

La nueva regulación europea de los contratos de crédito al consumo: claves de la Directiva (UE) 2023/2225, y el reto del crédito responsable¹

Consumer credit: key aspects of Directive (EU) 2023/2225 and the challenge of responsible credit

JOSÉ ANTONIO MARTÍN PÉREZ²

*Profesor Titular de Derecho civil
Universidad de Salamanca*

Recibido:16.06.2025 / Aceptado:25.07.2025

DOI: 10.20318/cdt.2025.9887

Resumen: La Directiva 2023/2225 lleva a cabo una actualización de la regulación de los contratos de crédito al consumo, con el objetivo corregir las distorsiones generadas por la transposición de la anterior Directiva, para potenciar la oferta de crédito transfronterizo y perfeccionar la protección al consumidor. Para ello se mejora el ámbito de aplicación añadiendo nuevas fórmulas de financiación, se afrontan los cambios que conlleva la digitalización, y se otorga mayor relieve a los estudios de solvencia en el marco del crédito responsable. La Directiva deja abiertas suficientes opciones a los Estados para configurar la protección del consumidor. El principal reto para el legislador nacional probablemente sea el decidir la manera de someter a control las tasas de interés para que no resulten “excesivamente elevadas”, pudiendo optar por establecer límites máximos.

Palabras clave: Crédito al consumo, Directiva UE, protección del consumidor, crédito responsable

Abstract: Directive 2023/2225 updates the regulation of consumer credit agreements, aiming to correct the distortions generated by the transposition of the previous Directive, to strengthen the supply of cross-border credit, and improve consumer protection. To this end, the scope of application is broadened by adding new financing options, addressing the changes brought about by digitalization, and giving greater emphasis to creditworthiness assessments within the framework of responsible lending regulations. The Directive leaves sufficient options for Member States to shape consumer protection. The main challenge for national legislators will likely be to decide how to control interest rates to ensure they do not become „excessively high“, with the option of setting maximum limits.

Keywords: Consumer credit, EU Directive, consumer protection, responsible lending regulations.

Sumario: I. Introducción. Razones para una nueva regulación de los contratos de crédito al consumo. II. La ampliación del ámbito de aplicación: la inclusión de los créditos de baja cuantía. 1.Razones y riesgos que justifican la regulación de los nuevos productos financieros. III. Medidas dirigidas a la protección del consumidor de crédito. 1. La educación financiera y la vulnerabilidad

¹ Este trabajo se ha realizado con la colaboración de la Consejería de Educación de la JCyL mediante subvención con referencia SA075G24, de apoyo al Grupo de investigación reconocido: Persona y consumo. Protección de colectivos vulnerables, que dirijo. Y en el marco del proyecto de investigación PID2022-137330OB-I00 “Voluntad, autonomía y bienestar de la persona mayor: retos jurídicos”, de la convocatoria 2022 de los “Proyectos de Generación de Conocimiento” del Ministerio de Ciencia e Innovación, IP Montserrat Pereña Vicente.

² jamp@usal.es

del consumidor de crédito. 2. Información precontractual y transparencia en el proceso de contratación y desarrollo del crédito. 3. La celebración del contrato de crédito y la información posterior. 4. El crédito responsable. La evaluación de la solvencia del consumidor. 5. Derecho de desistimiento. Contratos vinculados. 6. Límites al tipo de interés remuneratorio. IV. Otros aspectos relevantes y novedades. 1. Prohibición de prácticas de venta vinculada. Ventas combinadas. 2. Reembolso anticipado. 3. Medidas de reestructuración y refinanciación. 4. La mora y sus consecuencias. Cesión de crédito. 5. La regulación de los intermediarios de crédito.

I. Introducción. Razones para una nueva regulación de los contratos de crédito al consumo

1. Los datos estadísticos muestran un continuo crecimiento del volumen de crédito al consumo, incluso en los últimos años, a pesar del contexto de endurecimiento de la política monetaria y de tipos de interés elevados. Ello se debe a que los consumidores utilizan a menudo el crédito al consumo como vía para contrarrestar la pérdida de poder adquisitivo por la inflación. De hecho, es el único tipo de crédito que ha logrado crecer. Por otra parte, se trata de contratos muy sensibles de los que no siempre se hace un uso adecuado por parte de los consumidores, lo cual hace que se generen problemas y necesidades de protección, que además puede decirse que van variando ante los cambios y nuevas demandas sociales.

2. Lo cierto es que había suficientes razones que justificaban la necesidad de actualizar la regulación de esta materia, labor que afronta la Directiva (UE) 2023/2225, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de octubre de 2023, relativa a los contratos de crédito al consumo y por la que se deroga la Directiva 2008/48/CE³. Puede adelantarse que su objetivo es esencialmente actualizador, a la vez que trata de corregir las deficiencias y asimetrías en su aplicación y de perfeccionar el alcance de la protección, pero sin pretender grandes cambios de enfoque. La conveniencia de la actualización regulatoria en el sector del crédito al consumo se manifestaba con la publicación en junio de 2022 de la posición del Consejo sobre la propuesta de nueva regulación⁴.

3. La nueva Directiva 2023/2225 se inserta en la actividad de la UE en el marco de la Nueva Agenda del Consumidor para el periodo 2020 /2025. Además, forma parte de un amplio proceso, que busca reordenar el régimen de los servicios financieros en la Unión Europea. En el mismo se enmarca la Directiva (UE) 2023/2673 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de noviembre de 2023, por la que se modifica la Directiva 2011/83/UE en lo que afecta a los contratos de servicios financieros celebrados a distancia y se deroga la Directiva 2002/65/CE, relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores. Aunque previa en el tiempo, también ha de tenerse en cuenta la Directiva (UE) 2021/2167 del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de noviembre de 2021 sobre los administradores de créditos y los compradores de créditos y por la que se modifican las Directivas 2008/48/CE y 2014/17/UE, que pretende establecer reglas comunes en el mercado de préstamos que se conviertan en dudosos, regulando las condiciones para la cesión de los créditos a terceros, tratando de potenciar las operaciones transfronterizas para aumentar la liquidez y la eficiencia del mercado. Pero, en esta norma, también se introducen modificaciones en el régimen comunitario de crédito al consumo. Con esta regulación se refuerza la protección de los consumidores financieros, especialmente de los que se encuentren en una situación de vulnerabilidad económica, garantizando el respeto de sus derechos y el ofrecimiento de soluciones para afrontar sus deudas como la renegociación a través de la reestructuración o refinanciación. Igualmente se contemplan los requisitos de información para aumentar el nivel de transparencia en la relación con el prestamista⁵.

³ DOUE L 2225, de 30-10-2023.

⁴ Sobre ello, M.J. MARÍN LÓPEZ, “Hacia una nueva regulación europea del crédito al consumo: la posición del Consejo, de 7 de junio de 2022, sobre la Propuesta de Directiva de crédito al consumo”, *Revista CESCO de Derecho de consumo*, nº. 43/2022.

⁵ En marzo 2025 fue aprobado por el Gobierno el Proyecto de Ley de administradores y compradores de créditos y por la que se modifican la Ley de Medidas de Reforma del Sistema Financiero, la Ley de contratos de crédito al consumo, la Ley de ordenación, supervisión y solvencia de entidades de crédito, la Ley reguladora de los contratos de crédito inmobiliario, y el texto refundido de la Ley Concursal. Boletín Oficial de las Cortes Generales, 14 de marzo de 2025, núm. 49-1. Proyecto de Ley 121/000049.

4. La nueva Directiva, que se publicó el 30 de octubre de 2023, dispone que el plazo para ser incorporada por los Estados vence el 20 de noviembre de 2025, y la norma nacional de transposición se aplicará a partir del 20 de noviembre de 2026, momento en el que quedará derogada la Directiva 2008/48/CE⁶. Tiene como objetivos principales mejorar tanto el mercado interior del crédito al consumo como la protección del consumidor en este tipo de contratos, tratando de evitar el sobreendeudamiento excesivo. Pero también conserva muchos de los elementos de la anterior Directiva, lo que permitirá a los Estados modificar la legislación en la medida necesaria para garantizar su cumplimiento, limitando el impacto de la reforma.

5. En los primeros Considerandos se esgrimen las razones que justifican la necesidad de una nueva normativa sobre el crédito al consumo. Parte de que los objetivos de lograr un elevado nivel de protección de los consumidores y de fomentar el desarrollo de un mercado único de crédito sólo se ha conseguido parcialmente con la anterior Directiva de 2008. Se achaca a la redacción imprecisa de algunos de sus preceptos el hecho de que los Estados miembros adoptaran disposiciones divergentes que van más allá de las previstas en la Directiva, provocando así un marco normativo fragmentado en la UE. Ello ha dado lugar a que existan diferencias nacionales en el marco regulatorio, las cuales generan distorsiones de la competencia entre los prestamistas de la Unión y obstáculos a la unidad de mercado, de modo que se restringe la capacidad de los consumidores de disfrutar de una oferta de crédito transfronterizo en paulatino crecimiento. También provoca la consiguiente reducción de la demanda de bienes y servicios y un nivel incoherente de protección de los consumidores⁷.

6. Para evitar las distorsiones y garantizar el mismo nivel de protección, la Directiva se configura como de armonización total o máxima: los Estados no podrán mantener o adoptar disposiciones que diverjan de las establecidas en la Directiva, salvo en los casos en que expresamente lo permita. En todo caso, son varios los aspectos en los que deja margen de actuación, sobre todo para decidir si un tipo de operaciones queda sujeto a la normativa. En el ámbito de los sujetos, la Directiva deberá aplicarse con independencia de que el prestamista sea una persona física o jurídica, siempre que conceda o se comprometa a conceder un crédito en el ejercicio de su actividad comercial, empresarial o profesional.

7. La nueva regulación advierte de que complementa las normas de la Directiva 2002/65/CE (comercialización a distancia de servicios financieros) y, en caso de conflicto entre las normas de la ambas Directivas, han de aplicarse las disposiciones de la Directiva 2023/2225 en tanto que se trata de ley especial. Puesto que unas semanas después se aprobó la Directiva (UE) 2023/2673, de 22 de noviembre de 2023, que deroga la Directiva 2002/65/CE y establece la nueva regulación sobre la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores, ha de entenderse que cuando entre en vigor será a esta nueva Directiva a la que complementa la referida a los contratos de crédito al consumo.

8. La otra razón fundamental de la nueva regulación es la digitalización, que ha contribuido a generar cambios en el mercado que no se previeron en el momento de la adopción de la Directiva 2008/48/CE: los rápidos cambios tecnológicos registrados *“han traído consigo cambios significativos en el mercado de los créditos al consumo, tanto en el lado de la oferta como en el de la demanda, entre los que se encuentra la aparición de nuevos productos y la evolución del comportamiento y preferen-*

⁶ En España, la principal regulación de esta materia sigue siendo la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo, resultado de la transposición de la Directiva 2008/48/CE, relativa a los contratos de crédito al consumo. También ha de tenerse en cuenta Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores, fruto de la incorporación de la Directiva 2002/65/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de septiembre de 2002, relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores. Y hay que hacer referencia a la Circular 5/2012, de 27 de junio, del Banco de España, a entidades de crédito y proveedores de servicios de pago, sobre transparencia de los servicios bancarios y responsabilidad en la concesión de préstamos. Y la Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios.

⁷ B. HERNÁNDEZ BATALLER, “La propuesta de Directiva de Crédito al Consumo: ¿Una armonización a la carta?”, *Derecho y Economía de la Integración*, nº 9, 2022, pp. 49-80.

cias de los consumidores”. Se parte de que el crédito ofrecido a los consumidores ha evolucionado y se ha diversificado considerablemente, apareciendo nuevos productos de crédito, especialmente en el entorno en línea. Se pretende que sea una legislación “orientada hacia el futuro, que pueda adaptarse a futuras formas de crédito y que permita a los Estados miembros un grado idóneo de flexibilidad en su aplicación”. La repercusión de la digitalización se va a apreciar, especialmente, en el diseño del ámbito de aplicación objetivo de la Directiva, y en la configuración de la evaluación de la solvencia, tanto en relación con los métodos como respecto de las fuentes que pueden utilizarse.

9. La mejora en la protección de los consumidores se debe, principalmente, a que la nueva regulación abarca también a productos potencialmente perjudiciales, debido a los altos costes que conllevan, a los elevados gastos en caso de impago, o por el riesgo de sobreendeudamiento que se genera con algunas formas de financiación. El presente estudio no pretende ser un análisis detallado y completo de la regulación de la Directiva, lo cual llevaría a una considerable amplitud, sino que pretende centrarse en aquellos aspectos novedosos, o que tienen especial relevancia o suponen avances en la protección del consumidor y la concesión del crédito de forma responsable.

II. La ampliación del ámbito de aplicación: la inclusión de los créditos de baja cuantía

10. Los avances tecnológicos están provocando cambios de comportamiento que se reflejan en un aumento, tanto en los contratos a distancia y en las compraventas online, como en el mercado de los créditos al consumo. Hay que poner en evidencia la existencia de nuevos instrumentos financieros en el ámbito digital, donde encuentran un amplio campo los llamados microcréditos y los créditos “rápidos”, que se suelen contraer por un corto plazo de tiempo y se comercializan por internet y a través de dispositivos electrónicos. Se caracterizan por la rapidez en su concesión ya que el prestamista simplifica las gestiones relacionadas con el análisis de riesgo, lo que suele traducirse en un mayor coste para el cliente. De ahí procede que sea habitual que se denominen créditos preconcedidos.

