, el intermediario o distribuidor, tiene poder de dominio que le permite manejar a su favor las condiciones de mercado y eventualmente abusar de los consumidores. Esto iría en contravía de los derechos que tienen estos a acceder al mercado en condiciones de igualdad con características de calidad, garantías y posibilidades de reposición y mantenimiento de los bienes y servicios y productos. En tal caso, los consumidores, los más débiles, requerirían de la protección del Estado, que se daría por medio de la regulación (p. 139).

Por ello, un consumidor de servicios financieros, es uno de los principales afectados de estas asimetrías de mercado, ya que como se ha indicado, el área financiera resulta ser bastante enredada para una persona promedio. Sobre este aspecto, Saavedra (2012) indica:

Es importante destacar que el consumidor destinatario de la información es un hombre medio, utilizando como patrón referente para el ordenamiento jurídico, lo que permite precisar el contenido del deber de información (p. 160).

De modo tal que un consumidor financiero, es aquella persona física o jurídica que recibe un servicio de alguna entidad financiera. Además de estas simetrías que presenta el consumidor financiero, otra de sus debilidades es su intangibilidad, sobre esta característica, menciona Navarro (2013):

La intangibilidad, la ausencia de evidencia física, es una característica inherente a la actividad financiera, puesto que el resultado de la misma no es un objeto físico o material, sino un servicio. Como todo servicio, no se puede tocar, ver, oler, etc., es decir no se puede percibir por los sentidos (p. 100).

Al ser un servicio lo que se ofrece, y sobre temas que son de difícil comprensión, la regulación de este mercado es necesaria que se dé por parte del Gobierno y por parte de los Órganos encargados de regular su actividad. Al tener este consumidor financiero que enfrentarse a un mercado bastante engorroso y de difícil comprensión, es que se ha decidido darle una protección especial dentro del grupo de consumidores, ya que los derechos generales de consumo resultan ser insuficientes para garantizar una relación igualitaria entre entidad y consumidor financiero. Tal y como lo indica el Baco Mundial (2012):

Un efectivo régimen de protección al consumidor financiero provee amparo real a los consumidores financieros minoristas y a la vez los habilita para que ejerzan sus derechos legales y que cumplan con sus obligaciones legales. Pág.2.

Por lo que muchas legislaciones como Colombia, Perú, Estado Unidos, cuentan dentro de sus ordenamientos jurídicos la figura de consumidor financiero, con una serie de regulaciones y lineamientos que garantizan la protección de los intereses de estos consumidores. Un ejemplo de estas legislaciones es la Ley N° 28 587. Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en materia de Servicios Financieros, de la Legislación peruana, la cual en su artículo primero, explica cuál es el objeto de la ley:

La presente Ley complementa las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor con relación a los servicios prestados a los usuarios por las empresas de operaciones múltiples del sistema financiero sujetas a la regulación específica de la Superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

En la legislación de nuestro país no se encuentra presente la figura de consumidor financiero como tal, sin embargo sí existe una entidad que se encarga de supervisar a cada una de las áreas que integran al Sistema Financiero del país. Por ello, aunque no se cuenta con la presencia de la figura del consumidor financiero, propiamente en algún cuerpo normativo, si existen las entidades encargadas, de regular al sistema financiero, y las relaciones que este tenga con el consumidor financiero, de las cuales se hablará más adelante. Al entrar en el estudio del consumidor financiero, resulta necesario conocer el mercado de este, es decir, el sistema financiero.

Los servicios financieros se subdividen en una serie de áreas que lo integran. Según Zunzunegui (2013) “...se entenderá por servicios financieros, los servicios bancarios, de crédito o de pago, los servicios de inversión, las operaciones de seguros privados, los planes de pensiones y la actividad de mediación de seguros” (p.3). En Costa Rica, el Sistema Financiero se divide en cuatro sectores. la actividad bancaria, la actividad aseguradora, régimen de pensiones y el mercado de valores. Cada uno es supervisado por la Sugef, Sugese, Supen y Sugeval, respectivamente, las cuales son las cuatro Superintendencias del país que juntas forman el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero.

Todas las actividades que realiza cada una de las superintendencias mencionadas, se encuentran dentro del mercado financiero y, por lo tanto, los servicios que ofrecen son servicios financieros a un público que son los consumidores financieros.

La correcta regulación del mercado financiero influye directamente al consumidor de este mercado y, por consiguiente, lo beneficia, pero paralelamente va a resultar ventajoso para las entidades que brindan dichos servicios. Un consumidor satisfecho, va a volver a la misma entidad, así como la reputación siempre es un factor esencial en la captación de clientes. Al manejar el sistema financiero mercados tan importantes, son pilares fundamentales en el desarrollo económico y social de un país. Sobre la importancia de los sistemas financieros. Salinas (2012) opina:

Los mercados financieros son también un punto clave en las economías modernas en cuanto se han transformado en una instancia clave de la captación y posterior asignación de recursos a los diferentes sectores productivos de estas. Un ejemplo de esto es cómo el sistema financiero agrega volúmenes de créditos y los canaliza a los diferentes sectores reales. Esto lo transforma en un motor de crecimiento para las economías ya que transfiere recursos hacia proyectos e inversiones que generarán mayores retornos en su uso alternativo (p. 8).

En suma, puede afirmarse que un correcto cumplimiento de las funciones de los mercados financieros es un aspecto que influye de forma positiva en el desarrollo de las economías locales, el cual no solo genera crecimiento económico, sino que también brinda opciones que mejoran la calidad de vida y satisfacción de las personas. Sin embargo la realidad del funcionamiento financiero no es perfecta, uno de los hechos que más ha puesto en evidencia esta imperfección fue la crisis económica del 2008, la cual muchos economistas y expertos en la materia han considerado se debió a un mal manejo la información y de los riesgos por parte de las entidades financieras.

Saavedra (2012) explica sobre las causas de la crisis del 2008:

Una de las causas de la crisis del 2008 fue el aumento de desalojos por el incumplimiento de los créditos hipotecarios. A partir de los estudios realizados hasta la fecha queda demostrado que o era una situación poco común que los consumidores desconocieran las condiciones de los créditos que adquirirían, por lo que se concluye que la información que se les había suministrado por parte de las entidades financieras era deficiente (p. 149).

Se ha hecho mención al tema de esta crisis económica en el presente trabajo, porque como lo mencionaba el autor se afirma que dentro de sus causales se encuentra una desinformación por parte de los adquirentes hipotecarios, sobre lo que estaban contratando y en qué términos, lo que generó la burbuja hipotecaria, y tiempo después el colapso del sistema.

Continúa explicado Saavedra, sobre esta crisis:

En los años más cercanos a la crisis, especialmente desde el 2004, se evidenció un aumento de créditos hipotecarios en condiciones novedosas, promovidos por la libertad otorgada a las entidades financieras para crear nuevas formas contractuales. El modelo de la auto regulación cada vez se fortalecía más, mientras que las agencias estatales se relegaban a la tarea de control. Sin embargo, los buenos rendimientos económicos del negocio, y el afán por más riqueza, nublaron el ejercicio responsable de la actividad financiera e impidió que se introdujeran los correctivos necesarios (p.154).

De este modo, se evidencia la importante tarea que es generar una correcta regulación de la actividad financiera, como se indicó su labor repercute en la economía tal y como lo demostró la crisis del 2008 las consecuencias pueden ser muy graves y afectar mercados nacionales e internacionales. En el ámbito de las relaciones de consumo, el control de la distribución de la información sobre los bienes y servicios que se están adquiriendo es básico. Proporciona una ventaja frente al consumidor, ya que se disminuye esta condición de vulnerabilidad que, por lo general, ostentan los consumidores, más aún si estos son del sistema financiero.

Por lo tanto, procurar que las relaciones jurídicas entre entidades financieras y consumidores se caractericen por tener la menor cantidad de asimetrías negociales e informativas, colabora con el buen funcionamiento del sistema en general, y evita que se produzcan crisis que afecten de manera considerable las economías. Las asimetrías, aunque hasta cierto punto llegan a representar una desigualdad en las relaciones de consumo, es casi inevitable la presencia de estas, dicha presencia de asimetría incrementa, cuando son relaciones con un mercado financiero. Calonje (2011) dice sobre esta situación:

La relación que se crea entre las dos partes en la instrumentación de un servicio financiero es, por principio asimétrico por cuanto una de las partes, la institución financiera, conoce de mejor forma el mercado, los riesgos y el régimen jurídico de la operación. Adicionalmente, en su condición de proveedor de servicios en forma masiva, la institución financiera establece sus relaciones jurídicas por medio de esquemas contractuales previamente elaborados, no sujetos a discusión o modificación. Generalmente, el cliente solo puede aceptar el producto o servicio en los términos o condiciones en que es ofrecido o rechazarlo (p.6).

De acuerdo con el artículo 46 de la Constitución Política, los consumidores tienen el derecho de que se protejan nuestros intereses económicos. Por lo tanto, la función que cumplen los mercados financieros no puede alejarse de una función social en cuanto al resguardo de dicha garantía constitucional, así como también lo es el recibir información adecuada y veraz. Asimismo, es lógica la función económica que desempeña el sistema

financiero, la cual influye en la economía del Estado, por consecuencia esta actividad es considerada también como de interés público. Por consiguiente, si la actividad financiera es de interés público todos los sectores que la integren también lo son y, por este motivo, el Estado debe regularla, es decir, verificar su adecuado funcionamiento.

Para que se brinde una adecuada regulación del sector financiero, es importante tomar en consideración el derecho comparado, claro está, nunca las realidades y necesidades de dos países van a ser las mismas. A su vez, resulta prudente analizar la posición de Organismos Internacionales, que hayan discutido la materia. Sobre el tema de Consumidor Financiero, ha existido bastante discusión Internacional, además existen diferentes organismos Internacionales que luchan por la protección de este grupo.

Un ejemplo de organizaciones de este tipo es Consumers International (CI), la cual consiste en “...una federación mundial de organizaciones de consumidores que trabaja en conjunto con sus asociados, más de 250 organizaciones miembros en 120 países, y actúa como la única voz global autorizada e independiente de los consumidores” (Página web, Consumers International). Otro ejemplo de organismos Internacionales que tratan la materia aquí analizada, es el G20, el cual consiste en:

Actualmente, el G20 es el principal foro de coordinación económica internacional. Reúne a las veinte principales economías del mundo, tanto desarrolladas como emergentes, con el objetivo de promover la cooperación económica global. Su amplia agenda contempla, como elemento central, cuestiones macroeconómicas y financieras con el fin de promover un crecimiento global fuerte, sostenible y equilibrado. Para ello, trabaja en la revisión de la arquitectura financiera internacional y en el diseño e implementación de diversas iniciativas de carácter regulatorio, entre las que se destacan las tendientes a asegurar una mayor transparencia y un funcionamiento más eficaz y responsable de los mercados financieros, incluidas las instituciones financieras internacionales (bancos, aseguradoras, etc.) (Sitio web G20).

G20 es un foro informal que, originalmente, se creó en respuesta a las crisis financieras de las economías emergentes que tuvieron lugar a finales de la década de 1990. Se jerarquizó y renovó en 2008 al generar una respuesta coordinada a la severa crisis financiera internacional desatada en los países desarrollados. Estas organizaciones son importantes de mencionar, ya que aunque sus pronunciamientos sobre el tema de los derechos de los consumidores financieros no son coercitivos, si representan iniciativas que contribuyen a fortalecer la respuesta global ante las debilidades en la protección de los consumidores financieros.

Organizaciones de este tipo existen varias, entre las que se pueden mencionar, CI, El G20, La OCDE, El banco Mundial, este último ha procurado incentivar el diálogo internacional sobre la protección del consumidor financiero. Se hace mención a estas organizaciones, ya que en los últimos años la protección del consumidor financiero ha sido el centro y foco de atención y uno de los grandes logros fue la publicación de los Principios de Alto Nivel para la Protección del Consumidor Financiero, los cuales se analizarán en este trabajo, para comparar cuáles de estos principios son aplicados en nuestro ordenamiento. Sobre estos principios internacionales, indica Saavedra (2012):

Después de casi un año de debate alrededor de borradores elaborados por el grupo de trabajo de protección del consumidor financiero, del Comité de Mercados Financieros de la OECD, debate al cual concurrieron diversas instituciones internacionales, representantes de gobierno, asociaciones industriales y de consumidores, los ministros de finanzas y los directores de bancos centrales del G20, aprobaron en octubre del 2011, los Principios de Alto Nivel sobre protección al consumidor financiero. Si bien no es un cuerpo normativo vinculante, ni un tratado internacional sino una declaración de derechos de principios, fue diseñado para asistir a los países de la organización en protección del consumidor financiero, de modo que se complementen con los ordenamientos jurídicos nacionales (pp. 163-164).

Como puede observarse varias de las organizaciones que han sido mencionadas trabajaron en conjunto para la elaboración de estos principios, la ASBA (2012), comenta:

La elaboración de los principios de alto Nivel de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, sobre protección del consumidor Financiero, fue solicitada por los ministros de Finanzas del G20, durante se reunión de febrero 2011, e París. Junto con el trabajo que estaba siendo realizado por el Consejo de Estabilidad Financiera (FSB), a solicitud de los líderes del G20, es una respuesta a la profunda inquietud con respecto al impacto producido por la débil protección del consumidor financiero, en consumidores individuales, y también con respecto a la estabilidad del sistema financiero (Consumers International).

Fueron 10 los principios que quedaron aprobados, los cuales se explican a continuación, que como se ha indicado, estos principios no son coercitivos, si representan una fuente de derecho, además son un medio de recomendación, para la regulación este mercado:

1. Marco Legal y Regulatorio: La importancia de un cuerpo normativo adecuado radica en qué este garantice el establecimiento de requisitos necesarios para una adecuada relación entre entidad y el consumidor financiero. La ASBA (2012), menciona sobre la regulación de los países en este tema:

Los mejores sistemas de regulación son aquellos que están conformados por normas que han sido redactadas por reguladores expertos en temas

financieros, de supervisión, y de protección al consumidor financiero, con preceptos y principios que se aplican exclusivamente a ello. Esto se contrapone a los sistemas donde existen normas de carácter general que se aplican a todas las relaciones de consumo, pues en ellas claramente encontramos vacíos al intentar aplicarlas a relaciones con el sistema financiero, las cuales son muy especiales y complejas (p. 19)

Conforme lo indica la Asociación de Supervisores Bancarios de las Américas (ASBA) debe existir una regulación específica en cuanto a la regulación de los derechos del consumidor financiero. Por este motivo, es que la Ley 7 472, resulta ser insuficiente para garantizar los derechos de este grupo de consumidores, ya que al ser una ley general para el derecho de consumo, los consumidores financieros al ser una población específica dentro del conjunto general, quedan sin resguardo en muchos de sus derechos.

Por eso, en nuestro país, cada Superintendencia que conforma el Sistema financiero, cuenta con su propia normativa. La Sugef cuenta con la Ley Orgánica del Banco Central N° 7 558, La SUPEN, la Ley Régimen Privado De Pensiones Complementarias, la Sugese, la Ley Reguladora del Mercado de Seguros N° 8 653 y la Sugeval, la Ley Reguladora del Mercado de Valores (República de Costa Rica, N° 7 732, del 27 de enero de 1998). Así como otra normativa complementaria para cada sector. Sin embargo, esta normativa, regula más sobre la competencia y atribuciones de cada Superintendencia, y deja un poco de lado los derechos de los usuarios. Sin embargo la normativa de cada superintendencia será analizada más a fondo, en las siguientes páginas.

2. El Papel de los Organismos de Control: Este principio se refiere a que debe existir una entidad encargada de supervisar y sancionar el funcionamiento de cada mercado financiero.

En nuestro país, esta labor la desempeña El Consejo Nacional De Supervisión del Sistema Financiero:

El Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conasiff) es un órgano colegiado de dirección superior, cuyo fin es el de dotar de uniformidad e integración a las actividades de regulación y supervisión del Sistema Financiero Costarricense. La labor directiva del Conasiff se ejerce sobre la Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef), la Superintendencia General de Valores (Sugeval), la Superintendencia General de Seguros (Sugese) y la Superintendencia de Pensiones (Supen). (Conasiff).

3. Trato Imparcial y Justo de los Consumidores: En general, este principio es de fácil comprensión, se refiere al trato justo que debe existir para todos los consumidores.

4. Divulgación y Transparencia: Es necesario de que en las transacciones financieras, se dé el principio de buena fe, el cual debe provenir de ambas partes contratantes, pero especialmente de la entidad financiera, ya que es esta quien maneja la información y la tiene en su poder. La ASBA (2012) opina sobre la transparencia:

El principio de transparencia supone la necesidad de revelar en términos adecuados y comprensibles los principales aspectos y condiciones del producto financiero para que el consumidor entienda de los derechos y deberes que adquiere al entablar una relación con la institución financiera (p.14).

5. Educación y Conocimientos Financieros: Se ha insistido bastante que al ser el mercado financiero, un mercado complejo, la necesidad que el consumidor se eduque y lo conozca es eminente. Es necesario de que existan políticas dirigidas a la educación de la población en temas financieros, tal y como lo hace saber Marín (2013):

Además, es trascendental y necesario para la sociedad que las regulaciones apunten a la enseñanza de los derechos financieros, incluyendo no solo a los marginados o analfabetas, sino también a la población instruida que desconoce los términos específicos, permitiéndoles tener criterios y estar informada. Convirtiéndola en un instrumento pedagógico para informar a la sociedad en temas relacionados con la administración de los recursos económicos de manera sencilla y práctica, para que los consumidores se informen, sean prudentes, selectivos y sepan reclamar sus derechos (p.461).

6. Una conducta empresarial responsable de los proveedores de servicios financieros y sus agentes autorizados: Este principio se relaciona con el principio 2; sin embargo, este enfatiza más la responsabilidad de los intermediarios financieros, y la obligación de las instituciones correspondientes de sancionarlos cuando sea necesario, para una adecuada protección de los consumidores. Sobre este aspecto menciona la ASBA (2012):

Una regulación adecuada en materia de protección al consumidor financiero debe contar con un régimen sancionatorio especial que contenga causales de agravación sancionatorio por inobservancia de las entidades a las normas vigentes. Este elemento es, sin duda, una herramienta de gran valor en el cumplimiento de las labores de supervisión, ya que facilita el control que ejerce sobre las actividades financieras, frente al desempeño de sus funciones, especialmente en la protección del cliente financiero (p. 29).

7. Protección de los Derechos del Consumidor: Este principio recopila tanto los derechos básicos que deben regularse para la protección del consumidor, así como aquellos derechos propios del consumidor financiero. Hoy en día, la relación con

entidades financieras es prácticamente un hecho para la mayoría de las personas, de ahí que sea una necesidad brindar un marco regulatorio de deberes y derechos para estas relaciones jurídicas, los autores Quesada, Ocampo y Valladares (2008) opinan sobre la importancia de esta regulación:

La importancia de proteger a este usuario de servicios financieros, se refuerza por el hecho que hoy en día, el ciudadano promedio requiere del acceso a los servicios financieros para la satisfacción de sus intereses económicos, pues por mencionar solo un ejemplo, es práctica común que la mayoría de patronos (del sector público y privado) cancelen los salarios mediante depósitos de cuentas bancarias, por lo que se considera que el acceso a cuentas corrientes o de ahorros se ha transformado en una necesidad para el ciudadano común, e inclusive, en razón de lo anterior, a este usuario se le dotará de una tarjeta de débito para poder disponer de sus fondos (p. 32).

8. Protección de la Información y Privacidad del Consumidor: Este principio es muy importante, en primera instancia, está el tema de la información, el cual es básico que se dé entre la entidad financiera y el consumidor, pero de este se hablará en el siguiente capítulo. Por otra parte, la privacidad es un derecho fundamental, en nuestra Constitución Política se encuentra regulado en el artículo 24, a su vez diferentes regulaciones del sistema financiero garantizan el derecho de privacidad del consumidor como, por ejemplo, en la Ley Orgánica del Banco Central:

Artículo 132. Prohibición.

Queda prohibido al Superintendente, al Intendente, a los miembros del Consejo Directivo, a los empleados, asesores y a cualquier otra persona, física o jurídica, que preste servicios a la Superintendencia en la regularización o fiscalización de las entidades financieras, dar a conocer información relacionada con los documentos, informes u operaciones de las entidades fiscalizadas. La violación de esta prohibición será sancionada según lo dispuesto en el artículo 203 del Código Penal. Tratándose de funcionarios de la Superintendencia constituirá, además, falta grave para efectos laborales.

9. Gestión de Reclamos: Este es un principio fundamental que debe ser regulado por todo marco normativo del sistema financiero. Los consumidores deben tener herramientas de fácil acceso a dónde acudir cuando consideren que sus intereses están siendo lesionados. La ASBA (2012) menciona al respecto:

La regulación sobre resolución de controversias es fundamental para el buen desarrollo de las relaciones entre las entidades financieras y sus clientes. Un consumidor que cuente con una regulación clara sobre el manejo de las controversias, seguramente se sentirá más tranquilo, confiado y satisfecho (p.28).

10. Competencia: En este principio se destaca la importante labor que tiene el Estado en regular y vigilar la actividad financiera, relacionando esta con el interés público que representa.

La presencia de estos principios en los cuerpos normativos, y en las relaciones de consumo es indispensable, ya que garantizan un consumidor satisfecho del servicio que está recibiendo, la ASBA (2012), menciona sobre el consumidor satisfecho lo siguiente:

Su objetivo es lograr un consumidor satisfecho., un individuo que recibe lo que necesita, que entiende sus derechos y obligaciones puede pagar por el servicio que le ofrecen y que se ajusta a sus necesidades, que recibe un buen trato y está protegido.

Un elemento fundamental para lograr los objetivos es la confianza en todos los momentos de la relación contractual, dado a que todo acuerdo exitoso está basado en ella (p. 11).

Una vez que se ha analizado el sistema financiero en términos generales y cuales principios y regulaciones son los recomendados para que rijan la materia, se entrara al estudio del Sistema Financiero Costarricense y a cada uno de los sectores que lo componen.

El Sistema Financiero de nuestro país se encuentra integrado por cuatro secciones las cuales son dirigidas por cuatro diferentes Superintendencias, a su vez, estas cuatro secciones son supervisadas por El Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero (Conasiff). El Conasiff se crea el 17 de diciembre de 1997, mediante la Ley 7 732, la cual en su artículo 169 indica:

Artículo 169. Integración

La Superintendencia General de Entidades Financieras, la Superintendencia General de Valores y la Superintendencia de Pensiones funcionarán bajo la dirección de un órgano denominado Consejo nacional de supervisión del sistema financiero, también llamado el Consejo nacional, el cual estará integrado en la siguiente forma:

- a) Cinco miembros, que no serán funcionarios públicos, serán designados por la Junta Directiva del Banco Central de Costa Rica, por mayoría de al menos cinco Votos. Estos permanecerán en sus cargos cinco años y podrán ser reelegidos por una sola vez. De entre ellos y por períodos de dos años el Consejo nacional elegirá a su presidente pudiendo ser reelegido. Para estos efectos, no se reputarán funcionarios públicos, quienes se dediquen a la docencia.*

b) *El Ministro de Hacienda o, en su ausencia, un Viceministro de esa cartera.*

c) *El Presidente del Banco Central de Costa Rica o el Gerente.*

Posteriormente, con la promulgación de la Ley N°8 653, Ley Reguladora del Mercado de Seguros, artículo 28, se crea la Superintendencia General de Seguros (Sugese), como un nuevo miembro del Sistema de Supervisión Financiera y se le atribuye al Conasiff la dirección de esta nueva entidad. La Conasiff realiza una serie de funciones que le son asignadas por Ley, sin embargo puede decirse que dichas funciones se resumen en: *“Promover condiciones para robustecer la liquidez, solvencia y buen funcionamiento del Sistema Financiero Costarricense, dictar la regulación y establecer las bases para una adecuada supervisión prudencial de las entidades fiscalizadas”* (Sitio web Cinasiff).

De modo que todas las actividades financieras que se realizan en nuestro país, son supervisadas por esta entidad. A continuación se estudiarán cada uno de los sectores que integran El Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero.

La Sugeval: La Ley Reguladora del Mercado de Valores, en su numeral tres dispone cuales son las atribuciones de esta Superintendencia:

Artículo 3: Creación y funciones

Créase la Superintendencia General de Valores, denominada en esta ley la Superintendencia, como órgano de máxima desconcentración del Banco Central de Costa Rica. La Superintendencia velará por la transparencia de los mercados de valores, la formación correcta de los precios en ellos, la protección de los inversionistas y la difusión de la información necesaria para asegurar la consecución de estos fines. Regirá sus actividades por lo dispuesto en esta ley, sus reglamentos y las demás leyes aplicables.// La Superintendencia regulará, supervisará y fiscalizará los mercados de valores, la actividad de las personas físicas o jurídicas que intervengan directa o indirectamente en ellos y los actos o contratos relacionados con ellos, según lo dispuesto en esta ley.

Es decir, esta Superintendencia se encarga de la regulación del Mercado de Valores, por lo cual resulta preciso conocer que se debe entender por Mercado de Valores, Mateu (s.f.) lo define como:

La Bolsa o mercado de valores es un mercado en el que se ponen en contacto los demandantes de capital (principalmente las empresas) y los oferentes o excedentarios de recursos financieros (familias, empresas y otras instituciones). Este puede ser un lugar físico o virtual (sistema informático), donde se fija un precio

público o cotización que varía constantemente según las fuerzas de la oferta y la demanda y en función de las circunstancias económicas, empresariales u otras.

La Sugeval define de la siguiente manera al mercado de valores costarricense:

El mercado de valores en un componente del sistema financiero costarricense que pone en contacto a los oferentes de valores (emisores) y a los demandantes de valores (inversionistas).

Los mercados de valores en general hacen posible que las entidades obtengan financiamiento mediante la venta de valores, los cuales son negociables en una bolsa de valores.

De esta definición brindada, se observa que al hablar de mercado de valores, se trata de invertir capital en acciones de empresas. En este mercado, siempre hay un riesgo, ya que puede ganarse mucho, pero también perder mucho dinero. Para efectos de conocer como es la aplicación del derecho de información en este mercado, es importante primero conocer las partes que lo integran. Propiamente el Mercado de Valores Costarricense está integrado por:

1. Los emisores de valores
2. Los intermediarios de valores, que son los puestos de bolsa y las sociedades administradoras que ofrecen sus fondos de inversión
3. Las Bolsa de Valores
4. Los inversionistas
5. Las calificadoras de valores
6. Las entidades de custodia
7. El regulador del mercado de valores
8. Los proveedores de precios

A continuación procederá a explicarse cada uno de estos. Primeramente, los emisores de valores básicamente consisten en las empresas que lanzan al público parte de sus acciones para que estas sean compradas a un buen precio y producto de este capital obtenido invertir en la producción de la misma empresa. La Bolsa de Valores Nacional de Guatemala, define a los emisores como:

Los emisores son empresas que buscan crecer y financiarse mediante una oferta pública en el mercado bursátil. Pueden ser entidades del Estado o empresas privadas, pero es el Emisor quien respalda la inversión. Por ejemplo, si

se invirtió en títulos del Estado, este será el obligado a pagarle el capital e intereses al inversionista.

Ser emisor de la bolsa de valores, genera una serie de beneficios que afecta de forma positiva el desarrollo y producción de las empresas intervinientes, algunos de estos beneficios son:

- 1. Alternativa eficaz para el crecimiento de la empresa: Diversidad de instrumentos financieros en los que puede hacer colocaciones en el corto, mediano y largo plazo, dependiendo de su necesidad de financiamiento, la estructura financiera de la empresa y el horizonte del proyecto a financiar.//2.Canalizador eficiente de recursos: el mercado de valores transfiere los ahorros de los inversionistas en recursos financieros productivos, promoviendo el crecimiento de las empresas así como el desarrollo económico del país.//3.Diversificación de riesgos: a través del financiamiento bursátil, la empresa puede diversificar los riesgos asociados a las formas del financiamiento tradicional y se protege de una eventual escasez de crédito o el pago de altas tasas de interés.//4.Confianza: radica en el compromiso de las empresas emisoras de difundir información oportuna, veraz y completa a los inversionistas que les han confiado sus recursos. //5.Prestigio: cotizar en el mercado de valores es sinónimo de transparencia, solvencia y prestigio. Cuando un emisor opta por emitir valores por medio de una oferta pública, se compromete a la divulgación de su información relevante. //7.Negociación de títulos: se consiguen precios justos en la compra y venta de los valores.//8.Adopción de mejores prácticas: adopción voluntaria de mejores prácticas de gobierno corporativo.//9.Garantías: no se ocupan garantías reales o fiduciarias. La empresa emisora es la garantía que ofrece al inversionista a la hora de ofrecer su inversión. Eso abarata los costos a la hora de estructurar y colocar la emisión vrs. el financiamiento bancario.*

(Bolsa Nacional de Valores, 2012)

En nuestro mercado de valores existen dos formas por las cuales los emisores pueden ofrecer sus valores al mercado: Por medio de la renta fija y de la renta variable. Las cuales poseen las siguientes diferencias, que nos indica la Sugeval: *Los valores de renta fija son los valores emitidos por empresas e instituciones públicas, que representan préstamos que éstas reciben de los inversionistas. No confiere derechos políticos, sino solo derechos económicos a percibir los intereses pactados y a recibir la totalidad o parte del capital invertido en una fecha dada. En este tipo de valores los intereses se establecen.*

Este tipo de valores, entonces es muy parecido a un préstamo en el cual el inversionista lo que va a percibir son los intereses. Ejemplos de estos son: los Certificados de Depósito a Plazo (CDP), títulos que pagan intereses fijos y que son emitidos por los bancos. Otros títulos de renta fija son los títulos públicos, emitidos por el Gobierno y el Banco Central, los títulos hipotecarios, emitidos por mutuales de ahorro y vivienda, así como los Certificados de Depósito Bancario de los bancos comerciales (estatales y privados), que también pagan intereses fijados de antemano.

