



NUEVA LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR FINANCIERO EN CANADÁ: PRINCIPALES NOVEDADES*

Helena Palomino Moraleda
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 28 de julio de 2022

1. INTRODUCCIÓN

En Canadá, la protección de los consumidores es, en general, competencia de las provincias. A pesar de ello, los productos y servicios financieros están regulados a nivel federal, y cuando estos tienen como destinatarios a los consumidores es la conocida como “Ley de Bancos” la que rige estas relaciones.

El pasado 30 de junio en Canadá entraba en vigor un nuevo Marco federal de Protección al Consumidor Financiero (en adelante, “el Marco”) en el contexto de la precitada ley bancaria, cuyo ámbito de aplicación es muy específico pues únicamente se aplica a los bancos, incluidos los bancos extranjeros autorizados. Exponemos a continuación las principales novedades de la nueva normativa:

* Trabajo realizado en el marco del Contrato con referencia 2021-COB-10466-002 con cargo a la ayuda para la realización de proyectos de investigación científica y transferencia de tecnología, de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) para el Proyecto titulado “Protección de consumidores y riesgo de exclusión social en Castilla-La Mancha” (PCRECLM) con Ref.: SBPLY/19/180501/000333 dirigido por Ángel Carrasco Perera y Ana Isabel Mendoza Losana; a la ayuda para la financiación de actividades de investigación dirigidas a grupos de la UCLM Ref.: 2021-GRIN31309, denominado "Grupo de Investigación del Profesor Ángel Carrasco" (GIPAC) y del Proyecto de Investigación PID2021-128913NBI00, del Ministerio de Ciencia e Innovación y la Agencia Estatal de Investigación (AEI) cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) titulado “Protección de consumidores y riesgo de exclusión social: seguimiento y avances”, del que son investigadores principales el profesor Ángel Carrasco Perera y la profesora Encarna Cordero Lobato, conforme a la resolución provisional de fecha 23 de junio de 2022.



2. NOVEDADES DEL NUEVO MARCO DE PROTECCIÓN

2.1 Principales medidas de protección al consumidor en su relación con el banco

i. Alertas electrónicas

El nuevo Marco obliga a los bancos a enviar alertas automáticas a sus clientes con cuentas de depósito o tarjetas de crédito, con el fin de notificarles que sus saldos han alcanzado un determinado límite¹. El fin de esta alerta es ayudar a los clientes a evitar comisiones o penalizaciones por gastos por encima de su crédito. Los consumidores, en cualquier momento, podrán pedir que no se envíen estas alertas.

ii. Comunicaciones orales

Con el fin de proteger a los consumidores que realizan contrataciones de productos o servicios financieros de forma telefónica, el Marco exige a los bancos que una vez hayan obtenido el consentimiento oral, envíen -sin demora- una confirmación por escrito del negocio.

Esta confirmación que se envía al consumidor debe contener información específica sobre la contratación realizada.

iii. Derecho de rescisión

Aunque la legislación provincial canadiense otorga a los consumidores un derecho de rescisión, el Marco lo establece y amplía de forma específica para algunos productos y servicios. Por ejemplo, se otorga un plazo de 14 días para que una persona que haya abierto una cuenta pueda rescindir el contrato sin gastos.

iv. Cuadros de información

El nuevo Marco elimina las plantillas otorgando mayor flexibilidad a los bancos para presentar la información que deben contener los préstamos en relación con su coste. En cualquier caso, exige que esta información se presente de forma destacada y en un único recuadro.

En el mismo sentido, la nueva normativa determina que las comisiones que se cobren a los consumidores por los productos y servicios financieros sean dadas a conocer en cuadros informativos en los que se recoja toda la información que prescribe la normativa al respecto.

¹ Se establece por defecto 100 dólares canadienses.



v. Tasas o sanciones facturadas indebidamente

El Marco establece medidas específicas para penalizar a los bancos que impongan comisiones o penalizaciones que no hayan sido contempladas en el contrato. De esta forma, los bancos deberán reembolsar las cantidades indebidamente cobradas con los intereses calculados conforme al tipo de interés que establezca el Banco de Canadá desde que se facturaron las comisiones o penalizaciones.

vi. Periodos de promoción

El nuevo Marco se ha preocupado por proteger a los consumidores de las situaciones de especial vulnerabilidad en las que desembocan las ofertas promocionales, como por ejemplo pueden ser las tarjetas de crédito que ofrecen un periodo promocional por su suscripción.

De esta forma, la normativa establece que, si el periodo promocional supera los 30 días, el consumidor debe recibir dos recordatorios conforme se acerque el fin de la promoción: 1) veintiún días antes de que finalice, 2) cinco días antes del último día de promoción.

Estos recordatorios sirven para recordar el fin de la promoción e informar al consumidor de las nuevas tarifas que se aplicaran a partir de ese momento.

vii. Información sobre reclamaciones

De acuerdo con el Marco, los bancos están obligados a informar a sus clientes y al público sobre el proceso de reclamación, así como facilitarles el contacto de la Agencia del Consumidor Financiero de Canadá. Este sistema de reclamaciones es una de las claves del nuevo Marco, incluso se ha establecido un periodo máximo de cincuenta y seis días para resolver las quejas.

Pese a las novedades, el nuevo Marco federal no ha entrado a regular productos como las “hipotecas paraguas”, el pago mínimo de la tarjeta de crédito o los contratos de crédito de alto coste que si están contemplados en las normativas provinciales.²

² Talbot- Lachace, G., “Overview of federal and Quebec consumer protection regimes governing certain financial products and services: part one” y “Overview of federal and Quebec consumer protection regimes governing certain financial products and services: part two”, *International Law Office – Banking & Financial Services*, July 2022.



2.2 Autoridades de supervisión y regulación

Las autoridades federales y provinciales han creado distintas e independientes autoridades de supervisión, con enfoques y poderes de supervisión diferentes. El Marco refuerza los poderes de las instituciones de supervisión federales.

Los bancos operan bajo la supervisión de la Oficina del Superintendente de Instituciones Financieras (en adelante “OSFI”, siglas en inglés), encargada de velar porque los bancos adopten prácticas que los mantengan en una buena situación financiera y lleven a cabo una adecuada gestión de riesgo. Y, de forma más amplia, debe velar porque los bancos cumplan con las leyes que los rigen y adopten prácticas comerciales para favorecer el cumplimiento de estas.

La Agencia del Consumidor Financiero de Canadá (en adelante “FCAC”, siglas en inglés), también es otra entidad federal que tiene un papel de supervisión sobre los bancos, y es la encargada de controlar que se aplica el Marco, así como del proceso de tramitación de las reclamaciones por parte de los bancos. Como parte de su actividad de supervisión, este órgano es competente para imponer sanciones monetarias administrativas, que con el nuevo Marco han aumentado hasta los diez millones de dólares canadienses. La OSFI también tiene capacidad para imponer sanciones monetarias a las entidades que están bajo su autoridad.

Estas dos instituciones (“OSFI” y “FCAC”) publican material que proporciona información sobre sus expectativas e interpretación de los estatutos y reglamentos bajo su responsabilidad, como por ejemplo la publicación de directrices que detallan las prácticas que esperan que sigan las instituciones bancarias.