11. Es una realidad que muchos de los nuevos productos y fórmulas de financiación no están comprendidas en el ámbito de aplicación de la vigente Ley de contratos de crédito al consumo. Los llamados préstamos o créditos rápidos también son créditos al consumo, pero la normativa todavía vigente excluye los préstamos sin interés y también los microcréditos, aquellos de cuantía inferior a 200 euros. Por ello, no son exigibles las medidas protectoras de los prestatarios que se prevén legalmente: los deberes precontractuales de información, y los deberes legales para favorecer un préstamo responsable y de evaluación de la solvencia. Además, suelen ser concedidos por empresas que no siempre están supervisadas por el Banco de España⁸. La falta de control y de exigencias se justificaba por ser innecesaria y por el objetivo de potenciar la celeridad de la operación, que se aprueba sin proceder a valorar otros elementos. La celeridad también se justifica porque el operador crea un vínculo puntual con ese consumidor para esa operación concreta, sin que haya un vínculo a largo plazo como puede suceder cuando se contrata una tarjeta de crédito. Pero, a la vez, se convierte en una vía de financiación de conlleva riesgos y, a pesar de ello, queda fuera de las reglas del sistema de supervisión.

12. La Directiva (UE) 2023/2225, trata de hacer frente a la nueva realidad, y viene a subsanar la carencia de regulación, mejorando así la protección de los consumidores. Por ello, los cambios más importantes van a aparecer en el ámbito de aplicación: se someten a la Directiva los contratos de leasing o arrendamiento financiero con opción de compra; también se suprimen los importes mínimos para abarcar los contratos de crédito de baja cuantía o llamados “microcréditos” (los de importe inferior a 200 euros, que era el umbral mínimo que establecía la Directiva 2008/48/CE, límite que desaparece)⁹; los

⁸ Proporciona información sobre ellos el propio Banco de España: <https://cliente.bancario.bde.es/pcb/es/blog/como-diferencias-los-prestamos-personales--al-consumo-y-rapidos.html>.

⁹ Hay que advertir que varios Estados miembros habían aplicado la Directiva 2008/48/CE a contratos por importes infe-

contratos en los que el crédito se concede sin intereses y sin ningún otro coste (gratuitos); y los contratos en los que el crédito debe ser reembolsado en el plazo de tres meses y por los que solo se deba pagar unos gastos mínimos. Si bien, existen exenciones con algunos requisitos, pues los Estados podrán acordar que a estos contratos no se les apliquen los preceptos en materia de publicidad e información para evitar una carga innecesaria a los prestamistas (art. 2.8 DCCC).

13. Hay que destacar como nuevo mecanismo para favorecer el consumo, el que se está popularizando con la fórmula “buy now, pay later” (BNPL) o “compre ahora y pague después”, nacida al amparo del comercio electrónico. Se trata de un nuevo instrumento financiero digital que se basa en una oferta de fraccionamiento de pago sin intereses para el consumidor, que se está convirtiendo en un modo habitual de “pago”, pues permite a los consumidores “realizar compras y pagarlas a lo largo del tiempo, a menudo se conceden sin intereses y sin ningún otro coste”. La operación es financiada por un tercero, siendo el vendedor el que asume el pago de los intereses y costes del crédito. Para el comerciante la ventaja está en que el aplazamiento del pago del precio -sin costes para el comprador- actúa como incentivo de las ventas y va a aumentar claramente su facturación. Se financia la compra de un producto concreto y de manera muy rápida, en el mismo momento de la compra, sin necesidad de atribuir una financiación general al consumidor.

14. La fórmula BNPL, además de una nueva forma de financiación, también es un nuevo sistema de venta basado en el aplazamiento de los pagos de las compras, muy unido a las compras en línea, que está en pleno auge por sus ventajas, al no exigir ningún desembolso inmediato y facilitar los pagos de importes altos por la comodidad de la división en varias cuotas. Surge como una forma de adquirir bienes o servicios en el comercio online, pero sin necesidad de recurrir a los instrumentos tradicionales de financiación (bancos o financieras). Por ello, genera la entrada de nuevos agentes, las llamadas *fintech*, enfocadas a los préstamos rápidos en línea o a la financiación participativa, que por ahora tienen el protagonismo en esta fórmula de financiación, aunque también se está sumando la banca tradicional¹⁰. La diferencia con las tradicionales compraventas con pago aplazado sin intereses reside en que en las BNPL no es el vendedor el que aplaza, ni renuncia a recibir el pago íntegro de forma inmediata, sino que quien financia es un tercero, asumiendo el vendedor los costes de la operación. Por su parte, el comercio recibe la cantidad íntegra de la compra cuando se realiza la transacción¹¹. Esto sucede gracias a que el proveedor de pago encargado de gestionar esa venta BNPL adelanta el dinero al vendedor para que este disponga en todo momento del dinero de sus ventas. No obstante, este tendrá que pagar las comisiones que cargan los procesadores de pago por cada pago fraccionado, es decir, por cada transacción.

15. La Directiva no contempla reglas específicas para esta modalidad de financiación a través de BNPL, simplemente la incluye en su ámbito de aplicación al incorporar los créditos sin intereses, sin costes o con costes muy reducidos, y los de pequeño importe. El hecho de que este tipo de operaciones queden sujetas a la Directiva, significa que el prestamista ha de cumplir los deberes de información precontractual, de evaluación de la solvencia y acceso a las bases de datos, entre otros.

16. Para tratar de prevenir el problema del endeudamiento excesivo y el riesgo de impago, se convierte en aspecto clave la obligación de los prestamistas de realizar una evaluación de la solvencia

riores al umbral mínimo para mejorar el nivel de protección de los consumidores, siendo esto una fuente de distorsiones.

¹⁰ A ello se suma el que estas entidades dirijan sus propuestas a los sectores de la población más vulnerables. Cfr. M. S. BERMÚDEZ BALLESTEROS, “Régimen del derecho de desistimiento en la nueva Directiva de contratos de crédito al consumo. Directiva (UE) 2023/2225”, *Revista CESCO de Derecho de consumo*, nº. 48/2023, p. 29.

¹¹ Un clara de delimitación de los principales instrumentos de financiación en la adquisición de bienes, en E. CORDERO, “Deudor de crédito al consumo, deudor de crédito inmobiliario y deudor en venta a plazos: mapa regulatorio tras la nueva directiva de crédito al consumo (Directiva 2023/2225, del parlamento europeo y del consejo, de 18 de octubre de 2023, relativa a los contratos de crédito al consumo y por la que se deroga la directiva 2008/48/CE)”, *Estudios CESCO*, noviembre 2023. Disponible en <https://centrodeestudiosdeconsumo.com/index.php/6214>.

de los consumidores para que solo se conceda crédito a quienes puedan devolverlo. Pero la celeridad con la que permiten realizar compras en el comercio electrónico las nuevas formas de financiación -que es la razón del éxito de los BNPL y microcréditos-, difícilmente se podrá mantener si se cumplen los nuevos requerimientos que hace la Directiva en relación especialmente a la evaluación de la solvencia y de los datos.

17. Como se ha señalado, la llegada de las Fintech ha cambiado radicalmente el sector financiero, al tiempo que ha propiciado la aparición de empresas que, bajo el paraguas de la agilidad y la tecnología, ofrecen servicios de financiación en ocasiones muy alejados de los estándares de seguridad habituales en el sector. En ocasiones ofrecen créditos que ocultan unas condiciones financieras desproporcionadas, con altas tasas de interés y falta de transparencia y de seguridad jurídica. Por otra parte, si no realizan estudios de solvencia adecuados, ponen al consumidor en serio riesgo de sobreendeudamiento.

18. Se excluyen, entre otros supuestos previstos en el art. 2.2: los contratos de crédito garantizados por una hipoteca u otra garantía equivalente sobre un bien inmueble; los contratos de crédito cuyo importe total sea superior a 100.000 euros, salvo que no estén garantizados con hipoteca y tengan por objeto la renovación de un inmueble de uso residencial; los contratos de arrendamiento financiero en los que no se establezca una obligación y opción de compra del objeto del contrato; y los préstamos concedidos a un público restringido y a un tipo deudor inferior al habitualmente propuesto en el mercado o sin interés o en condiciones que sean más favorables que las habituales.

19. También se excluyen los pagos aplazados en los que un proveedor de bienes y servicios concede al consumidor un plazo limitado a cincuenta días para pagar el precio, sin intereses y sin ningún otro coste y con sólo gastos limitados, siempre que no haya un tercero que ofrezca crédito -como en los BNPL-. Se parte de que estos pagos aplazados *“son prácticas comerciales habituales para que los consumidores no tengan que pagar hasta después de la recepción de los bienes y servicios, y son ventajosas para los consumidores, por ejemplo, en el caso del pago aplazado de las facturas médicas, en el que los hospitales dan tiempo a los consumidores para pagar los gastos médicos”*. Cuando se trate de grandes proveedores en línea o prestadores en línea de servicios que tengan acceso a una clientela extensa, la exclusión queda limitada a los pagos aplazados que deban *“ejecutarse íntegramente en un plazo de catorce días a partir de la entrega de bienes o la prestación de servicios”* (art. 2.2.h.). De otro modo, se argumenta que *“habida cuenta de su capacidad económica y de sus posibilidades para incitar a los consumidores a realizar compras impulsivas y hacia un posible consumo excesivo, podrían ofrecer el pago aplazado de manera muy amplia, sin ninguna salvaguardia para los consumidores, y debilitar la competencia leal con otros proveedores de bienes o servicios”*. Las grandes empresas que quieran ofrecer en línea créditos a gran escala con un plazo más amplio de pago, quedan sujetas a la Directiva.

20. Los contratos de crédito en forma de descuberto tácito (art. 3.19) están parcialmente excluidos de la Directiva, en cuanto que sólo se les aplicarán los preceptos citados en el art. 2.4.

21. También se da libertad a los Estados para optar por excluir a los contratos de crédito en forma de tarjetas de débito diferido (cuando no se cargan inmediatamente en la cuenta bancaria del titular las compras realizadas, sino que permiten cargar el importe total de las operaciones del mes en una fecha concreta, normalmente una vez al mes): siempre que el crédito deba reembolsarse en un máximo de cuarenta días, sin intereses y sin pago de remuneración ligada al crédito, salvo comisiones limitadas ligadas a la prestación del servicio de pago (art. 2.5). Presentan el riesgo de que el consumidor ha de tener fondos suficientes en su cuenta de pago en la fecha del cargo, pues de lo contrario su cuenta quedará en descuberto con la consiguiente generación de intereses y comisiones. También pueden los Estados excluir la aplicación parcial de la Directiva a los créditos del art. 2.6¹²; y a los créditos concedidos al

¹² Se refiere a “los contratos de crédito celebrados por una organización cuyos miembros puedan ser únicamente personas que residan o trabajen en un lugar determinado o empleados y antiguos empleados jubilados de un empleador determinado,

consumidor que ya se encuentra en situación de impago del contrato de crédito inicial o exista la probabilidad de impago (art. 2.7).

22. Se incluyen los créditos concedidos a través de plataformas de financiación participativa, normalmente para gastos de pequeña cantidad, ya reguladas en la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial. Se distingue si los prestadores de servicios proporcionan directamente crédito a los consumidores, o si intermedian en la concesión de crédito entre los prestamistas profesionales y los consumidores, de modo que sólo se les aplicarían las obligaciones previstas para los intermediarios de crédito. Sin embargo, se excluyen los llamados préstamos *peer to peer* (P2P), o préstamos entre particulares a través de plataformas de financiación participativa o de *crowdlending*. Es evidente que no se trata de una relación de consumo, pero también es claro que los prestatarios están más desprotegidos que en la relación de préstamo bancario¹³. Se prevé que la Comisión evaluará la necesidad de proteger en estos casos a los consumidores prestatarios (art. 46.2).

1. Razones y riesgos que justifican la regulación de los nuevos productos financieros

23. Cuando hablamos de crédito al consumo fácil, urgente o rápido, estamos normalmente ante productos cuya rapidez viene potenciada porque la mayoría de las empresas prestamistas en este sector emplea, como forma preferente de comercialización del producto, de comunicación con el consumidor y de celebración del contrato, medios electrónicos (créditos online), o por vía telefónica. Esto implica que la propia mecánica de la contratación hace que los riesgos inherentes a estos productos se multipliquen, dado que la celeridad de la operación no permite la reflexión ni facilita la asimilación de la información, lo que desemboca a menudo en la falta de seriedad, de responsabilidad y racionalidad de las decisiones que se adoptan. Todo ello en el marco de la ya poco racional o madura relación que algunas personas tienen con el dinero, y la adopción del consumo de bienes y servicios como una fuente de satisfacciones.

24. Aunque algunas de las nuevas fórmulas no resulten peligrosas en apariencia, dado que pueden no suponer a priori un coste para el consumidor, o es reducido, a diferencia de cuando se acude al crédito por medio del pago con una tarjeta revolving -que resulta muy costoso por los altos tipos de interés-, lo cierto es que presenta problemas y riesgos, derivados del rápido acceso al crédito. Algunos de ellos son:

- Como ha señalado CUENA CASAS, el principal riesgo reside en que su facilidad supone un incentivo para las compras impulsivas y el consumo excesivo y poco meditado, en la medida en que queda debilitado el precio como factor decisivo de compra. Se genera la sensación de bajo coste y con la facilidad de pago desaparecen los habituales obstáculos que se plantea todo consumidor ante un gasto, por lo que se incita a comprar¹⁴.
- Esto supone que se van a acumular compras, y con ello, poco a poco se va a acumular deuda como un gasto corriente más. Y sucede que el consumidor puede perder el control de los pagos aplazados que tiene pendientes, lo cual va a generar un alto riesgo de sobreendeudamiento.

o personas que reúnan otras cualificaciones establecidas por el Derecho nacional como base para la existencia de un vínculo común entre los miembros” y que cumpla una serie de condiciones. Entre ellas, se establece que se proporcione el crédito a una tasa anual equivalente inferior a la propuesta habitualmente en el mercado o que esté sujeta a un límite máximo establecido en el Derecho nacional.