Continúa mencionando la Sugeval, respecto de los valores de renta variable, los cuales consisten en: *Se caracterizan por ser activos que representan la parte alícuota de un capital. Su rendimiento depende del volumen de beneficios que obtengan la sociedad o el fondo, y de su política de distribución. Ejemplos: las acciones y las participaciones de los fondos de inversión* (Página Web, Sugeval). En estos, la empresa lanza al mercado una parte de las acciones de la sociedad para que nuevos socios inviertan en la misma, además en este tipo el inversionista si percibe ganancias de la empresa, ya que esta pasa a formar parte de los accionistas que la conforman.

Para configurarse como emisores deben cumplir con una serie de obligaciones y requisitos que están dados por ley. Además, una vez que les permiten realizar estas transacciones, deben seguir con las disposiciones que regulan a estas empresas emisoras. Importante en este punto mencionar el Acuerdo sobre Suministro de Información Periódica SGV-A-75, el cual señala en su artículo tercero lo siguiente:

Los emisores que sean bancos, entidades financieras y grupos financieros sujetos a la supervisión de la SUGEF deben remitir sus estados financieros, reportes de operaciones sospechosas y en efectivo únicas y múltiples, el cuadro resumen de títulos valores recibidos o entregados al portador y los informes complementarios de auditores externos, así como la comunicación del contador público autorizado únicamente a la Sugef.

Resulta importante de mencionar dicho artículo, ya que aunque se está analizando en este momento a la Sugeval, cuando los emisores sean entidades supervisadas por la Sugef, encuentran una doble regulación y supervisión en cuanto al suministro de información que deben dar a las entidades correspondientes. El suministro de información está ligado a la transparencia y por ende entre más control ejerzan los entes supervisores en este aspecto, mayor protección recibirá el consumidor, o en este caso el inversionista.

Ahora bien respecto de los intermediarios, estos se dividen en dos, los puestos de bolsa y las sociedades administradoras. La Bolsa Nacional de Valores (2015), define los Puestos de Bolsa como:

Un Puesto de Bolsa es una sociedad anónima, autorizada por la Bolsa de Valores correspondiente, cuya actividad principal es proponer, perfeccionar y ejecutar, por cuenta de sus clientes o por cuenta propia, la compra o venta de valores, según las disposiciones legales y reglamentarias correspondientes. (Página Web, Sugeval).

Para que un puesto de bolsa pueda ejercer de manera autorizada en el país, debe seguir los requisitos que el Reglamento sobre Puestos de Bolsa señala. El artículo 2, de este Reglamento indica:

Artículo 2: Concepto de Puesto de Bolsa.//El puesto de Bolsa es aquella sociedad anónima autorizada por la bolsa, de conformidad con los requisitos establecidos (en la Ley Reguladora del Mercado de Valores), y en este Reglamento, para realizar las actividades autorizadas por dicha ley o por la Superintendencia General de Valores. (República de Costa Rica, Ley 7 732, del 27 de marzo de 1998).

En Costa Rica existen 16 puestos de bolsa, entre los que se incluyen entidades tanto públicas como privadas. Dentro de las principales funciones que estos puestos de bolsas desempeñan pueden mencionarse:

- *Comprar y vender valores por cuenta de clientes o por cuenta propia.*
- *Asesorar a los clientes en materia de inversiones y de operaciones bursátiles.*
- *Prestar servicios de administración individual de carteras.*
- *Cumplir con las disposiciones de la ley y los respectivos reglamentos;*
- *Proporcionar información estadística financiera;*
- *Llevar registros sobre las operaciones que realizan;*
- *Entregar a sus clientes copias de las boletas de transacción;*
- *Poner a disposición de la Superintendencia y el público su composición accionaria y la de sus socios (en el caso de que éstos sean personas jurídicas)*

(Página Web, Bolsa Nacional de Valores Costa Rica, 2015).

En cuanto al segundo intermediario presente en este mercado se encuentran las sociedades administradoras. Estas sociedades cuenta con una regulación específica, El Reglamento General sobre Sociedades Administradoras y Fondos de Inversión (República de Costa Rica, 15 de enero del 2009). El artículo dos de este cuerpo normativo indica cual es la función que realizan estas sociedades:

*Artículo 2. Objeto social y régimen de autorización previa`
Las sociedades administradoras de fondos de inversión (en adelante sociedades administradoras) deben ser sociedades anónimas o sucursales de sociedades extranjeras*

cuyo objeto exclusivo es la administración de fondos de inversión y complementariamente la comercialización de fondos de inversión locales o extranjeros. La constitución de sociedades administradoras o sucursales requiere de la autorización previa del Superintendente General de Valores.//La SFI, es una sociedad anónima, de objeto único, autorizada por un ente regulador para la administración de carteras mancomunadas. Ejecuta una función de manejo administrativo y de toma de decisiones sobre la cartera de inversiones que tiene el Fondo de Inversión, buscando obtener la mejor rentabilidad sobre los activos del Fondo en concordancia con sus objetivos y limitaciones que son dictadas por el ente regulador y por el Prospecto del Fondo. Administra los fondos por cuenta y riesgo del inversionista (BAC San José, 2014).

En Costa Rica, tales sociedades son las únicas autorizadas para administrar fondos de inversión, sin embargo, la normativa les permite designar entidades comercializadoras que pueden ser: Los puestos de bolsa, bancos, financieras y demás regulados por la Superintendencia General de Entidades Financieras, las sociedades administradoras de fondos extranjeros que se ajusten a la regulación local, y sociedades anónimas creadas con ese fin.

La información referente a las sociedades administradoras de fondos de inversión puede ser consultada en el Registro Nacional de Valores e Intermediarios (RNVI), el cual consiste en “...*el conjunto de información oficial y de carácter público relacionada con las entidades y personas autorizadas para ofrecer sus productos y sus servicios en el mercado de valores costarricense*”. (Sugeval, 2010).

En el RNVI, se encuentran inscritos todas las personas, físicas y jurídicas que, de una u otra forma, tienen una injerencia en el mercado de valores. Dentro de la información que puede encontrar en este registro esta:

- Inscripciones y desinscripciones de participantes: entidades autorizadas para brindar servicios en el mercado de valores.
- Inscripciones y desinscripciones de productos financieros: títulos valores y fondos de inversión autorizados para ser ofrecidos en el mercado costarricense.
- Información financiera y operativa: informes periódicos presentados por los participantes del mercado.

Puede accederse al RNVI, mediante la página web de la Sugeval, este tipo de plataformas son trascendentales para un adecuado funcionamiento del mercado de valores, ya que permite a todas las partes involucradas, estar informados sobre movimientos y transacciones de su interés. Estos mecanismos hacen que las asimetrías informativas del sector financiero se vean disminuidas. Por su parte, el Banco Mundial (2012), hace referencia a esta importancia de buscar formas de suministrar información

en el mercado de valores diciendo:

La divulgación de toda la información relevante a un cliente de un intermediario de valores, asesor de inversiones o CIU es uno de los aspectos más importantes de la protección del consumidor en el sector valores. La información completa acerca de los servicios provistos al cliente es de suma importancia para darle al cliente la habilidad de tomar decisiones fundamentadas con relación a qué intermediario, asesor o CIU usar (p.39).

Sobre este último intermediario mencionado, se ha dicho que estas sociedades son las que administran los fondos de inversión. Los fondos de inversión son otro elemento clave de este mercado, el cual pasa a estudiarse a continuación.

La Sugeval (2010) define los fondos de inversión como:

Un fondo de inversión es un patrimonio formado por el ahorro de muchos inversionistas que permite adquirir una cartera diversificada de "activos" y es administrado por un grupo de profesionales en materia de inversiones.

A diferencia de lo que ocurre cuando uno "mete" su dinero en una cuenta corriente, al invertir en un fondo de inversión el inversionista pasa a ser copropietario de todos los valores en que ha invertido el fondo. Por esa razón, su inversión depende de lo que ocurra con el precio de los títulos o de los activos que en su nombre ha comprado el fondo de inversión.

De acuerdo con la normativa vigente, los fondos de inversión pueden ser administrados de manera exclusiva por las sociedades administradoras de fondos de inversión (Página Web, Sugeval).

Las ganancias o pérdidas en un fondo de inversión financiero provienen de los cambios en los precios de mercado de los valores que conforman la cartera y de los intereses que estos valores devenguen. Al ser un fondo colectivo la cantidad de recursos es mayor, sin embargo los riesgos también lo son. En este punto, se empieza a notar la complejidad que caracteriza este mercado de valores, además de los altos riesgos inherentes en este. Existen diferentes tipos de riesgos que corre el inversionista, al invertir en determinado fondo financiero:

- I. *Riesgo de precio: Es la posibilidad de que baje el precio de valores en que invierte el fondo. Puede presentarse si suben las tasas de interés de mercado. // II Riesgo de tipo de cambio: Se refiere a casos donde la moneda en que están expresadas las inversiones del fondo pierde valor frente a otras monedas y la cartera del fondo vale menos en términos de esas monedas. // III. Riesgo de solvencia del emisor: Es el riesgo de que algunos de los emisores de los valores en que invierte el fondo no puedan hacer frente a sus obligaciones. Los procesos de cobro pueden implicar que se pierda una parte o la totalidad de las inversiones. // IV. Riesgo de liquidez: Para obtener dinero (liquidez) y pagar a los inversionistas, la administradora del fondo puede vender parte de los activos en la*

cartera. En determinadas condiciones del mercado sucede que tales valores no se pueden vender con rapidez o pierdan parte del precio al negociar. // V. Riesgo de operación: Para cada fondo se definen reglas propias de funcionamiento que la sociedad administradora debe cumplir y que se dan a conocer en el prospecto. No obstante, usted como inversionista se puede ver perjudicado por culpa, dolo o negligencia de la sociedad administradora o de algún empleado. // VI. Riesgo de concentración: Resulta cuando el fondo invierte altas proporciones en determinados valores, lo que aumenta su vulnerabilidad ante cambios negativos en estos. (República de Costa Rica, página web de la Sugeval).

Existen empresas que se dedican a calificar los riesgos de este tipo de inversiones, las cuales se denominan calificadoras de riesgo.

Son entidades autorizadas por la Sugeval, para emitir calificaciones de riesgo de los valores. Las calificaciones de riesgo son una opinión técnica y objetiva sobre la capacidad de pago de un emisor, expresada mediante una escala de letras y números, que se obtiene a partir de una metodología que debe ser inscrita ante la Superintendencia (Sugeval, 2010).

Es importante tomar en consideración que una calificación de riesgo no es una recomendación para que el inversionista compre o no lo haga. Es un aditivo, que el inversionista decidirá si toma en cuenta o no lo hace a la hora de invertir. Otro aspecto sobre las calificadoras de riesgo, es que esta calificación es obligatoria para todos los fondos de inversión abiertos o cerrados, financieros y no financieros, y de los fideicomisos que funcionan como fondos de inversión que sean privados en nuestro país. Por ley, las emisiones de valores del Estado no están obligadas a calificarse. Anteriormente, se mencionaron los puestos de bolsa, estos puestos de bolsa son fiscalizados por una entidad, la cual vigila su funcionamiento, esta entidad es la Bolsa de Valores. En Costa Rica hay una única bolsa de valores: La Bolsa Nacional de Valores. Toda persona que desee invertir a través de la Bolsa Nacional de valores debe acudir a un puesto de bolsa donde se pondrá de acuerdo sobre los términos de la transacción, condiciones de precio y liquidación. En el Puesto de Bolsa un agente corredor realizará la negociación conforme lo estipulado y entregará a la persona el resultado de la negociación.

Ya han sido analizadas cada una de las partes que integran al mercado de valores en Costa Rica, dejando para el final al inversionista, ya que el inversionista en este mercado, representa al consumidor financiero. En este caso este tipo de consumidor es el que se enfrenta al mercado más complejo del sistema financiero, y es el que está expuesto a mayores riesgos, que afecten sus intereses económicos.

Sobre el particular, hace referencia Blanco (2012):

Respecto de los consumidores 'simples', bastará con darles información para su decisión de consumo, con diferentes escalas de complejidad, desde los bienes y servicios más sencillos, hasta los más complejos (artículos de tecnología, servicios médicos, entre otros). En el caso de los consumidores financieros, se requerirá disponer de oficiales de información en las entidades financieras que expliquen a los clientes las características y los riesgos de los productos financieros. Y de tratarse de los clientes inversionistas, a estos se les deberá entregar información material, por lo que se exigen menciones obligatorias en los prospectos de información de la oferta pública de valores, realizados por los especialistas en banca de inversión (p.142).

Ya se había indicado lo importante que es suministrar una adecuada información para el consumidor, para que este pueda comprender los efectos del servicio que va a adquirir. En el caso de los consumidores inversionistas, la necesidad de una adecuada información es trascendental para que la inversión se realice dentro de un círculo de transparencia y los derechos del inversionista encuentren el debido resguardo. En cuanto al tema de la protección del inversionista, indica el Banco Mundial (2012):

Por muchos años se ha reconocido que la protección al consumidor en el sector de los valores es de suma importancia para el desarrollo de la profundidad e integridad de los mercados de valores. La relación entre una entidad que provee productos y servicios de inversión a los clientes, como un intermediario, asesor de inversiones o institución de inversión colectiva (CIU, por sus siglas en inglés) y sus clientes es la base para un funcionamiento justo, sólido y eficiente de los mercados de valores. El mantenimiento y aplicación de la integridad de esa relación ha sido el objeto de la acción reguladora gubernamental y de la cooperación internacional por muchos años y es la base para el desarrollo de estas buenas prácticas (p.37).

La protección del consumidor tiene dos vertientes una que es la regulación que el Estado le ofrece, y la otra es la protección que el mismo consumidor se da. La segunda se logra mediante la diligencia que el consumidor realice antes, durante y después de contratar o adquirir algún servicio financiero. Dentro de las recomendaciones que la Sugeval le brinda a los inversionistas se encuentran: Saber qué clase de inversionista es, esto se logra concretando con cuanto capital se cuenta, y que mercados son más acertados invertir para el inversionista.

La segunda recomendación que brinda la Sugeval (2010), es que el inversionista se informe: *Usted debe tomar decisiones y para hacerlo tiene el derecho de obtener la información veraz de la manera más clara y completa posible. Es su responsabilidad leerla y entenderla.* En esta recomendación quiero detenerme por un momento. Me indica que el emisor tiene que suministrar una información clara y veraz al inversionista. El tema

por considerar es que por más claro que el emisor intente transmitir dicha información en el respectivo documento, se ha notado la complejidad que emana el mercado de valores.

Se supone que el inversionista se considera como un empresario, por lo tanto se le atribuye un mayor conocimiento en temas financieros. Sin embargo, esto no debe hacerse, el consumidor general, financiero o inversionista, debe tomarse como cualquier persona promedio, a la cual se le debe explicar que es y los efectos de lo que está contratando. Como antes se mencionó en el mercado de valores existen sociedades destinadas a evaluar los riesgos de los inversionistas, y resulta bastante aconsejable que antes de invertir se evalúen estos criterios técnicos. Sin embargo, a pesar de estas calificadoras, los emisores de valores deben darle al futuro inversionista el detalle de la inversión y toda la información relevante relacionada. Es parte de sus obligaciones dentro de la relación contractual que se está tramitando. Claro está, no se pretende que la información que le brindan al futuro inversionista, venga a sustituir el deber de diligencia de esta persona, ya que al querer ingresar a este mercado el inversionista debe estudiarlo si quiere que los riesgos sean menores.

Ya se ha mencionado el deber por parte de Estado de educar a los consumidores; no obstante, esta obligación no es solo del Estado, y cada consumidor deberá informarse y educarse lo más que sea posible, a efectos de proteger su interés, pero también hacer más fructífero el sistema financiero. En este sentido, la ASBA (2012), indica:

La tutela de los derechos del consumidor dependerá de las decisiones financieras que tome el propio consumidor, de acuerdo con los contratos adquiridos con las instituciones financieras. // Por ello, el conocimiento del sistema y de los principios de finanzas personales y familiares es esenciales para mitigar las fallas de comprensión y conflictos con las entidades financieras (p.15).

Dado que el mercado de valores resulta ser tan dinámico resulta ser mayoritaria la necesidad de que el inversionista se informe de previo, estudie y entienda que es el mercado de valores, conozca en qué producto va invertir, los riesgos, las ganancias, el plazo, que entienda conceptos básicos. Y una vez que tenga toda esta información clara y la maneje decida si invierte o no lo hace. Sobre la preparación del inversionista antes de invertir, y la información que debe recibir, la Sugeval (2010), recomienda:

La información y asesoría debe ser la que sus circunstancias económicas y personales requieren. Para ello, el asesor o intermediario debe contar con personal que tenga el conocimiento y la experiencia necesarios para brindarle ese servicio. Usted además tiene el derecho de solicitar cualquier aclaración cuando surjan dudas y documentación adicional si lo considera conveniente. Tome en cuenta de que los intermediarios (puestos de bolsa y sociedades administradoras de fondos de inversión) cobran una comisión a cambio de sus servicios. Compare

y seleccione el que, a su criterio, le brinda más o mejores servicios o productos y tarifas más acordes a sus necesidades. (República de Costa Rica, página web Sugeval).

Tal y como se ha visto es obligación del inversionista leer y comprender la información que el emisor le suministre, en el caso del mercado de valores cuando esta información no sea clara existen las empresas con personal especializado que lo pueden ayudar y el inversionista puede acudir a ellas mientras pague sus servicios. Sin embargo, muchas veces, el consumidor no puede pagar esta asesoría extra, o simplemente el mercado no las ofrece. Esta es la posición que comparte Blanco (2012) al respecto:

Pero a pesar de las numerosas obligaciones de suministro de información que se debe otorgar al mercado, estas no parecen equilibradas con deberes de los inversionistas respecto de la lectura y análisis de los prospectos de información de los emisores de valores en oferta pública, y su comprensión respecto del riesgo de los papeles, bien sea directamente o buscando la debida asesoría, antes de tomar las respectivas decisiones de inversión. La pregunta que queda es respecto de la utilidad para los inversionistas de tal cúmulo de información, frente al costo que representa para los obligados a otorgarla y para las autoridades, y de la eficacia (en su sentido amplio) de la regulación para la protección de los inversionistas. (Pág. 149).

Cabe de este modo preguntarse, el solo hecho de suministrar información, es derecho a la información, en repetidas ocasiones ya se ha hecho mención sobre la complejidad del sistema financiero por ende el hecho de darle un contrato extenso con términos jurídicos y económicos a un consumidor para que este lo lea antes de que lo firme. Esto no es derecho de información. Tal y como lo explicaba Blanco, existe un desequilibrio respecto de la información que el consumidor y la forma en como la recibe, en cuanto a la obligación del consumidor de leer esta información y entenderla.

Otro de los aspectos que el inversionista debe tomar en consideración en el momento de invertir es sobre la institución en la que va a invertir, lógicamente es recomendable invertir solo en entidades que se encuentren autorizadas:

En el mercado de valores costarricense existe un marco legal e instituciones que velan por sus derechos: Ley Reguladora del Mercado de Valores (7 732), sus Reglamentos y la Superintendencia General de Valores (Sugeval). La Sugeval lleva a cabo procesos de autorización, supervisión y fiscalización, cuyo objetivo es la transparencia de la información, la correcta formación de precios y la protección del inversionista. También se ofrece al público información financiera y operativa periódica sobre los participantes y valores inscritos. Además, la autorización para hacer oferta pública únicamente se concede a participantes del mercado que han cumplido con una serie de requisitos que le permiten al inversionista contar con información acerca de los productos y servicios que se ofrecen en el país. Esta es la principal diferencia entre invertir en una entidad

regulada y una que no lo es.

Ahora bien ya se habló de la fase previo a convertirse en inversionista y de las precauciones que se deben tomar en cuenta. Es momento de conocer que derecho tiene el inversionista ya consolidado como tal, y que servicios tiene a su disposición la Sugeval. Una vez que el inversionista, invierte su dinero este debe estar pendiente del mismo y estar revisando constantemente los movimientos y estados actuales de las inversiones:

Saber qué pasa con el dinero que invirtió es uno de sus deberes básicos como inversionista. Para ello es necesario contar con información relevante y actualizada acerca de sus inversiones. El estado de cuenta que le remite el intermediario mensualmente es fundamental para dar seguimiento a sus inversiones. Exija su envío periódico, revíselo y asegúrese de comprenderlo en todas sus partes. Por ley los emisores e intermediarios inscritos deben comunicar periódicamente hechos relevantes e información operativa y financiera. A partir de dicha información y si no se cumple lo que usted esperaba consulte a la entidad sobre las causas. Además, si compra acciones, participe en las asambleas de accionistas. Este seguimiento podría hacerle variar las decisiones relacionadas con su inversión (República de Costa Rica, Sugeval, 2010).

Sobre el tema de la información, La Ley Reguladora del Mercado de Valores, menciona en uno de sus artículos la obligación de informar por parte de los emisores, de este modo, se demuestra que bajo diferentes redacciones, existe una regulación del derecho a la información en los diversos mercados. Así el artículo 150 dice:

Con las salvedades previstas en esta Ley, la Superintendencia podrá ordenar a los emisores de valores y a cualquier otra entidad relacionada con los mercados de valores, que comunique de inmediato al público, por los medios razonables y proporcionados que la Superintendencia determine, cualesquiera hechos o informaciones que a su criterio sean relevantes para el público inversionista y cuya difusión sea necesaria para garantizar la transparencia del mercado. Si la entidad apercibida se negare injustificadamente a divulgar la información requerida, la Superintendencia podrá hacerlo directamente por cuenta de aquella, y podrá certificar, con carácter de título ejecutivo, el costo de las publicaciones para proceder a su recuperación, sin perjuicio de las sanciones que corresponda imponer al infractor (República de Costa Rica, Ley 7 732, del 27 de marzo de 1998).

Este artículo es muy importante. Muestra que existe una regulación del tema de la información dentro del mercado de valores. Ya que los emisores no tienen la libertad de esconder información que sea relevante para los inversionistas. Y aquí se resalta una vez más la importancia de los órganos supervisores de los diferentes mercados, en este caso la Sugeval tomará el control y suministrará la información que sea necesaria, y claro está la entidad posteriormente recibirá las sanciones correspondientes por su negativa a

entregar información.

De ahí la importancia de invertir en una entidad regulada, ya que por ley les están dadas las obligaciones que deben acatar. Y, en caso de que estas no se cumplan a cabalidad, el inversionista puede acudir a la entidad reguladora en este caso la Sugeval y plantear su denuncia. Lo recomendable es primero acudir a la entidad, plantear el problema y tratar de buscar una solución, sin embargo si esto no es posible lograrlo, debe acudir a la Sugeval:

Lo que hará la Sugeval es efectuar una investigación preliminar del asunto para determinar si existen elementos que impliquen una posible violación a la normativa del mercado de valores y, en caso de existir elementos, se realizará la apertura de un procedimiento administrativo en el cual se determinará si se impone a la entidad una sanción administrativa que dependerá del tipo de falta. Tome en cuenta que Sugeval no tiene la potestad de ordenar la devolución de dinero al cliente o reconocimiento de daños y perjuicios; esos aspectos deben ser reclamados en la vía judicial (República de Costa Rica, Sugeval, 2010).

De acuerdo con la Ley Reguladora del Mercado de Valores, las sanciones pueden ser muy graves, graves y leves, esto va a depender de la gravedad de la situación. Estas pueden ir desde revocar la autorización para operar en el mercado de valores, hasta una amonestación. El numeral 165, de este cuerpo normativo, dispone:

Artículo 165. Imposición de sanciones por parte de las bolsas// Las bolsas de valores tendrán competencia para imponer las sanciones previstas en este título en relación con los puestos de bolsa y los agentes de bolsa que operen en esta. Para ello, deberán aplicar un procedimiento equivalente al indicado en este título. Cuando una bolsa inicie un procedimiento sancionatorio, deberá comunicarlo de inmediato a la Superintendencia, en la forma que esta lo disponga reglamentariamente. La resolución que inicia un procedimiento y la resolución final de la bolsa tendrán recurso de apelación ante la Superintendencia, el cual deberá interponerse dentro de los tres días hábiles siguientes a su notificación. Para apelar, estarán legitimadas las personas a quienes se les haya impuesto una sanción, pero también cualquier otra persona física o jurídica que tenga interés legítimo en que se modifique la resolución, sea o no sancionatoria (República de Costa Rica, Ley 7 732, del 27 de marzo de 1998).

A pesar de que la Sugeval tiene competencia para sancionar a las entidades que incumplan con sus obligaciones, esta no puede pagar daños y perjuicios a los consumidores afectados, ya que no tiene potestad para esto. Para poder obtener una retribución económica, el consumidor debe acudir a la vía judicial, o si en el contrato se pactó algún medio de resolución alterna de controversias, iniciar un proceso en la vía correspondiente. Es muy bueno que las entidades supervisoras cuenten con buenas plataformas virtuales, las cuales les brinden información a los consumidores. Esta es una

de las recomendaciones que realiza la ASBA (2012):

La información fácil, didáctica y comprensible es una herramienta clave en la formación del consumidor ya que le permite sentirse familiarizado con los productos que utiliza, lo que hace más productiva su relación con el sistema financiero.

Resulta complicado encontrar con facilidad información sobre productos y servicios donde se describa cada producto en particular. La divulgación de esta información es muy importante, pues orienta al consumidor financiero acerca de los aspectos básicos de los servicios que necesita, permitiéndole tomar decisiones mejor informadas. En muchos países se brinda amplia información, pero de forma muy especializada y de difícil comprensión, lo cual entorpece el proceso de comunicación con el cliente (p.21).

En cuanto este aspecto la Sugeval lo desarrolla muy bien, ya que en su página web se encuentra gran cantidad de información explicada de forma clara y comprensible. Además de la normativa que regula el Mercado de Valores, consejos para los inversionistas, informes y estadísticas actuales del mercado. Por otra parte, la Sugeval ofrece un Departamento de Información y Comunicación con personal especializado para atender sus consultas y denuncias, las cuales las puede realizar por vía correo electrónico o asistiendo personalmente a las instalaciones de la Sugeval. De modo tal se pone de manifiesto que el Mercado de Valores, trata de tener mecanismos para estar en constante comunicación con los inversionistas y brindarle la información que necesiten. En cuanto a las denuncias que se plantean contra las entidades emisoras de valores sería bueno conocerlas y que estén para el conocimiento del público, las cuales no es una información que en este momento pueda conocer.

A continuación se analizará el segundo sector del sistema financiero, el sector bancario, regulado por la Sugef.

La Sugef: El segundo grupo que integra al sector financiero en nuestro país es el sistema bancario, quizás es el más conocido, ya que es el que con mayor frecuencia interactuamos cotidianamente. Antes de mencionar las funciones de la Sugef, es preciso conocer un poco sobre el desarrollo de la Banca en nuestro país. La actividad bancaria en nuestro país se inició con el desarrollo del café, para, para lo cual se necesitó un financiamiento, el cual se produjo de la siguiente forma:

Se da una consolidación de la clase hegemónica: los cafetaleros, que toman el control del Estado. Conforme la expansión cafetalera se fue incrementando los precios de la tierra y mano de obra, y los costos de las técnicas para el cultivo y beneficiado fueron creciendo, lo que hizo necesario el financiamiento externo proveniente de casas comerciales inglesas. Estas casas comerciales concedían crédito sobre las cosechas, empleando representantes y compañías comerciales costarricenses, las cuales a su vez prestaban a pequeños

y medianos propietarios, muchos de los cuales perdieron sus propiedades por no poder pagar sus deudas. Se puede afirmar que con el control del crédito estos cafetaleros comerciales adquirían tierras, beneficios y subordinaban con los mecanismos de crédito impuestos a medianos y pequeños productores (UNED, 1997, p. 1).

A mediados del siglo XIX, nuestro país aumentó su actividad comercial, agricultura y población, por lo que la necesidad de una institución que agilizara el comercio y movilizara los recursos económicos era evidente. El primer Banco del país, inicia operaciones el 15 de junio de 1858, mediante el Contrato Medina-Cañas, entre el señor Crisanto Medina y el Sr. José María Cañas, entonces Ministro de Hacienda y Guerra, dando como resultado el Banco Nacional de Costa Rica, también conocido como Banco de Medina. Este banco no dura ni un año en el mercado, por diversas situaciones que se vivieron en el país durante esta época, UNED (1997), explica:

Sus operaciones concluyen el 31 de marzo de 1859, debido a la imposibilidad de colocar el capital y a errores administrativos. Dicha situación, seguida por el golpe de estado del 14 de agosto del mismo 1859, termina con la posibilidad de abrir de nuevo el banco. (UNED, 1997, p. 1).

Durante los años siguientes, se crearon nuevas entidades bancarias, tanto de particulares como del Estado, pero existía la dificultad de reunir el capital necesario y en ciertas ocasiones se produjo cierre de algunas, por la actitud negativa del Gobierno. Ya en el año 1948, con la Junta Fundadora de la Segunda República en el poder como gobierno provisional, se da la nacionalización bancaria, mediante el Decreto de Ley de Nacionalización Bancaria 71 de 1948.

