

CIRCULAR SB: CSB-REG-2026000013

- A las** : Entidades de intermediación financiera (EIF).
- Asunto** : Actualizar los lineamientos sobre *Onboarding* digital para que tanto las personas físicas como jurídicas puedan ser vinculadas para contratar productos y servicios financieros.
- Vista** : La Constitución de la República Dominicana del 27 de octubre de 2024.
- Visto** : El literal (e) del artículo 21 de la Ley núm. 183-02 Monetaria y Financiera del 21 de noviembre de 2002 (en lo adelante Ley Monetaria y Financiera), que faculta al Superintendente de Bancos a emitir Instructivos, Circulares y Reglamentos Internos.
- Visto** : Los artículos 40, 42, 43 y 75 de la Ley Monetaria y Financiera, que establecen las operaciones que pueden realizar las entidades de intermediación financiera.
- Vista** : La Ley núm. 126-02 sobre Comercio Electrónico, Documentos y Firmas Digitales del 4 de septiembre de 2002 y sus normativas complementarias.
- Vista** : La Ley núm. 172-13 que tiene por objeto la protección integral de los datos personales asentados en archivos, registros públicos, bancos de datos u otros medios técnicos de tratamiento de datos destinados a dar informes, sean estos públicos o privados del 13 de diciembre de 2013.
- Vista** : La Ley núm. 155-17 Contra el Lavado de Activos y el Financiamiento del Terrorismo del 1ero de junio de 2017.
- Vista** : La Ley núm. 479-08 Ley General de las Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada del 11 de diciembre del 2008.
- Vista** : La Ley núm. 03-02 sobre Registro Mercantil del 18 de enero del 2002.
- Vista** : La Ley núm. 50-87 que deroga y sustituye la Ley No. 42 del año 1942, sobre las Cámaras Oficiales de Comercio, Agricultura e Industrias de la República.
- Visto** : Decreto Núm. 335-03 que aprueba el Reglamento de Aplicación de la Ley núm. 126-02 sobre Comercio Electrónico, Documentos y Firmas Digitales del 8 de abril de 2003.

- Visto** : El Decreto núm. 408-17 que aprueba el Reglamento de aplicación de la Ley núm. 155-17 Contra el Lavado de Activos, el Financiamiento del Terrorismo y la Proliferación de Armas de Destrucción Masiva del 16 de noviembre del 2017.
- Visto** : El Reglamento de Protección al Usuario de los Productos y Servicios Financieros, aprobado mediante la Primera Resolución de la Junta Monetaria del 5 de febrero de 2015 y su modificación.
- Visto** : El Instructivo de Aplicación del Reglamento de Protección al Usuario de los Productos y Servicios Financieros, puesto en vigencia con la Circular SB: CSB-REG-202400007 del 13 de mayo de 2024.
- Vista** : La Tercera Versión del Instructivo sobre Debida Diligencia aprobado y puesto en vigencia mediante la Circular SB: Núm. 005/22 del 2 de marzo del 2022.
- Vista** : La Circular SB: Núm. 011/22 sobre *Onboarding* digital de productos y servicios financieros, del 24 de junio del 2022.
- Considerando** : Que el Poder Ejecutivo impulsa el proyecto Meta 2036, que tiene como objetivo duplicar el Producto Interno Bruto (PIB) de la República Dominicana. Como parte de las iniciativas que se impulsan en el Comité Financiero de Meta 2036, está la de habilitar el llamado enrolamiento digital (*onboarding* digital) para sociedades comerciales. De esta forma se busca agilizar la provisión de productos y servicios financieros digitales a sociedades comerciales.
- Considerando** : Que el Reglamento de Protección al Usuario establece en su artículo 6, literales (a) y (c) que en adición a los derechos conferidos en la Constitución de la República Dominicana, la Ley Monetaria y Financiera y otras leyes, toda persona física o jurídica que utilice los servicios o adquiera los productos de una entidad de intermediación financiera, es titular de los derechos de: a) Recibir de las entidades de intermediación financiera información exacta, oportuna, completa y detallada sobre los productos y servicios ofertados o contratados con estas; (...) c) Recibir todos los documentos e informaciones que resulten propias del producto o servicio contratado o prestado, así como de toda modificación posterior a su contratación.
- Considerando** : El informe de "*Onboarding* digital" publicado en el 2021 por el Banco Interamericano de Desarrollo que describe el contexto para América Latina y el Caribe, sus beneficios y las herramientas de aplicación.