¹³ Sobre estos sistemas de financiación alternativos y el papel del consumidor en la economía de plataformas y en el ámbito de la financiación participativa, cfr. C.M. DÍEZ SOTO, “La incidencia del derecho de consumo en el crowdfunding financiero”, Cuadernos de Derecho Transnacional (Marzo 2023), Vol. 15, N° 1, pp. 313-355.

¹⁴ M. CUENA CASAS, “Compre ahora y pague después: Otra trampa para sobreendeudar a los consumidores”, Blog *Hay Derecho*, 7 abril 2022 (<https://www.hayderecho.com/2022/04/07/compre-ahora-y-pague-despues-otra-trampa-para-sobreendeudar-a-los-consumidores/>).

miento. Pues no siempre el consumidor adquiere analizando previamente si se puede permitir afrontar los pagos. A menudo, el consumidor no es consciente de que está asumiendo un crédito, pues se suele presentar la operación mezclada con las formas de pago ordinarias, de modo que no resulta fácil distinguir entre crédito y forma de pago. El sobreendeudamiento se suele identificar con aquellas situaciones en las que el patrimonio del deudor resulta insuficiente para el pago de sus deudas, cuando estas tienen su origen frecuentemente en el recurso al crédito.

- Otro aspecto negativo reside en que se trata de deudas que son “opacas” para el sistema, en el sentido de que no constan en ningún registro público ni privado, haciendo ineficaces los sistemas de información del crédito. Esto significa que cuando un cliente se dirige a solicitar un crédito a una entidad bancaria, la entidad no puede saber si tiene compras financiadas y cuál es el volumen, por lo que no se puede conocer la ratio de endeudamiento, aumentando el riesgo de otorgar crédito a quien carece de solvencia.
- El riesgo de aplicación de altos intereses en algunas operaciones sin que a menudo el consumidor sea plenamente consciente del coste.
- Cuando el sobreendeudamiento deviene en retrasos o impago de cuotas, ello generará altos costes para el consumidor.

25. Cabe concluir que muchas de las fórmulas de financiación nuevas están diseñadas para favorecer la compra impulsiva y rápida, de modo que se prescinde de la evaluación de la capacidad de endeudamiento del consumidor¹⁵.

III. Medidas dirigidas a la protección del consumidor de crédito

1. La educación financiera y la vulnerabilidad del consumidor de crédito

26. Hay algunos contratos, como las ventas con pago aplazado que, aunque conllevan financiación no se pueden considerar como productos complejos y, bien utilizados, son útiles para cubrir numerosas necesidades puntuales de consumo de las familias. Pero es obvio que se requiere una cultura financiera básica, para que el consumidor pueda valorar adecuadamente si el producto responde a sus necesidades y a sus circunstancias personales¹⁶. Por eso se aboga por promover en nuestra sociedad una mayor educación financiera que, como complemento de la transparencia, permita la adopción de decisiones conscientes, informadas, libres y plenamente responsables. Esto es algo que está muy presente en las recientes Directivas sobre la materia, en las que se contemplan diversas medidas que van en esta dirección.

27. También la Directiva 2023/2225 establece una norma sobre educación financiera de los consumidores. En concreto, el art. 34 dispone que se fomentarán por los Estados medidas que apoyen la educación de los consumidores sobre la responsabilidad en la contratación de préstamos y la gestión de deudas. Se pone el énfasis en que se ha de proporcionar información clara y general sobre el proceso de concesión de créditos para que sirva de orientación y, particularmente, a quienes obtengan mediante herramientas digitales un crédito al consumo por primera vez¹⁷.

¹⁵ También sobre los riesgos en la toma de decisiones en materia de crédito al consumo, cfr. S. NAVAS NAVARRO, S., “Préstamos o créditos “rápidos” online al consumo”, en NAVAS NAVARRO, S; CAMACHO CLAVIJO, S., *Mercado digital. Principios y reglas jurídicas*, Tirant lo Blanch, Valencia 2016, p. 339 ss.

¹⁶ I. PLA VIDAL, “Tres vectores a tener en cuenta en el crédito al consumo: la educación financiera, la transparencia y el crédito responsable”, en F. J. ORDUÑA MORENO (Dir.), *Derecho de consumo y correcto funcionamiento de los mercados*, Tirant lo blanch, Valencia 2023, pp. 326 ss.

¹⁷ Dispone el art. 34.2 que la Comisión realizará y publicará un informe de evaluación sobre la educación financiera disponible para los consumidores en los Estados miembros y señalará ejemplos de las prácticas más idóneas que podrían ser objeto de un mayor desarrollo para aumentar la cultura financiera de los consumidores.

28. Ese nivel de educación puede ser determinante para evitar la asunción por el consumidor de deudas de manera incontrolada, sin ponderar su nivel de renta y posibilidades de pago; en definitiva, resulta básico para promover el ahorro preventivo y evitar el endeudamiento excesivo. Por ello se considera necesaria la pedagogía de consumo, que ayude a analizar cuándo es oportuno financiar algo y abonar el sobrecoste de los intereses y asumir riesgos para tener el disfrute inmediato, es decir, para aprender a discernir la oportunidad de consumir y endeudarse frente a la conveniencia de ahorrar y esperar. No se trata de demonizar la financiación de los consumidores, que es un buen instrumento si se utiliza adecuadamente, pero es necesaria una gestión responsable del endeudamiento y el conocimiento de las condiciones que se aceptan¹⁸.

29. Actualmente, por fortuna, resulta fácil acceder a todo tipo de información a través de internet, encontrando numerosas webs especializadas. Pero esto no será útil para todos los consumidores, pues hay quienes por sus características personales requieren explicaciones más sencillas, claras y breves. De hecho, el estudio sobre vulnerabilidad del consumidor en la UE, destaca que algunos grupos de consumidores –especialmente vulnerables- es más probable que cometan errores de juicio, que acumulen deuda, que no sean capaces de administrar los imprevistos que tienen repercusión económica, y que encuentren dificultad para gestionar sus ingresos de forma efectiva¹⁹.

30. Hay que partir de que se suele considerar que el consumidor financiero es vulnerable por definición, debido a que el sector financiero es uno de los ámbitos más problemáticos y complejos²⁰. Además, esa vulnerabilidad inherente se acentúa en períodos de crisis económica, siendo necesario adoptar medidas que les permitan poder seguir siendo sujetos de crédito en el futuro²¹. La Resolución del Parlamento Europeo de 22 de mayo de 2012, sobre una estrategia de refuerzo de los consumidores vulnerables, en su considerando 21 pone de manifiesto “*la necesidad de proteger al consumidor a través de información y de la regulación de los mercados financieros, cuya complejidad implica que, en potencia, cualquier consumidor puede llegar a ser vulnerable*”, pudiendo tal complejidad “*llevar a los consumidores a un endeudamiento excesivo*”²².

31. En todo caso, se viene considerando como consumidor vulnerable a aquel que se encuentra en una situación más intensa de desprotección de la que se atribuye al consumidor medio, por lo que permite deducir que se trata de una situación de mayor debilidad económica²³.

¹⁸ A. HIDALGO CEREZO, *Nuevas tendencias en Derecho de consumo. Aspectos generales, legislación especial y consumo digital*, Dykinson, Madrid 2023, p. 248.

¹⁹ Informe *Consumer vulnerability across key markets in the European Union* (Contract num. 2013 86 05 – EAHC 2013/CP/08), p. 341.

²⁰ El Parlamento Europeo ya en 2012, en su Resolución sobre *una estrategia de refuerzo de los derechos de los consumidores vulnerables*, admite que cualquier consumidor puede llegar a ser vulnerable, por lo que insta a los Estados a reforzar la protección, mejorando, por un lado, los deberes de información para proporcionar explicaciones claras y simples sobre la naturaleza de los productos y servicios que ofrece, y elaborando, por otro, programas eficaces de «alfabetización financiera». Cfr. A. M. SANZ HERMIDA, “En busca de una protección sostenible para el consumidor de servicios financieros: a propósito de la (futura) autoridad administrativa independiente de defensa del cliente financiero”, en BARONA VILLAR, S. (edit.), *Derecho del consumo y protección del consumidor sustentable en la sociedad digital del siglo XXI*, Ed. Universidad Autónoma de Chile, Chile 2023, pags. 171-196.

²¹ J. BRENES CORTÉS, “Sobreendeudamiento del consumidor: crédito al consumo y crédito inmobiliario”, *Revista de Derecho Patrimonial*, nº. 52, 2020, p. 15, advierte que hay que abordar un cambio en el modelo de protección al consumidor financiero, una regulación equilibrada que establezca los necesarios incentivos para el buen comportamiento de las dos partes en la relación crediticia. Pero señala que no significa que defienda un desequilibrio regulatorio a favor del deudor, pero sí un reequilibrio del sinalagma.

²² Sin embargo, L. WADDINGTON, *Reflections on the Protection of “Vulnerable” Consumers under EU Law*, Maastricht Faculty of Law, Working Paper, 2013, 2, considera que el Derecho de consumo europeo no presenta una clara visión o política de protección al consumidor vulnerable, debido a que la legislación falla al protegerles, en la medida en que se centra en proteger al consumidor medio. Pero inicialmente, también tuvo algunas críticas la introducción de la figura del consumidor vulnerable, por carecer de fundamento práctico y ser un concepto superfluo y paternalista.

²³ Resulta de interés el criterio de PEÑA LÓPEZ cuando establece que pueden distinguirse tres grandes causas de vulnerabilidad de los consumidores europeos, que dan lugar a tres tipos de consumidores vulnerables: el “consumidor confiado

32. El sector financiero y, especialmente el ámbito crediticio, es uno de los mercados en los que el consumidor muestra una mayor debilidad e indefensión, al tratarse de productos con un alto nivel de abstracción y complejidad ofrecidos por grandes empresas. En relación con las causas que generan la vulnerabilidad hay unas que afectan a todos los consumidores, relacionadas con el funcionamiento del mercado financiero, y tienen que ver normalmente con la calidad de la información que recibe el consumidor a la hora de contratar un producto financiero. Pero hay otras causas más específicas, derivadas de las dificultades o sesgos cognitivos o de comportamiento que afectan a algunos consumidores, y se refleja en una mayor dificultad para procesar o racionalizar la compleja información que se les proporciona. Tampoco han de obviarse ciertos relieves psicológicos y emocionales. En todo caso, todo ello puede repercutir en una mayor dificultad para comprender el funcionamiento o para valorar los riesgos de un crédito.

33. Los riesgos que presenta la adquisición de productos financieros se acentúan cuando estamos ante personas de edad avanzada o personas con discapacidad intelectual, ya que se puede ver disminuida la habilidad para adoptar decisiones de compra o de endeudamiento racionales y prudentes, para llevar un control de sus necesidades y gastos, para cuestionar la publicidad de las entidades financieras y, finalmente, no siempre están en condiciones de apreciar las consecuencias y costes del incumplimiento²⁴.

34. Con frecuencia los consumidores no saben diferenciar entre préstamo y crédito, cuando se trata de instrumentos de financiación distintos, que el consumidor habría de conocer para, en función de las circunstancias y necesidades, poder decidir la conveniencia de utilizar uno u otro. Mediante el crédito, a menudo asociado a una tarjeta de crédito “revolving”, el consumidor tiene a su disposición una cantidad de dinero de la que puede ir disponiendo a medida de sus necesidades, y abonará intereses solo por la cantidad efectivamente dispuesta. Presenta como ventajas la flexibilidad del producto y su inmediatez, permitiendo disponer de crédito para adquirir bienes y servicios en la medida en que lo requiera el titular. Pero es cierto que el mayor riesgo implícito para la entidad financiera se va a traducir en que el consumidor tendrá que satisfacer un tipo de interés superior al de un préstamo tradicional²⁵. A ello se une el hecho de que en las líneas de crédito resulta mucho más complejo conocer a priori cuáles serán las cuotas de amortización periódicas y adecuarlas a la propia capacidad económica, por lo que hay una mayor propensión a incurrir en un endeudamiento excesivo.

2. Información precontractual y transparencia en el proceso de contratación y desarrollo del crédito

35. Constituye un presupuesto necesario de todo contrato, y especialmente en los contratos de crédito, que tengan como base decisiones plenamente conscientes de los ciudadanos, y sean fruto de una decisión voluntaria y racional. En consecuencia, tanto las informaciones que se utilizan para la comercialización del producto a modo de oferta, como las informaciones que se suministren para celebrar el contrato y el propio contenido de éste han de ser claros y sencillos.

e inexperto (y apresurado)” que está afectado por una debilidad fundamentalmente jurídica -que es una debilidad que, en realidad, afecta a todos los consumidores-; el consumidor perteneciente a un grupo especialmente vulnerable; y el consumidor sin recursos económicos. F. PEÑA LÓPEZ, “El consumidor vulnerable en el mercado financiero”, en N. ÁLVAREZ LATA, F. PEÑA LÓPEZ (editores), *Mecanismos de protección del consumidor de productos y servicios financieros*, Thomson Reuters-Aranzadi, Pamplona 2021, pp. 24-30. También cuestiona que en el Derecho europeo de consumo se tome como patrón de referencia el criterio del consumidor medio, entendido como aquel consumidor “normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz” (STJCE 16 de julio de 1998, asunto C-210/96), por tratarse de una imagen ideal que está apartada de la realidad.