Entre las principales razones que motivaron la nacionalización de la Banca se encuentran:

Que todas las actividades agrícolas, industriales y comerciales, dependen vitalmente del crédito bancario, cuya orientación es determinante del progreso o estancamiento del país. // Que las funciones económicas de gran magnitud no deben estar en manos particulares, sino que constituyen, por su propia naturaleza, una función pública. // Que las actividades de los bancos particulares no consisten exclusivamente en la colocación de sus propios recursos, sino que movilizan el ahorro nacional y las disponibilidades financieras del país, representadas por los depósitos del público. (UNED, 1997, p. 9).

Ya para esta época existían cuatro Bancos Estatales Nacional, Bancrédito, Costa Rica y Anglo. Regulados por la Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional. Además de estos surgen otros Bancos nuevos, enfocados en necesidades específicas de la población. Aparecen el Banco Popular, La Banca Cooperativa, La Banca Solidarista. Sin embargo, a pesar del monopolio estatal sobre la banca, en la década de los ochentas

surgen una serie de movimientos por parte de los entes crediticios privados, Cubero (2003) explica como fue este desarrollo:

A mediados de la década de los ochenta se empezaron a materializar las primeras ideas que hacía tiempo se venían gestando en torno a la necesidad de introducir profundas reformas al sistema financiero nacional. Con anterioridad a esta época se tomaron medidas como la promulgación de la Ley de Regulación de Empresas Financieras no Bancarias en 1972, que permitió a las empresas privadas que no formaban parte del Sistema Bancario Nacional participar en función de intermediación financiera, y captar recursos del público mediante la emisión de certificados de inversión, a plazos no menores a los 180 días. En 1978 se introduce una reforma en la fijación de las tasas de interés, por un acuerdo de la Junta Directiva del Banco Central. Se pretendió eliminar la represión financiera por medio de dos mecanismos para determinar las tasas de interés. El primero consistió en determinarlas de acuerdo con el costo de los recursos en los mercados internacionales; y el segundo consistió en dar libertad a los intermediarios financieros para que ellos determinaran su tasa de interés.

Estas ideas ligadas, también a las tasas de intereses de los entes públicos, respecto de los privados, además de la incapacidad de las entidades públicas de responder por las necesidades del país, incrementan la posibilidad de terminar con este monopolio. De modo tal se fueron tomando algunas medidas encaminadas a este fin: *La reforma a la Ley de la Moneda, aprobada el 19 de agosto de 1984, permitió un mayor ámbito de acción a la banca privada, le permitió el acceso a programas crediticios del Banco Central en los mismos términos que participan los bancos estatales. Bajo estas condiciones en el lapso de 30 años, se constituyeron cinco bancos privados. (UNED, 1997, p. 13).*

Dentro de la segunda parte de lo que fue el desarrollo de la Banca Privada en el país se encuentran, una serie de reformas a cuerpos normativos:

...a la Ley Orgánica del Banco Central, así como reformas parciales a otras leyes tales como la Ley de la Moneda, Ley Orgánica del Sistema Bancario Nacional y otras leyes financieras conexas; esto con el objeto no sólo de dar una pronta solución a los problemas anteriormente descritos, sino también, lograr la reforma del Sistema Financiero, convirtiéndolo en uno más eficiente y competitivo a la par de los sistemas financieros internacionales operantes hoy en día. (UNED, 1997, p. 14).

Y, finalmente, para el año 1995, Ley Orgánica del Banco Central de Costa Rica (7 558), declara de interés público la fiscalización de las entidades financieras y crea la Superintendencia General de Entidades Financieras (Sugef), bajo la misma figura jurídica de la desconcentración máxima, pero esta vez dotada de mayores poderes y mayor autonomía administrativa, mediante la institución de su propio Consejo Directivo.

La Sugef se crea para que sea el ente supervisor de las entidades financieras que se encuentran bajo su control. Dentro de las principales funciones que esta entidad desarrolla, se encuentran:

Velar por la estabilidad, la solidez y el funcionamiento eficiente del sistema financiero nacional.//Fiscalizar las operaciones y actividades de las entidades bajo su control.//Dictar las normas generales que sean necesarias para el establecimiento de prácticas bancarias sanas.//Establecer categorías de intermediarios financieros en función del tipo, tamaño y grado de riesgo.//Fiscalizar las operaciones de los entes autorizados por el Banco Central de Costa Rica a participar en el mercado cambiario.//Dictar las normas generales y directrices que estime necesarias para promover la estabilidad, solvencia y transparencia de las operaciones de las entidades fiscalizadas.//Presentar informes de sus actividades de supervisión y fiscalización al Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero.//Cumplir con cualesquiera otras funciones y atributos que le correspondan, de acuerdo con las leyes, reglamentos y demás disposiciones atinentes. (Página web de la Sugef).

Como se menciona, la Sugef se encargará del desarrollo de políticas dirigidas a prácticas bancarias sanas, dentro de las cuales se encuentra el derecho de información, de ahí la importancia de conocer la normativa y funcionamiento de la sugef, ya que será el órgano que regula este derecho, además de ser la entidad a la cual puede acudir para denunciar el incumplimiento de alguna normativa por parte de alguna de las entidades reguladas. En la página de la Sugef, periódicamente se publican las entidades que supervisan, esto con el fin de que los consumidores revisen este listado, y cuando necesiten un servicio de alguna entidad financiera, acudan a una entidad regulada, ya que el hecho que este regulado otorga una mayor seguridad y protección para el consumidor.

El Banco Mundial (2012) enfatiza sobre la importancia de contar con un ente regulador de las entidades financieras:

Una agencia general de protección del consumidor, una entidad de supervisión financiera o una agencia especializada de protección del consumidor financiero debería asumir la responsabilidad de ejecutar, supervisar y hacer cumplir los derechos del consumidor respecto a los productos y servicios bancarios, así como de recolectar y analizar información (incluyendo la solicitud de información, quejas y disputas).// La agencia designada debería contar con suficientes fondos de manera que pueda cumplir su mandato de forma eficiente y efectiva. El trabajo de la agencia designada debería ser realizado con transparencia e integridad y debería rendir cuentas (p.11).

Dentro de las entidades que supervisa la Sugef, están los bancos, si bien no son las únicas entidades, ya que también se encuentran reguladas las entidades no bancarias

como las mutuales de ahorro y préstamo, las cooperativas de ahorro y crédito, y las asociaciones solidaristas todas realizan actividad financiera. Se pondrá mayor énfasis en los bancos, ya que son las entidades más comunes, lo cual no quiere decir que estas otras sean menos importantes, solo que para efectos del trabajo se enfocará en estas instituciones.

Los Bancos, por excelencia son intermediarios financieros. Cascante (2003), menciona sobre la actividad bancaria:

La actividad bancaria consiste en la intermediación financiera, en la circulación del dinero, en consecuencia, es de las típicamente comerciales. Las empresas bancarias cumplen una doble función: la pasiva consiste en la recolección de ahorros entre el público en forma habitual, y se ejerce mediante el depósito bancario, para destinarlos, por cuenta y riesgo del intermediarios, a cualquier forma de crédito o inversión en valores, independientemente de la figura contractual o jurídica que se utilice y del tipo de documento, registro electrónico u otro análogo en el que se formalicen las transacciones. La activa es el ejercicio del crédito y se realiza por medio de los contratos, la anticipación bancaria y unas amplias gamas contractuales, típicas y atípicas (p.127).

Según se ha indicado en la actividad bancaria siempre va a existir un movimiento de capitales ya sea de forma activa en donde la banca actúa como acreedor, o de forma pasiva en donde pasa a ser deudor. La primera de estas funciones es la que interesa en este trabajo, la activa, ya que en esta siempre va a utilizarse un contrato, el contrato bancario, el cual es fundamental en estas relaciones de consumo, ya que de acuerdo con la máxima de derecho "El Contrato es Ley entre las Partes". En este contrato, se fijan los términos en los que se va a desarrollar la relación entre consumidor y banco, además de las obligaciones y sanciones por incumplimiento para ambas partes. Cascante (2003) lo define como:

...es una operación por la cual la entidad de crédito bancaria pone fondos a disposición de un sujeto acreditado hasta una cuantía y plazo determinados, con obligación de restitución de los fondos dispuestos más los intereses y con posibilidad del acreditado de efectuar reembolsos totales o parciales en cualquier momento, manteniendo la disponibilidad (p.24).

Como todos los contratos, el contrato bancario tiene una serie de características que lo identifican, es consensual, bilateral, oneroso, conmutativo, de tracto sucesivo, pero también el contrato bancario se encuentra dentro del grupo de los contratos de adhesión.

Romero (s.f.) comenta sobre los contratos de adhesión:

En los contratos de adhesión, una de las partes establece las condiciones del contrato (predisponente), dejando a la contraparte (adherente) en la situación de tomarlo o dejarlo (ejemplos: contratos de seguros, tiquetes de avión, contratos

de transporte, etc.). Son convenios cuyas condiciones generales han sido predisuestas unilateralmente por una de las partes y deben ser adheridas en su totalidad por la otra parte contratante (p.188).

Como se explicaba al inicio los contratos de adhesión vienen a simplificar al empresario, ya que es un contrato estándar para todos los consumidores que deseen contratar, por ende agiliza las labores del empresario, pero también le elimina la posibilidad de participar en la redacción de las cláusulas al consumidor. Si bien este al final es el que decide si contrata o no, solo lo va a poder hacer con las condiciones que el banco le está dando. Aunque algunas veces si el consumidor lo plantea se pueden cambiar ciertos aspectos del contrato, claro está esto es la excepción, y se da solamente cuando el banco accede y cuando el consumidor a sí lo hace saber.

Cuando ya el contrato está predispuesto, en el cual se está concentrando un tema complejo, ya que como se ha mencionado los temas del sector financiero son de difícil comprensión, es cuando surge la asimetría informativa, en la cual una de las partes es quien maneja y conoce bien la información, Viguria (2012), dice al respecto:

La relación contractual entre una entidad financiera y consumidor implica que el primero conozca mayores detalles del producto y acceda a información privilegiada que le permitirá tomar decisiones eficientes. Dicha situación no ocurre con el consumidor puesto que no cuenta con la misma calidad ni cantidad de información.// Específicamente, en el caso del consumidor del sistema financiero, este afrontará información sobre los diferentes y variados tipos de productos financieros y servicios ofrecidos en el mercado, todos los cuales cuentan con información altamente compleja. Muchas veces, esta información no es comprendida por los clientes, generando desconfianza y por consiguiente, reclamos contra entidades financieras (p.136).

Aunado a este desconocimiento y esta asimetría informativa, muchas veces dentro de estos contratos bancarios, al ser de adhesión, algunas entidades bancarias toman provecho de esto e incorporan cláusulas abusivas. La jurisprudencia patria se ha referido al tema de las cláusulas abusivas en múltiples ocasiones:

La moderna doctrina se ha ocupado sistemáticamente del problema de las llamadas cláusulas abusivas. Al respecto se ha dicho: "Concretamente, se puede entender por cláusulas abusivas, las impuestas unilateralmente por el empresario, que perjudiquen de manera inequitativa a la otra parte, o determinen una posición de desequilibrio entre los derechos y las obligaciones de los contratantes, en perjuicio, por lo común, de los consumidores y usuarios (aunque también de cualquier otro contratante que no llegue a revestir el carácter de consumidor, como puede suceder, p. ej., en el contrato celebrado entre una empresa monopólica y una que deba someterse a las condiciones impuestas por aquella)". (Así: Juan M. Farina, Contratos comerciales modernos. Buenos Aires, Editorial Astrea, 1994, p. 138). Por otra parte, la misma doctrina reconoce que las cláusulas

abusivas, en última instancia, entrañan una lesión del principio de la buena fe contractual. En este sentido se sostiene: "Podemos decir que, en síntesis, todo el problema referido a las cláusulas abusivas debe hallar su adecuado remedio en la necesaria observancia de la buena fe en la celebración de estos contratos..." (Farina, op.cit., p. 149). En efecto, el problema de las cláusulas abusivas, tanto en los contratos de libre discusión como de adhesión, no puede analizarse con independencia del principio de la buena fe que debe regir en toda relación contractual.

Sentencia 065, emitida por la Sala Primera de la Corte, el 28 de junio de 1996.

Como lo menciona el Voto citado, lo que identifica si una cláusula es abusiva o no lo es, va a corresponder al desequilibrio de obligaciones que existan en el contrato para con una de las partes, así como las cláusulas que establecen sanciones solo a una de las partes, las cuales además son sanciones exorbitantes. Es importante tocar el tema de las cláusulas abusivas o leoninas, ya que lamentablemente en los contratos de adhesión por las condiciones de estos, es muy propenso a darse que se encuentren este tipo de cláusulas dentro de estos contratos. Al ser los contratos de adhesión, el medio por el cual el consumidor financiero contrata con este mercado, estas expuestas a firmar servicios, bajo condiciones abusivas.

El Código Civil regula la nulidad de las cláusulas abusivas, que se encuentren presentes en los contratos, el numeral 1 023, menciona:

ARTÍCULO 1 023.- 1) Los contratos obligan tanto a lo que se expresa en ellos, como a las consecuencias que la equidad, el uso o la ley hacen nacer de la obligación, según la naturaleza de ésta. // 2) A solicitud de parte los tribunales declararán la nulidad absoluta de las siguientes cláusulas contractuales: // a) Las de conformidad con las cuales el vendedor u oferente se reserva el derecho de modificar unilateralmente el contrato o de determinar por sí solo si el bien vendido es conforme al mismo; // b) La de fijación por el vendedor u oferente de un plazo excesivo para decidir si acepta o no la oferta de compra hecha por el consumidor; // c) La cláusula según la cual, los bienes pueden no corresponder a su descripción, al uso normal o al uso especificado por el vendedor u oferente y aceptado por el comprador o adherente; // d) La de reenvío a una ley extranjera para aplicarla a la ejecución o interpretación del contrato, para impedir que rijan los preceptos nacionales que protegen al consumidor; // e) Las que excluyen o restringen el derecho del comprador o adherente para recurrir a los tribunales comunes; // f) Las de renuncia por el comprador o adherente al derecho de rescisión del contrato en caso de fuerza mayor o en caso fortuito; // g) Las que reservan al vendedor u oferente el derecho de fijar la fecha de entrega del bien; // h) La que impone a una de las partes del contrato la carga de la prueba, cuando ello corresponde normalmente al otro contratante; // i) La que prohíbe al comprador o adherente la rescisión del contrato, cuando el vendedor u oferente tiene la obligación de reparar el bien y no la ha satisfecho en un plazo razonable; // j) La que obliga al comprador o adherente a recurrir exclusivamente al vendedor u oferente, para la reparación del bien o para la obtención y reparación de los

repuestos o accesorios, especialmente fuera del período de garantía; // k) La que imponga al comprador o adherente plazos excesivamente cortos para formular reclamos al vendedor u oferente; // l) La que autorice al vendedor u oferente, en una venta a plazos, para exigir del comprador o adherente garantías excesivas a juicio de los tribunales; // m) La que excluya o limite la responsabilidad del vendedor u oferente; // n) La que faculta al vendedor u oferente para sustraerse de sus obligaciones contractuales, sin motivo justificado o sin la contraprestación debida; // o) La que establezca renuncia del comprador o adherente a hacer valer sus derechos por incumplimiento del contrato o por defectuosa ejecución de éste; // p) La que no permita determinar el precio del bien, según criterios nítidamente especificados en el contrato mismo; // q) Las que autoricen al vendedor u oferente para aumentar unilateralmente el precio fijado en el contrato, sin conceder al comprador o adherente la posibilidad de rescindirlo; // r) Las que permiten al vendedor u oferente o al prestatario de un servicio, eximirse de responsabilidades para que sea asumida por terceros; // s) La que imponga al comprador o adherente, por incumplimiento del contrato, obligaciones de tipo financiero sin relación con el perjuicio real, sufrido por el vendedor u oferente. // 3) Toda persona interesada u organización representativa de los consumidores podrá demandar la nulidad de las cláusulas abusivas de los contratos tipo o de adhesión enumeradas en este artículo. / 4) Para demandar la nulidad de una cláusula abusiva de un contrato tipo o de adhesión, quienes carecieren de asistencia legal y de recursos económicos para pagarla tienen derecho a ser asistidos por los defensores públicos (República de Costa Rica, Ley 63, del 28 de setiembre de 1887).

Se evidencia de que hay una lista bastante extensa sobre las cláusulas que pueden llegar a considerarse abusivas. Sin embargo a pesar de que el Código Civil, regula con bastante amplitud este tema. Las cláusulas abusivas, van a ser todas aquellas que provienen de la mala fe del agente económico, y que restrinjan o anulen los derechos del consumidor.

Por otra parte Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, también enumera las características de las cláusulas abusivas, y por ende nulas:

Son abusivas y absolutamente nulas las condiciones generales de los contratos de adhesión, civiles y mercantiles, que: // a) Restrinjan los derechos del adherente, sin que tal circunstancia se desprenda con claridad del texto. // b) Limiten o extingan la obligación a cargo del predisponente. // c) Favorezcan, en forma excesiva o desproporcionada, la posición contractual de la parte predisponente o importen renuncia o restricción de los derechos del adherente. // d) Exoneren o limiten la responsabilidad del predisponente por daños corporales, cumplimiento defectuoso o mora. // e) Faculten al predisponente para rescindir unilateralmente el contrato, modificar sus condiciones, suspender su ejecución, revocar o limitar cualquier derecho del adherente, nacido del contrato, excepto cuando tal rescisión, modificación, suspensión, revocación o limitación esté condicionada al incumplimiento imputable al último. // f) Obliguen al adherente a renunciar con anticipación a cualquier derecho fundado en el contrato. // g) Impliquen renuncia, por parte del adherente, a los derechos procesales consagrados en el Código

Procesal Civil o en leyes especiales conexas// h) Sean ilegibles. (República de Costa Rica, Ley 7 472, de 1995).

En cuanto al primero de los incisos no es necesario que literalmente se diga que va a limitarse cierto derecho del consumidor, solo con que esto sea lo se extraiga del contrato, es suficiente para que sea una cláusula nula. La Teoría del Contrato señala que este documento genera obligaciones para ambas partes por lo que tanto el consumidor que está recibiendo el servicio debe tener una serie de obligaciones por cumplir, así también las debe tener la entidad bancaria. Estas obligaciones deben ser equitativas y mantener un equilibrio para ambas partes, ninguno de los intervinientes en esta relación contractual debe sopesar una carga mayor que el otro. Los derechos que se le otorgan al consumidor, no son para que este renuncie a ellos, son por el contrario para que los disfrute, por lo tanto un banco no puede obligar a renunciar a sus derechos a un consumidor. Cabe destacar del último inciso, que se refiere a la letra menuda o pequeña que muchas veces aparece en los contratos. Muchas legislaciones inclusive debido a estas prácticas regulan con qué tipo de letra y tamaño debe de ser redactado el contrato. Sobre el particular, Saavedra (2012) ha dicho:

Sin duda, la forma más común de transmitir la información al consumidor es el medio escrito, por lo que este ha recibido una mayor atención haciendo referencia al lenguaje utilizado, a la redacción, a su legibilidad y, específicamente, al tamaño y tipo de letra.// En aras de la protección al consumidor se deben eliminar aquellas prácticas que busquen esconder información, sea porque implican beneficios con costos correlativos para el empresario, sea porque se trata de información que lo coloca en cierta desventaja, como pueden ser las cláusulas limitativas de responsabilidad. El deber de información busca que haya mayor transparencia, y que se eliminen el factor sorpresa el error y el engaño (p. 160).

Otro de los supuestos es que estén redactadas en idioma distinto del español. Evidentemente, los contratos con los bancos deben ser en idioma español, la Constitución Política establece este como nuestro idioma oficial. Salvo, claro está, que la persona domine el otro idioma, especialmente en el caso de extranjeros. No ha logrado ubicarse el caso de persona no oriunda de país de habla hispana que reclame la nulidad de la disposición por no entender lo señalado, aun cuando no resulta descabellado. Continúa señalando la norma

j) Los que no indiquen las condiciones de pago, la tasa de interés anual por cobrar, los cargos e intereses moratorios, las comisiones, los sobrepagos, los recargos y otras obligaciones que el usuario quede comprometido a pagar a la firma del contrato.// Son abusivas y relativamente nulas, las cláusulas generales de los contratos de adhesión que: // a) Confieran, al predisponente, plazos desproporcionados o poco precisos para aceptar o rechazar una propuesta o

ejecutar una prestación. // b) Otorguen, al predisponente, un plazo de mora desproporcionado o insuficientemente determinado, para ejecutar la prestación a su cargo. // c) Obliguen a que la voluntad del adherente se manifieste mediante la presunción del conocimiento de otros cuerpos normativos, que no formen parte integral del contrato. // d) Establezcan indemnizaciones, cláusulas penales o intereses desproporcionados, en relación con los daños para resarcir por el adherente.

Todas estas ponen de manifiesto la ausencia del principio de buena fe, ya que se está dando un desequilibrio de obligaciones en la relación contractual. *En caso de incompatibilidad, las condiciones particulares de los contratos de adhesión deben prevalecer sobre las generales. Las condiciones generales ambiguas deben interpretarse en favor del adherente.* Romero (s.f.) sobre las condiciones ambiguas, explica que son: *En cuanto al punto de las condiciones generales ambiguas considero que también deben incluirse las oscuras, que podrá decirse que son ambiguas por carecer de claridad (p. 197).*

Algunos autores como Enrique Romero (s, f), consideran que el artículo 39, de la Ley 7 472, deroga el artículo 1 023 del Código Civil, debido a que Ley posterior, deroga ley anterior. Sin embargo, el artículo 1 023 del Código Civil no se encuentra derogado, y el artículo 39 de la Ley 7 472, y las demás leyes especiales que regulan el tema de las cláusulas leoninas, se deben ver como tratamientos más garantistas que vienen a cubrir en una mejor forma los derechos de los consumidores, así como regular nuevos supuestos. La Cámara de Bancos de Instituciones Financieras de Costa Rica ha emitido una serie de lineamientos sobre las clausulas en los contratos, para que sirva como marco de referencia para la redacción de los contratos en los bancos, sobre el particular, la CBF, menciona:

Condiciones que debería evitarse incluir en cláusulas generales de contratación que regulen productos o servicios bancarios y financieros: // Aquellas en las que el consumidor no puede oponer defensa alguna o que limiten los medios probatorios. // Renuncia a los derechos irrenunciables de los consumidores. // Aquellas que invierten la carga de la prueba en perjuicio del consumidor, excepto cuando sea obligación de éste aportarla. // Aquellas en que las condiciones del contrato no están claramente determinadas y especificadas para el cliente. // Aquellas que exoneren a la entidad de sus deberes.// Aquellas cláusulas que permitan a las entidades la modificación unilateral de los términos y condiciones del contrato, en los casos que se requiera la autorización del cliente.

Una cláusula abusiva siempre va a generar un desbalance de la relación contractual, ya sea que le genera más obligaciones o pagos exagerados a los clientes. Algunas de estas cláusulas son muy evidentes que son abusivas, otras por el contrario se esconden

detrás de palabras complejas o enredadas. Sin embargo, solo el juez determina cuando una cláusula es o no abusiva.

La CBF, además, recomienda para la redacción de las cláusulas contractuales:

Estén redactadas de manera clara y en lenguaje sencillo. Lo anterior, con el objetivo de facilitar su comprensión por parte del cliente. // Contengan la información esencial que el cliente debe conocer sobre el producto o servicio que adquiere. // Eviten dejar espacios en blanco (que corresponda completar cuando el cliente lo suscribe) y/o elementos sin determinar.

Un contrato bancario debe redactarse de una forma sencilla, lo anterior no quiere decir que tiene que ser un contrato corto, ya que, por lo general, no lo son, pero si este se encuentra redactado en forma sencilla, fácil de comprender, hace que la lectura del contrato que realice el cliente bancario sea más amena y lo más importante que entienda, lo que está leyendo. Un ejemplo de una adecuada regulación para el tema de las cláusulas abusivas es el de Perú:

La Superintendencia de Banca Seguros y AFP del Perú publica en su página web las cláusulas aprobadas, según el tipo de contrato para cada banco. Mediante resoluciones, la Superintendencia aprueba las cláusulas generales de contratación aplicables a cada contrato. Esto permite al cliente tener tranquilidad sobre las condiciones, pues las mismas han sido previamente revisadas por el supervisor (ASBA, 2012, p.16).

Se ha hecho mención a una institución, relevante dentro del sistema financiero, la Cámara de Bancos e Instituciones Financieras de Costa Rica, la cual es, “...una asociación gremial sin fines de lucro, especializada en el sector bancario y financiero. Su principal objetivo es representar al Sistema Financiero costarricense y promover su desarrollo y fortalecimiento” (Página web CBF). Esta institución ha logrado grandes aportes para el Sistema Financiero, entre los que se encuentra la creación de la Bolsa Nacional de Valores, así como su participación en la promulgación de diversas leyes anuentes al tema financiero. Pero, uno de sus grandes logros es la educación financiera que promueve, en este año, la CBF, realizó un gran logro en cuanto al tema de educación financiera:

En mayo del 2015 en París, la Junta Consultiva del Internacional Network on Financial Education (INFE) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), aprobó el ingreso de la Cámara de Bancos e Instituciones Financieras a este importante Foro Internacional de Educación Financiera.// De esta forma, la Cámara es la primera organización no gubernamental del país aceptada en este Comité Técnico de Educación Financiera de la OCDE, por lo que este ingreso ha resultado muy positivo para el sector bancario y financiero, pues le provee de información a datos especializados y de alto nivel que le permiten a la Cámara y al sector, enfocar sus acciones en

materia de Educación e Inclusión Financiera, según las mejores recomendaciones y estándares internacionales (Página web CBF).

Es muy importante este logro alcanzado, el hecho de que una asociación que promueve el desarrollo en temas financieros, pertenezca a un foro internacional de este tipo, permite conocer métodos nuevos para poder ser implementados en nuestros mercados. Además, a lo largo de este trabajo constantemente se han mencionado datos y publicaciones de la OCDE, ya que en temas financieros han desarrollado bastante y realizan estudios muy actuales sobre el sector financiero internacional. Una de las primeras influencias positivas recibidas por la OCDE, ha sido la promulgación del Acuerdo de Apoyo a la Educación e Inclusión Financiera, dado 8 de abril del presente año entre la CBF y el Presidente de la República:

De esta forma el sector bancario y financiero liderado por la Cámara, avanza y profundiza en la educación e inclusión financiera, asumiendo las recomendaciones y principios de la OCDE de contribuir a la mejora de la cultura financiera de la población en general y de los niños y jóvenes en particular, dotándoles de herramientas, habilidades y conocimientos para adoptar decisiones financieras informadas y apropiadas. Todo lo cual, a su vez, contribuye a fomentar la estabilidad y confianza en el Sistema Financiero y el desarrollo económico del país (Página web CBF).

En este acuerdo se incluye la instauración de programas como el de jóvenes banqueros en el MEP, así también los Bancos Estatales se comprometen a la realización de la Feria Nacional de Educación Financiera, la cual se realiza todos los años, para promover la educación e informar a los consumidores financieros.

El aspecto de la educación financiera es muy importante que sea promovido en todos los sectores que integran el sistema financiero. Siendo la actividad bancaria de gran importancia, que se desarrolle programas educativos entre sus consumidores. La mayoría de bancos, tanto Públicos como Privados en sus páginas web ofrecen información relevante sobre diferentes temas bancarios, que contribuyen a la educación del consumidor. Es aconsejable que los consumidores antes de acudir al banco visiten sus páginas web, la información que me suministren de forma personal no se compara con la que se consiga en línea, pero si ayuda a ir informado y conocer aunque sea de forma general como se llevan a cabo ciertas transacciones.

La ASBA (2012) clasifica la educación financiera en:

Cultura General:

La cultura general busca “alfabetizar” a la población en temas financieros básicos, como ser matemáticas financieras básicas, tasas de interés, generalidades sobre las entidades y los productos ofrecidos, aportándole al

consumidor conocimientos elementales de la estructura práctica, financiera y jurídica de los servicios financieros con el fin de permitirle aproximarse a una relación contractual más segura e informada.

Cultura Especializada:

La cultura especializada es impartida, en su mayoría, por las instituciones financieras, y consiste en informar a los clientes reales y potenciales sobre los productos específicos de sus portafolios. Este tipo de educación orienta al consumidor en la elección de la entidad y el producto que requiere, así como del adecuado manejo del mismo cuando ya ha celebrado un contrato con la institución prestadora (p.15).

Continuando con el tema de la educación, actualmente existe el Proyecto de la Red Costarricense de Educación Financiera, la cual es un programa que precisamente lo que busca es promover la educación en el sistema financiero, por el momento se encuentra formada por un grupo de 16 entidades públicas y privadas. Habrá que esperar para observar cuál es el desarrollo de esta nueva propuesta. El derecho de la educación y el derecho a la información siempre van a estar relacionados, cuanto más se me informe más educado respecto al tema va a encontrarse la persona.

Existen reglas sobre el manejo de la información en Ley Orgánica del Banco Central de Costa Rica (República de Costa Rica, Ley 7 558 de 1995) en su artículo 133, se menciona:

De la información que la Superintendencia mantiene en virtud del ejercicio de sus labores de supervisión preventiva, en materia de concentración de riesgos crediticios, la Superintendencia podrá informar a las entidades fiscalizadas sobre la situación de los deudores del sistema financiero, de acuerdo con las reglas que se establecen en los incisos siguientes...