- Considerando** : Que en contribución con la Agenda Digital 2030, la Superintendencia de Bancos como parte esencial de la reactivación económica ha impulsado la aplicación de mecanismos tecnológicos como el *onboarding* digital, donde los usuarios podrán recibir más y mejores servicios financieros, elevando la productividad y competitividad de la economía.
- Considerando** : Que el *onboarding* digital se ha convertido en un medio de uso frecuente para la vinculación del usuario al sistema financiero de forma remota y segura, basándose en nuevas tecnologías y soluciones innovadoras.
- Considerando** : Que en vista del crecimiento del acceso remoto a productos y servicios que se ha experimentado en los últimos años, la utilización de canales y productos financieros digitales se convierte en una herramienta clave para la inclusión financiera.
- Considerando** : Que el *onboarding* digital facilita la transformación del sistema financiero dado el avance de las nuevas tecnologías y el internet, facilitando las nuevas formas de comercio electrónico permitiendo que el sistema se adapte a esa nueva modalidad de comercialización.
- Considerando** : Que un aspecto importante a considerar para la implementación del *onboarding* digital es la identificación, verificación y autenticación del usuario o cliente a ser vinculado a la EIF, por lo que, se hace necesario establecer los lineamientos que deberán considerar las referidas entidades para la implementación de este.
- Considerando** : Que dado el crecimiento que ha experimentado el *onboarding* digital en los últimos años a nivel mundial, incluyendo los países de la región, se hace necesario introducir en la regulación local, una norma específica que defina los lineamientos que deberán seguir las EIF en el uso de esta modalidad de contratación donde se han implementado procedimientos de video-identificación y de llamadas en los que no medie una interacción presencial entre el cliente potencial y la entidad de intermediación financiera.
- Considerando** : Que las entidades de intermediación financiera han establecido rutinas de identificación y verificación de clientes nuevos y existentes, apalancadas en los servicios de muestra de cedula y base de datos biométricos provistos por la Junta Central Electoral.
- Considerando** : Que de acuerdo con el GAFI, el uso de sistemas digitales independientes y confiables podría facilitar la identificación y verificación en el *onboarding* del cliente y contribuir a la inclusión financiera, habilitando probar la identidad oficial de personas que no han accedido a servicios en un rango amplio de circunstancias y reforzar la lucha en la prevención de blanqueo de capitales y financiamiento del terrorismo (PBCFT).

- Considerando** : Que es un deber de la Superintendencia de Bancos contribuir con la transparencia y la seguridad jurídica del sistema financiero, en interés de que los usuarios dispongan de un medio seguro para la contratación de sus productos financieros, sin que esto exonere a las entidades de intermediación financiera de cumplir con las obligaciones que emanan de las leyes y las disposiciones que dicte la Administración Monetaria y Financiera.
- Considerando** : Que la digitalización, innovación y nuevas tecnologías constituye uno de los ejes institucionales que marcan el accionar de la Superintendencia de Bancos.
- Considerando** : Que la digitalización, innovación y nuevas tecnologías implementadas en el sistema financiero hace necesario implementar mecanismos de *onboarding* digital que permitan la vinculación remota de personas jurídicas de manera segura, eficiente y conforme al ordenamiento jurídico vigente.
- Considerando** : Que el *onboarding* digital constituye una herramienta esencial para promover la inclusión financiera de las empresas, facilitando el acceso ágil y no presencial a productos y servicios financieros, especialmente para micro, pequeñas y medianas empresas.
- Considerando** : Que la adopción de mecanismos de *onboarding* digital para personas jurídicas contribuye a reducir barreras operativas, geográficas y administrativas, fomentando la formalización, competitividad y participación de las empresas en el sistema financiero y en la economía nacional.
- Considerando** : El Informe de *Onboarding* Digital publicado en el 2021 por el Banco Interamericano de Desarrollo establece que estas prácticas mejoran el acceso a los servicios bancarios y financieros, incrementando el nivel de inclusión financiera. Habilita además a los bancos y prestadores de servicios financieros a mantener relaciones digitales de inicio a fin, lo que se traduce en una mejor competitividad y en la posibilidad de ofrecer mayor variedad de servicios.
- Considerando** : Que este ente supervisor busca dar continuidad y mejorar la normativa financiera, así como afianzar los lineamientos establecidos en las circulares de la cuenta básica y debida diligencia emitidas para el correcto desenvolvimiento de las entidades de intermediación financiera.
- Considerando** : Que, para salvaguardar los derechos de los usuarios de los productos y servicios financieros, la Superintendencia de Bancos podrá establecer los lineamientos necesarios, dentro del marco legal, para garantizar su