²⁴ Hay barreras concretas que van a afectar a consumidores con discapacidad o aptitudes físicas o intelectuales limitadas, que pueden afectar a su capacidad para contratar ciertos productos: limitaciones para el acceso a oficinas por las barreras físicas; para manejar aparatos electrónicos o aplicaciones; o dificultades para la memorización de códigos de seguridad y claves. Informe *Consumer vulnerability across key markets in the European Union*, cit., p. 346.

²⁵ PLA VIDAL, “Tres vectores a tener en cuenta en el crédito al consumo: la educación financiera, la transparencia y el crédito responsable”, cit., p. 328.

36. El consumidor tiene derecho a estar correctamente informado tanto respecto al alcance y costes que le supone el contrato, como respecto de sus derechos y obligaciones. La entidad financiera ha de proporcionar la información necesaria y en el formato adecuado para que el cliente pueda tomar decisiones fundadas. En consecuencia, los consumidores también han de asumir una responsabilidad razonable por las decisiones que toman. Por ello, la transparencia ya no es un deber más o menos accesorio, sino que se convierte en una exigencia determinante, que puede poner en cuestión la validez del contrato. Ello requiere un esfuerzo por parte de las empresas de cara a superar, en la medida de lo posible, el lenguaje técnico y distante empleado habitualmente en los contratos, para hacer que la información sea sencilla y accesible²⁶.

37. Esto explica que en el Derecho de consumo europeo se haya convertido en un elemento clave el derecho a la información del consumidor, que surge de la idea de que la situación de inferioridad en la que se encuentra el consumidor frente al profesional se debe a su desinformación. Ello se ha traducido en que, para cumplir los deberes de información, el empresario ha de proporcionar una documentación donde se contienen una larga enumeración de datos y cuestiones que el legislador ha establecido que son los que habrá de comunicar al consumidor. A ello se suele unir la exigencia de una determinada forma del contrato, como es la entrega de la documentación por escrito o en otro soporte duradero, tratando de garantizar que la información llegue efectivamente al consumidor.

38. Sin embargo, actualmente se admite sin ambages la falta de eficacia o el fracaso de esta política legislativa, dado que si se analiza la realidad del comportamiento de los consumidores se aprecia que apenas dedican tiempo a leer la información que se les proporciona, o tienen serias dificultades para adquirirla, asimilarla y comprenderla. Junto a ello, la presencia de dificultades cognitivas en algunos consumidores hace que, por mucha información que reciban, no sean capaces de asimilarla y de tomar decisiones razonables²⁷.

39. Las normas más recientes tratan de mejorar la eficacia de los deberes de información, simplificando los datos a proporcionar, y estableciendo como modo de organizar la información a entregar las llamadas hojas o fichas de “información normalizada”. Pero el hecho de que la información se presente mejor y más ordenada o más clara no cambia sustancialmente el problema, pues ello no significa que se traduzca en un consumidor bien informado en disposición de tomar decisiones correctas²⁸. La Directiva

²⁶ Una muestra de la relevancia que ha adquirido la transparencia se aprecia con la publicación por parte de la Asociación Española de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF) de un “Protocolo de Transparencia sobre crédito revolving”, que se caracteriza por utilizar un lenguaje simple y sencillo, con numerosas advertencias, consejos y alertas, de modo que se facilita que cualquier consumidor, si accede a su lectura, pueda conocer el funcionamiento, la operativa y los riesgos de este producto, pudiendo guiar sus decisiones de forma más informada y responsable. Y en la información se ha de poner una especial incidencia en que se trata de un servicio que tiene un coste, del cual es esencial que se informe de forma comprensible, tanto para que el consumidor pueda analizar la conveniencia de solicitarlo, como para que pueda comparar otras alternativas u ofertas. Ha sido elaborado por un reconocido experto en transparencia, F.J. ORDUÑA MORENO. Disponible en. https://asnef.com/media/3298/acta_protocolo_transparencia_asnef.pdf. El protocolo se pone a disposición de las entidades asociadas para que puedan adoptarlo en la comercialización del crédito revolving.

²⁷ PEÑA LÓPEZ, “El consumidor vulnerable en el mercado financiero”, cit., pp. 34 a 37, analiza las causas del fracaso de la idea de encomendar la protección del consumidor a la obligación de información.

²⁸ Por ello, respecto al consumidor estadounidense, D. PRIDGEN, “Putting Some Teeth in TILA: From Disclosure to Substantive Regulation in the Mortgage Reform and Anti-Predatory Lending Act of 2010”, *Loyola Consumer Law Review*, 24, 2012, p. 626, reconoce que “*es tan poco realista pensar que los consumidores reales pueden ser educados, en la medida necesaria para adoptar decisiones correctas de crédito, simplemente por el uso de hojas informativas, como lo es asumir que pueden convertirse en sus propios abogados, médicos o mecánicos*”. También se reconoce la poca eficacia de este modelo de protección basado en la información en el Informe *Consumer vulnerability across key markets in the European Union*, cit.. Y también se reconoce por el Parlamento Europeo, especialmente en relación a algunos mercados (telecomunicaciones, transporte, energía y servicios financieros), en la Resolución de 22 de mayo de 2012, sobre una estrategia de refuerzo de los consumidores vulnerables (2011/2272, INI); parte de que la noción de “consumidor medio” no presentaba la flexibilidad suficiente para adaptarse a casos específicos y, en ocasiones, no se correspondía con situaciones de la vida real. También, M. PÉREZ ESCOLAR, “El viajero, consumidor vulnerable. Consideraciones a la luz del moderno Derecho comunitario europeo”, *Revista Aranzadi de derecho patrimonial*, nº 44, 2017, pp. 33-67, concluye que “las políticas de protección del consumidor marcadas por la Unión Europea

(UE) 2023/2225 hace un esfuerzo por clarificar la información a suministrar, pero mantiene sustancialmente la confianza en el modelo. Se parte de la gratuidad de la obligación de proporcionar información, de modo que no se podrá imponer coste alguno al consumidor con independencia del medio utilizado para proporcionar la información (art. 5).

40. En cuanto a las comunicaciones publicitarias y comerciales, además de la exigencia de que sean leales y claras y no resulten engañosas, se prohíbe toda redacción que pueda generar en el consumidor falsas expectativas, sobre todo respecto a la disponibilidad o el coste del crédito o el importe total adeudado (arts. 7). Se trata de proteger a los consumidores contra las prácticas desleales o engañosas, en particular en lo que respecta a la información proporcionada por el prestamista o el intermediario de crédito, en consonancia con la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo²⁹.

41. En el art. 8 se regula detalladamente la información básica que ha de figurar en la publicidad de los contratos de crédito. La nueva regulación trata de reducir los casos de abusos en la comercialización de créditos y de eliminar las prácticas que incitan al consumo de crédito manera irresponsable. Por ello, se exige que la publicidad relativa a los contratos de crédito “incluya una advertencia clara y destacada para poner en conocimiento de los consumidores que los préstamos cuestan dinero, utilizando la fórmula «Atención: tomar dinero prestado cuesta dinero» u otra equivalente”. Esta obligación no se aplicará a los casos en que el Derecho nacional exija que se indique la tasa anual equivalente en aquella publicidad de contratos de crédito que no indique un tipo de interés o cualesquiera cifras relacionadas con algún coste del crédito para el consumidor.

42. La misma preocupación lleva a que se incluya un listado de prácticas publicitarias prohibidas. De manera absoluta se prohíbe la publicidad de productos de crédito que: a) animen a los consumidores a contraer crédito sugiriendo que este mejoraría su situación financiera; b) especifiquen que los contratos de crédito pendientes o los créditos registrados en las bases de datos tienen poca o ninguna influencia en la evaluación de una solicitud de crédito; c) sugieran falsamente que el crédito da lugar a un aumento de los recursos financieros, constituye un sustituto del ahorro o puede mejorar el nivel de vida de los consumidores. Además, se establecen otros posibles supuestos que pueden considerarse no recomendables, pero se otorga la opción a la Estados para decidir sobre su prohibición, como es la publicidad que: a) destaque la facilidad o rapidez con la que se puede obtener un crédito; b) establezca que un descuento está condicionado a la aceptación de un crédito; c) ofrezca «períodos de gracia» de más de tres meses para el reembolso de las cuotas del crédito.

43. También se regula la información básica que ha de contener la publicidad (art. 8.3), con especial incidencia en el coste total del crédito (el tipo deudor junto a cualquier otro gasto incluido en el coste total, el importe total del crédito, la tasa anual equivalente, la duración, etc.). Cuando existan condiciones promocionales temporales, como los tipos de interés con tasa inicial reducida para los primeros meses del contrato de crédito, deben identificarse claramente como tales. Si la celebración de un contrato relativo a un servicio accesorio vinculado con el contrato de crédito fuera obligatoria para obtener un crédito o para obtenerlo en las condiciones ofrecidas, y el coste de ese servicio no pudiera determinarse de antemano, la información básica deberá especificar de forma clara, concisa y destacada la obligación de suscribir dicho contrato (art. 8.5).

44. En cuanto a los requisitos en cuanto a la forma de presentar la información básica, se determina que será fácilmente legible o claramente audible, según proceda, y se adaptará a las limitaciones técnicas del medio utilizado para la publicidad, especificando todo el contenido obligatorio de forma

que podríamos calificar de “tradicionales” se han revelado en los últimos tiempos altamente ineficaces ante realidades como la crisis económica, que han dejado al descubierto sus carencias”.

²⁹ P. MARTÍNEZ ESPÍN, “Información precontractual en la nueva Directiva de crédito al consumo: ¿cuánto más mejor?”, Revista CESCO, nº 48/2023, pp. 49-73.

clara, concisa y destacada³⁰. Además, se contempla que la información básica se precisará mediante un ejemplo representativo. En concreto, el importe total del crédito y la duración del reembolso elegidos por el prestamista para dicho ejemplo representativo deben corresponder en la medida de lo posible a las características del contrato de crédito que anuncia el prestamista³¹.

45. Respecto a la información precontractual (arts. 9 a 11), que es la que se proporciona antes de que el consumidor quede vinculado por un contrato de crédito o, cuando proceda, por la transmisión de una oferta vinculante, se avanza en la transparencia de estos créditos: se trata de que el consumidor reciba, antes de contratar, la información clara y precisa para comparar las diversas ofertas, de manera que pueda entender lo que está contratando y poder adoptar una decisión informada sobre la conveniencia del contrato de crédito. Como se ha señalado, en la anterior regulación el elenco de menciones que debía contener el documento era tan extenso que se corría el riesgo de que el consumidor perdiera la perspectiva de lo que realmente era relevante para tomar la decisión adecuada³². Ahora, la información precontractual se divide en dos bloques: el primero incluye las informaciones más importantes y aparecerá en la primera página del formulario o, como máximo en las dos primeras; el segundo bloque recogerá otras diecisiete menciones informativas contempladas en el art. 10.5, que irán claramente separadas del primer bloque. En todo caso, la información se proporcionará en papel o en otro soporte duradero elegido por el consumidor mediante el formulario de Información Normalizada Europea sobre el Crédito al Consumo que figura en el anexo I de la Directiva (art. 10.2). Se considera que el prestamista ha cumplido los requisitos de información si ha proporcionado dicho formulario. Si bien se añade que toda la información proporcionada en el formulario se presentará de forma igualmente destacada. Cualquier información adicional que el prestamista quiera comunicar al consumidor debe facilitarse en documento aparte. También exige que la información se presente de manera que sea compatible con dispositivos digitales.

46. Al efecto de que las ofertas puedan compararse, la información debe incluir, en particular, la tasa anual equivalente correspondiente al crédito, calculada de idéntica forma en toda la Unión. Puesto que en esta fase la TAE solo puede indicarse mediante un ejemplo, este debe ser representativo: por ejemplo, debe corresponder a la duración media y al importe total del crédito concedido para el tipo de contrato en cuestión.

47. Se mantiene la regulación para los casos de comunicación a través de telefonía vocal en cuanto a la transmisión de la información (art. 10.7); y el art. 10.9 contiene una advertencia que ha de incluirse en los contratos de crédito “revolving” o reconstituyente, que ya aparecía en la anterior regulación, y obliga a incluir una declaración clara de que tales contratos no prevén una garantía de reembolso del importe total del crédito del que se haya dispuesto en virtud del contrato de crédito, salvo que dicha garantía se conceda expresamente.

48. Pero el legislador es consciente de que proporcionar la información puede no ser suficiente. En el Considerando 45, se hace consta de forma expresa que el consumidor puede necesitar más asistencia para decidir qué contrato de crédito, entre todos los productos propuestos, es el que mejor se ajusta a sus necesidades y situación financiera. Por ello, obliga a los prestamistas a proporcionar dicha asistencia ofreciendo “las explicaciones adecuadas acerca de la información pertinente”, que deben hacerse al consumidor “*de una forma personalizada, de manera que pueda entender qué repercusiones*

³⁰ También serán de aplicación la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, donde se prevén medidas para favorecer la inclusión financiera de personas más vulnerables y especialmente mayores de edad). También la Circular Banco de España 4/2020.

³¹ Los consumidores deben poder ver toda la información esencial de un vistazo, incluso cuando el medio utilizado sea la pantalla de un teléfono móvil. El art. 8.6 contempla que, en casos concretos y justificados, cuando el medio electrónico utilizado no permita visualizar la información de forma destacada y clara, debe reducirse la cantidad de información comunicada. En estos casos, el consumidor deberá poder acceder a la información letras e) (precio al contado y anticipos) y f) (importe total adeudado e importe cuotas periódicas), de dicho apartado por medio de un clic, un desplazamiento o un deslizamiento.