Esta información que mantiene la Sugef, sobre los deudores, es gracias al CIC, el cual consiste en:

El Centro de Información Crediticia (CIC) es un sistema integrado de registro que consolida la información de la situación crediticia de los deudores de las Entidades del Sistema Financiero Nacional y su objetivo es informar acerca del historial crediticio y de la situación de endeudamiento de los deudores en dichas entidades (Página Web de la Sugef).

El CIC es regulado por medio del Acuerdo Sugef 7-06 REGLAMENTO DEL CENTRO DE INFORMACIÓN CREDITICIA, el cual dice en su numeral tres, lo siguiente:

Artículo 3. Centro de Información Crediticia El CIC es una aplicación informática que con base en la información que remiten las entidades financieras en el marco de la supervisión, genera reportes individuales de una persona sobre su situación crediticia actual e histórica en las entidades y calcula para la persona el nivel de comportamiento de pago histórico según lo establecido en el “Reglamento para la

Calificación de Deudores”. Adicionalmente, el CIC proporciona a las entidades la información de dominio público que éstas requieren sobre sus deudores y fiadores para cumplir con la normativa prudencial vigente y constituye la plataforma para dar mantenimiento al padrón de personas de la Sugef.

El CIC es necesario para que las entidades financieras puedan otorgar créditos a deudores que si puedan hacer frente a la deuda, y no otorgar créditos a personas que no van a poder pagarlos, de este modo la Sugef mantiene toda la información crediticia de los consumidores. Ahora bien, *contrario sensu* no existe, en nuestro país, una plataforma, oficina, que recolecte toda la información de las entidades financieras. Si bien en la página de la Sugef se encuentra una serie de datos, normativa, e información relevante, no hay algún lugar que indique la situación de las entidades financieras, en este caso, los bancos, las cooperativas, las mutuales, etc., las denuncias que se les han interpuesto, sus respectivas resoluciones, entre otros aspectos que sería bueno el público pudiese conocer. Sobre la importancia de conocer este tipo de información menciona, la ASBA (2012):

Una excelente herramienta para que el consumidor o cliente financiero pueda escoger la entidad con la cual se siente más seguro y a la cual le tiene mayor confianza para iniciar una relación financiera, es contar con estadísticas de fácil acceso y comprensión sobre la situación de dichas entidades en el mercado. Por ejemplo, esta información puede cubrir el nivel de calificación, seguridad, quejas y reclamos comparativamente con otras entidades de su misma naturaleza. La información presentada al cliente debe contener índices que faciliten la consulta, orienten sobre el contenido de la misma y le permitan utilizarla y manejarla adecuadamente. Para asegurar la eficacia de las iniciativas de información comparada, se deben utilizar criterios y herramientas estandarizadas que propicien una comparación o contraste de las instituciones bajo los mismos criterios. De esta manera, los consumidores podrán apreciar las diferencias entre instituciones de una manera más eficaz.

Esta comparación de las entidades financieras informa al consumidor pero a su vez le indica al entidad en que aspectos está por debajo que la competencia, lo cual genera que se esté en constante mejora y avance por parte de las instituciones bancarias.

Continúa mencionando la ASBA (2012), sobre el contenido de esta información comparativa:

Estadísticas de quejas. El consumidor financiero tiene derecho a conocer de manera permanente, cuáles son las reclamaciones presentadas en las entidades financieras y los motivos de las mismas. Estas quejas se pueden presentar por categorías, de tal manera que el cliente pueda determinar fácilmente cuáles son las más frecuentes.

Esta práctica permite también a las entidades financieras y a los supervisores,

medir la eficacia de los procesos internos y el nivel de satisfacción de sus clientes

Entidades más sancionadas. Este criterio busca orientar a los consumidores sobre las instituciones que más sanciones han recibido, especialmente asociados a los deberes de las entidades. Por ejemplo: quejas, información, transparencia, atención al cliente, etc.

Situación financiera de los bancos. Este criterio incluye indicadores fundamentales sobre la condición financiera de las instituciones que permitan al consumidor apreciar la condición de riesgo de la misma.

Este tipo de información, para el público costarricense actualmente es desconocida, lo cual genera un estado de incertidumbre y rompe con la confianza que debe existir en estas relaciones contractuales. Como forma de comparación, se citan ejemplos de países que si tiene esta información al alcance de todos:

Condusef en México informa a la opinión pública sobre las sanciones impuestas a las entidades por medio de comunicados. También diseña tablas que muestran los rankings de multas y sanciones.//La Superintendencia de Banca y Seguros de Perú emite, en su página web, boletines estadísticos del sistema financiero que permiten conocer los estados financieros de las entidades, el riesgo crediticio, de liquidez y de mercado, entre otros (ASBA, 2012).

Información de este tipo, y cualquier otra que sea relevante conocer, es fundamental contar con los mecanismos que permitan al consumidor acceder a la misma para que, de este modo, el principio de la confianza se encuentre presente en estas relaciones jurídicas. El Banco Mundial (2012), sobre el particular indica:

Las buenas relaciones entre los bancos comerciales que operan en un país y el público en general son cruciales para el desarrollo del sistema bancario de un país.//Es necesario que haya confianza mutua entre bancos y consumidores. Los sistemas bancarios son menos eficientes y accesibles cuando no existe transparencia en la fijación de precios, la protección y la conciencia del consumidor acerca de estos son inadecuadas, mientras que los mecanismos de resolución de disputas son costosos, prolongados e ineficaces (p.11).

Ahora bien, sobre el tema de las consultas, quejas o denuncias de alguna de las entidades fiscalizadas por la Sugef, la situación se maneja de la siguiente manera: "La presentación de quejas n el primer piso de nuestras instalaciones o bien, por medios electrónicos, llenando el formulario de quejas y denuncias el cual debe estar validado mediante su firma digital (Página Web, Sugef). De modo tal que existen dos formas de poner comunicarse con la Sugef, ya sea visitando sus instalaciones o por medio de correo electrónico, el problema de la segunda opción es que requiere contarse con firma digital.

De la misma forma como sucedía con la SUGEVAL, una vez presentada la queja o denuncia la Sugef se encargará de la investigación de la misma, y si efectivamente existe

algún incumplimiento por parte de la entidad regulada, se le sancionará de acuerdo a la normativa, sin embargo no podrá darse una indemnización económica al consumidor por esta vía. A continuación se analiza la tercera Superintendencia que conforma el sistema financiero, el mercado de los seguros, la Sugese.

Existió un monopolio en materia de seguros en Costa Rica por un periodo de 84 años, existiendo una única institución estatal que se encargaba del mercado de seguros. En el año 2008 mediante la Ley Reguladora del Mercado de Seguros (República de Costa Rica, Ley 8 653, del 7 de agosto del 2008), se da la apertura del mercado de seguros, así como la creación de la Superintendencia General de Seguros, la cual tiene como funciones:

La Superintendencia de Seguros es la entidad pública encargada de autorizar, regular, y supervisar a las personas físicas y jurídicas que intervengan en el negocio de seguros. // La Superintendencia es la entidad responsable de la autorización, regulación y supervisión de las personas, físicas o jurídicas, que intervengan en los actos o contratos relacionados con la actividad aseguradora, reaseguradora, la oferta pública y la realización de negocios de seguros. // Tiene por objeto velar por la estabilidad y el eficiente funcionamiento del mercado de seguros, así como entregar la más amplia información a los asegurados. // (Página web, Sugese).

Para entender el funcionamiento de esta Superintendencia y, posteriormente, analizar la forma en cómo se desarrolla el derecho a la información en esta, es preciso primero conocer algunos conceptos básicos que comprenden este mercado. La actividad que regula esta Superintendencia es la actividad aseguradora, la cual la Ley Reguladora del Mercado de Seguros (República de Costa Rica, Ley 8 653 del 1º. de julio del 2008) en su artículo dos define como:

Artículo 2.- Actividad aseguradora y reaseguradora La actividad aseguradora y la actividad reaseguradora solo podrán desarrollarse en el país por parte de entidades que cuenten con la respectiva autorización administrativa emitida por la Superintendencia General de Seguros, en adelante Superintendencia, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7 de esta Ley. La actividad aseguradora consiste en aceptar, a cambio de una prima, la transferencia de riesgos asegurables a los que estén expuestas terceras personas, con el fin de dispersar en un colectivo la carga económica que pueda generar su ocurrencia. La entidad aseguradora que acepte esta transferencia se obliga contractualmente, ante el acaecimiento del riesgo, a indemnizar al beneficiario de la cobertura por las pérdidas económicas sufridas o a compensar un capital, una renta u otras prestaciones convenidas. Por actividad reaseguradora se entiende aquella en la que, con base en un contrato de reaseguro y a cambio de una prima, una entidad reaseguradora acepta la cesión de todo o parte del riesgo asumido por una entidad aseguradora, en virtud de los contratos de seguro subyacentes. En lo que corresponda, a las entidades reaseguradoras les serán aplicables las

disposiciones establecidas en la legislación para las entidades aseguradoras.

La actividad aseguradora nos protege contra los riesgos. Entendiéndose riesgos no solo como aquellas actividades peligrosas, o deportes extremos, riesgos hay en todo lo que hacemos, es por eso que el riesgo se define como toda la posibilidad de que ocurra una actividad distinta a la esperada. Aquí es donde la actividad aseguradora desarrolla seguros para las diferentes necesidades de las personas.

Dentro de este mercado de seguros el primer elemento que lo conforma es la aseguradora, las aseguradoras son: *“entidades aseguradoras con presencia física en Costa Rica (sociedades anónimas o sucursales de aseguradoras extranjeras), facultadas para operar en el mercado”* (Página web, Sugese). Es decir, son quienes emiten el servicio, para lo cual deben cumplir con los requisitos que Ley Reguladora del Mercado de Seguros (República de Costa Rica, Ley 8 653, del 7 de agosto del 2008), les solicita. Actualmente, en nuestro país, existen trece entidades aseguradoras que brindan sus servicios, para diferentes categorías de seguros. Además, el mercado de seguros, lo componen los agentes de seguros. Estos son representantes de las compañías aseguradoras. Pueden ser de cuatro tipos diferentes: agente de seguro exclusivo de la compañía aseguradora, y no exclusivo, agente de seguro vinculado y agente de seguro no vinculado.

Dentro de este mercado, otra figura que aparece son los corredores, es el profesional que actúa como intermediario de varias compañías aseguradoras. El glosario de la Sugese, define al corredor como: *“...intermediario, persona física, con licencia de la Superintendencia para esos efectos y que debe estar acreditado por una sociedad corredora para ejercer la actividad de intermediación”* Actualmente, en nuestro país son 25 las sociedades corredoras que existen.

Otro elemento más que compone el mercado de seguros son las operadoras autoexpedibles, las cuales son:

Se trata de intermediarios de seguros acreditados y vinculados a una o varias aseguradoras (en líneas de seguros que no compitan entre sí) en particular, para vender pólizas de seguros registradas bajo la modalidad autoexpedible (venta masiva) (Página Web, Sugese).

Todos estos diferentes intermediarios, y compañías que de una u otra forma desarrollan actividad aseguradora, conforman el mercado de seguros, el cual está dirigido a todo tipo de público, ya que existen diferentes tipos de seguros. Lo que dirige al consumidor de este mercado, el cual recibe el nombre de asegurado. El asegurado, es aquella persona

que tiene un riesgo y decide pagar a una aseguradora para que lo cubra en el momento en que ese riesgo se materialice. Lo que lleva a definir el seguro como la transferencia del riesgo del asegurado por medio del instrumento financiero, que, en este caso, son las aseguradoras.

El asegurado tiene una serie de derechos y obligaciones que por ley se encuentran regulados. Además, la Sugese cuenta con una Carta de Derechos de los Consumidores de Seguros, en donde se detallan cada una de estas garantías, a continuación se enumeran estos derechos:

1. *Recibir una respuesta oportuna a sus solicitudes y reclamos en un máximo de 30 días naturales.*
2. *Recibir un trato igualitario, digno y respetuoso.*
3. *Obtener información pública de forma gratuita, exceptuando los costos de producción.*
4. *Conocer el estado de sus requerimientos, quejas y denuncias, así como el funcionario responsable de estas.*
5. *Contar con acceso a los servicios de forma personal, virtual o telefónica.*
6. *Exigir transparencia en los procedimientos.*
7. *Solicitar información pública relevante para el consumidor y orientación acerca del mercado de seguros y sus participantes.*
8. *Derecho a la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de productos y servicios del mercado de seguros.*

Como se observa, muchos de estos derechos encuentran relación con el derecho a la información que debe recibir el asegurado, es muy probable que esta carta de derechos del asegurado realice un especial énfasis en este derecho debido a que su ley reguladora, que Ley Reguladora del Mercado de Seguros (República de Costa Rica, Ley 8 653, del 7 de agosto del 2008), regula de forma expresa este derecho fundamental:

Artículo 6.- Derechos de información y confidencialidad Cualquier interesado tendrá derecho a obtener la información completa, técnica y veraz en materia de seguros. Además de las obligaciones de información establecidas en esta Ley, antes de la contratación, la entidad aseguradora o el intermediario deberá informar al consumidor acerca de las empresas que conforman su red de proveedores de servicios auxiliares para las prestaciones por contratar. En el momento de requerir los servicios, el consumidor escogerá libremente entre los distintos proveedores que conformen la red. La información de carácter confidencial que el consumidor brinde a la entidad aseguradora, al intermediario o al proveedor de servicios auxiliares, en relación con un contrato de seguros, deberá tratarse como tal. El uso no autorizado de la información, que provoque algún daño o perjuicio al consumidor, deberá ser resarcido por el responsable, sin perjuicio de cualquier otra acción legal que corresponda.

La información que se le debe brindar al asegurado debe ser completa sobre todos

los intermediarios que existen, teniendo el asegurado la posibilidad de escoger libremente con cual desea contratar. Por otra parte se menciona que debe brindarse una información técnica, esta información a pesar de ser técnica debe ser sencilla y en un lenguaje que el asegurado comprenda. Como en todos los servicios que se han venido mencionando la voluntad del consumidor de adquirir dichos servicios se materializa con la firma del contrato. Este mercado cuenta con una regulación especial sobre el contrato de seguros, La Ley Reguladora del Contrato de Seguros. (República de Costa Rica Ley 8 956, de 17 de junio del 2011). En esta define al contrato de seguros como:

Artículo 3.- Contrato de seguros El contrato de seguros es aquel en que el asegurador se obliga, contra el pago de una prima y en el caso de que se produzca un evento cuyo riesgo es objeto de cobertura, a indemnizar el daño producido a la persona asegurada, o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones, dentro de los límites y las condiciones convenidos. Las aseguradoras que operan en el mercado nacional podrán colocar, por sí o por medio de una de sus subsidiarias, contratos de seguros fuera del territorio nacional, ajustándose a los requerimientos legales de cada país en el que deseen operar.

Es necesario de que el asegurado antes de firmar dicho contrato se asesore, compare, y muy importante, como se ha indicado, entienda que es lo que está firmando, y si no lo entiende, solicite a la aseguradora que se lo explique de una forma clara, ya que es su deber hacerlo. Por otra parte, esta ley, también, regula cuáles son los elementos esenciales que deben contener estos contratos, es importante que un consumidor conozca que es obligación que en todo contrato de seguros estos elementos deben estar presentes, porque si no lo están, reclame o busque otra aseguradora:

Artículo 8.- Elementos esenciales del contrato de seguro // Son elementos esenciales del contrato de seguro: // a) El consentimiento de las partes.// b) El interés asegurable presente o futuro.// c) El riesgo asegurable.// d) La prima del seguro o el procedimiento para determinarla.// e) La obligación del asegurador. // Será absolutamente nulo el contrato de seguro que carezca de alguno de estos elementos esenciales.

El consumidor debe tener claro cuál es el riesgo que está asegurando y cuál será la cuota que deberá pagar. Además, en el contrato, también debe indicar a dónde acudir, o los números de teléfono donde el asegurado puede comunicarse en caso de ocurrir el siniestro. También, estos números se le deben de estar suministrando de forma periódica al asegurado, para que él los tenga en el momento que ocurra el siniestro, a pesar de estar en el contrato.

Finalmente, sobre la información previa al firmar el contrato que se le debe

suministrar al consumidor, menciona este cuerpo normativo lo siguiente:

Artículo 12.- Deber de información previo a la celebración del contrato
Las entidades aseguradoras, así como las personas físicas o jurídicas que realicen actividades destinadas a la promoción, la oferta y, en general, los actos dirigidos a la celebración de un contrato de seguros, su renovación o modificación y el asesoramiento que se preste en relación con esas contrataciones, deberán informar por escrito al cliente, antes del perfeccionamiento del contrato de seguro, de acuerdo con las condiciones que defina el Conassif mediante reglamento, acerca de lo siguiente: a) Información sobre el producto, incluyendo los riesgos asociados, los beneficios, las obligaciones y los cargos. b) Explicación clara de las coberturas y exclusiones de la póliza. c) Período de vigencia del seguro. d) Procedimiento para el pago de la prima y el reclamo en caso de siniestro. e) Causas de extinción del contrato. f) Derecho de desistimiento del contrato, penalidades, plazo y procedimiento. g) Derecho a recibir respuesta oportuna a todo reclamo, petición o solicitud que presenten, personalmente o por medio de su representante legal, ante una entidad aseguradora o ante las personas físicas o jurídicas que realicen actividades destinadas a la promoción, la oferta y, en general, los actos dirigidos a la celebración de un contrato de seguros, su renovación o modificación y el asesoramiento que se preste en relación con esas contrataciones, dentro de un plazo máximo de treinta días naturales. h) Las empresas que conforman la red de proveedores de servicios auxiliares para las prestaciones por contratar. En el momento de requerir los servicios, el consumidor escogerá libremente entre los distintos proveedores que conformen la red. Incurrirá en infracción muy grave quien incumpla el deber establecido en este artículo y será sancionado de conformidad con lo establecido por el artículo 37 de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros.

Es mucha la información previa que el consumidor debe conocer, aquí también una vez más se encuentra presente la diligencia del consumidor de solicitar esta información si no me la dan, y comprenderla. Al ser información un poco compleja, las aseguradoras deben brindarla de la forma más sencilla posible, para que el consumidor entienda. La Sugese desarrolla diferentes roles, entre los que se encuentra atender las consultas de los consumidores, estas deben ser de carácter general, ya que la Sugese no resuelve casos concretos. A pesar de que estos criterios que manifieste no sean vinculantes si son informativos y orientadores para los consumidores. Estas consultas pueden realizarse por teléfono, visitando las instalaciones de Sugese o vía correo electrónico.

En cuanto a los conflictos que surjan entre asegurado y aseguradora, existen diversas vías a las cuales el asegurado puede acudir. El artículo 4 de la Ley Reguladora del Contrato de Seguros. (República de Costa Rica Ley 8 956, del 17 de junio del 2011), menciona:

Artículo 4.- Resolución de controversias Los contratos de seguros

deberán identificar las instancias administrativas, judiciales o de resolución alterna de conflictos donde se puedan reclamar los derechos subjetivos e intereses legítimos de las partes. Sin perjuicio de lo establecido en la Ley 7 727, Ley sobre Resolución Alterna de Conflictos y Promoción de la Paz Social (RAC), de 9 de diciembre de 1997, los contratos de seguros contendrán una cláusula que establezca la posibilidad de acudir a medios alternos de solución de controversias, cuando así lo acuerden las partes.

Es obligación de la aseguradora brindarle la posibilidad al asegurado, de que en caso de controversia este pueda acudir a una vía alterna. Esto en gran parte es con el objetivo de desjudicializar este tipo de controversias, ya que al ser relaciones que inician con el acuerdo de voluntades se supone que si surge algún conflicto este se debe de resolver de la misma manera.

La *Revista Seguros* (2011) enumera las vías que tiene el asegurado para acudir en caso de una controversia:

1. Defensoría de cada aseguradora: Primero acuda a la compañía de seguros a la cual le compro la póliza, presente su queja ante la Defensoría del Consumidor interna y espere un dictamen.

Cada aseguradora cuenta con una oficina de defensa del asegurado, donde puede irse a plantear la queja y esperar una resolución. La persona que dicta esta resolución es una persona ajena a quien me emitió el dictamen.

2. Superintendencia General de Seguros: Aunque su resolución no es vinculante para el consumidor, puede sancionar a las aseguradoras y remitir los casos al Ministerio de Economía.

Dentro de las funciones que la Ley Reguladora del mercado de Seguros le otorga a la Sugese, se encuentran: a) *Autorizar, suspender, cancelar y otorgar las licencias y autorizaciones administrativas, de conformidad con esta Ley, a los sujetos supervisados.* Aunque esta resolución no es vinculante la Sugese si está facultada para sancionar a las aseguradoras que no están cumpliendo con lo que la ley establece.

3. Dirección Nacional del Consumidor. Se remiten denuncias al encontrar posibles violaciones de normas propias del ámbito del consumidor, como pueden serlo las de contenido económico.

4. Comisión para Promover la Competencia. A este órgano del Ministerio de Economía, Industria y Comercio se remiten posibles casos de prácticas monopolísticas en el campo de los seguros.

En estos casos, es cuando se da dentro del mercado de seguros una violación a las

garantías que cubren la Ley de la Promoción y Competencia Efectiva del Consumidor (República de Costa Rica, Ley 7 472 de 1995).

5. Tribunales de Justicia. Este acceso a la justicia garantiza una resolución final. La duración promedio de un proceso ordinario podría ser de cinco o seis años.

Esta vía es la menos aconsejable, por su duración además se considera que existen vías previas que pueden resolver el conflicto sin la necesidad de judicializarlo.

6. Arbitrajes. Los costos pueden constituir una barrera de entrada para el libre acceso de los usuarios. Este modelo si podría resultar asequible para empresas.

En este caso, se está haciendo mención a los arbitrajes, sin embargo en el contrato de seguros puede pactar cualquiera de las otras vías alternas existentes para resolver el conflicto. Por esto, el asegurado tiene diversas posibilidades de acudir a diferentes opciones, donde puede solucionar su conflicto con la aseguradora. Finalmente, el sector financiero se encuentra integrado por el mercado de pensiones, este mercado es regulado por la Supen, que a continuación se analizará. Antes de entrar a conocer las funciones que desempeña la Supen y su mercado, es importante conocer como está integrado el mercado de pensiones en Costa Rica. Chaves (1998) explica:

El sistema de pensiones en Costa Rica está constituido por cinco regímenes claramente diferenciables: el Seguro de Invalidez, Vejez y Muerte de la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), considerado el régimen general de la seguridad social en el país; el Régimen General Transitorio de Pensiones con cargo al Presupuesto Nacional (Ley Marco), que agrupa 17 regímenes especiales que existían antes de 1992 con sus propias reglas y condiciones; el Régimen de Pensiones y Jubilaciones del Magisterio Nacional, dirigido a los de educadores públicos y privados; el Régimen de Pensiones y Jubilaciones del Poder Judicial, que cubre a los empleados y funcionarios de ese sector y el Régimen Privado de Pensiones Complementarias, que agrupa a los fondos privados de pensiones, campo de acción de la Supen (p.3).

Para el año 1995, mediante la ley Reguladora del mercado de valores se crea la Supen, la cual tiene como funciones:

Artículo 33. Regulación del régimen
*El Régimen de Pensiones será regulado y fiscalizado por una Superintendencia de Pensiones, como órgano de máxima desconcentración, con personalidad y capacidad jurídicas instrumentales, y adscrito al Banco Central de Costa Rica. **La Superintendencia de Pensiones autorizará, regulará, supervisará y fiscalizará los planes, fondos y regímenes contemplados en esta***

Ley, así como aquellos que le sean encomendados en virtud de otras leyes, y la actividad de las operadoras de pensiones, de los entes autorizados para administrar los fondos de capitalización laboral y de las personas físicas o jurídicas que intervengan, directa o indirectamente, en los actos o contratos relacionados con las disposiciones de esta Ley.

La Superintendencia de Pensiones contará con un Superintendente y un Intendente, nombrados por el Consejo, quienes se regirán por los Artículos 172 y 173 de la Ley Reguladora del Mercado de Valores, 7732, del 17 de diciembre de 1997. Ambos deberán estar presentes en las sesiones donde el Consejo se reúna para tratar los asuntos de la Superintendencia de Pensiones.

A pesar de que en nuestro país ya existían otros regímenes, diversas razones hicieron necesario la creación de este régimen de pensiones complementarias. Chaves (1998) las enumera de la siguiente forma:

Los fondos privados de pensiones en Costa Rica surgen básicamente por razones de oferta y demanda en los mercados financieros. Por un lado, algunos sectores, cubiertos o no por el régimen público de pensiones, han sentido la necesidad de ahorrar para incrementar sus posibilidades después del retiro, ante la creciente incertidumbre que con respecto a los beneficios ha mostrado los regímenes de pensiones tradicionales, sobre todo en lo relativo al nivel de reemplazo esperado después de la jubilación. La segunda razón del surgimiento de estos planes reside en la evolución que han venido experimentando los intermediarios financieros, ligados principalmente a la actividad bancaria, que en su afán por diversificar e innovar sus productos comenzaron a ofrecer planes de ahorro preventivo de mediano y largo, principalmente mediante la figura del fideicomiso. De esta forma, por un lado se fue creando poco a poco la necesidad por ahorro preventivo y por otro, comenzaron a surgir opciones atractivas para estos sectores (p.3).

El mercado de pensiones está integrado por una serie de elementos, entre los que se encuentran: Como punto inicial se encuentran las operadoras de pensiones, las cuales la Ley de Protección al Trabajador (República de Costa Rica, Ley 7 983, del 18 de febrero del 2000), las define como:

Operadoras de pensiones. Entidades encargadas de administrar los aportes, constituir y administrar fondos de capitalización laboral y fondos de pensiones correspondientes al Régimen Complementario de Pensiones y los beneficios correspondientes, conforme a las normas de esta Ley. Denominadas en adelante operadoras.

Como antes se indicó existen diferentes tipos de operadoras de pensiones, estas se pueden clasificar en:

Operadora de fondos de capitalización laboral: Corresponde a las constituidas por los sindicatos y otras entidades mencionadas en el Artículo 74 de la Ley de Protección al Trabajador, debidamente

autorizadas como tales por la Superintendencia de Pensiones.

Operadora de pensiones: Entidades encargadas de administrar los aportes, constituir y administrar fondos de capitalización laboral y fondos de pensiones correspondientes al Régimen Complementario de Pensiones y los beneficios correspondientes.

Organizaciones sociales autorizadas: Entidades encargadas de administrar los fondos de capitalización laboral, conforme a las normas establecidas en la Ley de Protección al Trabajador. (Página Web, Sugese).

Sin embargo, la Sugese supervisa, no solo aquellas sociedades que de forma privada ejercen la actividad aseguradora bajo los lineamientos que la ley les estipula, sino también es la encargada de regular las otras formas de operadoras de pensiones, ya que la ley Régimen Privado de Pensiones Complementarias (República de Costa Rica, 7 523, del 18 de agosto de 1995), menciona al respecto, lo siguiente:

Artículo 36. Supervisión de los otros regímenes de carácter público
En materia de supervisión y resguardo de la solidez financiera de los regímenes de pensiones creados por ley o convenciones colectivas, la Superintendencia tendrá las siguientes facultades: a) Velar por el equilibrio actuarial de los regímenes administrados y dictar las resoluciones correspondientes. b) Supervisar la inversión de los recursos administrados y dictar políticas respecto de la composición y valoración de cartera de inversiones. c) Comprobar la correcta y oportuna imputación de los aportes en las cuentas de los afiliados. //d) Definir el contenido, la forma y la periodicidad de la información por suministrar a la Superintendencia sobre la situación financiera de los sistemas, las características y los costos de los servicios en materia de pensiones, todo con el fin de que exista información oportuna y confiable en cuanto a la situación de dichos sistemas. E) Velar por la oportuna y correcta concesión de los beneficios a los que tienen derecho los afiliados y la calidad del servicio. f) Recibir y resolver las denuncias de los afiliados. g) Rendir anualmente un informe sobre la situación financiera de cada régimen de pensiones. h) Supervisar el sistema de calificación de la invalidez de los distintos regímenes. // En cuanto al Sistema de Pensiones del Magisterio Nacional, las atribuciones de la Superintendencia serán las determinadas en la Ley 7 531 y sus reformas. Asimismo, la Superintendencia de Pensiones fiscalizará y supervisará la labor realizada por la Dirección General de Pensiones del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, en el otorgamiento de las pensiones con cargo al presupuesto nacional, en relación con la legalidad y oportunidad de las resoluciones. También, fiscalizará lo relativo a las modificaciones y revalorizaciones de las pensiones que son competencia de la mencionada Dirección.

De modo tal, que aunque sea creado por una ley especial, o por convenio colectivo, o una sociedad privada, la Superintendencia está facultada para supervisar toda

institución que se dedique a la actividad aseguradora. Y la otra parte de este mercado, quien es la persona que recibe el beneficio, es el afiliado, este es el nombre del consumidor en el mercado de seguros. El afiliado “...es la Persona física que aporta a un plan de pensiones con el propósito de recibir una pensión” (Página Web de la Sugese).