cumplimiento por parte de las entidades de intermediación financiera objeto de supervisión.

Considerando : Que con el *onboarding* digital de personas jurídicas, las entidades de intermediación financiera podrán implementar procesos de incorporación, vinculación y actualización de este tipo de clientes mediante canales digitales, con el propósito de facilitar la apertura, contratación y administración de productos y servicios ofertados en este renglón por las entidades.

POR TANTO:

El Superintendente de Bancos en uso de las atribuciones que le confiere el literal (e) del artículo 21 de la Ley núm. 183-02 Monetaria y Financiera del 21 de noviembre de 2002, dispone lo siguiente:

1. Las EIF podrán vincular a nuevos clientes tanto personas físicas como jurídicas a través de mecanismos semiautomatizados o automatizados, sin interacción presencial con el personal o agente designado, debiendo realizar el *onboarding* digital con los mecanismos necesarios y seguros, que permitan la identificación, verificación y autenticación del potencial cliente y cuyos resultados generen una confianza equivalente a un proceso presencial.

Párrafo: Las rutinas de identificación y verificación implementadas por las entidades de intermediación financiera para vincular estos nuevos clientes podrán ser utilizadas para nuevas contrataciones de productos y servicios de clientes existentes.

2. Las EIF deberán contar con políticas y procedimientos para la contratación de productos o servicios a través del *onboarding* digital, que incluyan como mínimo controles para la validación de identidad y conocimiento del cliente, así como medidas que garanticen el cumplimiento de la regulación en lo relativo a la transparencia de la información, contratación justa, libertad de elección, trato equitativo y respeto al derecho de reclamación.
3. Las EIF deberán garantizar la seguridad y confianza de la contratación de productos y servicios a través del proceso de *onboarding* digital; y deberán considerar mínimamente las actividades que se listan a continuación, sin perjuicio de otros controles de seguridad tecnológica que las entidades puedan añadir:

a. Identificación, verificación y autenticación del cliente:

Proceso que permita certificar que el potencial cliente es quien dice ser, considerando ciertas características específicas que dotan al mismo de una naturaleza única entre los demás individuos o usuarios. Esta identidad deberá ser verificada y avalada a través de un documento de identificación personal emitido por la autoridad gubernamental, como la cédula de identidad o el pasaporte.

Las EIF en el proceso de verificación de la identidad del potencial cliente no presencial deberán cumplir mínimamente con los objetivos siguientes:

- Realizar un proceso de verificación de la identidad técnicamente seguro y con calidad.
- Garantizar que las medidas de seguridad puestas en marcha en el proceso de *onboarding* digital aseguren con alta fiabilidad la autenticidad del documento de identidad.
- Garantizar que la persona es quien dice ser, verificando su fecha de nacimiento y requiriendo una prueba de vida.
- Describir los distintos métodos de verificación de la identidad a utilizar.
- Garantizar una correcta capacitación del personal encargado de la verificación, incluyendo revisiones de calidad y procedimientos de remediación.
- Describir las medidas de seguridad que permitan una asignación correcta e impredecible del personal encargado del proceso de verificación.
- Gestionar una correcta custodia y manejo de la información, incluyendo revisiones de calidad realizados *ex post* por personal calificado.
- Resguardar evidencia del proceso electrónico de verificación de identidad oficial del cliente vinculado de manera no presencial por un período mínimo de 10 años conforme las disposiciones de resguardo de documentos vigentes. Dicho plazo será considerado a partir de la vinculación del usuario.
- Utilizar tecnologías de autenticación adicionales que aporten seguridad al proceso de *onboarding* digital.
- Establecer mecanismos continuos de actualización y monitoreo de la debida diligencia conforme la normativa aplicable.