³² M. J. MARÍN LÓPEZ, “Una primera aproximación a la Directiva 2023/2225, de 18 de octubre, de contratos de crédito al consumo”, *Revista CESCO*, núm. 48/2023, pág. 16.

*pueda tener en su situación económica, incluidas las consecuencias jurídicas y financieras que puedan derivarse del incorrecto cumplimiento de las obligaciones contractuales*³³. Pero advirtiendo que dichas explicaciones no deben constituir de por sí una recomendación personal.

49. Tras la detallada regulación de la información precontractual, el art. 12 de la Directiva (UE) 2023/2225 dispone que “*Los Estados miembros velarán por que los prestamistas y, en su caso, los intermediarios de crédito estén obligados a proporcionar al consumidor explicaciones adecuadas sobre los contratos de crédito propuestos y sobre cualesquiera servicios accesorios que le permitan evaluar si los contratos de crédito y servicios accesorios propuestos se adaptan a las necesidades y situación financiera del consumidor. Estas explicaciones se proporcionarán gratuitamente y antes de que se celebre el contrato de crédito*”. Además, se enumeran los aspectos que han de comprender las explicaciones, destacando “*las características esenciales de los productos propuestos*” y “*los efectos específicos que el contrato de crédito o los servicios accesorios propuestos puedan tener para el consumidor incluidas las consecuencias del impago o pago atrasado por parte del consumidor*”.

50. Esta exigencia ya aparecía en el art. 5.6 de la Directiva 2008/48/CE, pero en términos menos imperativos, al establecer que se velará porque se “*faciliten al consumidor las explicaciones adecuadas*”. En definitiva, puede hablarse de un “deber de ofrecer explicaciones adecuadas”, que será particularmente útil cuando se trate de consumidores pertenecientes a grupos especialmente vulnerables. La propia norma prevé la conveniencia de adaptarlo en función de a quién va dirigido, al establecer que los Estados miembros podrán adaptar este requisito, en casos justificados, “*en lo que respecta a la manera y la amplitud con que hayan de darse las explicaciones*”, en atención a las circunstancias de la situación en la que se ofrece el crédito, la persona a quien se ofrece y el tipo de crédito³⁴. En todo caso, este deber puede verse como el reconocimiento de que el consumidor es probable que no llegue a leer, entender o gestionar la información suministrada, por lo que es necesario obligar a los prestamistas a explicar ciertos aspectos esenciales del producto³⁵.

51. Y era inevitable que se aludiera a los sistemas de inteligencia artificial. Así, señala el considerando 46 que los prestamistas y los intermediarios de crédito, al personalizar el precio de sus ofertas para consumidores específicos o categorías específicas de consumidores sobre la base de la toma de decisiones automatizada, deben informar claramente a los consumidores de que el precio que se les ofrece está personalizado en función de un tratamiento automatizado de datos personales, en particular, datos inferidos, a fin de que, en su decisión de compra, puedan tener en cuenta los riesgos potenciales. La exigencia se plasma en el art. 13. También han de informar sobre las fuentes de datos utilizadas para personalizar la oferta.

52. En cuanto al momento de proporcionar la información, se establece que la información debe proporcionarse al consumidor “con la debida antelación” antes de vincularse contractualmente. Parece que se pretende crear una especie de periodo de reflexión, aunque sea breve, pero suficiente para que el consumidor pueda consultar y asimilar la información, para evitar decisiones impulsivas. La Propuesta de nueva regulación de la Comisión establecía que la información precontractual debía facilitarse al consumidor al menos un día antes de que se celebraba el contrato. Fue el Consejo el que puso de relieve lo inadecuado de tal solución, en especial, respecto de los créditos que se suscriben en el momento de la adquisición de un bien o servicio.

³³ El mismo deber se regula de manera más pormenorizada en el art. 16 de la Directiva 2014/17/UE, sobre los contratos de crédito celebrados con los consumidores para bienes inmuebles de uso residencial.

³⁴ Ha de advertirse que al transponer la Directiva, la LCCC no reprodujo este deber, aunque ello no afecta a su existencia. Una valoración sobre la eficacia del mecanismo, en PEÑA LÓPEZ “El consumidor vulnerable en el mercado financiero”, cit., pp. 48-50.

³⁵ Cfr. N. COLLADO-RODRÍGUEZ, “El crédito responsable”, *Anuario da Facultade de Dereito da Universidade da Coruña*, vol. 20 /2016, p. 527. Considera que el deber va más allá de ser una mera puesta a disposición de la información que permite al consumidor hacerse una representación de las consecuencias derivadas de la conclusión del contrato.

53. Pero ahora se da concreción a esa fórmula, quizá teniendo en cuenta que es habitual en la práctica que los prestamistas faciliten la información justo antes de la celebración del contrato: se establece que puede entregarse “menos de un día antes de que el consumidor quede vinculado por la oferta o contrato de crédito”, lo cual equivale a que puede ser el mismo día de la aceptación. Es objeto de discusión si se cumple “la debida antelación” cuando la información se facilita antes de la celebración del contrato, como exigía el art. 5.1. Directiva 2008/48/CE. Parece que habrá que estar a las circunstancias del supuesto para determinar que antelación es “debida”, es decir, cuál es la adecuada para que la información precontractual cumpla la finalidad para la que está prevista³⁶. Pero también se prevé que si la información se dispensa en un tiempo inferior a las 24 horas previas a la celebración del contrato, se refuerza la información sobre el derecho de desistimiento, de modo que el prestamista o el intermediario del crédito se obligan a enviar al consumidor “un recordatorio acerca de la posibilidad de desistir del contrato de crédito...” (art. 10.1).

3. La celebración del contrato de crédito y la información posterior

54. No puede presumirse el consentimiento del consumidor para la celebración del contrato o la contratación de servicios accesorios. El consentimiento debe expresarse mediante un acto afirmativo claro que manifieste la aceptación concreta, informada e inequívoca. Por tanto, no puede inferirse la perfección del contrato del silencio, la inacción o la opción por defecto (por ejemplo, las casillas ya marcadas) (art. 15). Además, el art. 17 prohíbe la concesión de crédito a los consumidores que no lo han solicitado previamente y no han dado su consentimiento, por lo que en estos casos no existe contrato de crédito. En este supuesto se incluyen las tarjetas de crédito previamente aprobadas no solicitadas y enviadas a los consumidores, o el aumento unilateral del descubierto o del límite de las tarjetas de crédito de los consumidores.

55. Estas exigencias están claramente dirigidas a combatir prácticas desleales y a evitar que una entidad pueda inducir a confusión al consumidor para poder deducir su consentimiento. Y serán especialmente útiles para proteger a personas con alguna discapacidad cognitiva, permitiendo impugnar los contratos que la entidad pretenda hacer valer si no se cumplen tales exigencias.

56. Toda entidad financiera al contratar con consumidores ha de respetar las exigencias de la buena fe y las prácticas honestas del mercado, para evitar distorsionar el comportamiento económico del consumidor medio o del miembro medio del grupo destinatario de la práctica empresarial. De lo contrario, se puede incurrir en una práctica comercial desleal, por aplicación del art. 4 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal. Esto puede suceder cuando la empresa puede prever razonablemente el comportamiento económico de un grupo claramente identificable de consumidores especialmente vulnerables a ciertas prácticas o a un bien o servicio, por tener afectada su capacidad de comprensión o por su edad o por una especial credulidad o ingenuidad³⁷.

57. Se mantiene la obligación de documentar el contrato y la entrega de una copia, pero sin establecer las consecuencias civiles del incumplimiento. El contrato ha de tener un contenido determinado, y cumplir las exigencias de ofrecer la información de forma clara y legible (art. 21).

58. En determinadas situaciones se impone al prestamista la obligación de informar al consumidor tras la celebración del contrato y durante su vigencia: si el consumidor amortiza anticipadamente

³⁶ MARÍN LÓPEZ, M.J., “Hacia una nueva regulación europea del crédito al consumo: la posición del Consejo, de 7 de junio de 2022, sobre la Propuesta de Directiva de crédito al consumo”, *cit.*, p. 5, alude a que muchos prestamistas, en la práctica, proporcionan la información justo antes de la celebración del contrato. Pero advierte que esta práctica no puede considerarse amparada en el nuevo art. 10.1.

³⁷ F. X. SÁNCHEZ MORAGAS, “La apreciación de la vulnerabilidad, en los contratos con personas consumidoras con discapacidad intelectual”, *Diario La Ley*, nº. 10005 (La Ley 329/2022), pp. 4-5.

capital (art. 21.1.i); cuando el prestamista modifique las condiciones de crédito (art. 22); cuando está autorizado a modificar el tipo de interés (art. 23); y en los créditos concedidos en forma de descubierto.

4. El crédito responsable. La evaluación de la solvencia del consumidor

59. Una de las lecciones extraídas de la gran crisis financiera mundial que llegó a nuestro país en el año 2008 fue evidenciar que las medidas de prudencia financiera existentes hasta entonces resultaban ineficaces, dado que habían favorecido la concesión de crédito aun en casos de comprometida solvencia. Aquello dio paso a un periodo de restricción en el acceso al crédito, a la vez que desaparecía la confianza en el sistema económico y en el propio crédito. El dramatismo de aquella crisis, exacerbada por el abuso en el crédito hipotecario, va a generar nuevos criterios de control del riesgo, dando lugar al concepto de “crédito responsable”³⁸.

60. La constatación de que el sistema tradicional de protección al consumidor basado sobre la obligación de información no tiene la eficacia que se esperaba, ha dado lugar a que el crédito responsable tome el relevo como elemento clave en la protección del consumidor de crédito³⁹. El objetivo es que se concedan únicamente créditos que el prestatario pueda asumir en función de su situación económica⁴⁰. Por ello, la evaluación de la solvencia, que era una actuación que interesaba especialmente al prestamista, paradójicamente, por ley, se va a convertir en una obligación que se le impone, dirigida a realizar un estudio de la situación económica y financiera del prestatario antes de que asuma un compromiso de pago. Curiosamente, ha debido ser exigida legalmente su aplicación por los prestamistas debido al olvido sistemático de las más elementales normas de prudencia⁴¹. Pero, la escasa preocupación de muchas entidades prestamistas ante el sobreendeudamiento de los consumidores probablemente cambie a raíz de la aplicación más intensa del remedio de la segunda oportunidad tras las últimas reformas legales. La posibilidad de obtener la exoneración del pasivo insatisfecho es, seguramente, la mayor protección otorgada a los consumidores y pequeños profesionales, y puede contribuir a que los prestamistas sean más rigurosos en la concesión del crédito, pues en caso de sobreendeudamiento corren el riesgo real de no recuperar buena parte del crédito si el cliente obtiene la exoneración.

61. Se ha señalado que el crédito responsable puede referirse en un sentido amplio a toda normativa de protección del cliente bancario, incluyendo los deberes de información y transparencia, y la adecuación del contrato a las necesidades y situación financiera de un cliente concreto; y se refiere “de

³⁸ Realiza un magnífico estudio sobre estas cuestiones, P. CORBAL, *Prevención y solución de la insolvencia de la persona física. La evaluación de la solvencia y el fomento del préstamo responsable a través del régimen concursal de segunda oportunidad*, Aranzadi, Madrid 2024. Las propias entidades ya parecen haber asumido el concepto: “Un crédito responsable es un crédito bancario en el cual una entidad financiera tiene la obligación de analizar la capacidad de pago del solicitante, con el fin de evaluar de forma ética e imparcial su aptitud a la hora de asumir sus obligaciones de pago y evitar además su sobreendeudamiento. Así, podrá tratar de prever un impago, cuyo impacto negativo afecte a la salud financiera del cliente, a la entidad y, en último término, a la sociedad. A su vez, estas entidades se comprometen a ofrecer a los consumidores la información del crédito responsable de manera clara y transparente”. En: <https://www.santander.com/es/stories/todas-las-claves-sobre-los-creditos-responsables>.

³⁹ Cfr. N. COLLADO-RODRÍGUEZ, “El crédito responsable”, cit., p. 527. También BRENES CORTÉS, “Sobreendeudamiento del consumidor: crédito al consumo y crédito inmobiliario”, cit., p. 15-16, resulta tajante al advertir que la tradicional consideración de que una información suficiente convierte al cliente en una persona independiente y responsable en la adopción de la decisión de endeudarse, parte de un presupuesto absolutamente equivocado: la obligación de evaluar la solvencia del potencial prestatario supone el reconocimiento de la insuficiencia de la transparencia informativa para lograr tal finalidad.

⁴⁰ Sobre ello, N. COLLADO-RODRÍGUEZ, “El impacto de la obligación de evaluar la solvencia del consumidor en los procesos de gestión del riesgo de crédito”, en N. ÁLVAREZ LATA, F. PEÑA LÓPEZ. (ed.), *Mecanismos de protección del consumidor de productos y servicios financieros*, Thomson-Aranzadi, 2021, pp. 249 ss.; Id., *La obligación del prestamista de evaluar la solvencia del consumidor de crédito*, Thomson-Aranzadi, Pamplona 2019.

⁴¹ En este sentido, M. CUENA CASAS, “Préstamo responsable, información crediticia y protección de datos personales”, Revista de Derecho concursal y paraconcursal, nº. 20, 2014, p. 7.

forma más restringida, a la obligación de evaluar la solvencia del deudor de manera que se conceda el préstamo a quien es capaz de devolverlo según lo pactado”⁴².