Chaves (1998) define al afiliado como:

El afiliado es la persona física que se adscribe a un plan de pensión complementaria. Con esta finalidad, se suscribe un contrato entre el afiliado y la operadora, en el cual se estipulan los derechos y deberes de las partes involucradas y las demás las condiciones del plan, entre otros, el monto del aporte, su forma de pago, el plazo de vigencia, comisiones a cobrar, beneficiarios, información entre las partes, condiciones para el retiro anticipado, etc. (p. 8).

De la misma forma, que los demás consumidores que integran el sistema financiero de nuestro país, el afiliado es acreedor de una serie de derechos y obligaciones que se encuentran estipuladas por ley. Morera (2002) determina tres principios que cubren fuero de protección de los afiliados:

Principio 18 El supervisor debe garantizar un acceso no discriminatorio a los esquemas de pensiones.

Principio 19 El supervisor debe proteger los derechos adquiridos de los cotizantes con el fin de respetar sus contribuciones y las de los patronos. Para ello, debe promover los mecanismos adecuados para proteger los beneficios cuando se dan retiros anticipados o cambios de administrador, especialmente cuando son afiliaciones obligatorias.

Principio 20 El supervisor debe educar a los afiliados en los costos y beneficios de los distintos esquemas de pensiones.

Una vez más se menciona la importancia de educar a los consumidores. Dentro de los derechos que tiene el afiliado, se encuentra el de información, este es un derecho que sin importar el mercado, siempre se encuentra presente, sobre esta garantía, comenta Chaves (1998):

Uno de los pilares de la supervisión preventiva es el flujo de información correcta y oportuna sobre el sector de que se trate. En el caso concreto de pensiones, es deseable una buena comunicación en ambas vías entre operadoras y el organismo regulador, conocimiento público sobre el desempeño de los fondos en operación, el cumplimiento por parte de los administradores de suministrar periódicamente datos a sus afiliados y el acceso público a información sobre cualquier dato relevante que pueda afectar al sector (p. 15).

Además, este derecho se encuentra regulado en el Reglamento sobre la apertura y funcionamiento de las entidades autorizadas y el funcionamiento de los fondos de pensiones, capitalización laboral y ahorro voluntario previstos en la Ley de Protección al Trabajador, en su artículo 143, comenta:

Las entidades autorizadas deberán comunicar a sus afiliados el sistema que utilizarán para informarles acerca de los movimientos registrados en sus cuentas.

Se deberá enviar, al menos cada 6 meses, un estado de cuenta a los afiliados, en los formatos que establezca el Superintendente. No obstante lo anterior, esa información deberá estar siempre disponible para el afiliado.

El derecho de información debe estar presente a lo largo de toda la relación jurídica, antes de firmar el contrato, en el momento de firmarlo, y durante la vigencia de este. Los sistemas electrónicos, hoy en día son un gran aliado para lograr que el afiliado este en una constante comunicación con la aseguradora, así como con la entidad supervisora, que en este caso es la Sugese. La Sugese cuenta con una página web bastante completa donde pueden revisarse normativa, estadísticas de los entes supervisados, sanciones, además que por medio de esta plataforma puede, también, comunicarse con la Sugese, ya que ante esta entidad los consumidores pueden plantear sus dudas y denuncias de las aseguradoras, ya que esta se encuentra dentro de las obligaciones que la ley Régimen Privado de Pensiones Complementarias (República de Costa Rica, 7 523, del 18 de agosto de 1995) le confiere a la Sugese:

Artículo 38.-Atribuciones de Superintendente de Pensiones El Superintendente de Pensiones tendrá las siguientes atribuciones: (...u) Recibir y resolver las denuncias de los afiliados contra los entes autorizados (...)

Por otra parte, respecto de la solución de controversias en este mercado de seguros, el Artículo 141 del Reglamento sobre la Apertura y Funcionamiento de las Entidades Autorizadas y el Funcionamiento de los Fondos de Pensiones, Capitalización Laboral y Ahorro Voluntario previstos en la Ley de Protección al Trabajador, dice:

Los conflictos, controversias o diferencias de carácter patrimonial que se produzcan entre los afiliados, las entidades supervisadas y otros terceros involucrados, derivadas de la interpretación de la Ley 7 523, la Ley 7983 así como de las leyes especiales en el caso de regímenes públicos sustitutos, o derivadas de la ejecución, liquidación o interpretación de los contratos de afiliación, pueden resolverse mediante el procedimiento de arbitraje, sobre la base un mecanismo de arbitraje establecido por el Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio El afiliado y la operadora podrán definir un sistema alternativo, incluyendo dentro del contrato la posibilidad de resolver cualquier conflicto mediante arbitraje. En caso de que dos partes soliciten a Supen que participe en el arbitraje, ésta puede hacerlo.

Así mismo, de forma concomitante el artículo 50 de La Ley de Protección al Trabajador (República de Costa Rica, Ley 7 983, del 18 de febrero del 2000) contiene lo siguiente:

Los conflictos suscitados entre los afiliados y los entes supervisados, derivados de la aplicación o interpretación de la ley o el contrato de afiliación, podrán ser resueltos extrajudicialmente, según el procedimiento arbitral que determine la Superintendencia vía reglamento. En caso de que las partes decidan acogerse a la resolución arbitral, el resultado de esta será definitivo. Asimismo, la Superintendencia deberá recibir y tramitar en la vía que corresponda, los reclamos que los interesados planteen contra los entes regulados.

De igual forma como se mencionaba en los mercados precedentes, cada aseguradora cuenta con alguna oficina donde se pueden llevar estas controversias y tratar de resolverlas, también se pueden llevar donde la Supen, pero esta va a actuar solo para sancionar a la entidad si está incumpliendo con alguna de sus obligaciones, no se va a pronunciar sobre los intereses económicos del consumidor. Si el consumidor desea reclamar estos, puede acudir a una vía alterna que la ley establece esta posibilidad, sin embargo se observa que la vía alterna que se regula para la solución de controversias en este mercado es solamente el arbitraje, de modo tal que habría que valorar si es ventajoso, económicamente hablando acudir al arbitraje, ya que los costos de este son bastante elevados. De lo contrario, la única opción viable que queda para reclamar estos intereses es la judicial.

De esta forma, ya han sido analizados cada uno de los sectores que componen el sistema financiero en Costa Rica. Se observa que cada superintendencia vela por el resguardo y protección de los intereses de los consumidores de su mercado, mediante la vigilancia constante del adecuado cumplimiento de la normativa de cada entidad regulada por el sistema financiero. Cada parte que integra el sistema financiero, de alguna forma u otra regula el derecho de los consumidores a recibir una información adecuada. Esto porque nuestra Carta Constitucional, en su artículo 46, establece como derecho de los consumidores, “...recibir información adecuada y veraz”. Por ende es un derecho fundamental que todo consumidor tiene el derecho de recibir cuando compra un bien o recibe un servicio.

En el siguiente capítulo se analizará los alcances de este derecho y como debe ser entendido en el sistema financiero costarricense.

CAPÍTULO II: EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

El recibir información es un derecho fundamental que tienen todos los consumidores. A pesar de que con la lectura del artículo 46 de la constitución al decir información adecuada y veraz, pareciera bastante fácil comprender el ámbito de protección de este derecho, lo cierto es que no es así. El derecho a la información, es más que solo informar. Y más aún si ese derecho a la información se da en un mercado complejo como lo es el mercado financiero, en el cual se debe informar no solo porque es una obligación, sino porque es el medio para que el consumidor comprenda en que consiste lo que va a adquirir.

Por eso, este capítulo ha sido destinado para analizar primeramente los diferentes adjetivos que van adheridos al derecho de información, la importancia de estos y la forma en cómo se le deben suministrar al consumidor. Para, finalmente, contrarrestar todo lo que hasta el momento ha sido estudiado, con un análisis sobre cómo se ha manifestado la jurisprudencia al respecto, y que se ha dicho respecto de la forma en cómo debe aplicarse el derecho a la información en las entidades financieras.

Sección I. Análisis del Derecho a la Información

El derecho a la información no es exclusivo de la Protección al Consumidor, ya que este puede verse manifestado de diferentes formas, en otras relaciones jurídicas, como son en las diversas formas jurídicas de contratación. Aunque en el código Civil, no se diga de forma expresa el deber de informar a las partes, este deber se pone de manifiesto con otras figuras que si regula el Código Civil.

Ejemplos de estas otras figuras, en las que el derecho a la información encuentra cabida serían los vicios de la voluntad, precisamente el error. Otro ejemplo es la garantía de evicción, presente en el artículo 1 038, o los vicios redhibitorios que regula el numeral 1 083.

El derecho a la información es un derecho fundamental, presente en el artículo 46 de la Constitución Política, en este artículo, se consagran una serie de derechos y principios para la protección del consumidor, el cual ha sido la base de referencia en

muchas resoluciones:

Desde este plano, el canon 46 párrafo quinto de la Constitución Política establece el conjunto de derechos que acuden a los consumidores, en la mayoría de las ocasiones, como parte débil de la relación comercial. En esa línea, estatuye el citado numeral: “Artículo 46.- (...) Los consumidores y usuarios tienen derecho a la protección de su salud, ambiente, seguridad e intereses económicos; a recibir información adecuada y veraz; a la libertad elección, y a un trato equitativo. El Estado apoyará los organismos que ellos constituyan para la defensa de sus derechos. La Ley regulará esas materias”. Ahora bien, es claro de que la aplicación de estos principios y su interpretación, debe orientarse hacia la tutela y resguardo de la parte más débil de la relación. Así lo ha entendido la Sala Constitucional, entre otros, en la Sentencia número 2002-0 857, en la cual, sobre el tema objeto de comentario señaló: “Es notorio que el consumidor se encuentra en el extremo de la cadena formada por la producción, distribución y comercialización de los bienes de consumo que requiere adquirir para su satisfacción personal, y su participación en ese proceso, no responde a razones técnicas ni profesionales, sino en la celebración constante de contratos a título personal. Por ello su relación en esa secuencia comercial es de inferioridad y requiere de una especial protección frente a los proveedores de los bienes y servicios, a los efectos de que previo a externar su consentimiento contractual cuente con todos los elementos de juicio necesarios, que le permitan expresarlo con toda libertad y ello implica el conocimiento cabal de los bienes y servicios ofrecidos.

(República de Costa Rica, Sentencia 011, Emitido por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, el once de febrero del dos mil catorce).

Importante mencionar, el concepto que la jurisprudencia le ha asignado al derecho de información: (República de Costa Rica, Resolución 001494-F-S1-2014, emitida por la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, a las trece horas cincuenta minutos del veinte de noviembre de dos mil catorce):

Previo a entrar al examen del recurso, procede valorar los alcances del derecho de información. Desde una perspectiva amplia, éste órgano decisor ha dicho: “...puede definirse la información como un elemento de conocimiento suministrado obligatoriamente por una de las partes contratantes (deudor de la obligación de información) a la otra parte (acreedor de la obligación de información), teniendo como objeto principal la adecuada formación del consentimiento contractual de este último, tanto en los aspectos jurídicos como materiales del negocio.

De modo que el derecho a la información de una u otra forma se encuentra presente en todas las relaciones contractuales, ya que en ellas siempre debe imperar el consentimiento de las partes, y tal y como lo explica la jurisprudencia, el derecho a la información, viene a terminar de formar este consentimiento. Sin embargo, en la esfera de protección al consumidor, el derecho a la información, adquiere mayor relevancia, debido a la evidente posición desventajosa del consumidor, respecto al agente

económico. Al respecto, Saavedra (2012), menciona:

Aun cuando resulta imperativo concluir que el derecho a la información no es exclusivo del derecho de protección del consumidor, en este campo ha adquirido relevancia por considerarse que es un mecanismo adecuado para superar la desigualdad existente entre el consumidor y el empresario. Por esta razón, en diversas normativas se ha desarrollado la obligación de informar que deben cumplir quienes ofrecen productos y servicios en el mercado (p. 156).

Debe recordarse la asimetría que se encuentra presente en las relaciones de consumo, y que es uno de los motivos, por el cual se le brinda un fuero de protección especial al consumidor. Dado que el consumidor desconoce, una serie de información que se encuentra en poder de la entidad financiera. Sobre este desequilibrio informativo, presente propiamente en lo que son las relaciones con entidades financieras, la jurisprudencia ha dicho lo siguiente (República de Costa Rica Voto 001494-F-S1-2014 de la Sala Primera, a las trece horas cincuenta minutos del veinte de noviembre de dos mil catorce).

El deber de información encuentra su fundamento en un desequilibrio de conocimientos entre los contratantes, circunstancia que se acentúa en materia de consumo. La información es el principal instrumento con que cuentan los consumidores para hacer frente a las técnicas agresivas del comercio moderno. De una buena información depende un consentimiento libremente formado y exento de vicios. Así, será exigible aquella que sea necesaria para su receptorial efecto de la formación adecuada de su voluntad negocial.

Esta asimetría y desequilibrio contractual entre entidades financieras y consumidores, se mencionaba página atrás, se incrementa debido a la presencia de cláusulas abusivas en los contratos de adhesión. En reiteradas ocasiones, la jurisprudencia ha manifestado que debido a estas cláusulas leoninas, el deber con el consumidor de una información íntegra, se fundamenta:

El numeral 46 de la Carta Magna establece el derecho fundamental de los consumidores a recibir información adecuada y veraz. Supone incorporar en el contrato o fórmulas de adhesión que son firmadas y las que son las presentadas a quien opta por seguro, detalles de la ejecución del seguro. O bien debe darse información y advertir estas particularidades. La presencia de estos presupuestos es determinante en un mercado de seguros que hasta hace poco tiempo, se regía por un esquema de monopolio, lo que incide directamente en el ejercicio de la libertad de elección inherente a la condición de consumidor, quien no cuenta con mayores opciones para establecer vinculaciones comerciales de esta naturaleza. Lo anterior supone una posición de ventaja por parte del agente económico que ostenta la situación de monopolio frente al consumidor, lo que exige, la tutela debida de los derechos e intereses de esa segunda categoría, a efectos de

mantener o al menos potenciar una equidad en la distribución de las cargas contractuales en dicho régimen bilateral. Esto justifica que en la paridad de condiciones, el proveedor de bienes o servicios debe poner a disposición del consumidor la información adecuada para que se encuentre en posibilidad de adoptar decisiones de manera debida, consciente de las implicaciones y consecuencias de la relación jurídica en la cual está próximo a ingresar, impregnada de derechos y obligaciones comunes, en tesis de principio, revestida o caracterizada un por grado de equidad. Ergo, este último debe recibir información pertinente y oportuna de todos los elementos que incidan de forma directa en su decisión de consumo, por lo que, es esencial que la persona que pretende tomar un seguro no sólo conozca suficiente y oportunamente las condiciones en que se adopta la negociación, sino además, siendo esto determinante, las limitaciones del mismo, normas que a la postre serán las que hagan posible o no su expectativa de cobertura económica de un determinado hecho.. Solo así es posible un acuerdo pleno en el contenido contractual, pues de darse este traslado de datos una vez formalizado el contrato, se estará frente a información desconocida para contratar, pero que limita los derechos de la parte contratante. (República de Costa Rica, Sentencia 079, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, el treinta de julio del dos mil doce).

El fundamento de la presencia de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión en varias ocasiones ha sido mencionado por el Tribunal Contencioso, como uno de los motivos para la obligación de las entidades financieras, de suministrar correctamente la información a los consumidores:

Como ya se indicó, en lo que a la sub júdice corresponde, es imperativo aplicar los alcances del artículo cuarenta y seis constitucional con respecto a la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, específicamente en cuanto al derecho de información. Téngase en cuenta que los contratos bancarios por su naturaleza son contratos de adhesión, siendo que las normas de orden público ya señaladas, cuyo interés es normar relaciones comerciales donde se puedan generar desequilibrios al amparo del ordinal constitucional supra señalado. El artículo cuarenta y seis de La Constitución Política, estipula que los consumidores tienen derecho a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un trato equitativo, precepto que es desarrollado en el artículo primero de la Ley de Protección al Consumidor. (República de Costa Rica, Sentencia 090, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, el treinta y uno de agosto del dos mil doce).

La información es el medio por el cual los consumidores pueden tratar de lograr un equilibrio contractual, esto es lo que indica el Voto citado. Es por eso que se les obliga a los agentes económicos suministrar la información, la información tiene que suministrársele al consumidor, no existe otra forma para que el consumidor entienda y conozca qué es lo que adquiere. El consumidor es la parte débil de la relación, y la

institución financiera, viene a representar la parte más fuerte, debido a que es quien ostenta la información, de esta forma ha sido entendido en diferentes sentencias:

Ya en varias ocasiones anteriores este mismo Tribunal ha señalado que el artículo cuarenta y seis de La Constitución Política estipula que los consumidores tienen derecho a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos a recibir información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a un trato equitativo, precepto que es desarrollado en el artículo primero de la Ley para Protección de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, en cuanto establece que “El objetivo de la presente Ley es proteger, efectivamente, los derechos y los intereses legítimos del consumidor, la tutela y la promoción del proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la prevención, la prohibición de monopolios, las prácticas monopolísticas y otras restricciones al funcionamiento eficiente del mercado y la eliminación de las regulaciones necesarias para las actividades económicas”. Este cuerpo normativo, también concede derechos a los consumidores, entre los mismos destacan la protección contra riesgos que puedan afectar su salud, seguridad y el medio ambiente, de sus intereses económicos y sociales, su acceso a una información veraz y oportuna sobre las diferencias en bienes y servicios, educación y divulgación sobre consumo adecuado de bienes y servicios que aseguren la libre escogencia e igualdad de contratación, garantía de artículos, acceso a la vía judicial y administrativa, tutela cautelar y también protección administrativa y judicial contra la publicidad engañosa y las cláusulas abusivas, así como la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, entre otros. A su vez la ley estipula una serie de obligaciones para los comerciantes, entre las cuales está el respetar las condiciones de contratación e informar suficientemente al consumidor de manera clara y veraz. También, incorpora dicho cuerpo normativo un régimen de sanciones y de responsabilidad para el incumplimiento de sus disposiciones. La lógica del marco normativo es sencilla, la parte débil de la relación es el consumidor, siendo su contraparte quien está llamado a otorgar las condiciones para que tome la mejor decisión posible. En este tipo de relaciones de consumo, se maneja por contratos de adhesión, sobre los cuales el numeral cuarenta y dos de la Ley para Protección de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, dispone que “En los contratos de adhesión, sus modificaciones, anexos o adenda, la eficacia de las condiciones generales está sujeta al conocimiento efectivo de ellas por parte del adherente o a la posibilidad cierta de haberlas conocido mediante una diligencia ordinaria...” (República de Costa Rica, Sentencia 134, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, el veinte de diciembre del dos mil doce).

El hecho que el consumidor sea la parte más frágil en estas relaciones jurídicas, genera un deber de protección por parte del Estado, lo que se ha visto reflejado en regulaciones sobre la materia del consumidor. La asimetría o diferencia que se presenta entre el consumidor financiero y las entidades financieras, es muy grande, y como se ha mencionado, la jurisprudencia ha aceptado que existe esta asimetría, o desigualdad, por lo tanto, también se ha seguido una línea de protección, especialmente en cuanto a consumidores financieros:

De lo expuesto se colige, en la relación de consumo entre el comerciante o

proveedor y el consumidor, existe por la dinámica natural del comercio, una desigualdad entre ambos, y el consumidor, en la mayoría de las ocasiones, en esta relación natural, es la parte más débil. De ahí que la Constitución Política equilibre la dinámica de cargas de esa relación de consumo, otorgándole al consumidor una serie de derechos fundamentales que lo protegen de su desigualdad natural con el comerciante o proveedor. Como derivación de ello, la interpretación y la aplicación de las normas, en caso de duda, en los conflictos de esta naturaleza, deben favorecer al más débil, es decir, en tesis de principio, al consumidor. De ahí que en esos supuestos, el comerciante o proveedor, tiene una obligación de demostrar que ha cumplido con sus obligaciones en la relación de consumo y que ha respetado los derechos fundamentales del consumidor, en caso contrario, deberá responder por la infracción a estas reglas como lo determine las normas infra constitucionales. Ahora, como lo dice el artículo 46 constitucional, es a la Ley a la que le corresponderá regular esos derechos, lo que se concreta en la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, No. 7 472. Dicho cuerpo legal establece, grosso modo, los derechos que acuden al consumidor, tema desarrollado en el canon 32, así como los deberes del comerciante, establecidos en el canon 34. Es claro por ende, la infracción a los deberes del comerciante, genera por efecto directo y como consecuencia natural y lógica, el quebranto de los derechos del consumidor, tutelados constitucional y legalmente en los términos ya expuestos. Ello supone entonces, el surgimiento de un sistema de responsabilidad del comerciante o proveedor hacía el consumidor, de reparar los daños y perjuicios que se le ocasionen a este último. En consecuencia, si existe una violación a los derechos constitucionales y legales del consumidor, por parte del comerciante o proveedor, este debe reparar el efecto dañoso que se le haya causado al consumidor, bajo el régimen de responsabilidad objetiva que en el siguiente considerando de esta Sentencia se explicará con detalle y precisión. Voto número 32-2011 de la Sección VI del Tribunal Contencioso Administrativo de las once horas treinta minutos del cuatro de febrero de dos mil once.

Al ser el consumidor la parte débil de la relación, hace que recaigan sobre la entidad financiera ciertas obligaciones, como lo es la carga de la prueba. Al ser la entidad quien posee la información, es a quien le corresponde probar que si cumplió con sus deberes y respeto los derechos del consumidor. Al respecto en la Sentencia 108, emitida Por el Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las catorce horas indicó:

Van incluidos por lo expresado, en una mezcla armónica, varios principios constitucionales, como la preocupación estatal a favor de los más amplios sectores de la población cuando actúan como consumidores, la reafirmación de la libertad individual al facilitar a los particulares la libre disposición del patrimonio con el concurso del mayor posible conocimiento del bien o servicio a adquirir, la protección de la salud cual está involucrada, el ordenamiento y la sistematización de las relaciones recíprocas entre los interesados, la homologación de las prácticas comerciales internacionales al sistema interno y en fin, la mayor protección del funcionamiento del habitante en los medios de subsistencia” De lo expuesto se colige, en la relación de consumo entre el comerciante o proveedor y el consumidor, existe por la dinámica natural del comercio, una desigualdad entre ambos, y el consumidor, en la mayoría de las ocasiones, en esta relación natural,

es la parte más débil. De ahí que la Constitución Política equilibre la dinámica de cargas de esa relación de consumo, otorgándole al consumidor una serie de derechos fundamentales que lo protegen de su desigualdad natural con el comerciante o proveedor. Como derivación de ello, la interpretación y la aplicación de las normas, en caso de duda, en los conflictos de esta naturaleza, deben favorecer al más débil, es decir, en tesis de principio, al consumidor. De ahí que en esos supuestos, el comerciante o proveedor, tiene una obligación de demostrar que ha cumplido con sus obligaciones en la relación de consumo y que ha respetado los derechos fundamentales del consumidor, en caso contrario, deberá responder por la infracción a estas reglas como lo determine las normas infra constitucionales.

Las cláusulas abusivas, las desigualdades contractuales, la asimetría de información, son algunos de los motivos por los que se le brinda este fuero de protección al consumidor, el cual va desde brindar una adecuada información, hasta la carga de la prueba como obligación del agente económico. Todo esto con especial énfasis en el consumidor financiero, por el mercado tan complejo y dinámico que enfrenta.

Ahora bien, está claro el punto que los bancos, aseguradoras, emisores de valores, operadoras de pensiones, y cualquier otra entidad sea pública o privada debe informar al consumidor. La segunda parte de este derecho, ya no es solo informar, son los adjetivos que acompañan la información, que logran un verdadero fuero de protección para el consumidor. Acerca de las características que acompañan al derecho de información, menciona Saavedra (2012):

La obligación de informar al consumidor se ha convertido en un deber cuyo contenido es cada vez más complejo, se le ha dado una mayor precisión y se ha tornado en el foco de atención de importantes desarrollos jurídicos recientes. No cualquier información puesta en conocimiento del público por los productores y distribuidores satisface las exigencias de esta obligación, razón por la cual la legislación, la jurisprudencia y la doctrina se han enfocado en las características que debe cumplir la información presentada al consumidor, teniendo en cuenta que según cada producto o servicio que se esté adquiriendo será necesario proporcionar los datos que permitan su conocimiento. El desarrollo que ha tenido esta obligación está orientado a que el consumidor exprese su consentimiento de forma libre y responsable (p.157).

El artículo 32 de la Ley de la Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor (República de Costa Rica, Ley 7 472 de 1995), indica en su inciso c: “*El acceso a una información, veraz y oportuna, sobre los diferentes bienes y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio*” Haciendo referencia a uno de los derechos que posee el consumidor. Estas

características que la ley señala que debe tener la información, son esenciales, para que se cumpla con la obligación de proteger y resguardar los intereses de los consumidores, sobre los adjetivos que acompañan el derecho a la información, en diferentes Sentencias se ha explicado, como se debe entender cada uno, tal y como lo hace la que se cita a continuación (República de Costa Rica, Sentencia 092-2015-IV, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo y Civil de Hacienda, Sección Cuarta, a las dieciséis horas del tres de agosto de dos mil quince):

De los textos legales transcritos se deriva que una de las imposiciones legales que debe satisfacer el comerciante, es el deber de información, el cual no sólo comprende la obligación de este de brindarla al potencial consumidor, sino que la misma debe darse a conocer de manera veraz, se entiende por veraz: "Dicho de una persona: Que dice, usa o profesa siempre la verdad."/2. Que se ajusta a la verdad". (Diccionario Esencial de la Lengua Española, Real Academia Española, Espasa-Calpe S.A., 2006, Madrid España), es decir, verídica, transparente, sin recurrir a dobleces, ocultamientos siquiera parciales o sesgos, en perjuicio de quien en su fuero interno se encuentra conformando la voluntad adquisitiva y, adicionalmente, de modo oportuno lo que significa: "Que se hace o sucede en tiempo a propósito y cuando conviene. Respuesta oportuna". (Diccionario Esencial de la Lengua Española, Real Academia Española, Espasa-Calpe, S.A., 2006, Madrid, España), es decir, mientras todavía se encuentra en proceso dentro de la psique humana, la ponderación de los diversos aspectos tanto negativos como positivos que posee el bien o servicio de interés y la valoración de las eventuales consecuencias que esa determinación volitiva conllevará para el consumidor. Otro aspecto sobre la información es la necesidad de que sea completa, lo que lleva aparejado que incurre en responsabilidad, si resulta un perjuicio en razón de informaciones inadecuadas o insuficientes. El incumplimiento de tales deberes, configura de forma automática, infracciones susceptibles de ser sancionadas al margen de la existencia o no de un daño concreto.

Las primeras características que señala esta sentencia, que debe contener la información, son la veracidad y que sea completa. Sobre la veracidad tal y como lo decía la jurisprudencia, es decir, la verdad por parte de la institución financiera, decir la verdad incluye, hablar de forma íntegra y real sobre la contratación, así también incluye el no omitir información. Sobre esta particularidad, en la cual también se lesionan los derechos de los consumidores si se omite la información, el Tribunal Contencioso, ha indicado:

Cabe agregar que la ausencia de información lleva incluido una lesión manifiesta al derecho del consumidor a su derecho de elegir, en la medida que para tomar su decisión de consumo no presentaba el total de los elementos que le permiten adoptar la decisión correspondiente, desechando opciones que pudieron ser mejores pero que por el

desconocimiento fueron descartadas.

(República de Costa Rica, Sentencia 092-2015-IV, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo y Civil de Hacienda, Sección Cuarta, a las dieciséis horas del tres de agosto de dos mil quince.).

Cuando se le oculta u omite decirle al consumidor aspectos relevantes del negocio jurídico, ya se está tergiversando el derecho a la información. Sobre la veracidad de la información, señala Saavedra (2012):

En primer lugar, la información otorgada por el empresario debe ser veraz y comprobable. Esto quiere decir que deben ser datos reales, de características verdaderas del producto o servicio y que no se engañe o induzca a error al consumidor. Por esta razón, la obligación de informar se diferencia de la publicidad en que no se busca exaltar las cualidades que atraigan a la clientela, sino que el objetivo es que el consumidor conozca el producto o servicio. La exigencia de que la información sea veraz y comprobable tiene que entenderse dentro del contexto de confianza en el mercado, puesto que el consumidor adquiere los productos y servicios confiando en que realmente contienen las características descritas por el empresario. Por lo tanto, no puede convertirse en un deber para el consumidor verificar la información que se le proporciona.

Es muy importante lo que menciona este autor, la veracidad de la información, está ligada a la buena fe, que debe encontrarse presente en todas las contrataciones. El consumidor confía en que la información que se le esté proporcionando sea cierta, este no tiene por qué dudar y asume que lo que se le dijo es cierto. Por ende la veracidad es parte de la línea de confianza que se le debe crear al consumidor. Además esta veracidad de la información que suministran las entidades financieras, no debe ser vista solo como una obligación, sino como una forma de atraer consumidores a sus entidades, ya que entre más confianza y tranquilidad trasmite una institución, más consumidores van a querer contratar con esta, y también los consumidores que ya son clientes de esta institución, no van a querer exponerse a cambiar a otra institución.