b. Conocimiento sobre el origen de los fondos del cliente:

El proceso de *onboarding* digital deberá permitir obtener información del cliente sobre el origen de los fondos, entendiéndose como la actividad, evento, negocio, ocupación o empleo a partir del cual son generados los fondos que serán utilizados en las transacciones del producto o servicio que se esté contratando.

c. Realización de chequeos antifraude:

Las EIF, a fin de certificar que no se trate de un fraude deberán ejecutar sus protocolos de validación. Estos protocolos podrán utilizar todos o algunos de los siguientes mecanismos, siempre y cuando cuenten con autorización previa del usuario, a saber:

- Geolocalización: valida la autenticidad de las coordenadas del potencial cliente a través de la revisión de la reputación de su dirección IP o del proveedor de servicios de telecomunicaciones.
- Verificación de la dirección de correo electrónico: cuando se produce el proceso de alta, se verifica que la dirección de correo electrónico no sea de alto riesgo y que el servidor que la proporciona no haya sido comprometido ni haya sufrido una brecha de seguridad recientemente.
- Verificación del teléfono móvil mediante la validación del tipo de número, el tipo de teléfono y el operador de telefonía, e incluso la precisión de la geolocalización de este número con la geolocalización del potencial cliente.
- Verificación de identidades suplantadas, manipuladas o robadas.
- Validación de una dirección física correcta.

Párrafo: Estas verificaciones serán complementarias a la verificación de la identidad de los potenciales clientes y no se realizarán de forma aislada.

4. El proceso de *onboarding* digital de personas jurídicas, podrá realizarse total o parcialmente por medios electrónicos, plataformas web, aplicaciones móviles, videoconferencia u otros mecanismos tecnológicos habilitados por las entidades, siempre que se garantice la autenticidad, integridad, confidencialidad y conservación de la información y documentación suministrada. Las entidades podrán contratar los servicios digitales provistos por las cámaras de comercio y producción que gestionan el registro mercantil, para obtener de forma segura y directa los documentos de soportes que permitan realizar la debida diligencia de los clientes que son sociedades comerciales, sus directivos y propietarios residuales (socios, accionistas, beneficiarios finales, etc.).
5. Las EIF para identificar y validar a las personas jurídicas podrán verificar y requerir, entre otros, los siguientes documentos:
 - a. Documentos constitutivos y societarios de la empresa;
 - b. Registro mercantil vigente;
 - c. Registro Nacional de Contribuyentes (RNC);
 - d. Información de beneficiarios finales;
 - e. Documentos de identidad de representantes, socios, accionistas o apoderados;
 - f. Evidencia de autorización y representación legal, en el caso de que sea necesario;
 - g. Información financiera, comercial o tributaria;
 - h. Acta de asamblea que autorice al gerente, socio o accionista a abrir o adquirir productos y servicios financieros;
 - i. Cualquier otra documentación requerida por la normativa aplicable o por las políticas internas de debida diligencia y gestión de riesgos de la entidad de intermediación financiera.

6. Las entidades para la validación y gestión de *back office* en el *onboarding* digital de personas jurídicas deberán contar con procesos de revisión y validación que procuren la observancia de los requerimientos normativos vigentes relativos a cumplimiento, riesgos u otras áreas designadas para la verificación de la información y documentación suministrada durante el proceso de *onboarding* digital.