62. En la Directiva 2008/48/CE de contratos de crédito al consumo, ya se impulsó la valoración de la solvencia, de modo que, si anteriormente recaía sobre el demandante de crédito el deber de su utilización responsable para no sobrepasar un nivel razonable de endeudamiento, ahora la responsabilidad se extiende a los concedentes de crédito. Así se establece que, con el objetivo de que “no concedan préstamos de forma irresponsable o sin haber evaluado previamente la solvencia del prestatario”, se señala que “los prestamistas deben tener la responsabilidad de controlar individualmente la solvencia del consumidor. A tal efecto, se les deberá permitir servirse de la información facilitada por el consumidor no solo durante la preparación del contrato de crédito, sino también durante toda la relación comercial”. Puede ser objeto de crítica que la consulta de las bases de datos no tenga carácter obligatorio y el concedente del crédito pudiera dejar en manos del consumidor el suministro de la información necesaria para la evaluación de la solvencia⁴³. Además, en la regulación que se refleja en la LCCC, no se aprecian obstáculos relevantes que disuadan a las entidades financieras de conceder préstamos de forma irresponsable⁴⁴.

63. Uno de los objetivos de la Directiva (UE) 2023/2225, está en prevenir y reducir las prácticas de préstamo irresponsables, que generan el problema del endeudamiento excesivo y el riesgo de impago. Por ello, la regulación necesariamente ha de tender a conseguir que solo se conceda crédito a los consumidores que puedan devolverlo. La Directiva convierte el análisis de la solvencia en un aspecto clave, que aborda ahora en el art. 18 de manera mucho más extensa, y que incorpora algunas reglas sobre evaluación de la solvencia ya vigentes en el crédito inmobiliario (art. 18 Directiva 2014/17/UE)⁴⁵.

64. Se formula claramente la obligación de los prestamistas de realizar una evaluación de la solvencia del consumidor, fijando que ha de consistir en verificar las perspectivas de cumplimiento por parte del consumidor de las obligaciones que surgen del crédito⁴⁶. La evaluación de la solvencia debe ser proporcionada y debe realizarse “en interés del consumidor”, “en profundidad”, y antes de la concesión de un crédito, o cuando se quiera modificar para conceder un aumento significativo del importe. Es destacable que la evaluación no sólo irá dirigida a la concesión del crédito, pues también el calendario de reembolso debe adaptarse concretamente a las necesidades específicas del consumidor y a su capacidad de reembolso.

65. Resulta muy útil que se contemple cómo ha de realizarse la evaluación de la solvencia: basándose en la información de que dispone el prestamista sobre los ingresos y gastos del consumidor, y otras circunstancias económicas, como los compromisos financieros asumidos. La información podrá obtenerla el prestamista de fuentes internas (la información que dispone del cliente de toda la relación comercial anterior) o externas. En concreto, se enumeran como fuentes externas: la información facilitada por el propio consumidor y la obtenida a través de la consulta de las bases de datos. Pero se ad-

⁴² M. CUENA CASAS, “El sobreendeudamiento privado como causa de la crisis financiera y su necesario enfoque multidisciplinar”, en L. PRATS ALBENTOSA, M. CUENA CASAS, (coords.), *Préstamo responsable y ficheros de solvencia*, Aranzadi, Pamplona 2014, p. 14.

⁴³ Cfr. N. COLLADO-RODRÍGUEZ, “El crédito responsable”, cit., p. 529.

⁴⁴ Cfr. J., BRENES CORTÉS, “Sobreendeudamiento del consumidor: crédito al consumo y crédito inmobiliario”, cit., p. 2., donde analiza las carencias y deficiencias de la normativa vigente en esta materia. Y propone que debían abordarse consecuencias más rigurosas por el negligente cumplimiento de la obligación de evaluación de la solvencia, como es la pérdida de intereses remuneratorios o moratorios.

⁴⁵ Un práctico estudio comparativo se realiza por S. MIGUEL WALSH, “La Directiva (UE) 2023/2225, relativa a los contratos de crédito al consumo, en el derecho alemán y español: crédito responsable y evaluación de la solvencia”, Boletín del Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes, Año LXXIX, febrero 2025, núm. 2.284, pp. 4-49.

⁴⁶ El TJUE tuvo ocasión de pronunciarse sobre el alcance de la obligación precontractual y la obligación del prestamista de evaluar la solvencia del consumidor: STJUE 10 de junio de 2021, asunto C-303-20, Ultimo Portfolio Investment (Luxemburgo) SA c. K.M. Se analiza el carácter efectivo, proporcionado y disuasorio de la sanción en caso de incumplimiento de esta obligación que recae sobre el prestamista.

vierte que la evaluación no se podrá basar exclusivamente en el historial crediticio del consumidor; y la información no debe contener las categorías especiales de datos personales, como los datos sanitarios, incluidos los datos sobre cáncer, ni la información obtenida de las redes sociales⁴⁷.

66. Este es uno de los aspectos más delicados, dado que con la llegada de la robótica inteligente y del uso de los algoritmos se empieza hacer uso de los llamados datos alternativos, que se extraen de la llamada “huella digital” del cliente, con el propósito de formar una “imagen financiera” más completa del mismo. Esto implica que puede utilizarse la actividad en las redes sociales en términos de propensión a la compra, o las preferencias personales manifestadas por los usuarios a través de la navegación en plataformas o motores de búsqueda, como pueden ser las compras en línea realizadas, las aplicaciones de pago utilizadas, etc. Junto a estos denominados como datos blandos, los que se extraen de rastros digitales extrafinancieros, aparecen los “datos duros”, como son los que aparecen en las bases de datos sobre el historial crediticio y de pagos del consumidor, normalmente elaboradas por agencias de calificación del riesgo con los datos transmitidos por las entidades financieras. Pero el hecho de que sólo los intermediarios financieros puedan acceder a estos últimos datos, y el que haya otros nuevos prestamistas que sólo pueden acceder a los datos “blandos”, plantearía el riesgo de socavar la fiabilidad de la calificación crediticia, al no existir garantías sobre la veracidad de la evaluación⁴⁸.

67. Dado que es previsible que en la evaluación de la solvencia el prestamista haga uso del procesamiento automatizado de datos personales, en combinación con la toma de decisiones automatizadas sobre la calificación crediticia, se atribuyen derechos concretos al consumidor, como puede ser el derecho a obtener una intervención humana por parte del prestamista, o el solicitar una revisión de la evaluación de la solvencia y la decisión sobre la concesión del crédito (art. 18.8). Se parte de que los sistemas de inteligencia artificial utilizados para evaluar la calificación crediticia o la solvencia de las personas físicas “deben clasificarse como sistemas de IA de alto riesgo, ya que determinan el acceso de dichas personas a recursos financieros y servicios esenciales, como la vivienda, la electricidad o los servicios de telecomunicaciones”⁴⁹. Ciertamente uno de los principales riesgos derivados de las decisiones basadas en algoritmos es el de la discriminación, potenciada por los sesgos que puede conllevar la cesión automatizada.

68. El proceso termina con un informe de evaluación que, ante situaciones de solvencia negativa, introduce restricciones a los préstamos: ante una evaluación negativa de la solvencia, el prestamista no deberá celebrar el contrato (art. 18.6)⁵⁰. Deberá informar al consumidor sin demora y, en su caso, remitir al consumidor a servicios de asesoramiento en materia de deudas.

69. Aunque no se destaque, todo indica que se pone la atención en las personas consumidoras especialmente vulnerables, y se trata de eliminar la incitación a obtener crédito de manera impulsiva o

⁴⁷ El Dictamen del Supervisor Europeo de Protección de Datos sobre la propuesta de una Directiva relativa a los créditos al consumo (DOUE C 43, de 6 de octubre de 2021), recomendó delimitar con claridad las categorías y fuentes de datos personales que pueden utilizarse a efectos de evaluar la solvencia, ya que se han de tener en cuenta las posibles consecuencias negativas para los afectados. Por ello, considera que deberían abordarse los requisitos, la función y las responsabilidades de las bases de datos sobre créditos o de los terceros que realicen calificaciones crediticias. También considera que debería aclararse en qué situaciones es necesaria y proporcionada la consulta a las fuentes externas.

⁴⁸ Resulta de gran interés sobre esta cuestión: A. MENDOLA, “Vulnerabilidad de la persona y métodos alternativos de evaluación de la solvencia en el derecho italiano y español”, en M. V. MAYOR DEL HOYO, S. DE SALAS MURILLO (dirs.), *El derecho civil ante los retos de la vulnerabilidad personal*, Aranzadi, Madrid 2024, pp. 189-212.

⁴⁹ Preámbulo (Considerando 58) del Reglamento (UE) 2024/1689, del Parlamento europeo y del Consejo de 13 de junio de 2024 por el que se establecen normas armonizadas en materia de inteligencia artificial.

⁵⁰ B. HERNÁNDEZ BATALLER, “La propuesta de Directiva de Crédito al Consumo: ¿Una armonización a la carta?”, cit., p. 72, considera que aun en el caso de que la evaluación sea negativa, el prestamista o el proveedor de servicios de crédito de financiación participativa pueden, excepcionalmente, facilitar créditos en circunstancias concretas y justificadas, como cuando mantienen una relación duradera con el consumidor, o en el caso de préstamos para financiar gastos sanitarios excepcionales, préstamos para estudiantes o préstamos para consumidores con discapacidad. En tal caso, al decidirsi se concede o no el crédito se ha de tener en cuenta el importe y la finalidad del crédito, así como la probabilidad de que se cumplan las obligaciones derivadas del contrato.

irreflexiva. En esta línea, el considerando 33 indica que “con el fin de reducir los casos de venta abusiva de créditos a consumidores que no puedan permitírselo y de promover un préstamo sostenible, la publicidad de los contratos de crédito debe contener, en todos los casos, una advertencia clara y destacada para poner en conocimiento de los consumidores que tomar dinero prestado cuesta dinero... Debe prohibirse determinada publicidad, como la que incita a los consumidores a solicitar crédito sugiriendo que este mejoraría su situación económica o especificando que el crédito registrado en las bases de datos tiene poca o ninguna influencia en la evaluación de una solicitud de crédito. También debe permitirse a los Estados miembros prohibir la publicidad que se considere que entraña riesgos para los consumidores, como la que destaca la facilidad o la rapidez con que se puede obtener el crédito”.

70. En todo caso, sigue sin contemplarse algún tipo de consecuencia contractual específica, a modo de sanción, para el caso de que el prestamista haya evaluado incorrectamente la solvencia por causas únicamente imputables a él. Se debate doctrinal e, incluso, jurisprudencialmente, la eficacia que se puede atribuir al incumplimiento de esta obligación en el ámbito contractual. Partiendo de que no existe una norma específica, se ha alegado en el ámbito de los créditos inmobiliarios la posible resolución del contrato a instancia del prestatario y la posible exigencia de una indemnización de daños y perjuicios⁵¹. Sin embargo, como se ha señalado, es muy discutible que estas medidas tuvieran realmente eficacia disuasoria, y la resolución obligaría al prestatario a devolver el capital prestado. En la práctica, por el momento sólo puede hablarse de sanciones administrativas. Además, la comprobación acerca de la corrección o no del procedimiento de evaluación se dificulta porque no se establecen ratios de préstamos-ingresos y préstamo-valor⁵².

71. La idea de un mayor control también se refleja en que los Estados deben garantizar “que los prestamistas y los intermediarios de crédito, en particular las entidades no crediticias, estén sujetas a un procedimiento de reconocimiento adecuado, que incluye un procedimiento de autorización o la inscripción de dichas entidades en un registro, y a los mecanismos de supervisión aplicados por una autoridad competente” (considerando 83). No se aplica a las entidades de crédito ya autorizadas, ni a las entidades de pago o de dinero electrónico.

72. La nueva Directiva se supone que provocará una reducción de la oferta de microcréditos por parte de entidades no bancarias, ya que no todas podrán asumir y cumplir las reglas relativas al aumento de la transparencia o la mejora de los análisis de solvencia, normas cuya implementación tiene costes. En concreto, algunas *fintech* pueden encontrar problemas para cumplir con los requerimientos cuando tienen dificultades para acceder a datos fiables y se prohíbe acudir a datos de redes sociales.

5. Derecho de desistimiento. Contratos vinculados

73. Se viene considerando al derecho de desistimiento como uno de los pilares básicos del Derecho de consumo europeo, y hay que admitir que es un derecho muy reconocido por todos los consumidores, que contribuye a evitar muchas impugnaciones y litigios. Hay que partir de que el derecho de desistimiento no se otorga en todos los contratos de consumo, sino que es la principal medida protectora

⁵¹ E. ARROYO AMAYUELAS, “Contratos de crédito con consumidores para bienes inmuebles de uso residencial. Sanciones remedios para el caso de incumplimiento de la obligación del prestamista de evaluar la solvencia del prestatario”, *Working Paper 9/2018*, Cátedra Jean Monnet de Dret Privat Europeu (Universitat de Barcelona), p. 17. También en el ámbito del crédito al consumo mantiene una postura similar, N. Álvarez Lata, “Comentario al art. 14 LCCC”, en M.J. Marín López (Dir.), *Comentarios a la Ley de Crédito al Consumo*, Aranzadi, 2014, p. 611.

⁵² Así, M. CUENA CASAS, “Préstamo responsable y datos de solvencia patrimonial en la Ley Reguladora de los Contratos de Crédito Inmobiliario”, *Actualidad Civil*, nº. 9, septiembre 2019, p. 7. Muy crítica con quienes defienden sanciones contractuales, considera que son ineficientes y absolutamente inútiles. Una visión jurisprudencial de la cuestión realiza: E. HERNÁNDEZ SAINZ, “Jurisprudencia en torno a la posible nulidad de los contratos de crédito al consumo por incumplimiento del deber de evaluación de solvencia”, en K. J. ALBIEZ DOHRMANN (Coord.), *La protección del cliente en los contratos bancarios activos*, Atelier, Barcelona 2025, pp. 293-321.

de los consumidores frente a los riesgos y frustraciones que pueden generar algunos contratos o por la forma en que se produce la contratación. Así ocurre en los contratos celebrados fuera de establecimiento mercantil, en los que la desprotección del consumidor procede de verse sorprendido y de no disponer de suficiente capacidad o tiempo para reaccionar, ser consciente del contrato que realiza, comparar ofertas o recabar información para ponderar su conveniencia; y en los contratos a distancia, donde también se genera desconfianza inicial en el consumidor, y existe el riesgo de que la mercancía recibida no se corresponda con las expectativas generadas, o no sea conforme con la oferta o la publicidad.