En cuanto al otro aspecto que se mencionaba, que debe tener la información que se les suministra a los consumidores, es la necesidad que sea una información completa. Esto quiere decir que me den toda la información que como consumidor necesito saber, incluyendo riesgos, desventajas, intereses, comisiones, etc. sobre esta misma línea de información completa, menciona Saavedra (2012):

La información sobre las características básicas del producto o servicio debe ser adecuada, suficiente y completa, lo cual significa que debe informarse al consumidor sobre los beneficios y riesgos del producto, su forma de uso y, además, hacer las advertencias necesarias, incluso

exponiendo que hay ciertas características que no posee. Considerando la gran variedad de productos y servicios que se ofrecen en el mercado, no puede establecerse previamente el contenido con el que siempre quedará satisfecho el deber de información. Sin embargo, sí pueden establecerse normativamente ciertos datos mínimos que deben informarse para todo tipo de productos (p. ej., el precio), así como los que se exigen para un grupo específico de bienes, como es el caso de los productos perecederos (p.158).

Aunado sobre la obligación de una información completa, más adelante menciona la Sentencia antes citada (República de Costa Rica, Sentencia 13-003184-1027-CA, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo y Civil de Hacienda, Sección Cuarta, a las dieciséis horas del tres de agosto de dos mil quince):

...otro aspecto sobre la información es la necesidad de que sea completa, lo que lleva aparejado que incurre en responsabilidad, si resulta un perjuicio en razón de informaciones inadecuadas o insuficientes. El incumplimiento de tales deberes, configura de forma automática, infracciones susceptibles de ser sancionadas al margen de la existencia o no de un daño concreto. Dicho deber de información, pretende que en el momento de realizar la transacción comercial, el consumidor se encuentre plenamente informado de las características propias del bien o servicio que adquiere, y por ende, que sea una decisión consiente e informada la que tome en el momento de definir la contratación respectiva, sin que existan factores que de haber salido a la luz, hubiesen podido modificar su voluntad, o bien, haberlo hecho incurrir en error en cuanto a las condiciones, naturaleza, características, desventajas o fortalezas de lo que adquiere

Corolario a lo anterior, si bien debe suministrarse una información completa, como se indicó, al decir completa se refiere a aquella información que sea necesaria conocer, es decir, que afecte de una u otra forma los intereses del consumidor. Es importante señalar esto, porque, también, puede estarse transgrediendo los derechos del consumidor, pero de forma contraria, es decir, se le está suministrando de forma excesiva al consumidor, lo que conlleva a que se le dé información que no es importante y lo único que se logra es confundir aún más al consumidor. Este aspecto, Saavedra (2012), lo comenta:

De entrada debe advertirse la dificultad que supone establecer cuál es la información que requiere el consumidor, aquella que sea adecuada y suficiente. El problema se complica aún más si se tiene en cuenta que no solo se peca por defecto, sino también por exceso. Un exceso de información es equivalente a la ausencia de esta.

El exceso de información, supone desinformación, ya que al ser una información tan pesada para un consumidor, como lo es la información en temas financieros, el consumidor que no es experto en la materia, y resulta peor, si esta se encuentra en

grandes cantidades, con términos complejos y de difícil comprensión, va a provocar dos situaciones o que el consumidor no lea el contrato, o que lo lea, pero no comprenda lo que leyó. Cualquiera de ellas conlleva una desinformación del consumidor, que, a pesar de esto adquiere el servicio y contrata con la entidad financiera.

Addkeen Consulting es una sociedad que ofrece el servicio de simplificación de contratos y servicios financieros, en Argentina y España, pone un ejemplo de cómo debe simplificar la información contractual, y evitar incluir información que no sea necesaria:

Texto Original

Cualquier exceso en el límite de compra máximo el titular deberá cancelarlo dentro de las veinticuatro (24) horas hábiles contadas desde el momento en que el banco notificó el exceso. De conformidad con lo establecido en el

mes más de lo que tiene autorizado en este contrato (límite de compra), después de recibir el aviso del banco, tendrá 24 horas para devolver el exceso.

Si no lo hace, el banco podrá restar ese monto de cualquiera de las otras cuentas que el titular tenga en el banco.

Si el titular de la tarjeta no tuviera suficiente saldo en otras cuentas o productos del Banco, el Banco podrá apuntar el monto no pagado como un descubierto en cualquiera de las cuentas. Esta deuda en descubierto generará los intereses que en cada momento aplique el Banco.

artículo 818 del Código Civil, en caso de que el Titular no lo abone dentro de dicho plazo, autoriza en forma irrevocable al banco a debitar de cualquiera de sus cuentas de las que fuere titular en el Banco los importes adeudados compensando la deuda hasta su concurrencia. Si el saldo a favor del titular fuere insuficiente para cancelar la deuda, o si hubiese saldo a su favor, el Titular autoriza al banco a deducir de su caja de ahorro y a debitar cualquiera de las cuentas corrientes existentes en el Banco a su nombre, aun en descubierto, los importes adeudados por el Titular.

Texto simplificado

Si el titular de la tarjeta gasta durante el

(Página Web, Addkeen Consulting)

En ambos casos, se está diciendo lo mismo, solo que de la forma simplificada, permite al consumidor que desconoce de esta terminología, comprender el contenido del contrato, y los alcances que este puede llegar a tener en caso de un posible incumplimiento de su parte.

Otra de las características que la ley señala que debe estar presente en el derecho de información, es la temporalidad de esta, es decir el momento en que se suministra. Chinchilla (2011) menciona la importancia de la oportunidad de la información:

La información deberá ser transmitida de manera que produzca efectos beneficiosos en quien la recibe. Esto es, deberá ser comunicada a la contraparte en el momento indicado para que pueda tomar la decisión de contratar y determinar la conveniencia o no de ejercer su libertad contractual y las condiciones en las que la ejercerá. Si la información es entregada tardíamente, se priva al destinatario acreedor de la misma de las bondades de esta en la medida en que la toma de la decisión de contratar se habrá realizado, sin que medie verdadera reflexión sobre la conveniencia del negocio, lo que a la postre permitiría invocar la sanción de la falta de consentimiento en el negocio contratado (p. 335).

Una información oportuna es aquella que se da en el momento adecuado. Lógicamente, el momento más preponderante para suministrar la información es aquel previo a la firma del consumidor, ya que en este momento el consumidor debe conocer todos y cada uno de los detalles y consecuencias de lo que está firmando. Sin embargo, a lo largo de la relación contractual se le debe suministrar información al consumidor, por lo que este deber no se agota con la suministración en la fase previa de la contratación. Así mismo, lo explica Saavedra (2012):

Desde luego que no puede olvidarse el aspecto temporal de la información, ya que esta debe ser oportuna para que sea utilizada efectivamente por el consumidor. Es verdad que el momento en que más preponderancia tiene el deber de informar es en la etapa precontractual, puesto que el principal objetivo de tal obligación está ligado a la expresión del consentimiento. Sin embargo, también las etapas sucesivas del contrato han requerido la atención del análisis jurídico: la celebración, la ejecución e, incluso, también la etapa posterior a la finalización, especialmente en el caso de contratos de tracto sucesivo como, por ejemplo, el crédito hipotecario.

Y es que resulta lógico que durante toda la relación contractual, la entidad financiera tenga la obligación de continuar informando de la forma correcta a los consumidores, ya

que si existe algún cambio en la clausulas o la relación, el consumidor tiene el derecho a saberlo, y como ya se ha indicado en estos casos quien maneja la información es la entidad financiera, por ende esta se encuentra obligada a suministrarle dicha información al cliente.

Finalmente otra característica que tanto la doctrina, así como la jurisprudencia han indicado debe estar presente en la información que toda entidad financiera le suministra a sus consumidores, es la claridad. Esta viene a ser una de los adjetivos más importantes que debe tener la información que recibe el consumidor, ya que es por medio de la claridad de la información, que se hace posible que el consumidor comprenda que es lo que contiene el contrato.

Chinchilla (2011), define la claridad de la información como:

El contratante debe evitar un lenguaje ambiguo que no pueda ser comprendido a cabalidad por la contraparte¹⁴, por ello se puede entender que la claridad significa expresar de manera inequívoca el contenido íntegro y enteramente comprensible de la operación económica proyectada. Ello permite evitar cualquier ambigüedad lingüística o conceptual, de forma tal que el contenido del futuro contrato y el objeto sobre el cual recae sean evidenciados de forma tal que no se tenga duda sobre su significado e interpretación. A fin de lograr tal claridad, se debe evitar el uso de vocablos que tengan una doble significación o una comprensión conceptual de difícil aprehensión, además de precaver que la contraparte no encuentre dentro del contrato disposiciones que le generen malentendidos, de manera tal que se le permita el correcto entendimiento de las palabras y por consiguiente, la comprensión del sentido y alcance de lo que se quiere y de aquello de lo que se obliga (p.332).

La claridad de la información tiene que ver con la forma en que esta se redacta, esta redacción se debe dar en una forma sencilla, no se debe utilizar terminología o vocablos técnicos o complicados, ya que esto imposibilita que el consumidor comprenda. Se ha dicho a pesar de los diferentes tipos de consumidores que pueden llegar a tener las entidades financieras, y sin importar sus conocimientos personales, cuando se habla de consumidor se toma como referencia al hombre medio. Por lo que es esta persona la que va a recibir la información, de modo que la información debe ser adecuada, para que este consumidor entienda. Sobre las características del receptor de la información, acota Saavedra (2012):

Es importante resaltar que el consumidor destinatario de la información

es un hombre medio, utilizado como patrón referente por el ordenamiento jurídico, lo que permite precisar el contenido del deber de información. En una sociedad de consumo masificado como la actual prima la impersonalidad, lo que quiere decir que el empresario no tiene mayor conocimiento de la persona que está adquiriendo sus productos o servicios. Como sería contrario al tráfico comercial exigir que esta situación se revirtiera y que se proporcionara a cada consumidor una información específica, necesaria según las distintas circunstancias y de acuerdo a sus condiciones sociales, económicas, culturales y educativas, debe partirse del principio de que se trata de un hombre medio. Esto implica, por un lado, que la información debe ser entendible para cualquier persona, no sólo para aquellos expertos en el producto. El que un consumidor sea un perito en el producto es una coincidencia, no la regla general, por lo cual debe aplicarse una presunción por parte del empresario de forma tal que siempre se dé la información necesaria (pp.160-161).

Hasta el momento se han mencionado las características que debe contener la información, sin embargo la mayoría, hacen referencia a la información escrita que contiene el contrato, pero la información incluye una parte no escrita, que es la explicación que se le debe dar al consumidor por parte de la entidad financiera, sobre lo que vaya a contratarse. Esta explicación es oral, y viene a representar un elemento esencial de este derecho fundamental, puesto que en esta parte se le habla al consumidor de una forma sencilla, para que termine de comprender aquello que no quedo claro con la lectura del contrato, para que el consumidor, realice todas las preguntas o dudas que tenga a la persona especialista de la entidad financiera, y con todo esto el consumidor puede de una forma segura expresar su voluntad, ya que sí comprendió todos los detalles de su contrato. Al respecto del tema de información, que va más allá del contrato, y versa sobre la explicación que se le brinda al consumidor financiero, la jurisprudencia patria, también se ha manifestado sobre el particular (República de Costa Rica, Sentencia 13-003184-1027-CA, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo y Civil de Hacienda, Sección Cuarta, a las dieciséis horas del tres de agosto de dos mil quince):

...este aspecto es medular dentro de la filosofía de esa rama del derecho. Esta obligación va más allá de la mera entrega de documentación de las condiciones de la contratación, pues si se aprecia la ley de materia de hace poco más de veinte años, pretendió generar una obligación adicional a las existentes hasta aquel momento, consistente en informar adecuada, veraz y oportunamente de las bases del acuerdo; situación que se ve superlativizada en contratos de adhesión, más cuando se anexan datos muy técnicos que a la lectura ordinaria no resultan comprensibles para el interesado y que pondrían en desventaja al consumidor, quien a final de cuentas no podría entenderlo. De manera que se genera un desequilibrio palmario, hacia

una de las partes quien llega a comprender cabalmente cuando trata de ejercer sus derechos y obtiene una respuesta negativa ante la cláusula que originalmente no comprendió. Así las cosas, la obligación lleva incluido la explicación detallada, en lenguaje sencillo y de fácil comprensión, para que la persona sepa a ciencia cierta qué es lo que acepta en su relación. Otro aspecto sobre el cual se dedica poco reparo pero no por ello deja de ser muy relevante, es que la obligación de informar es exclusiva del agente de comercio, por lo que la carga de la prueba se invierte de manera que es él quien está llamado a demostrar de una manera suficiente que ha cumplido su obligación,

Todos los calificativos que se han indicado que debe contener la información que se le brinda al consumidor financiero, hay que hacer un hincapié en el tema de la explicación, que el agente económico debe realizar, antes que el consumidor firme el contrato. Debe quedar claro de que una explicación del contenido del contrato, no es sinónimo de leer el contrato. Como bien lo indicaba la Sentencia precitada, un consumidor puede leer detenidamente un contrato de principio a fin y no comprender absolutamente nada de lo que leyó, esto no es debido al grado de educación que posea el consumidor, es producto que mucho del contenido de los contratos con entidades financieras es lenguaje técnico, que inclusive para personas profesionales puede resultar difícil de comprender. Saavedra (2012) comenta que la información debe dirigirse a un hombre medio, lo que quiere decir, que el consumidor no es conocedor de la materia:

Es importante resaltar que el consumidor destinatario de la información es un hombre medio, utilizado como patrón referente por el ordenamiento jurídico, lo que permite precisar el contenido del deber de información. En una sociedad de consumo masificado como la actual prima la impersonalidad, lo que quiere decir que el empresario no tiene mayor conocimiento de la persona que está adquiriendo sus productos o servicios. Como sería contrario al tráfico comercial exigir que esta situación se revirtiera y que se proporcionara a cada consumidor una información específica, necesaria según las distintas circunstancias y de acuerdo a sus condiciones sociales, económicas, culturales y educativas, debe partirse del principio de que se trata de un hombre medio. Esto implica, por un lado, que la información debe ser entendible para cualquier persona, no sólo para aquellos expertos en el producto⁵⁶. El que un consumidor sea un perito en el producto es una coincidencia, no la regla general, por lo cual debe aplicarse (p.160).

Claro está que la lectura del contrato debe darse y, de una forma completa, sin embargo además de la lectura es necesario que se de esta explicación, la cual debe darse en un lenguaje sencillo, el cual, muchas veces, no es el que se utiliza en la redacción de los contratos. De esta forma, la explicación, viene a complementar este ciclo

de información que se le debe brindar al consumidor. Otra sentencia, bastante reciente en la cual se ha indicado la obligación y necesidad de explicar, la cual va más allá de la simple lectura del contrato, se cita a continuación (República de Costa Rica, Sentencia 0017-2014-IV, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo y Civil de Hacienda, Sección Cuarta, a las trece horas del veintisiete de febrero de dos mil catorce:

El derecho de información, artículo 46 constitucional y 32 inciso c), 34 incisos b) y d) de la Ley 7 472. Apunta que los créditos bancarios son productos complejos de difícil entendimiento para el consumidor, por lo que según la ley, no basta una lectura del notario público a la hora de firmar la escritura pública, o la lectura del funcionario bancario a la hora de firmar un pagaré, se requiere, dice, que haya una explicación en lenguaje sencillo y no técnico, sobre los riesgos y consecuencias de las cláusulas del contrato, sobre todo con respecto a las cláusulas en que se renuncian derechos, se establecen la variabilidad de los intereses referenciados, así como la tasa piso sin tasa techo, imputabilidad de pagos, montos y porcentajes de comisiones y otros costos del crédito y cada addendum o readecuación. Afirma que el deber de información previo a la contratación de cualquier producto financiero y máxime si es de crédito y de riesgo, debe proceder lógicamente de la entidad financiera. Subraya que la importancia de una idónea información y un correcto asesoramiento encuentra su razón de ser en la necesidad de protección de la que precisa el consumidor, pues el gran elenco de productos crediticios que existe en la actualidad hace imposible adquirir una comprensión clara y completa de ellos, sino que es misión del prestador del servicio de intermediación, cuya principal función por ser los profesionales financieros y en virtud del grado de conocimiento que poseen -o deben poseer- no solo de la normativa propia del sistema financiero sino también del derecho del consumidor. Es obvio, dice, que las entidades deberán informar pues, bajo las premisas de rigor, claridad, corrección, precisión, suficiencia y oportunidad del riesgo que comportan las operaciones. De esta forma, dice, no resulta suficiente la lectura por parte del notario público y copia de una escritura pública omisa de las condiciones crediticias sobre los intereses.

Como resultado de todos los adjetivos que se han visto, se tiene que la información que debe recibir el consumidor financiero debe darse de forma veraz, es decir, se esté informando con la verdad lo cual también incluye el no omitir información. Además, de darse una información completa y oportuna en los diferentes momentos de la contratación, todo esto debe ir acompañado de un principio de transparencia y buena fe por parte de las entidades financieras, ya que el consumidor no le queda otra opción más que confiar en la institución. Y finalmente el ciclo informativo concluye con la explicación, de forma clara y sencilla que se le suministra al consumidor, esto debido a que como ya se indicó, muchas veces la simple lectura del contrato no resulta suficiente para una

comprensión completa del consumidor. Se tiene, entonces, que la forma en cómo se debe suministrar la información, viene a ser un compendio de los adjetivos que debe contener, y la explicación que se le debe otorgar al consumidor. Sobre todos estos atributos que debe contener la información, menciona El Tribunal Contencioso lo siguiente (República de Costa Rica, Sentencia 00110, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV del veintisiete de noviembre del dos mil trece):

También, incorpora dicho cuerpo normativo un régimen de sanciones y de responsabilidad para el incumplimiento de sus disposiciones. Esta ley, dispone que en los contratos de adhesión "...sus modificaciones, anexos o adenda, la eficacia de las condiciones generales está sujeta al conocimiento efectivo de ellas por parte del adherente o a la posibilidad cierta de haberlas conocido mediante una diligencia ordinaria. De los textos legales transcritos se deriva que una de las imposiciones legales que debe satisfacer el comerciante, es el deber de información, el cual no sólo comprende la obligación de éste de brindarla al potencial consumidor, sino que la misma debe darse a conocer de manera veraz, es decir, verídica, transparente, sin recurrir a dobleces, ocultamientos siquiera parciales o sesgos, en perjuicio de quien en su fuero interno se encuentra conformando la voluntad adquisitiva y, adicionalmente, de modo oportuno. Mientras todavía se encuentra en proceso dentro de la psique humana, la ponderación de los diversos aspectos tanto negativos como positivos que posee el bien o servicio de interés y la valoración de las eventuales consecuencias que esa determinación volitiva conllevará para el consumidor. Otro aspecto sobre la información es la necesidad de que sea completa, lo que lleva aparejado que incurre en responsabilidad, si resulta un perjuicio en razón de informaciones inadecuadas o insuficientes. El incumplimiento de tales deberes, configura de forma automática, infracciones susceptibles de ser sancionadas al margen de la existencia o no de un daño concreto. Dicho deber de información, pretende que en el momento de realizar la transacción comercial, el consumidor se encuentre plenamente informado de las características propias del bien o servicio que adquiere, y por ende, que sea una decisión consciente e informada la que tome en el momento de definir la contratación respectiva, sin que existan factores que de haber salido a la luz, hubiesen podido modificar su voluntad o bien, haberlo hecho incurrir en error en cuanto a las condiciones, naturaleza, características, desventajas o fortalezas de lo que adquiere. Cabe agregar que la ausencia de información lleva incluido una lesión manifiesta al derecho del consumidor a su derecho de elegir, en la medida que para tomar su decisión de consumo no presentaba el total de los elementos que le permiten adoptar la decisión correspondiente, desechando opciones que pudieron ser mejores pero que por el desconocimiento fueron descartadas. Este aspecto es medular dentro de la filosofía de esa rama del derecho. Esta obligación va más allá de la mera entrega de documentación de las condiciones de la contratación, pues si se aprecia la ley de materia de hace poco más de veinte años, pretendió generar una obligación adicional a las existentes hasta aquel momento, consistente en informar adecuada, veraz y oportunamente de las bases del acuerdo; situación que se ve superlativizada en contratos de adhesión, más cuando se anexan datos muy técnicos que a la lectura ordinaria no resultan comprensibles para el interesado y que pondrían en desventaja al consumidor, quien a final de cuentas no podría entenderlo. De manera que se genera un desequilibrio palmario, hacia una de las

partes quien llega a comprender cabalmente cuando trata de ejercer sus derechos y obtiene una respuesta negativa ante la cláusula que originalmente no comprendió. Así las cosas, la obligación lleva incluido la explicación detallada, en lenguaje sencillo y de fácil comprensión, para que la persona sepa a ciencia cierta qué es lo que acepta en su relación. Otro aspecto sobre el cual se dedica poco reparo pero no por ello deja de ser muy relevante, es que la obligación de informar es exclusiva del agente de comercio, por lo que la carga de la prueba se invierte de manera que es él quien está llamado a demostrar de una manera suficiente que ha cumplido su obligación, según lo refiere el Voto supra citado (quince horas del trece de julio de mil novecientos ochenta y ocho de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia) que ha sido retomado por la jurisprudencia de este Tribunal (Voto 23, de la Sección VII del Tribunal de las 10:40 horas del 13 de febrero de 2009), bajo el denominado principio "pro consumatore"; pues incluso la prueba de una situación negativa (no ser informado) se torna compleja, mientras que la positiva debería resultar muy sencilla si se hizo como debiera, al entregarse información y el ser atendido por un empleado que explicó cabalmente todos aquellos datos útiles, necesarios y veraces para adoptar una decisión. Los temas del derecho y correlativo deber a la información, aparecen normados en los artículos treinta y dos inciso c, treinta y cuatro, inciso b, y cuarenta y tres de la ley en estudio (lo que fue retomado por la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, en resolución No. 0094-2009 de las quince horas cincuenta minutos del veintinueve de enero de dos mil nueve). Cabe advertir que las nuevas formas de comercio, regidas por el principio de competencia entre entes públicos (antiguos monopolios) y los particulares (en muchos casos, empresas transnacionales) ha determinado que los primeros procuren comercializar sus servicios de la manera más expedita y accesible posible, lo que no es malo pues sus competidores lo realizan de manera semejante. Pese a lo dicho, esto no releva la obligación de informar de la mejor manera posible al usuario final, pues siempre existirán mecanismos para cumplir y constatar esa obligación.

De este extracto de Sentencia, se puede afirmar que no hay un vicio de la voluntad de los consumidores, cuando estos han firmado conociendo cada uno de los aspectos y consecuencias de la contratación. Hay un vicio de la voluntad del consumidor, y por ende hay una falta al deber de información cuando al consumidor se le oculta información, o no se le explica de una forma en la que el consumidor pueda entender, que si se hubiera informado el consumidor no hubiera firmado el contrato.

Es importante que cada una de estas pautas informativas se lleve a cabo, solo así se garantiza que el consumidor verdaderamente entiende los alcances, y consecuencias de lo que está contratando, de lo contrario se tienen consumidores que nunca conocieron los alcances del contrato que firmaron. Y como consecuencia de esto se tiene una gran cantidad de procesos en los juzgados del país en contra de entidades financieras, alegando cláusulas abusivas, falta del derecho de información, entre otros. Los cuales se pueden evitar, con solo informar de manera adecuada desde el inicio de la relación.

Si bien se ha mencionado el desarrollo doctrinal y jurisprudencial que se le ha dado al derecho de recibir información de los consumidores financieros, en todos estos votos mencionados, donde ha quedado plasmado que el derecho a la información, es un derecho fundamental, y que se le debe explicar al consumidor sobre lo que está firmando. Muy pocos de estos, votos han sido declarados con lugar, lo cual genera cierta confusión. Ya que se está afirmando que el consumidor debe recibir una información, clara, veraz, oportuna, completa, y recibir una explicación sencilla, y detallada, por parte de las instituciones financieras, pero en el momento de la sentencia, se decide declararla sin lugar. Se aborda el tema del derecho a la información de los consumidores financieros en múltiples Votos de la Jurisdicción Contencioso- Administrativa, se afirma que tiene un rango y fuero constitucional, y más recientemente se ha dicho que el derecho a la información

Uno de los motivos que la Jurisdicción Contencioso-Administrativa de nuestro país ha fundamentado para declarar sin lugar estos procesos, es el de consumidor experto. Se ha dicho que si el consumidor goza de ciertos conocimientos, o se desempeña en determinada profesión u oficio, es considerado un consumidor experto:

....En defensa de los intereses comunes, el INS, argumentó durante el juicio que ellos ven satisfecho el derecho a la información de la accionante en virtud de contar para aquel momento con asesoría letrada. Al respecto debe aclararse que salvo los supuestos de consumidor experto (acuñado también vía jurisprudencial), que no es el caso que nos ocupa, no es posible delegar la responsabilidad en la contraparte; más amén de lo señalado, es de precisar que a folioRepública de Costa Rica, Sentencia 32, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, el diez de abril del dos mil quince.

Hay que aclarar varios puntos sobre el tema de consumidor experto. Para considerar a un consumidor como experto debe probarse, no basta argumentarlo con la profesión u oficio que desempeñe el consumidor. Así lo explica la Sentencia veinticuatro, del veinticuatro de marzo del dos mil catorce, emitido por la Sección Octava del Tribunal Contencioso Administrativo, en primer lugar el texto de la Sentencia señala al actor como consumidor experto:

Amén de ello de la escritura número 27 (folio 58) se extrae que el actor es administrador de empresas, con conocimientos claros y precisos de lo que significa el haber económico diario, ya que precisamente para que una persona tenga este grado ha pasado por varios procesos, que tienen que ver necesariamente con la economía y su comportamiento, el impacto del dólar, de lo que es una tasa de interés fluctuante, y otros temas, por lo que es claro que el señor Cabrera es lo que se denomina un consumidor experto. De allí que no resulta procedente la obligación de hacer de una

omisión de una obligación Constitucional y legal que no se ha demostrado incumplida por la parte demandada.

Sin embargo, un voto salvado de esta sentencia menciona:

Con la aclaración realizada, comparto lo expuesto por el criterio de mayoría en cuanto a los intereses colectivos. En lo que refiere al señor xxxxx y su representada, la postura de mis compañeras de Cámara parten de la premisa que el referido señor reconoce con la presentación de la demanda que es "empresario", y en una escritura firmada ante el Banco xxxx hizo ver que su profesión era "administrador de empresas", considerando que ambas condiciones lo constituyen en un consumidor experto. La distinción entre consumidor ordinario y experto, ha sido una construcción jurisprudencial desarrollada por esta jurisdicción, para distinguir aquellos consumidores que por sus condiciones personales presenta elementos cualitativas extraordinarias que le permiten tener una selección de productos en mejores condiciones que los restantes. Frente a ellos el derecho a la información cede sustancialmente, en tanto la mayoría de los datos son de su conocimiento, en ocasiones hasta con mayor cantidad de información y dominio del tema que el mismo agente de comercio. En lo que al caso corresponde, y en mi humilde criterio resulta un poco exagerado utilizar tal apelativo en el caso del señor xxxx. Véase como durante la audiencia de juicio no se realizó cuestionamientos sobre el particular del nivel de tecnicidad en el término o si simplemente se cataloga como tal en virtud de ser el representante de la empresa aquí actora. La información que es constatable en el expediente, se torna aislada e insuficiente para llegar a esa conclusión. Incluso, véase como es el mismo Tribunal es que arriba por sí mismo a esa conclusión, sin que si quiera hubiera sido invocado por la accionada en su defensa esa condición. En dicho marco, no puedo llegar a la conclusión que presentan mis estimables co-juezas.

En la Sentencia 64, del veintiséis de junio del dos mil quince la Sección IV del Tribunal Contencioso Administrativo, hay también un voto salvado del mismo juez anterior, en el que también se toca el tema de consumidor experto dice:

En mi criterio un consumidor experto es aquel que por sus atestados, su experiencia o por sus conocimientos es posible sostener que tiene un nivel de comprensión superior al consumidor ordinario; esa condición no se presume, sino que se prueba y en este caso no logro ubicar las bases para llegar a esa conclusión. Todo sin perjuicio que tampoco fue argumento de la contraparte, de suerte que si el Tribunal lo detectó de oficio debió concurrir a la audiencia del noventa y cinco del Código Procesal Contencioso Administrativo. De manera que la persona se califique como administradora de su propia empresa (si al menos fuera de una ajena, pensaríamos que presenta algunos atestados para llegar a ser contratada para eso) y haber suscrito cuatro créditos para consolidar su negocio me impiden calificarla como experta.

Por ende se debe tener claro que solo el hecho que el consumidor se desempeñe en determinada labor, no es fundamento suficiente para catalogarlo como consumidor experto. Es importante aclarar que alcances tiene esta distinción entre consumidor

experto y un consumidor ordinario. El derecho a la información no distingue entre consumidores, la ley no hace ninguna distinción de consumidores sobre la información que deben recibir, y no importa que tantos conocimientos tenga o no el consumidor, se les debe brindar a todos los consumidores por igual, una información veraz, oportuna, completa, etc.

Esta distinción que realizan los tribunales no es para determinar cuanta información debe recibir el consumidor, ya que queda claro de que todos los consumidores deben recibir información de la misma forma. La distinción es para conocer el nivel de comprensión que posee el consumidor, ya que la comprensión de un receptor experto, no es la misma que un consumidor ordinario, y esto es importante de conocer y analizar cuando se está cuestionando la calidad de la información suministrada, resulta útil para los tribunales valorar bajo este estándar. Pero, como se indicó este nivel de expertiz de un consumidor hay que probarlo. Este nivel de conocimiento, indica si el consumidor poseía o no la capacidad de entender si la información que se le estaba entregando era la correcta.