Párrafo: Como parte del proceso de validación, las entidades deberán:

- a) Revisar la autenticidad, vigencia e integridad de los documentos aportados;
 - b) Verificar la identidad y facultades de representación de socios, accionistas, representantes legales, beneficiarios finales, apoderados, entre otros;
 - c) Consultar registros públicos, bases de datos internas o externas y listas de cumplimiento;
 - d) Solicitar información o documentación adicional cuando resulte necesario;
 - e) Realizar validaciones manuales o automatizadas de carácter operativo, documental, financiero, tributario o regulatorio;
 - f) Aprobar, observar, rechazar o escalar solicitudes conforme a los criterios internos de riesgo y cumplimiento de la entidad.
7. La vinculación no presencial a través del *onboarding* digital de los potenciales clientes solo podrá llevarse a cabo para productos y servicios calificados como riesgo bajo o medio. En caso de la oferta de productos y servicios donde el resultado de la combinación de factores de riesgo sea alto en esta modalidad, las EIF deberán demostrar la implementación de controles proporcionales a las exposiciones, así como el cumplimiento de las disposiciones de las normativas vigentes.
 8. Las EIF que vinculen nuevos clientes ya sean personas físicas o jurídicas a través del *onboarding* digital deberán realizar la debida diligencia de los potenciales clientes siguiendo los lineamientos establecidos en el Instructivo de Debida Diligencia vigente.
 9. Las EIF deberán dar cumplimiento a los lineamientos establecidos en el Reglamento de Protección al Usuario que se indican a continuación, y a las mejores prácticas de Protección al Usuario, sin que la presente enumeración sea limitativa:
 - a) **Transparencia y Divulgación de Información:**
 - i. Presentar las informaciones sobre el producto o servicio ofertado, así como sus características, en lenguaje claro, simple, comprensible, debiendo estas ser apropiadas en términos de contenido, formato de presentación y relevancia.
 - ii. Usar hipervínculos que dirijan en forma directa a la información íntegra que se deba acceder. Estos hipervínculos deben ser periódicamente verificados para garantizar su funcionamiento y efectividad.
 - iii. Evitar el uso de elementos gráficos que afecten el entendimiento del usuario, la importancia o lectura de la información.

b) **Contratación:**

- i. Identificar las etapas que conlleva el proceso de *onboarding*.
 - ii. Garantizar al usuario la accesibilidad de la información, permitiendo su descarga y posibilidad de almacenamiento.
 - iii. Disponer la posibilidad de suspender el proceso para continuar en un momento posterior.
 - iv. No utilizar elementos gráficos que dirijan al usuario a la elección de determinadas opciones.
 - v. Presentar en forma separada la información del producto principal y el(los) producto(s) accesorio(s) o complementario(s).
 - vi. Utilizar herramientas y técnicas que induzcan a que el usuario lea hasta el final los términos y condiciones de contratación previo a su aceptación, tales como, sin que la enumeración sea limitativa, permitir el desplazamiento a través del texto (*scroll down*) y casillas de confirmación de lectura, opciones de salto de sección, entre otras.
 - vii. Entregar los contratos suscritos y sus documentos accesorios a través de medios que permitan su descarga y almacenamiento, así como la identificación de la firma y fecha de suscripción.
 - viii. Informar sobre el derecho de reclamación de que dispone el usuario contra la vulneración de lo pactado, así como el proceso y los canales para su ejercicio.
10. Las EIF que establezcan mecanismos de contratación de productos y servicios a través de *onboarding* digital, deberán contar con lo siguiente:
- i. Un canal digital para la cancelación de los productos y servicios contratados a través de un proceso accesible y simple, así como, para la notificación de modificaciones a los aspectos contratados.
 - ii. Facilitar la interposición de reclamaciones a través del canal digital, garantizando el cumplimiento de la normativa que rige este procedimiento.
 - iii. Utilizar herramientas interactivas para la provisión de información adicional de acuerdo con la complejidad del producto o servicio, tales como, más no limitadas a, infografía, asistentes robotizados o *chatbots*, preguntas frecuentes, videos explicativos, entre otras.
11. Las EIF deberán contar con el consentimiento expreso de dichos clientes para el uso de su información obtenida durante el proceso de *onboarding* digital, debiendo comunicar el uso que se dará a dicha información y cualquier posible destinatario, así como sobre la existencia de las políticas y procedimientos que rigen dicho uso, su privacidad y protección; debiendo establecerse un hipervínculo que dirija en forma directa al contenido de estas políticas y procedimientos.
12. Las EIF deberán establecer políticas y procedimientos adecuados para evaluar, gestionar y vigilar la contratación del o los proveedores para el proceso de *onboarding* digital. El programa para la gestión del riesgo deberá incluir al menos:
- La aplicación de la debida diligencia al seleccionar posibles proveedores de servicios;
 - La idoneidad y experiencia técnica del proveedor en procesos de *onboarding* digital;
 - La adecuada estructuración del procedimiento de contratación;

