



¿Qué es el Sernac Financiero?

El Sernac Financiero es un nuevo marco legal que fortalece los derechos de los consumidores de productos y servicios financieros, impone nuevas obligaciones a las empresas y da más facultades al Servicio Nacional del Consumidor (Sernac). Esta nueva ley, que lleva por número 20.555, viene a complementar la Ley de Protección al Consumidor.

Nuevos derechos del Consumidor Financiero según Ley 20.555

- Recibir la información del costo total de los productos o servicios que contrate, lo que comprende conocer el CAE (Carga Anual Equivalente).
- Conocer las condiciones objetivas que el proveedor establece previa y públicamente para acceder a créditos y otras operaciones financieras.
- Obtener la oportuna liberación de garantías constituidas para asegurar el cumplimiento de las obligaciones, una vez extinguidas éstas.
- Elegir al tasador de los bienes ofrecidos en garantía, entre las alternativas que le presente la institución financiera.
- Conocer la liquidación total del crédito, al momento mismo del requerimiento.

¿Qué conceptos debo conocer?

CAE: Indicador expresado en forma de porcentaje que muestra el costo total de un crédito, incluido todos los gastos, en un período anual (el indicador incluye capital, intereses, gastos del crédito y cualquier otro producto o servicio voluntariamente contratado).

Este indicador posibilita que el cliente compare entre distintos oferentes el costo total de un crédito expresado en tasa anual.

Costo total del crédito: Es el valor que el cliente pagará en total por el crédito solicitado (suma de todas las cuotas).

Cotización: Es un formulario dirigido nominativamente a un Consumidor interesado en la contratación de un Crédito, cuyo riesgo comercial ha sido previamente evaluado calificándosele como sujeto de crédito, en la que se debe indicar en forma clara, simple y transparente las condiciones y características del producto solicitado, tales como precios,

plazos, condiciones, costo total y la CAE. La vigencia de la cotización es de 7 días hábiles contados desde su comunicación al cliente.

Razones objetivas de las causales de rechazo de un cliente: Las causales de rechazo deben basarse en condiciones objetivas. Por lo tanto, al informar a un cliente debemos ceñirnos a causas pre-definidas en la Política de Riesgo y de público conocimiento. Si el cliente lo solicita expresamente, se le deberá entregar una carta con las razones respectivas.