Otra de las razones que considero es uno de los motivos, por los que no prosperan los recursos contra las entidades financieras, en temas de derecho a la información, es por la carga probatoria. En constantes votos, se ha indicado, que estas relaciones, la carga de la prueba la tiene el agente económico, ya que es este quien posee la información:

...como derivación de ello, la interpretación y la aplicación de las normas, en caso de duda, en los conflictos de esta naturaleza, deben favorecer al más débil, es decir, en tesis de principio, al consumidor. De ahí que en esos supuestos, el comerciante o proveedor, tiene una obligación de demostrar que ha cumplido con sus obligaciones en la relación de consumo y que ha respetado los derechos fundamentales del consumidor, en caso contrario, deberá responder por la infracción a estas reglas como lo determine las normas infra constitucionales. (República de Costa Rica, Sentencia cincuenta y seis, emitida por el Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV).

Pero generalmente en estos procesos, lo que la entidad financiera, aporta como prueba son los contratos o escrituras públicas, firmadas por los consumidores. Lo cual es bastante contradictorio, porque precisamente se está alegando una falta de información de este contrato o dicha escritura. La situación, es más difícil aun cuando son escrituras públicas las que se ofrecen como prueba de lo que el consumidor firmó, ya que en estas se consigna que el notario leyó y explicó todo al consumidor, y estas revestidas por la fe pública que ostenta el notario.

Se está en un panorama donde el consumidor, alega una falta de información, pero firmó un documento público, que dice que si se le leyó y explico todos los alcances del mismo:

Nótese entonces que contrario a lo afirmado por la actora, al formalizar el crédito con la institución bancaria se le indicó cuales eran los mecanismos de cálculo de la variabilidad tasa de interés así como la aplicación de la tasa básica pasiva del Banco Central como referencia. Aunado a lo anterior, no puede dejar de señalar esta Cámara de Jueces que la actora no demuestra técnicamente porqué estima que el aumento porcentual sufrido de hasta un 16,25% -pese que lo demostrado es un registro histórico del 15%-, resulta desproporcionado, abusivo y no equitativo, ya que no aporta elemento probatorio alguno para sustentar su alegato. Dentro de este análisis debe subrayar este Tribunal que de conformidad con la prueba allegada a los autos, al realizarse el análisis financiero del cual consta la firma de la actora y, por lo tanto, su conocimiento, se especifica la cantidad de cuotas y su cuantía, el pago por concepto de seguros, se precisa que el crédito hipotecario a otorgar es por el plazo de 10 años, cuya cuota mensual es de ₡440 924,23, que comprende la suma de ₡423 287,40 por concepto de intereses y amortización, ₡6 837,53 por concepto de póliza de incendio ₡10 800,00 por concepto de póliza de vida y que la solicitante se da por enterada de las deducciones que se realizarán al crédito a entera satisfacción y que se da por enterada de las disposiciones que regulan la concesión de créditos en el Banco Popular. Además, en la escritura pública de constitución del crédito hipotecario se consigna por el Notario Público que: "Advertí a la deudora el valor y trascendencias legales de sus renunciaciones, estipulaciones y las obligaciones que ahora contrae..." Así las cosas, pese que la actora aduce la utilización de lenguaje técnico y la no facilitación de un borrador, no acredita que tales supuestos constituyan un óbice para la comprensión de los alcances de la cláusulas y estipulaciones contempladas en el contrato de crédito que se indica declara conocer tanto durante la tramitación interna como ante el Notario Público ante quien compareció a formalizar el crédito. (República de Costa Rica, Sentencia cincuenta y siete, emitida por El Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, el diecisiete de junio del dos mil quince).

Aquí hay que resaltar varios aspectos, el Notario Público que redacta la escritura no es la persona, con la que el consumidor conversó sobre el crédito, ya que estas no son las funciones del notario, quien tuvo el primer acercamiento con el consumidor fue otro empleado de la entidad financiera, quien primero debe tener los conocimientos y la capacitación necesaria, para brindarle a los consumidores la información de la forma en como la ley señala se debe de suministrar. El único acto que está quedando registrado es la escritura pública, la cual dota de fe pública y consagra la firma del consumidor, pero al ser contratos de adhesión, y al haber el consumidor ya pasado por una etapa previa a la firma de la escritura, en donde debió recibir toda la información, la obligación del notario es leer la escritura, la cual va a decir que se le explicó al consumidor todos los alcances de la misma (esto se explica en la etapa previa), pero lo que ocurre cuando se firma la

escritura es que el notario realiza una lectura integral de la misma.

No es que la escritura sea falsa, evidentemente, al consumidor se le tiene que informar, solo que esta información no es brindada en el acto de firma de la escritura o contrato, es brindada en un acto anterior, cuando el consumidor tuvo su primer acercamiento con la entidad, y solicitó el crédito, el seguro, o servicio... pero este trámite no queda registrado, el único documento de prueba que tiene la entidad financiera es el contrato o escritura firmados. Esto se considera que es bastante redundante y contradictorio, ya que al tener la entidad financiera la carga de la prueba, esta debe probar que en cada etapa se le brindó la información correcta al consumidor, no solo mostrar el documento final firmado. Ya que a mi parecer una firma de un consumidor en un contrato, o una escritura que indiquen que se le advirtió sobre las consecuencias y alcances de estos al consumidor, no es prueba fehaciente de que realmente se entregó dicha información al consumidor. Sobre el particular expuesto, en el voto salvado del Juez Madrigal Jiménez, en la Sentencia 64 del veintiséis de junio del dos mil quince de la Sección IV del Tribunal Contencioso Administrativo, se toca el tema referente a la obligación de las entidades financieras de probar que brindaron la información:

Si bien el voto de mayoría realiza un esfuerzo significativo para señalar los derechos del consumidor, a mi entender dejaron dos aspectos medulares en su análisis que no son expuestos en las resoluciones que le sirven de fundamento. El primero de ellos es que el derecho a la información es inherente al consumidor y una obligación para el agente de comercio y lo segundo, es que la carga de la prueba en esa materia corre a cuenta de la parte fuerte de la relación y no de la débil. Así la regla de que quien afirma prueba (del 317 del Código Procesal Civil y 220 del Código Procesal Contencioso Administrativo), en esta materia se rompe y entramos en el fenómeno de la prueba dinámica, donde la parte que le resulta más fácil probar es la llamada a esto. En materia de la Ley para la promoción esa obligación recae siempre en el agente de comercio. Estos dos aspectos han sido sostenidos de manera consistente en los últimos años, tanto por esta Sección como por las restantes de esta jurisdicción, así como de la Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia, en múltiples resoluciones. Zanjado ese primer aspecto, el segundo de los tópicos es que si bien mis compañeros de Sección analizan los alcances de la responsabilidad administrativa, a mi entender los artículos ciento noventa y siguientes de la Ley General de la Administración Pública no resultan de aplicación en la especie, en tanto el Banco Nacional de Costa Rica no está actuando como una entidad de derecho público, sino como una empresa pública. En dicha inteligencia al amparo del artículo tres punto uno de la Ley General de la Administración Pública su actuación es propia del derecho privado, específicamente del derecho comercial, debiendo aplicarse las normas propias de ese ordenamiento, que para el caso es la mencionada Ley 7 472. Véase como lo realizado es el giro de una actividad económica, semejante a otras entidades privadas (principalmente, bancos), lo que impide aplicar el régimen público. La ley del consumidor, como se ha indicado en otras ocasiones, no viene a suprimir el riesgo, como se ha dicho equivocadamente, pues toda actividad humana

presupone el riesgo y en el caso de los negocios entre mayor es el nivel de este, mayor es la posible utilidad. El concepto de negocio es la negación del ocio para dar espacio a una actividad económica que genera utilidad o ganancia. Efectivamente, como se indica en el voto de mayoría es evidente que las partes suscribieron un contrato típico de préstamo, garantizado con hipoteca. Se trata de un contrato sinalagmático. El objeto del contrato es lícito y en general se cumplieron las formalidades propias del derecho comercial (para el acuerdo) y el registral (para la inscripción de la garantía). Si bien el voto de mayoría inicia considerando la existencia de un consentimiento libre, lo cierto es que la actora en ningún momento realizó argumentación al respecto, lo que la señora Porras Jiménez sostiene es que no recibió la información respectiva por parte del banco, lo que le impidió conformar adecuadamente la voluntad. Una cosa es que exista un vicio en la voluntad en los términos civiles y otro muy diferente que no le diera la información respectiva, lo que impidió que tomara una decisión con las garantías que el ordenamiento le garantiza. Ese tópico que es medular en el razonamiento de la señora actora es obviado en el criterio mayoritario, para orientarlo hacia un ámbito que no fue motivo de discusión entre las partes, como lo es el vicio en la voluntad en los términos civiles. Al respecto, debo llamar la atención al demandado haciéndole ver que en múltiples ocasiones se ha hecho ver la obligación a su cargo de demostrar a cabalidad la totalidad de la información que entregó al consumidor para que este formara su voluntad, más pese a la insistencia, durante la audiencia complementaria salió a relucir que los datos de los créditos nunca fueron aportados, sino que se encontraban en una sucursal. Pareciera bajo lógica media que lo primero que la entidad bancaria debió procurar poner en manos del Tribunal eran los expedientes administrativos de los créditos, para acreditar que sus obligaciones legales fueron satisfechas, los que, en este caso, no aporta, como si no fuera parte de sus obligaciones. Aspecto que pone en evidencia que todavía no ha calado en las empresas públicas, el cumplimiento de los deberes propios de la Ley para la promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor.

Se considera que las entidades financieras deben aportar suficiente prueba que demuestre se le brindó al consumidor una correcta información, la cual no puede basarse únicamente en el contrato o escritura que el consumidor firmó, ya que, precisamente, este es el documento que el consumidor está alegando no se le explicó de la forma adecuada. No puede basarse en que la información si fue brindada, con solo la firma del consumidor. Otro aspecto importante de resaltar de este voto salvado precitado, es la fundamentación que la parte actora dé en su demanda, ya que una cosa son los vicios de la voluntad, de acuerdo con los términos civiles, y otra es la obligación de informar de los agentes económicos.

En la mayoría de estos casos, no puede alegarse que existió un vicio conforme los fundamentos civiles que influyera en la exteriorización del consentimiento del consumidor. Pero, si existe un vicio, conforme la regulación del consumidor, si no se le informa de manera adecuada al consumidor sobre las condiciones de la contratación.

De modo que resulta importante que se haga una adecuada fundamentación por parte del consumidor sobre la forma en como su consentimiento se vio tergiversado. Y por parte de los Tribunales es importante, que se distinga cuando se está en presencia de un vicio contractual en término civiles, y cuando en materia de consumo, ya que no deben ser tratados de la misma manera, puesto que son condiciones divergentes.

A pesar de la obligación de informar por parte de las entidades financieras, se ha indicado también la obligación existente para los consumidores, de informarse por ellos mismos, lo cual conlleva a buscar, comparar el mercado, educarse y muy importante preguntar cuando no entiende. Un consumidor que se educa, aunque sea en principios básicos, va hacer un consumidor que conoce sus derechos, y hay una gran diferencia entre un consumidor que sepa cuáles son sus derechos y un consumidor que no lo sepa. Un consumidor que sabe de sus derechos, los exige y hace valer.

Si bien se habla de la presencia de una asimetría en esta relación con consumidores financieros, considero que la adecuada información y educación, son elementos que permiten que esta asimetría se rompa. Generando una relación proporcionada, tanto en derecho como obligaciones para ambas partes.

Con este análisis jurisprudencial que se ha realizado, se evidencia que nuestro ordenamiento jurídico, si provee una regulación que resguarda los derechos de los consumidores, y más especialmente de los consumidores financieros. Aunque en la normativa, ni en la jurisprudencia se le haya dado una definición específica al consumidor financiero, si se le ha dado una protección especial, tanto en la parte normativa como jurisprudencial.

Sección II: Acciones Legales sobre el Derecho a la Información

Se evidencia en la parte normativa, con la regulación especial que posee cada sector del sistema financiero que el consumidor financiero posee esta protección especial otorgada desde la constitución. En el primer capítulo se observó que cada subsector cuenta con una normativa especial, de diferentes formas, pero con el mismo fin, se le otorgan una serie de derechos a los consumidores, y obligaciones en pro del resguardo de los intereses del consumidor, a las entidades financieras. Dentro de estos derechos, en dichas regulaciones, el derecho a la información siempre encontró cabida, de alguna u otra forma. Además de la especial regulación que tienen todos estos contratos de adhesión que se adquieren con las entidades financieras.

Por parte de la jurisprudencia El Tribunal Contencioso Administrativo Sección IV, y la Sala Primera, han manifestado en reiteradas ocasiones este fuero Constitucional que protege a los consumidores, a rigor de los principios constitucionales que emanan del artículo 46 constitucional. Esta ha sido la base, para la protección de los intereses de los consumidores. Propiamente en lo que es el derecho a la información este mismo numeral establece el derecho de los consumidores de recibir una información adecuada y veraz.

Así también lo ha considerado la jurisprudencia, además de los otros calificativos que se han ido incorporando como parte del derecho a la información. Se ha seguido una línea jurisprudencial en la cual se ha puesto en evidencia el desequilibrio que existe en estas relaciones con entidades financieras, poniendo a la información, como la única opción para lograr una relación igualitaria. Configurándose el derecho a la información como un derecho fundamental, el cual debe estar presente en toda relación que se tenga con cualquier entidad financiera.

El derecho a la información, la jurisprudencia lo ha extendido, a no simplemente una lectura integral del contrato. Este conlleva una explicación, sencilla, detallada, y en un lenguaje que el consumidor pueda comprender, sobre todos los aspectos del contrato. Siendo así las cosas, existiendo una normativa, que les otorga esta serie de derechos a los consumidores, y jurisprudencia reciente y reiterada, en la cual se protege al consumidor por su posición desventajosa, se supondría que Costa Rica debe tener un escenario bastante bueno en cuanto a las relaciones comerciales entre consumidor y entidad financiera.

Aunque la cantidad de demandas por cláusulas abusivas y desconocimiento del contenido del contrato, lo que se manifiesta en una desinformación, no sea tan elevada, no indica de forma directa que no se estén dando estas situaciones en las entidades financieras, ya que con el estudio del mercado que se realizó, se observa que la población que acude a una entidad financiera pública generalmente es de menor ingresos que las que acuden a las entidades privadas. Este puede ser uno de los motivos por los cuales la cantidad de procesos civiles en cuanto a cláusulas abusivas y demás relacionados con el tema sea menor, que la que hay en el Tribunal Contencioso, relacionados con entidades de este tipo.

Se están dando dos situaciones paralelas, la primera es la que le otorga una serie de derechos a los consumidores entre los que se encuentra el recibir una información completa y aunada a esta una explicación, y la segunda, lamentablemente es la realidad de muchas de las entidades financieras, que el consumidor firma el contrato, y no sabe

realmente que firmó.

Para una adecuada fundamentación, se realizó un muestreo a una población profesional, así como no profesional, de 31 personas, a continuación se detallan los resultados de este muestreo.

El 83% de los que realizaron el muestreo, afirman haber llevado a cabo algún contrato con una entidad financiera en algún momento de sus vidas. Esto indica que es un alto porcentaje de personas que son consumidores financieros, como se indicó al inicio del trabajo, en la actualidad, es casi imposible no tener relación con entidades de este tipo, ya que se han vuelto parte de nuestra cotidianidad. Es importante resaltar que su uso no distingue la clase social del consumidor, ya que tanto la clase alta, como la clase baja son poblaciones que utilizan los servicios de las entidades financieras, por ende entran dentro del grupo de consumidores financieros.

Otras cifras importantes de destacar son que el 56% dice no haber leído el contrato que contrajo con la entidad financiera. Esta cifra indica varios aspectos, primero, se puede decir que el consumidor tiene un grado de confianza con la entidad, y que por eso no lee el contrato. Por otro lado se puede hablar de un consumidor desinteresado o desinformado de sus obligaciones. La lectura integral del contrato si bien se debe realizar por parte de la entidad financiera, es importante que el consumidor se tome el tiempo para leerlo y entenderlo, y realizar las dudas que surjan de esta lectura. Sobre las dudas que presentaban los consumidores, también se les pregunto si se las hacían saber a las entidades financieras, a lo cual 36,67% de las personas respondió que no. Lo que también demuestra que existe cierto temor o vergüenza por parte de los consumidores de preguntar cuando no entendieron lo que leyeron.

Una de las cifras arrojadas más preocupantes es cuando se preguntó si la institución financiera le ha explicado de forma clara, cada una de las cláusulas del contrato antes de firmarlo, a lo cual un 80% de las personas respondieron que no. Lo cual da dos posibilidades o que los métodos informativos que están utilizando las entidades financieras no son los adecuados, no están utilizando un personal capacitado que pueda transmitir la información a los consumidores, o que del todo la información no se les está explicando a los consumidores, simplemente se están releyendo contratos a los consumidores, los cuales ellos no comprenden.

Cuando se preguntó si los consumidores conocían sus derechos un 54%, respondió que no. Este resultado se debe relacionar con los otros dos sobre el tema de educación que también se preguntó. Se preguntó si conocían algún programa de educación

financiera en el país y 76,67% de las personas, no conocen sobre estos programas educativos, además se preguntó si alguna vez habían recibido alguna charla sobre educación financiera, y un 80, 65% de las personas no han recibido inducción sobre este tema.

Este muestreo fundamenta aún más el tema de la importancia de la educación del consumidor en temas financieros. Mucha población no conoce sus derechos en esta materia, y al no conocerlos queda impedido de poder defenderse y reclamarlos, cuando estos no se le estén otorgando, o se estén dando de una forma inadecuada. Con esta investigación, se ha podido observar que los consumidores financieros no entienden que es lo que están firmando. Incluyendo este contrato muchas veces cláusulas leoninas que, evidentemente, suprimen los derechos de los consumidores.

Se considera que la problemática sobre este tema no es la regulación, ya que la misma existe. Está la Ley de Protección al Consumidor que aborda el tema de la información de forma general, están las leyes reguladoras de cada Superintendencia que abordan la obligación de informar al consumidor, ligado a todo esto, la jurisprudencia ha confirmado que el derecho a la información es un derecho fundamental, más aún en temas de consumo. Sin embargo, el problema continúa, las personas siguen sin saber qué es lo que realmente se encuentran contratando, y las entidades financieras no brindan el derecho a la información en la forma en como la ley y la jurisprudencia ha señalado debe suministrarse.

Ante esta realidad, cabe preguntarse qué es lo que debe hacerse para mejorar esta situación. Crear más leyes, que vengan a regular de una forma más estricta y taxativa el derecho a la información en el mercado financiero. A mi parecer esta no es la solución, ya que la regulación, existe y se considera que los cuerpos normativos que hacen mención al derecho a la información son bastante claros al indicar en que forma es que esta debe darse.

La solución a la problemática debe abordarse por otros medios. Es de mi opinión que los entes supervisores deben exigirle a las instituciones reguladas, que cuenten con una política de suministro a la información, la cual debe ser llevada a cabo por una persona experta en la materia, esta fase previa a la firma del contrato debe quedar registrada, ya que es el momento donde la entidad financiera otorga toda la información que el consumidor debe saber al respecto.

Nuestras Superintendencias son bastante accesibles, para lo cual un consumidor que considere no se le haya dado en la forma adecuada este suministro de información,

pueda acudir a la superintendencia respectiva a realizar su denuncia, como se mencionó en párrafos atrás los entes reguladores de nuestro país, acatan los concejos de la OCDE, al tener páginas web bastante completas, estar realizando publicaciones sobre temas de interés financiero, etc. Por lo que a un consumidor que no haya quedado satisfecho con la forma en como se le suministró la información puede hacérselo saber al ente regulador para que investigue la situación.

Es necesario que este proceso previo a la firma, quede registrado el cual por el momento la única forma de registrarlo es por medio del papel. Cuando se le entrega la información al consumidor, la cual en estos casos muchas entidades han considerado que una forma sencilla pero completa de suministrarle información a los consumidores es por medio de brochures. Esto puede quedar registrado por medio de actas, aquí el consumidor está firmando que él se le dio una información fácil de entender, la cual debía leer. Todos estos procesos de suministros informativos, deben ir acompañados de la explicación que haga el funcionario de la entidad, esta explicación es muy difícil de registrar que, efectivamente, se diera, pero aquí es donde entra que tanto le exige el consumidor a la entidad sus derechos, el consumidor al no haber entendido, o al no habersele explicado, puede negarse a firmar, este proceso de registro, lo que en el futuro puede servir de prueba que corrobore que a este consumidor no se le informó.

Este proceso de registro, que se debe exigir por parte de cada superintendencia a sus instituciones reguladas en cuanto al suministro de información que se le haya dado al consumidor. Como se decía en el párrafo anterior, puede servir también como medio de prueba cuando surja un conflicto entre el consumidor y la entidad, ya que, en la actualidad, la única prueba que aportan las entidades financieras en el juicio, es el contrato que el cliente contrajo con la entidad. Esto para efectos de este trabajo se ha considerado que es un poco ilógico presentar como prueba, algo que la contraparte está alegando nunca entendió que decía dicho documento. Sin embargo, actualmente, es la única prueba que las entidades pueden aportar a un juicio para demostrar que si se informó al consumidor.

Si se les exigiera a las entidades financieras, registrar esta etapa del suministro de información hacia el consumidor. Esto ayudaría a ambas partes, al consumidor que de verdad estaría siendo informado de la contratación. Y, por otra parte, a la entidad financiera, ya que tendría un medio fehaciente de probar que si suministró la información al consumidor.

De modo que lo que debe mejorarse en sí no es la normativa, es la supervisión de

estas entidades. Y exigirles que tengan una etapa previa a la firma del contrato de suministro de información bajo las condiciones que indica la ley, la cual quede registrada, bajo actas firmadas por el consumidor.

Y, para finalizar, se ha considerado que este cambio en estas relaciones jurídicas debe ir acompañado del derecho a la educación de los consumidores. Desde el inicio se mencionó que la información y la educación del consumidor van ligadas. Es necesario de que el consumidor se eduque en temas financieros. Si bien este mercado es complejo, esto es un motivo más para que el consumidor deba tratar de comprenderlo, aunque sea de forma general y sus conceptos básicos. Términos como interés corriente, tasa piso, interés moratorio, tasa básica pasiva, entre otros, el consumidor debe conocerlos y entenderlos.

Si bien la entidad financiera está en la obligación de explicar al consumidor el contrato, el consumidor también está en la obligación de informarse por su cuenta, y esto lleva unido el educarse. La educación en temas de consumo es un derecho de los consumidores, por lo tanto, el Estado debe promover los medios necesarios para que este se lleve a cabo. Actualmente, en nuestro país, esta promoción del derecho a la educación en temas financieros no es tan amplia como debería darse. Si bien se da una feria financiera, la misma se lleva a cabo una vez al año, también existen sitios web donde se dan cursos de temas relacionados. Sin embargo, estas medidas no son suficientes si quiere educarse, aunque sea en temas básicos a una población.

Implementación de programas educativos en las comunidades es una forma sencilla, y no tan costosa para poder llegar a las personas. Además, es un medio bajo el cual cualquier persona puede acceder, cosa que con programas online no sucede. Publicidad en radio y televisión, de derecho fundamentales, en cuanto al consumidor financiero es otra opción de que esta población comprenda sus derechos. Puede parecer común, pero estos medios son utilizados por la mayoría de las personas, al escucharlos puede que la persona no comprenda del todo los alcances del determinado derecho, pero al menos va a saber que existen.

Estas son solo algunas de las posibles ideas sobre programas educativos en esta materia. La idea esencial es créalos y que le lleguen a las personas que más los necesiten. De este modo se estarían formando consumidores, si bien no expertos si conocedores, lo cual disminuye su posición desventajosa respecto a la entidad. Y obliga a que la entidad suministre la información en los términos requeridos, ya que el consumidor al saber y conocer es capaz de exigir.

Conclusiones

El presente análisis realizado tuvo como fin conocer cuál es la aplicación real del derecho a la información en las relaciones jurídicas, donde intervenga un consumidor financiero, y como debe ser entendido y aplicado este derecho fundamental, de acuerdo con lo indicado por la normativa que regula la materia y, por lo manifestado por la jurisprudencia patria al respecto.

Se desprende de esta investigación que el derecho de consumo es una rama, con bastante trayectoria histórica, la cual surgió producto de los abusos de grandes compañías. Que ocasionaron el inicio de movimientos de consumidores, los cuales, hoy en día, son los responsables de las protecciones que la mayoría de legislaciones le brindan al consumidor.

Es palpable la necesidad de tener una regulación específica para temas de consumo, con lo cual nuestro país desde 1995 posee una regulación que protege los derechos de los consumidores. Sin embargo, se observa en este trabajo que la Ley 7 472, en temas de consumo financiero presenta ciertos vacíos, que han sido cubiertos por la regulación especial de cada superintendencia o por la jurisprudencia.

Aunque sea insuficiente esta regulación, la Ley 7 472, comprende ciertos artículos, los cuales son determinantes para las relaciones entre consumidores y agentes económicos. Como lo es el artículo 32, el cual menciona los derechos de los consumidores, los incisos b, c y d regulan tres derechos fundamentales para el consumidor financiero, los cuales son la protección de sus intereses económicos y sociales, el acceso a una información veraz y oportuna y el derecho a la educación, los cuales son reafirmados por el reglamento de dicha normativa.

A lo largo de este trabajo, se ha considerado que estos tres derechos tienen una íntima relación entre sí. Si se dan los tres en las condiciones pertinentes, estas relaciones de consumo se realizarían en un entorno pacífico, y sin las vicisitudes que constantemente aparecen.

El orden correcto en el cual deben darse estos derechos a los consumidores es iniciar con el derecho a la educación. Este derecho es trascendental, el consumidor puede y debe educarse lo más que pueda sobre el servicio, o bien, que va a recibir, si así lo hace el derecho a la información se le va a facilitar, puesto que lo va a comprender de una mejor forma, y si estos dos anteriores se llevan a cabo de acuerdo con las regulaciones establecidas, el derecho a la protección de los intereses económicos y sociales, se

encontrará asegurado.

Un numeral que se encuentra en la Ley De protección al Consumidor y, también, es de gran relevancia para el consumidor financiero, es el 42, referente a las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión. Conforme con lo estudiado, la mayoría de los contratos que se llevan a cabo entre consumidor y entidad financiera, son contratos de adhesión, en los cuales las cláusulas se encuentran predispuestas, y el consumidor solo puede decidir si firma o no. Lamentablemente, al tener estos contratos estas características, las cláusulas abusivas o leoninas muchas veces han aparecido en estas contrataciones. Muchas de las sentencias estudiadas, el consumidor alegaba que algunas de las cláusulas del contrato que firmó eran abusivas. Sin embargo, de este análisis se concluye que, el calificar una cláusula como abusiva o no, lo realiza únicamente el juez. El hecho que una cláusula sea abusiva o no, radica en la mala fe presente en la misma, así como si de la misma se desprende una disminución o anulación de los derechos básicos del consumidor. Dentro de este tema de las cláusulas abusivas, se concluye, también, que, muchas veces, este se genera, porque el consumidor no lee de forma completa el contrato y, por lo tanto, desconoce del contenido de este y la presencia de estos abusos.

Además de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, los derechos de consumidor tienen una protección de rango constitucional, establecida en el artículo 46. Numeral que fue reformado en el año 1996 para incluir dicha protección. En este sentido, en múltiples de las sentencias analizadas para este trabajo, emitidas por el Tribunal Contencioso Administrativo se hace mención al fuero constitucional que cubre a los consumidores, y todos los principios constitucionales que se derivan de este numeral.

Otro aspecto muy importante de señalar es que ni la Ley 7 472, ni ningún otro cuerpo normativo, brinda una definición de quien es consumidor financiero. Por esto se consideró importante estudiar el sistema financiero costarricense y de esta forma comprender quien debe ser catalogado como consumidor financiero.

Se desprende de este estudio que el sistema financiero costarricense está integrado por cuatro sectores, los cuales son supervisados por el Consejo Nacional de Supervisión del Sistema Financiero.

Cada sector del sistema financiero se encuentra regulado por una superintendencia, que, a su vez, cuenta con una normativa específica. Los sectores que integran el mercado financiero en nuestro país son la banca, los valores, las pensiones y los seguros. Regulados por la Sugef, Sugeval, Supen, y Sugese, respectivamente.

A pesar de no existir un concepto como tal del consumidor financiero ni en la normativa, ni en la jurisprudencia, se concluye que toda persona que adquiera o reciba un servicio que pertenezca a estos sectores mencionados, es un consumidor financiero, dependiendo del servicio que adquiera se le denomina cliente, inversionista, afiliado, o asegurado.

Hay que destacar la labor de supervisión que realizan estas superintendencias, ya que estas deben velar por el adecuado desarrollo de los mercados monitoreados. Y realizar las investigaciones correspondientes en aquellos casos que resulten necesario. Para este trabajo se tornó necesario conocer la normativa de cada sector, a lo cual se ha considerado que la información relacionada con estas instituciones, es de fácil acceso para todo el público. Todas estas superintendencias cuentan con páginas web, bastante completas y de fácil utilización. Con indicaciones sencillas sobre los trámites correspondientes. Esto es bastante bueno que se lleve, a cabo, dentro de las recomendaciones de la OCDE, se mencionaba la importancia de que los entes reguladores posean páginas web informativas y claras, lo que las instituciones del sistema financiero lo llevan a cabo.