- La gestión y vigilancia de los riesgos relacionados con el procedimiento de contratación;
 - El aseguramiento de un entorno de control eficaz;
 - El establecimiento de planes de contingencia y continuidad viables; y
 - La gestión y vigilancia de los riesgos relacionados con el manejo y custodia de la información del usuario.
13. Para el proceso de firma de los contratos de los productos y servicios a través del *onboarding* digital las EIF deberán contar con firmas electrónicas avanzadas o cualificadas debidamente habilitadas y que cumplan con las disposiciones establecidas en la Ley núm. 126-02 sobre Comercio Electrónico, Documentos y Firmas Digitales, el Decreto No. 335-03 que aprueba el Reglamento de Aplicación de la Ley núm. 126-02 sobre Comercio Electrónico, Documentos y Firmas Digitales y las normas complementarias que dicte el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL).
- Párrafo:** Las entidades de intermediación financiera podrán acordar otros mecanismos de consentimiento para la contratación sucesiva de nuevos productos pactadas con clientes existentes siempre que se cuente con el consentimiento para ello.
14. Las EIF que decidan implementar el proceso de *onboarding* digital para vincular nuevos clientes ya sean personas físicas o jurídicas, deberán contar con la no objeción previa de la Superintendencia de Bancos, debiendo remitir las informaciones y documentos requeridos por la normativa vigente.
15. Los contratos de los productos y servicios ofertados a través del *onboarding* digital, así como sus posteriores modificaciones, deberán ser autorizados previo a su uso conforme el procedimiento establecido en el Reglamento de Protección al Usuario.
16. Las EIF que utilicen como medio de contratación de productos y servicios las llamadas telefónicas deberán obtener previo a la contratación del producto o servicio, los documentos necesarios para la realización de la debida diligencia e identificación de la persona.
17. Las EIF podrán utilizar el mecanismo de video-identificación, como método adicional y alternativo de seguridad tecnológica, tomando en cuenta los controles establecidos en esta circular y en la normativa en general.
18. Las rutinas no presenciales de debida diligencia pueden utilizar o valerse de trámites presenciales a ser realizados ante sucursales, cajeros automáticos o subagentes bancarios, no obstante, las EIF no descargan su responsabilidad final respecto del cumplimiento de la normativa vigente ni sus deberes como sujetos obligados.
19. Los mecanismos y rutinas contemplados en esta circular no son limitativos. La Superintendencia de Bancos se mantiene atenta a nuevas prácticas y tecnologías.
20. Esta circular deroga y sustituye en todas sus partes la Circular SB: núm. 011/22 sobre *Onboarding* digital de productos y servicios financieros, del 24 de junio de 2022.

21. Las entidades que infrinjan las disposiciones contenidas en la presente Circular en cualquiera de sus aspectos serán pasibles de la aplicación de sanciones por la Superintendencia de Bancos, con base en la Ley núm. 183-02 Monetaria y Financiera del 21 de noviembre del 2002 y el Reglamento de Sanciones aprobado por la Junta Monetaria en la Quinta Resolución del 18 de diciembre del 2003 y su modificación.
22. La presente circular deberá ser notificada a las partes interesadas y publicada en la página web de esta Institución <www.sb.gob.do> de conformidad con el literal (h) del artículo 4 de la Ley núm. 183-02 Monetaria y Financiera y el mecanismo de notificación de los Actos Administrativos de la Superintendencia de Bancos, dispuesto en la Circular SB: No. 015/10 del 21 de septiembre de 2010 emitida por este ente supervisor.

Dada en la ciudad de Santo Domingo de Guzmán, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana, a los ocho (8) días del mes de julio del año dos mil veintiséis (2026).

Alejandro Fernández W.
SUPERINTENDENTE