74. Resulta muy elocuente que uno de los contratos o productos en los que el Derecho de consumo europeo decide atribuir este derecho haya sido el crédito al consumo (art. 28, Ley 16/2011, de contratos de crédito al consumo). Pone de manifiesto que el legislador considera necesario armar al consumidor de crédito con esta facultad que le permitirá reflexionar con tranquilidad a posteriori sobre el interés e idoneidad del crédito concertado y sus consecuencias, días después de mantener el contacto con el agente del empresario o su plataforma de contratación, cuando puede estar en mejores condiciones de adoptar decisiones racionales⁵³. Pero no existe derecho de desistimiento legal en los demás productos bancarios, del mercado de valores o del seguro. Por tanto, no es un derecho que esté a disposición de todos los consumidores de productos financieros.

75. Se trata de un instrumento muy útil, en la medida en que atribuye al consumidor el poder de decidir, libremente y sin necesidad de alegar causa alguna, tras un breve periodo de reflexión, desvincularse y privar de eficacia el contrato, quedando liberado de la carga de cumplirlo y recuperando todo lo abonado. Sin embargo, no puede decirse que este derecho actúe como la panacea en los contratos de crédito y, sobre todo, que sea realmente útil para remediar la especial vulnerabilidad a la que se enfrentan algunos consumidores. Como se ha señalado, la complejidad y la dificultad para comprender tanto el producto o servicio financiero que se adquiere, como el contenido del contrato que se celebra, no desaparecen una vez que se ha superado la interacción con el empresario. Además, los consumidores se encuentran con dificultades para comparar las ofertas de las entidades que compiten en los mercados financieros, obstáculo que no va a desaparecer durante el breve plazo de desistimiento. Tampoco es razonable pensar que un número relevante de consumidores vaya a mejorar su educación financiera lo suficiente tras la perfección del contrato, para en ese breve plazo poder deducir la inconveniencia del contrato. Aun es menos previsible que los posibles sesgos o limitaciones cognitivas que han inducido a tomar decisiones inoportunas vayan a desaparecer. Y tampoco resulta razonable esperar que la confianza que algunas personas han depositado en el asesoramiento del personal de la entidad oferente vaya a desvanecerse en los catorce días de plazo; o que las influencias distorsionantes que han sufrido durante la contratación puedan desaparecer para permitir al consumidor conocer la realidad⁵⁴.

76. En definitiva, el derecho de desistimiento es un instrumento generalmente eficaz, que en alguna situación puede ser útil, cuando hubo decisiones poco meditadas y, sobre todo, en casos en los que tras celebrar el contrato el consumidor vulnerable pueda haber recibido asesoramiento de familiares o allegados en quienes pueda confiar; pero es ilusorio contemplarlo como un mecanismo que pueda ejercer el efecto milagroso de hacer desvanecer las decisiones tomadas impulsivamente y sus riesgos en los contratos de financiación. En todo caso, sí puede tener algo más de interés cuando es una contratación online o, en general, a distancia, donde el consumidor se ve afectado por las distorsiones y la falta de atención individualizada propias del modo de contratación elegido.

⁵³ El derecho de desistimiento también se otorga cuando se celebra un contrato de intermediación para la celebración de un contrato de préstamo o crédito (art. 22.2 de la Ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la *contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito*) y cuando se contrata un producto financiero a distancia (art. 10 de la Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre *comercialización de a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores*). Pero no existe derecho de desistimiento legal en los demás productos bancarios, del mercado de valores o del seguro.

⁵⁴ PEÑA LÓPEZ, “El consumidor vulnerable en el mercado financiero”, cit. , p. 42.

77. La nueva Directiva no define el derecho de desistimiento y tampoco plantea cambios sustanciales en el régimen del derecho de desistimiento dentro de los catorce días naturales. Se regula en el art. 26, pero también se contempla en muchos otros apartados en atención a la relevancia de este derecho. En concreto, este derecho es una de las menciones que se han de contener en el listado de información precontractual a facilitar al consumidor, en lo relativo a la existencia o ausencia de derecho de desistimiento y, en su caso, el plazo para desistir (art. 10.3 j). En atención a la flexibilidad de la nueva regulación respecto al momento en que ha de facilitarse la información al consumidor, al permitir que pueda dispensarse en un plazo inferior a las 24 horas previas a que el consumidor quede vinculado, estando en discusión que pueda ser en el momento de la celebración del contrato, se añade que en tales casos la información sobre el desistimiento debe reforzarse. En concreto, se ordena que el prestamista o, en su caso, el intermediario del crédito, deberán enviarle al consumidor un *recordatorio* acerca de la posibilidad de desistir del contrato y del procedimiento que debe seguirse para ello conforme al art. 26. Dicho recordatorio ha de realizarse en papel o en otro soporte duradero elegido por el consumidor y especificado en el contrato de crédito, entre uno y siete días después de la celebración del contrato de crédito o, cuando proceda, de la presentación por el consumidor de la oferta de crédito vinculante (art. 10.1.II). La obligación de enviar el “recordatorio” del derecho de desistimiento en tal supuesto es una novedad de la nueva regulación.

78. Respecto al inicio del cómputo del periodo de desistimiento, el art. 26.1 II lo fija en dos momentos, dependiendo de que se haya cumplido o no la obligación informativa por parte del prestamista o, en su caso, el intermediario del crédito: a) bien a partir del día de la celebración del contrato de crédito; b) bien a partir del día en que el consumidor reciba las condiciones contractuales y la información de conformidad con los arts. 20 y 21, si esa fecha fuera posterior a la indicada en la letra a). En este supuesto, se incorpora un criterio nuevo, en la medida en que se produce una limitación temporal del plazo para desistir. Es así, porque el plazo no queda abierto ilimitadamente, sino que se acota hasta un tiempo máximo de doce meses sumados a los catorce días naturales desde la celebración del contrato (art. 26.2). Sin embargo, como excepción, no regirá esta limitación temporal cuando la información omitida es la relativa al derecho de desistimiento, existiendo entonces un plazo ilimitado para desistir. Pero se ha de poner en evidencia que la Directiva no vincula la ampliación del plazo para desistir a la omisión de “información precontractual”, que es el criterio seguido en los contratos a distancia, sino a la que debe contener el propio contrato de crédito⁵⁵.

79. Otra novedad se incorpora en el art. 26.3, que contempla una *ampliación excepcional* del plazo ordinario de catorce días naturales para desistir en el caso del contrato de crédito vinculado que se destine a financiar la adquisición de un bien con una política de devolución que garantice el reembolso íntegro durante un determinado periodo de tiempo superior a catorce días naturales. En tales supuestos, el derecho de desistimiento se va a prolongar para que coincida con la duración de la política de devolución del contrato principal de consumo.

80. Se considera ejercitado tempestivamente el derecho de desistimiento si el consumidor envía la oportuna notificación al prestamista antes de que expire el plazo de catorce días naturales.

81. Si existe un servicio accesorio vinculado al crédito, el desistimiento del crédito provoca también la extinción del servicio. Como novedad, si el consumidor no ha recibido las condiciones contractuales o la información obligatoria, el plazo de desistimiento se amplía a los doce meses y catorce

⁵⁵ Por ello, BERMÚDEZ BALLESTEROS, “Régimen del derecho de desistimiento en la nueva Directiva de contratos de crédito al consumo. Directiva (UE) 2023/2225”, cit, p. 36, señala certeramente que si lo que se persigue con la atribución del derecho de desistimiento es proteger al consumidor de decisiones contractuales irreflexivas evitando el sobreendeudamiento, hubiera sido más procedente vincular la ampliación del plazo a la omisión de información previa a la celebración del contrato y conectar la omisión de información posterior (contractual) a la posibilidad de solicitar la anulabilidad del contrato por el consumidor. O incluso anudar a su incumplimiento el efecto de obligar en exclusiva al consumidor a abonar el importe del capital dispuesto, sin interés alguno, como incentivo al exacto cumplimiento de la obligación por parte del prestamista.

días desde la celebración del contrato. Y no expirará en ese plazo si el consumidor no ha sido informado de su derecho de desistimiento en el propio contrato.

82. Tampoco hay cambios notables en la regulación de los contratos vinculados, aquellos en que el contrato de crédito sirve exclusivamente para financiar un contrato de adquisición de bienes o servicios, formando ambos contratos una unidad comercial. Se mantienen las dos reglas básicas: si el consumidor desiste del contrato de consumo, dejará de estar obligado por el contrato de crédito vinculado. Y si se produce un incumplimiento por parte del proveedor del bien o servicio, el consumidor tendrá “derecho a ejercitar una acción” (art. 27). Todo ello no impide que las disposiciones nacionales asignen al prestamista una responsabilidad solidaria respecto de cualquier reclamación del consumidor contra el proveedor, cuando la adquisición ha sido financiada mediante un crédito.

6. Límites al tipo de interés remuneratorio

83. El art. 31 incorpora una de las novedades más relevantes: los Estados introducirán medidas para prevenir eficazmente los abusos y garantizar que no se pueda imponer a los consumidores tipos de interés remuneratorio, TAE o costes totales de los créditos “excesivamente elevados”, tales como límites máximos. Lo cierto es que, aunque crea una obligación para los Estados, se deja libertad a la hora de establecer la fórmula adecuada, pudiendo optar por un límite máximo, o por una expresión abierta, al modo de nuestra Ley de represión de la usura (“interés notablemente superior al normal del dinero”). Será este uno de los aspectos más sensibles en la transposición de la Directiva y, probablemente, el mayor reto que tiene el legislador nacional, debiendo adoptar una decisión que trasciende de la política legislativa a la económica.

84. Lo cierto es que la existencia de límites a los tipos de interés en materia de crédito al consumo no es algo extraño, pues ya existen en diversos Estados de UE. El Preámbulo de la Directiva en el Considerando 73 admite que la fijación de límites máximos a los tipos de interés, a las tasas anuales equivalentes o al coste total del crédito para el consumidor es una práctica habitual en varios Estados miembros. Añade que “este sistema de limitación ha demostrado ser beneficioso para proteger a los consumidores de unos tipos de interés... excesivamente elevados (...). En un esfuerzo por aumentar la protección del consumidor sin imponer límites innecesarios a los Estados miembros, deben existir medidas adecuadas, como límites máximos o intereses usurarios para evitar eficazmente los abusos y garantizar que a los consumidores no se les apliquen tipos de interés, tasas anuales equivalentes o costes totales del crédito para el consumidor excesivamente elevados”. Parece que se deja opción a los Estados para que la limitación se aplique sobre uno o varios de los elementos que enumera: el TIN, la TAE, o el coste total del crédito para el consumidor⁵⁶.

85. La regla más utilizada para establecer un límite de los tipos de interés máximos es la regulación de un margen en forma de porcentaje o de puntos porcentuales sobre un interés oficial o sobre el interés medio de mercado de un producto financiero en concreto. Puede considerarse que la fórmula que parte del interés medio es la que mejor se acomoda a una economía de libre mercado, en cuanto otorga la suficiente elasticidad y permite la pluralidad y competencia de ofertas⁵⁷. La mayoría de los límites a los tipos de interés en países de la UE establecen una horquilla que permite llegar a entre un 25% y un 40% por encima del interés medio de mercado en modalidad TAE del producto de financiación concreto (así, Francia, Italia, Suecia, Dinamarca, Portugal, Hungría y Letonia). También se mantienen algunos

⁵⁶ Parece haber desaparecido la previsión que se contenía en el Borrador de Propuesta de Directiva de Crédito al Consumo que en el apartado 2 del art. 31 indicaba que “los Estados miembros podrán introducir límites máximos adicionales para las líneas de crédito renovable”.

⁵⁷ Así, J. DE CABIEDES, “Límites a los tipos de interés en financiación de consumo en la Unión Europea”, en F. J. ORDUÑA MORENO (Dir.), *Derecho de consumo y correcto funcionamiento de los mercados*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2023 (pp. 189-200), p. 190, que realiza un interesante estudio comparativo de los límites en diversos países.

casos de límites por referencia al *supra duplum*. Así, en Alemania, la jurisprudencia considera que no existe usura si el tipo de interés es inferior al 100% del interés medio del mercado del producto en cuestión; salvo cuando el tipo medio supere el 12%, en cuyo caso no puede aumentarse más de otro tanto. Y algunos países utilizan límites superiores (Estonia). Y también existen casos en los que se establece por ley un límite máximo absoluto, sea con carácter general (Finlandia), o adecuado a facilidades crediticias específicas (Holanda y Bélgica)⁵⁸.

86. En nuestro país, aunque la regla de los Códigos fuera la libertad de pacto sin límites en la cuantía de los intereses (art. 315.I CCom.), sigue vigente el límite introducido en 1908 en la Ley sobre nulidad de los contratos de préstamos usurarios, también conocida como Ley de represión de la usura, que considera nulo “todo contrato de préstamo en que se estipule un interés notablemente superior al normal del dinero y manifiestamente desproporcionado con las circunstancias del caso...”, habiendo motivos para estimar que ha sido aceptado por el prestatario a causa de su situación angustiosa, su inexperiencia o de lo limitado de sus facultades mentales”. También, de manera más reciente, en los contratos de consumo se contempla el control de los intereses remuneratorios, no directamente mediante el control de las cláusulas abusivas por su contenido, pero sí mediante su calificación de abusivos a través del control de transparencia.