Se ha concluido que el tema de regulación del derecho a la información en temas financieros, en nuestro país, no es un problema, ya que contamos con los debidos cuerpos normativos que regulan la materia. Iniciando por la ley de protección y defensa efectiva del consumidor, así como cada ley reguladora del mercado financiero. En cada una de estas leyes se aborda el tema del derecho a la información, ya sea de forma directa o indirecta. Pero al final el objetivo de todas estas regulaciones es el mismo, que al consumidor se le informe de la manera adecuada, para que este puede comprender todos los aspectos de la contratación.

Sin embargo a pesar de afirmar que contamos con una adecuada regulación en temas de información para el consumidor financiero, la cual ha sido avalada por la jurisprudencia nacional en reiteradas ocasiones. La realidad es que en la aplicación de este derecho el consumidor sigue firmando documentos que no entiende, y que nadie le explicó.

Se ha concluido que la entidades financieras muchas veces no aportan toda la información, primeramente porque el consumidor no se los pide, y en segundo lugar, porque a pesar de que el consumidor pueda iniciar un proceso en su contra alegando una falta de información en el momento de contratar. Lo cierto es que la entidad cuenta con una prueba básica, el contrato firmado, el cual hasta este momento ha sido

considerado por nuestros tribunales como una prueba fehaciente de que el consumidor firmó libremente y, por lo tanto, en dicho documento no hay ningún vicio a la voluntad, y se consolida la validez de este.

Por esta razón, se considera necesario mejorar las políticas de suministro de información que se llevan a cabo en las entidades financieras. Para esto, es necesaria la intervención de las superintendencias, que emitan una serie de directrices en las cuales se les exija a las entidades reguladas registrar el momento en el que se le suministró la información al consumidor, lo cual puede realizar mediante actas que firme el consumidor, después de que el funcionario, el cual debe ser experto o al menos preparado en la materia, le suministre a la persona. Si bien la explicación que haga el funcionario, es muy difícil de constatar, las actas en donde quede registrado el suministro de documentos y brochures informativos no lo son. La idea es que todos estos documentos que se le entreguen al consumidor sean informativos, pero sencillos, bajo los cuales con la lectura de los mismos el consumidor pueda comprender términos básicos de su contratación, así como entender los alcances de la misma.

La más reciente jurisprudencia en la materia ha indicado que el derecho a la información va más allá de la mera entrega de la documentación, se ha dicho que el derecho a la información, lleva consigo la obligación de explicar en forma clara y detallada el contrato. Sin embargo, las estadísticas consultadas, y el muestreo realizado, demuestran que en la mayoría de los casos esta explicación no se da. Por lo cual suministrarle al consumidor folletos informativos, sencillos, y completos puede ser de gran ayuda, ante la ausencia de la explicación por parte de la entidad.

No se trata que el folleto explicativo, venga a sustituir la explicación detallada que debe recibir el consumidor, no obstante una explicación detallada es difícil de comprobar si se realizó o no se hizo, mientras que la entrega de documentos es más fácil de registrar. Pero, un folleto que explique términos básicos, alcances y consecuencias de un incumplimiento, etc., puede significar una gran diferencia para el consumidor. Los procesos previos a la contratación son determinantes en estas relaciones, por ende deben quedar debidamente archivados con documentación que conste que al consumidor se le explicó y se le suministró la información necesaria.

Otro aspecto importante de mencionar sobre estos entes reguladores, es sobre los procesos de denuncias que llevan contra las entidades financieras. Para interponer una denuncia o queja de una entidad, actualmente se puede hacer vía correo electrónico o visitando físicamente la institución. Es importante destacar que la superintendencia va a

investigar y a iniciar el proceso, sin embargo esta denuncia no tiene efectos indemnizatorios para el consumidor, por ende si el consumidor desea se le indemnice debe acudir a otras instancias. Ya que por esta vía lo que se puede alcanzar es una sanción para la entidad supervisada.

Referente a las denuncias y conflictos que pueden surgir en estas relaciones jurídicas, se ha observado que actualmente existe una mayor cantidad de vías para la solución de estos, a parte de la judicial. Iniciando con la misma entidad financiera, ya que la mayoría cuenta con oficinas que se dedican al estudio y análisis de las posibles controversias que puedan aparecer. Por otra parte, también, en la mayoría de los contratos, se ha ido incluyendo cláusula para la solución de controversias vía alterna, que incluyen ya sea una mediación o un arbitraje. Estas posibles vías alternas, son métodos bastante eficientes, que si bien no son gratuitos como si lo es la vía judicial, son mucho más expeditos que esta alternativa.

La implementación de estos métodos alternos para la solución de las controversias es fundamental. Actualmente, la máxima de derecho, “justicia pronta y cumplida” en nuestro país no se da, a causa del gran congestionamiento que posee nuestro sistema judicial. Problemas con las entidades financieras, no deberían llegar hasta la vía judicial. Mediante métodos como la conciliación, o mediación se podrían solucionar de una forma más expedita, y menos compleja respecto a un proceso judicial.

Las entidades financieras, deben crear dentro de su estructura organizacional oficinas especializadas para tratar las controversias que se generen entre la entidad y el consumidor. Esta alternativa, afortunadamente se ha implementado en muchas de las entidades, sin embargo no es obligatorio contar con una oficina o estructura dentro de la institución dedicada a estas funciones. Lo único que la normativa exige, es que dentro del contrato se le brinde la opción de una solución alterna de conflictos al consumidor. Sin embargo, se ha considerado que al ser un problema propiamente con la entidad, esta solución de controversias se puede llevar a cabo a manera interna. O al menos tratar de llegar algún acuerdo entre partes, sin embargo se está consiente que esta posibilidad no sería totalmente neutral, ya que se estaría dando una solución de controversias por una de las partes, y no por un tercero imparcial. No obstante, en temas de conciliación donde son las partes quienes acuerdan como solucionar sus controversias, si podría funcionar, mientras que ambas partes estén dispuestas a colaborar para una adecuada solución.

En términos generales, el proceso que se lleva a cabo en la Comisión Nacional del Consumidor, incluye al inicio una etapa de conciliación, pero estos procesos no incluyen

el pago de indemnizaciones para el consumidor. Lo que se investiga es si el agente económico cumplió con lo que la ley le exige. Otro proceso que se dedica a la solución de controversias en temas financieros en nuestro país es la reciente Oficina de Defensa del Consumidor Financiero. Esta oficina entró a funcionar desde noviembre del año anterior, a esta entidad pueden acudir ante las discrepancias que afronten con alguno de los servicios y productos brindados por los bancos públicos o privados, cuando las resoluciones de dichos conflictos no sean resueltas satisfactoriamente por las entidades financieras. Se considera que esta oficina aunque es creada por el sector bancario, es una alternativa bastante acorde con las necesidades actuales del consumidor Financiero. La Oficina no es un mediador, pero tampoco un conciliador. Menos un árbitro. Por el contrario, es un órgano decisorio, encargado de resolver reclamos. Su intervención tiene lugar cuando el cliente no está de acuerdo con lo resuelto inicialmente por la entidad bancaria. Lo que implica que tendrá que revisar lo resuelto por el banco a efecto de determinar si es conforme con las disposiciones legales, la técnica y usos y prácticas bancarias, así como los principios de justicia y equidad. Esta revisión se va a realizar por personas ajenas al banco, pero que son conocedores en la materia, por lo tanto se supondría que se estaría garantizando los derechos de los consumidores.

En cuanto al sistema financiero, tanto la doctrina así como las cifras del muestreo realizado son concordantes en que es un mercado bastante complejo y dinámico. Lo que genera la presencia de la asimetría de estas relaciones jurídicas. Esta asimetría o desequilibrio contractual, ha sido afirmado, tanto por la doctrina así como por la jurisprudencia. Es evidente de que el consumidor se encuentra en una posición desventajosa, sin embargo cuando se trata del mercado financiero esta posición de desventaja se incrementa, por la complejidad de la materia. El agente económico es evidente que conoce y entiende el mercado, mientras que el consumidor es ignorante del mismo. Esta teoría de la asimetría ligada al problema de las cláusulas abusivas, ha sido la fundamentación que, en la mayoría de las ocasiones, se dio por parte del Tribunal Contencioso Administrativo, para explicar por qué este tipo de consumidores debe recibir un fuero de protección especial. Importante destacar que si bien al consumidor financiero no se le brinda una definición, si se ha indicado, que por las características del mercado al que incursiona debe tener una protección especial.

Dentro de lo que es la protección especial que debe recibir el consumidor financiero, es que aparece el derecho a la información. A lo largo del desarrollo de este trabajo se ha considerado que el derecho a la información es la única herramienta con la

que cuentan los consumidores para poder equiparar las relaciones que lleven a cabo con entidades financieras.

Se ha indicado con base en la jurisprudencia mencionada que el derecho a la información debe contener una serie de calificativos que se encuentran regulados por ley, y que también han sido reafirmados por la jurisprudencia. Dentro de estos calificativos, están el recibir una información, veraz, clara, oportuna, completa, sencilla. A pesar de estos calificativos la Sentencia 092-2015 del Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, viene ampliar estos calificativos, mencionando que el derecho a la información va más allá de la mera entrega de la documentación, y lleva consigo la obligación de explicar de forma clara y sencilla el contenido del contrato.

Sobre lo expresado en esta Sentencia se ha concluido que el derecho a la información de los consumidores financieros además de darse bajo los calificativos mencionados, debe ir acompañado de una explicación. Sobre este punto también pudo verificarse que explicación no es sinónimo de la lectura del contrato. Son dos cosas muy diferentes las cuales se tienen que dar previo a la firma del consumidor.

Para esto se considera que la etapa previa a la firma del contrato, es una de las más importantes, porque es el momento donde la entidad le debe suministrar toda la información al consumidor, si bien se ha dicho que en etapas posteriores también se le debe seguir suministrando información al consumidor, la etapa previa es predominante, porque es la que influye en el consentimiento del consumidor. Por eso, esta etapa donde se le suministra la información al consumidor, para que este forme su consentimiento, debe quedar debidamente registrada, para que la entidad tenga prueba fehaciente de que cumplió con su obligación de informar al consumidor, bajo los términos que la regulación le exige.

Se reconoce que a pesar de la existencia de normativa y un desarrollo jurisprudencial bastante amplio que consagra los derechos de los consumidores como derechos fundamentales y la aceptación de un fuero especial de protección para el consumidor financiero, debido a sus condiciones, lo cierto es que la mayoría de los recursos fueron declarados sin lugar.

Para ello, se ha considerado que uno de los motivos principales es que la falta de información, no es considerada como un vicio de la voluntad, ya que la misma no entra en ninguna de las concepciones civiles sobre los vicios del consentimiento.

No obstante producto de este trabajo se considera que la falta de información, o la información mal suministrada al consumidor, si doblega la voluntad de este, ya que nunca

se tuvo un conocimiento completo de lo que estaba adquiriendo por parte del consumidor, lo cual debe considerarse como un vicio del consentimiento del consumidor.

La falta de información es sinónimo de desconocimiento, por ende la voluntad y consentimiento de un consumidor, si se encuentran doblegados, Al no haber recibido la información completa. Siendo el consentimiento en general un requisito indispensable para la validez del contrato. De este modo se podría inclusive hablar de la nulidad de dicho contrato, ya que nunca tuvo un consentimiento pleno, por parte del consumidor, porque este nunca entendió que estaba firmando.

Corroborar realmente si el consumidor comprendió o no los alcances de lo que firmaba, es bastante complejo, pero si puede corroborarse si al consumidor al menos se le entregó documentación explicativa de la contratación. Esta explicación siempre bajo la premisa que debe ser sencilla, para que el consumidor la entienda. Claro está, la lectura y la comprensión de esta documentación, también se encuentra bajo la responsabilidad del consumidor. El cual si bien se ha indicado se encuentra en una posición desventajosa, también tiene una serie de obligaciones por cumplir en esta relación con la entidad financiera.

Tampoco se debe olvidar que el consumidor tiene la obligación de leer tanto el contrato como, la demás documentación explicativa que se le brinde. Y preguntar cualquier duda que tenga. El muestreo que se realizó, detalló que el consumidor no entiende lo que firma, pero tampoco pregunta para aclarar sus dudas. En este sentido es obligación propiamente del consumidor preguntar, y hacer saber que no entiende el contenido de la documentación. La entidad financiera debe cumplir con la obligación de suministrar la información en los términos que señala la ley, pero el consumidor debe leer la información dada, y quitarse el temor de preguntar.

La entidad financiera tiene la obligación de dar información a los consumidores cuando estos se la soliciten. De modo que no debe existir ni temor, ni vergüenza por exigirle a la entidad que se le explique el contenido del contrato cuando no se ha comprendido.

Debe quedar claro, que la entidad financiera no le está haciendo un favor al consumidor en prestarle sus servicios, ya que al final esta activada es una actividad lucrativa, por la cual la entidad va a recibir un beneficio económico. Y que este servicio que brinda está regulado, y debe dar bajo las regulaciones establecidas. Y que a pesar de que se le ha catalogado como la parte más fuerte de la relación, lo cierto es que en términos de derecho y obligaciones tanto consumidor como entidad se encuentran en las

mismas condiciones.

Otro aspecto que ha sido objeto de análisis de este trabajo es el término de consumidor experto que se menciona en algunas de las Sentencias emitidas por el Tribunal Contencioso Administrativo. Se ha llegado a la conclusión que este término no debe ser utilizado, ya que concretar quien debe ser catalogado como consumidor experto, lleva irremediamente un aspecto subjetivo incrustado, que una persona tenga determinada profesión no se le puede catalogar como experta del mercado financiero. Por el contrario, la doctrina ha indicado que el mercado financiero debe ir dirigido a un consumidor promedio, el cual es aquella persona que tenga o no una formación académica esté o no relacionada con el sistema financiero, sea capaz de comprender lo que se le está informando. No obstante, si se decide utilizar el término de consumidor experto debe ser para los parámetros de la capacidad de comprensión del consumidor, mas no para el suministro de esta, ya que el suministro se debe dar bajo las condiciones que indica la ley, de igual forma para todos los consumidores.

Finalmente en cuanto a las recomendaciones que se otorgan en este trabajo para mejorar este tipo de relaciones y que se den bajo circunstancias igualitarias se ha considerado necesario mejorar las políticas que comprueben el suministro de información hecho por las entidades financieras a los consumidores. Esto producto que en los casos que se analizaron se observó que en la mayoría de los casos el único elemento que aportaba la entidad financiera como prueba de que si había suministrado la información al consumidor, era el mismo contrato firmado. Lo cual se considera insuficiente para probar que realmente se le informo al consumidor como lo indica la ley se debe hacer. Por ende se ha considerado necesario implementar políticas en las cuales se les obligue a las entidades financieras a documentar cada una de las etapas previas a la firma del contrato, en las que quede constancia que si se le informo y detallo el contenido y los alcances del contrato al consumidor. Para esto se pueden utilizar dese brochures informativos, o cualquier otra herramienta práctica que colabore para la adecuada comprensión del consumidor.

Como recomendación final, se ha enfatizado en la importancia de educar a la población sobre temas básicos financieros, así como en sus derechos fundamentales. El muestreo realizado arrojó cifras muy altas de personas las cuales nunca se han informado sobre estos temas.

En nuestro país existen programas financieros impartidos por las propias superintendencias y de forma gratuita. El problema radica en que no se practican con

tanta frecuencia, ni se les otorga una más amplia publicidad a los mismos. Incentivar programas de este tipo puede marcar una gran diferencia para los consumidores.

A lo largo del trabajo se ha enfatizado en el deber de las entidades financieras de suministrar la correcta información, pero no se puede dejar de lado el deber de los consumidores de educarse en temas financieros y conocer sus derechos básicos. Un consumidor tiene la obligación de informarse por el mismo lo más que pueda antes de acudir a la entidad, para que de este modo sea capaz de exigirle a la entidad financiera un mejor servicio, acorde con sus derechos.

En este aspecto del derecho a la educación, se debe procurar por parte del Estado el incremento de programas educativos para estos temas financieros. Que vayan dirigidos a toda la población y que sean de fácil acceso, para que las personas que más los necesiten puedan disfrutarlos.

La única forma de equiparar estas relaciones jurídicas es primero educando a los consumidores, haciéndoles saber cuáles son los derechos que tienen cuando acceden a los servicios de una entidad financiera. Y ligado a la educación, se encuentra la información, que juntos forman a un consumidor consiente y conocedor, que es capaz de exigir sus derechos, pero también conoce sus obligaciones, y las consecuencias de su incumplimiento.

Referencias

Acuerdo de Apoyo a la Educación Financiera en Costa Rica del ocho de abril del 2015.

Addkeen Consulting (s.f.). Simplificación de Contratos y Documentos Financieros.
Recuperado de: http://www.addkeen.net/Artilucoteca_files/Simplificacion.pdf

Arias, P. (14 de agosto del 2014) *16 entidades conformarán inicialmente la Red Costarricense de Educación Financiera*. El Financiero.

Arias, R. (2011) *Industria Aseguradora después de crisis Internacional*. Seminario Aspectos Legales de los Mercados de Seguros.

ASBA. (2012). *Mejores Prácticas y Recomendaciones para la Protección del Consumidor Financiero*. Recuperado de: <http://www.asbasupervision.com/es/>

Banco Mundial. (2012). Buenas Prácticas para la Protección al Consumidor Financiero.
Recuperado de: www.bancomundial.org

Barón, C. B. (2012). La información como instrumento de protección de los consumidores, los consumidores financieros y los inversionistas consumidores. (Opinión Jurídica, 11(21), 135-152.

Blanco, C. (2012) *La información como instrumento de protección de los consumidores, los consumidores financieros y los inversionistas consumidores*. Opinión Jurídica - Universidad de Medellín.

Botana, G. y Ruiz, M. (1999) *Curso sobre Protección Jurídica de los Consumidores*. Editorial: Ana Navarro, España.

Calderón, K. (30 de noviembre del 2015). Jueza Tribunal Contencioso Administrativo Sección IV. (M. R. Boza, Entrevistador)

Cámara de Bancos e Instituciones Financieras de Costa Rica (s.f.) Lineamientos Generales sobre el Deber de Información al Consumidor bancario y sobre las Cláusulas en los Contratos que regulan sus operaciones y servicios. Recuperado de: <http://camaradebancos.fi.cr/feria-nacional-de-educacion-financiera/>

Cascante, H. (2003) *Disciplina del Crédito Bancario y Protección del Consumidor*. Tesis de Maestría, Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.

Cascantes, J. (2011). *Supervisión Prudencial. Mercado Sancionatorio*. Seminario

Aspectos Legales de los Mercados de Seguros.

Chacón, M. (2011) *Ley Reguladora del Mercado de Seguros Ley Número 8 653*. Seminario Aspectos Legales de los Mercados de Seguros.

Chaves (1998) DI -1998-02LA *Supen dentro del proceso de transformación del sistema de pensiones costarricense*. Recuperado de: <https://www.supen.fi.cr/PortalSUPEN-TemaPrincipal-theme/visor/web/viewer.html?file=/documents/10179/19784/SUPEN+y+la+transformaci%C3%B3n+del+Sistema+de+Pensiones>

Chinchilla (2011) El deber de información contractual y sus límites. *Revista de Derecho Privado*. N 21. Pág. 327-350.

Consumers International (2011) *Comentarios de Consumers International sobre el borrador de principios de alto nivel sobre protección del consumidor financiero de la OCDE*. Recuperado de: <http://es.consumersinternational.org/>

Cooperativismo en Movimiento (2014) La piedra angular: Sociedad equitativa de los pioneros de Rochdale. Recuperado de: <http://www.centrocultural.coop/blogs/cooperativismo/2014/07/02/la-piedra-angular-sociedad-equitativa-de-los-pioneros-de-rochdale/>

Cubero, F. (2003). Banca privada en Costa Rica: desarrollo, estado actual y perspectivas inmediatas. Tesis de Maestría, Universidad de Costa Rica.

Echeverri, V. (2011) *El control a las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión con consumidores*. Opinión Jurídica - Universidad de Medellín.

Financial Stability Board (2011) *Consumer Finance Protection with particular focus on credit*. Recuperado de: <http://www.financialstabilityboard.org/>

Folliet, J. (1971) *La Información Hoy y el Derecho a la Información*. Editorial Sal Terrae. España.

Garay, U. (2006) Las ventajas financieras de divulgar información. *Debates IESA*. Volumen XI, Numero 4.

García, N. (s.f.) *La defensa del consumidor de productos financieros*. Mecanismos de prevención y gestión de futuras crisis bancarias.

Garita, V. (2011) *Solución de Controversias en Materia de Seguros*. Seminario Aspectos Legales de los Mercados de Seguros.

Gutiérrez, E. (2010) *El reloj de la confianza de los consumidores*. *Ciencias Económicas*

28-No. 315-318.

Lucke R. (2014). *Pronóstico del desempeño de la economía costarricense para el año 2014*. Recuperado de: <http://iice.ucr.ac.cr/Encuesta.html>

Monsalve-Caballero, Vladimir & Rodado-Barreto (2011) *La integración de la buena fe objetiva en la etapa de formación de los contratos de consumo*, 122 Universitas, 483-518.

Mora, G. (2011). Nuevo Mercado, Nuevas Oportunidades. *Revista Seguros*. Volumen 3, pp. 20-22.

Morera, P. y Soley, T. (2002) Riesgo DI-2002-02 *Normas Internacionales en materia de supervisión de pensiones: una propuesta*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=SrA-46qm4Fg&list=PLzT6p0tpZWPfDLtkgpuFj8-i21dNEE0q>

Navarro, F. (2013) *El comportamiento del consumidor financiero: enfoque transaccional vs. enfoque relacional*. Memoria para optar al grado de doctor. Madrid, España.

OECD. (2011). *G20 High-level principles on financial consumer protection*. Recuperado de: www.oecd.org

ONU. (1985). Protección del Consumidor 39/248. Recuperado de: <http://www.un.org/es/comun/docs/?symbol=A/RES/39/248&Lang=S>

Ovalle, J. (2000). *Derechos del Consumidor*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Peralta, R. (s.f.) *Contrato de Seguros*. Seminario Aspectos Legales de los Mercados de Seguros.

Pérez, F. (2011) *Derechos del Consumidor de Seguros*. Seminario Aspectos Legales de los Mercados de Seguros.

República de Costa Rica Ley 8 956, Ley Reguladora del Contrato de Seguros, reforma Ley Protección al Trabajador, Ley Reguladora Mercado de Seguros y Ley Seguro de Fidelidad, deroga Ley 11, de 02/10/1922, Ley 59 de 05/02/1925, Ley 48 de 27/07/1926 e inciso e) art. 24 Ley 8 653, del diecisiete de junio del 2011.

República de Costa Rica, Acuerdo Sugef 10-07 Reglamento sobre divulgación de información y publicidad de productos y servicios financieros, del 11 de junio del 2007.

República de Costa Rica, Ley 8 956, Ley Reguladora del Contrato de Seguros de

17 de junio del 2011.

República de Costa Rica, Ley 7 472, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor de 1995.

República de Costa Rica, Ley 7527, Ley Régimen privado de pensiones complementarias, del 27 de diciembre de 2002.

República de Costa Rica, Ley 7 558, Ley Orgánica del Banco Central del tres de noviembre de 1995.

República de Costa Rica, Ley 7 732, Ley Reguladora del Mercado de Valores, del 27 de enero de 1998.

República de Costa Rica, Ley 7 983, Ley de protección al trabajador del 18 de febrero de 2000.

República de Costa Rica, Ley 8 653, Ley Reguladora del Mercado de Seguros, del 1º de julio del 2008.

Romero, E. (s.f.). *Derechos del Consumidor*. Universidad de Costa Rica.

Saavedra, C. (2012). El deber de información al consumidor financiero: Caso de los deudores de créditos hipotecarios en la crisis del 2008. *REVISTA e – Mercatoria* Volumen 11, Número 2.

Salinas, J. (2012) *Protección al consumidor financiero: educación financiera y aportes desde la economía conductual como complementos al modelo clásico de regulación*. Tesis de Seminario para optar al título de Ingeniero Comercial. Santiago, Chile.

Scielo. (2011). La ley y las prácticas de protección al consumidor en Perú. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792011000200008

Sentencia 00057, Emitida por Tribunal Contencioso Administrativo, Sección I, a las trece horas cuarenta y cinco minutos del diecisiete de junio de dos mil quince.

Sentencia 092-2015-IV. Emitida por Tribunal Contencioso Administrativo y civil de hacienda. Sección cuarta, a las dieciséis horas del tres de agosto de dos mil quince.

Sentencia 24-2014. Emitida por Sección octava del Tribunal Contencioso administrativo y civil de hacienda, a las diez horas del veinticuatro de Marzo del año dos mil catorce.

Sentencia 0017-2014-IV. Emitida por Tribunal Contencioso Administrativo y civil de hacienda. Sección cuarta, a las trece horas del veintisiete de febrero de dos mil catorce.

Sentencia 00011, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las catorce horas quince minutos del once de febrero de dos mil catorce.

Sentencia 00016, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección I, a las ocho horas cuarenta minutos del dieciocho de marzo del dos mil catorce.

Sentencia 00017, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las trece horas del veintisiete de febrero de dos mil catorce.

Sentencia 00017, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las trece horas del veintisiete de febrero de dos mil catorce.

Sentencia 00030, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las siete horas con cuarenta y cinco minutos del veintisiete de marzo de dos mil quince.

Sentencia 00032, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las ocho horas del diez de abril de dos mil quince.

Sentencia 00039, Emitida por: Tribunal Contencioso administrativo y civil de hacienda. Sección primera, a las trece horas treinta y cinco minutos del nueve de junio del dos mil catorce.

Sentencia 00053, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las once horas del cinco de junio de dos mil quince.

Sentencia 00054, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las dieciséis horas con diez minutos del veintiocho de mayo de dos mil doce.

Sentencia 00056, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las siete horas treinta minutos del treinta de mayo de dos mil doce.

Sentencia 00064, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las catorce horas del veintiséis de junio de dos mil quince.

Sentencia 00064, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las catorce horas del veintiséis de junio de dos mil quince.

Sentencia 00079, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las siete horas treinta minutos del treinta de julio de dos mil doce.

Sentencia 00090, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las doce horas del treinta y uno de agosto de junio de dos mil doce.

Sentencia 00092, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las dieciséis horas del tres de setiembre de dos mil quince.

Sentencia 00094, Emitida por Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las ocho horas con cuarenta y cinco minutos del tres de noviembre de dos mil catorce.

Sentencia 00108, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las dieciséis horas del nueve de diciembre de dos mil catorce.

Sentencia 00108, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las dieciséis horas del nueve de diciembre de dos mil catorce.

Sentencia 00110, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las dieciséis horas del veintisiete de noviembre de dos mil trece.

Sentencia 00112, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las doce horas del once de diciembre de dos mil catorce.

Sentencia 00112, Emitida por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las quince horas treinta minutos del treinta y uno de octubre de dos mil doce.

Sentencia 00134, Emitido por: Tribunal Contencioso Administrativo, Sección IV, a las quince horas del veinte de diciembre de dos mil doce.

Sentencia 03357, Emitida por: Tribunal Procesal Contencioso Administrativo, a las dieciséis horas con quince minutos del tres de setiembre del dos mil diez.

Solís, M. (2011). *Comentarios al Capítulo de Solución de Controversias y Seguros*. Seminario Aspectos Legales de los Mercados de Seguros.

Soraya. (2013). *La protección de los consumidores financieros*. Artículo de Investigación.

Sugese. (2014). *Revista Seguros*. Volumen II.

Sugese. (s.f.) Carta de los Derechos de los Consumidores de Seguros. Recuperado de: http://www.sugese.fi.cr/publicaciones/CartaDerechosConsumidor/Carta_de_los_de_rechos_de_los_consumidores_de_seguros/Carta_de_los_derechos_de_los_consumidores_de_seguros.html

Superintendencia General de Entidades Financieras. Sugef. Recuperado de: http://www.sugef.fi.cr/sobre_sugef/antecedentes/

Superintendencia General de Pensiones. Recuperado de: <https://www.supen.fi.cr/web/supen/inicio>

Superintendencia General de Seguros Costa Rica, Sugese. Recuperado de:
http://www.sugese.fi.cr/mercado_seguros/

Superintendencia General de Valores, Sugeval. Recuperado de:
<http://www.sugeval.fi.cr/Paginas/Inicio.aspx>

The American Presidency Project (1999) 93 - Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest. Recuperado de:
<http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=9108>

The World Bank. (2012). Good Practices for Financial Consumer Protection. Recuperado de: www.worldbank.org

UNED. (1997). Historia de la banca comercial en Costa Rica Desde sus inicios hasta 1996. Universidad Estatal a Distancia.

Viguria, C. (2012). *El consumidor financiero: necesidades de su Implementación en el sistema nacional de protección al Consumidor*. Tesis de Bachillerato. Lima, Perú.

Villalobos, E. (2000). *El Derecho a la Información*. Universidad Estatal a Distancia.

Voto 00065, Emitido por Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia a las catorce horas cuarenta y cinco minutos del veintiocho de junio de mil novecientos noventa y seis.

Voto 001494-F-S1-2014, Emitido por Sala Primera de la Corte Suprema de Justicia. San José, a las trece horas cincuenta minutos del veinte de noviembre de dos mil catorce.

Voto 00408-F-S1-2014, Emitido por Sala Primera de la Suprema de Justicia San José, a las ocho horas cuarenta minutos del veinte de marzo de dos mil catorce.

Zunzunegui. (2013). *Derechos del consumidor de servicios y productos financieros como derechos básicos*. Artículo de Investigación, Madrid.