

Publicidad de los servicios y productos bancarios teniendo en cuenta las normas generales sobre publicidad no engañosa.

El Banco de España ha aprobado una Circular 6/2010 sobre publicidad de los servicios y productos bancarios teniendo en cuenta las normas generales sobre publicidad no engañosa.. La Circular 6/2010, de 28 de septiembre, del Banco de España, a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios, teniendo en cuenta las normas generales sobre publicidad no engañosa y sobre la base de la experiencia acumulada durante las dos décadas en que ha estado vigente el sistema de autorización administrativa previa de los proyectos publicitarios, aborda en primer término la determinación de los principios generales a los que debe ajustarse la publicidad, y los criterios generales sobre el contenido mínimo y formato del mensaje publicitario. La segunda cuestión que se aborda es la referente a los procedimientos y controles internos y a la política de comunicación comercial de las entidades de crédito, con la finalidad, entre otras, de estimular la adhesión de esas entidades a algún organismo de autorregulación de la actividad publicitaria debidamente homologado. Las entidades de crédito que no estén asociadas a ningún sistema de autorregulación publicitaria homologado, o cuya publicidad no siga sujeta al régimen de previa autorización por parte de una Comunidad Autónoma (como ocurre con las cajas de ahorros y con muchas cooperativas de crédito), deberán someter al control del Banco de España su política de comunicación comercial y los controles internos alternativos de que dispongan para minimizar los riesgos relacionados con un incorrecto ejercicio de su actividad publicitaria. Por último, queremos señalar que esta Circular concreta las características y el contenido mínimo del registro interno que debe custodiar cada entidad, en el que conservará y anotará toda la documentación correspondiente a cada campaña publicitaria y que deberá estar a disposición del Banco de España, permitiendo en ciertos casos su centralización dentro del grupo. La Circular Incluye un anexo donde se desgranar los principios generales por los que han de regirse entidades de crédito y las entidades de pago en la publicidad de los servicios y productos bancarios. Entre ellos citamos: - La letra deberá ser de tamaño y tipo que garanticen su cómoda y fácil lectura. - Cuando se utilicen acrónimos o marcas comerciales para identificar a la entidad, su identificación ha de ser clara y, sino, se utilizará su denominación registral. - Debe de quedar clara la naturaleza jurídica de la operación. - Si una determinada oferta tiene plazo de vigencia predeterminado, deberá hacerse constar este. - Para decir que una inversión está garantizada, la garantía debe de ser distinta de la de los Fondos de Garantía de Depósitos o de la propia entidad. - Si se citan ventajas fiscales, deberá aclararse si son de carácter general o depende de la situación personal del inversor, así como que puedan estar sujetas a modificaciones. - Se hacen precisiones sobre la TAE, que no debe de ser confundida con los tipos nominales. - El pago en especie no es un regalo y está sujeto a tributación. - Al referirse al coste para el cliente de una operación deberán mencionarse las comisiones, impuestos, primas de seguro y demás gastos que deba pagar. - Si no existe el derecho a la cancelación anticipada, deberá mencionarse esta circunstancia.