87. El problema que plantea una fórmula abierta o concepto válvula como la prevista en nuestro ordenamiento (“interés notablemente superior al normal”), es que recae en los tribunales la concrección mediante su aplicación al caso concreto, lo cual genera gran flexibilidad pero también posible disparidad de criterios ante la libre apreciación judicial. Aunque tradicionalmente la jurisprudencia había estimado con escasa frecuencia la concurrencia de usura en los préstamos, todo cambió con la doctrina que el Tribunal Supremo comenzó a aplicar a los tipos de interés de las denominadas tarjetas de crédito “revolving”. Pero los diversos cambios de criterio de la jurisprudencia a la hora de perfilar cuándo el interés es superior al normal, pone en evidencia la dificultad para disponer de criterios sólidos.

88. Puede decirse que, en general, los márgenes utilizados como límites máximos por nuestros países vecinos son más amplios que los que está aplicando la llamada jurisprudencia menor en diversas zonas de España. Esto supone que la fijación de límites máximos no necesariamente supone una reducción de los tipos de interés. La decisión que ha de adoptarse reside en si procede mantener una fórmula abierta y flexible como la que proporciona la Ley de usura, o si se fija un límite cuantitativo que actúe como máximo. La fórmula de los límites máximos tiene la ventaja de otorgar una mayor seguridad jurídica, al existir referencias específicas y claras, sin afectar a la competencia, en cuanto que al utilizar un horquilla se permite la suficiente elasticidad de la oferta. En caso de optar por un límite máximo, además del problema de fijar la cuantía, ha de adoptarse cuál es el criterio de referencia. Este suele ser el tipo de interés medio del mercado. Pero no hay que olvidar que también se adopta otro criterio en relación a los intereses en los créditos que se conceden en forma de descubiertos en cuentas a la vista, estableciendo como límite “un tipo de interés que dé lugar a una tasa anual equivalente superior a 2,5 veces el interés legal del dinero”.

89. También se autoriza a los Estados a adoptar prohibiciones o limitaciones en relación con los gastos o comisiones específicos aplicados por los prestamistas.

IV. Otros aspectos relevantes y novedades

1. Prohibición de prácticas de venta vinculada. Ventas combinadas

90. Se prohíben las prácticas de ventas vinculadas a los contratos de crédito al consumo. Venta vinculada es toda oferta de crédito conjuntamente con otros productos o servicios financieros, sin posi-

⁵⁸ J. DE CABIEDES, “Límites a los tipos de interés en financiación de consumo en la Unión Europea”, cit., p.p. 189-190.

bilidad de obtener el crédito al consumo por separado. A diferencia de la Directiva 2014/17, no se prevé la posibilidad de que los Estados puedan permitir las ventas vinculadas en los contratos de crédito al consumo aun en los supuestos en los que la oferente pueda demostrar un “claro beneficio” a los consumidores derivado de la vinculación de los productos.

91. Como excepciones: se permite la vinculación del contrato de crédito al consumo con una cuenta de pago o de ahorro (cuando la única finalidad de la cuenta sea acumular capital para reembolsar el crédito, pagar los intereses, agrupar recursos para obtener el crédito o proporcionar una garantía adicional al prestamista en caso de impago).

92. También los Estados miembros podrán permitir que el prestamista exija al consumidor que suscriba una póliza de seguro relacionada con el crédito, siempre “teniendo en cuenta criterios de proporcionalidad” (art. 14.3). Sin embargo, el consumidor podrá concertar el contrato de seguro con una aseguradora distinta a la ofrecida por el prestamista; y dispondrá de tres días para comparar las ofertas de contrato de seguro.

93. En cambio, se autorizan las ventas combinadas, que son las ofertas de crédito conjuntamente con otros productos o servicios diferenciados, pero siendo posible que el crédito se ponga a disposición por separado, aunque no se mantengan las mismas condiciones que cuando se ofrece el crédito combinado.

2. Reembolso anticipado

94. El consumidor tiene derecho a la amortización anticipada del crédito, por medio del reembolso anticipado total o parcial del capital prestado (art. 29). En este supuesto tendrá derecho a una reducción del coste del crédito por la duración del contrato que quede por transcurrir⁵⁹. También el prestamista tendrá derecho a una compensación, que ha de estar justificada por los posibles costes directamente derivados del reembolso (art. 29): no podrá ser superior al 1% del importe del crédito reembolsado anticipadamente, si al contrato le quedaba una duración superior a un año; y no podrá superar el 0,5% si la duración prevista era inferior. También se prevén otros límites y supuestos en los que no se podrá reclamar esta compensación.

3. Medidas de reestructuración y refinanciación

95. Otro aspecto novedoso, dirigido a proteger al consumidor frente al sobreendeudamiento, reside en que los Estados exigirán a los prestamistas que, cuando proceda, apliquen medidas razonables de reestructuración o refinanciación antes de iniciar procedimientos de ejecución, que tendrán en cuenta las circunstancias particulares del consumidor (art. 35.1.1). Las medidas podrán consistir en la refinanciación total o parcial del crédito. Necesariamente incluirán la modificación de las condiciones, incluyendo alguna de estas posibilidades -entre otras-: la ampliación de la vigencia del contrato de crédito; el cambio del tipo de contrato; el pago aplazado de la totalidad o parte de las cuotas de reembolso durante un periodo; la reducción del tipo deudor; el ofrecimiento de un periodo de carencia; los reembolsos parciales; las conversiones de divisas; y la condonación parcial y la consolidación de la deuda. Pero se aclara que los Estados no están obligados a incluir en su legislación todas las medidas expuestas. También se contempla la posibilidad de la dación en pago: no se debe impedir que las partes “puedan acordar expresamente que la transmisión al prestamista de los bienes objeto de un contrato de crédito vinculado o la transferencia de los ingresos derivados de la venta de dichos bienes basten para reembolsar el crédito”.

⁵⁹ A. VENCIARUTTI, “Contratos de crédito al consumo y reembolso anticipado. (En relación con la STSJUE sobre el caso ‘Lexitor’), en N. ÁLVAREZ LATA, F. PEÑA LÓPEZ, (eds.), *Mecanismos de protección del consumidor de productos y servicios financieros*, Thomson-Aranzadi, 2021, pp. 217-226.

96. También se permitirá a las personas con dificultades financieras acceder a servicios de asesoramiento de deudas.

4. La mora y sus consecuencias. Cesión de crédito

97. Se incluyen reglas sobre los intereses de demora o las penalizaciones que debe abonar el consumidor en caso de retraso en el pago. Los Estados podrán exigir que los recargos que se imponen en caso de impago no excedan de lo necesario para compensar al prestamista de los costes que le genera el impago (art. 35.3). Pero no se establece una obligación, sólo una facultad para los Estados. Además, se permite a los Estados autorizar que el prestamista cobre otros recargos en caso de impago, pero la ley nacional deberá fijar un límite máximo de los mismos.

98. En caso de que tenga lugar la cesión del crédito al consumo, no hay cambios relevantes, de modo que el consumidor podrá ejercer frente al nuevo titular del crédito los mismos derechos que ante el prestamista original (art. 39).

5. La regulación de los intermediarios de crédito

99. A lo largo de toda la Directiva se contempla a menudo la figura del intermediario de crédito equiparado al prestamista respecto al cumplimiento de ciertas obligaciones. Pero es el art. 38 el que propiamente regula el papel de los intermediarios, estableciendo algunas obligaciones específicas. Previamente, en el art. 3.12 se define como “intermediario de crédito” a la persona física o jurídica que no actúa como prestamista ni notario, ni tampoco se limita a poner en contacto, directa o indirectamente, a un consumidor con un prestamista, y que, en el transcurso del ejercicio de su actividad comercial, empresarial o profesional, y a cambio de una remuneración que puede ser de índole pecuniaria o revestir cualquier otra forma de beneficio económico acordado: a) presenta u ofrece contratos de crédito a los consumidores; b) asiste a los consumidores realizando los trámites previos u otra gestión precontractual respecto de contratos de crédito distintos de los indicados en la letra a; o c) celebra contratos de crédito con consumidores en nombre del prestamista.

100. Con la nueva regulación se precisa de manera deliberada que el intermediario no se limita a poner en contacto a un consumidor con un prestamista. Se trata de perfilar con claridad su papel: el intermediario no es un simple comparador de contratos de crédito que ayuda a realizar una búsqueda al consumidor entre todos los que hay en el mercado, ni es alguien ajeno a la relación contractual, sino que va a formar parte de ella. Por ello, dado que se trata de un verdadero prestador de servicios, se ha querido dotar de mayor detalle el papel del intermediador. Pero como se ha señalado, esta figura, a pesar de la frecuencia con la que suele intervenir, en ocasiones puede resultar indeterminada, dando lugar a confusión entre los consumidores y, por ende, a situaciones que pueden generar conflicto⁶⁰.

101. El intermediario es, ciertamente, alguien que media entre las dos partes, el consumidor y el prestamista, partiendo de que las ofertas de créditos al consumo y su proceso de concesión no están reservadas a entidades financieras, sino que pueden ser objeto de actividad profesional de otras personas físicas o jurídicas. También es claro que los intermediarios a los que se refiere la Directiva son personas independientes del prestamista y que no actúan bajo sus órdenes ni por cuenta de la entidad; en esto se diferencian de la figura del agente de las entidades de crédito que regula el art. 21 del Real Decreto 84/2015. La relación entre intermediarios y prestamistas no es la de agencia ni representación, a pesar

⁶⁰ Sobre ellos, H. PALOMINO MORALEDA, “Los intermediarios en la nueva Directiva de crédito al consumo”, estudios CES-CO, 18 de diciembre de 2023. Disponible en: https://centrodeestudiosdeconsumo.com/images/Los_intermediarios_en_la_nueva_directiva_de_credito_al_consumo.pdf

de que cobren una comisión por sus servicios⁶¹. La regulación que recibió la figura del intermediario en la norma dedicada al crédito inmobiliario (Directiva 2014/17/UE) se va a reflejar en la nueva regulación del crédito al consumo.

102. La labor principal del intermediario es la de realizar para el consumidor la búsqueda de ofertas u opciones de crédito. El intermediario se encarga de contactar con los prestamistas, facilitando los datos del consumidor para que puedan valorar la viabilidad del crédito. Después transmitirá al consumidor las opciones aceptadas con la información de sus características y requisitos para que pueda tomar una decisión. En esa tarea también puede realizar labores de asesoramiento, siendo habitual dado que, cuando interviene, es el único profesional que entra en contacto con el consumidor. Y en cuanto a la celebración del contrato, el intermediario es el encargado de gestionar la documentación y el proceso, hasta la conclusión del contrato.

103. Es inevitable reconocer que la labor de intermediación, de forma mayoritaria, también se va a desarrollar a distancia, sea por medios telefónicos o mediante una aplicación o web. Esto lleva a que el proceso de contratación sea muy rápido, utilizando medios a distancia para la comprobación de la identidad del consumidor, y una plataforma electrónica para el proceso de firma del contrato. Dado que la entidad prestamista no se comunica directamente con el consumidor ni interviene directamente en la celebración del contrato, siendo competencia del intermediario, en el contrato, junto a los datos de prestamista y consumidor aparecerá también los del intermediario de crédito.

104. La principal razón de la progresiva generalización de la intervención de intermediarios en los créditos al consumo es la aparente gratuidad del servicio al consumidor, pues no recibe de este directamente retribución alguna, sino que sus ganancias provienen de las comisiones que le abonan las distintas entidades financieras con las que colabora.

105. El art. 37 de la Directiva introduce como novedad el someter a los intermediarios de crédito a la obligación de registro y supervisión por una autoridad competente independiente, para que puedan estar identificados, y pueda tener el consumidor más elementos para depositar su confianza. Esto es relevante, pues no sólo está en juego la protección del consumidor y la transparencia, sino también la leal competencia entre entidades prestamistas⁶².

106. Sin embargo, esta exigencia ya fue introducida en nuestro país, por medio de la Ley 2/2009 de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o crédito hipotecarios y de servicios de intermediación para la celebración de contratos de préstamo o crédito. Conforme a su art. 1.b) es aplicable a los intermediarios de crédito al consumo, y en el artículo 3 contempla la obligación de inscribirse en un registro público antes de comenzar su actividad⁶³. El legislador entendió que la entonces vigente regulación de los créditos al consumo no cubría la necesidad de protección que demandaba un mercado financiero en permanente evolución en la que destacaban la aparición constante de nuevos prestadores de servicios.

⁶¹ H. PALOMINO MORALEDA, “Los intermediarios en la nueva Directiva de crédito al consumo”, cit. p. 3.

⁶² Los Estados Miembros deben encargarse de perfilar este mecanismo de reconocimiento en sus ordenamientos y de nombrar a las autoridades competentes para realizar esta función. En su art. 41, la Directiva establece que estas deben ser autoridades públicas u organismos reconocidos por el Derecho nacional o por autoridades públicas expresamente facultadas para ello por el Derecho nacional, en ningún caso podrán ser intermediarios o prestamistas de crédito al consumo.

⁶³ En concreto, dependiendo del domicilio social del intermediario, deberán inscribirse en el registro que disponen las Comunidades Autónomas, en el ejercicio de sus competencias, a tal efecto. Si el intermediario desarrolla su actividad en territorio español, pero no está aquí su domicilio social, la inscripción se hará en el registro estatal dependiente de la Dirección General de Consumo.