

CONSULTA PÚBLICA PREVIA A LA ELABORACIÓN DEL

PROYECTO DE CIRCULAR DEL BANCO DE ESPAÑA POR LA QUE SE REGULA LA PUBLICIDAD DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS BANCARIOS Y SE DEROGA LA CIRCULAR 6/2010, DE 28 DE SEPTIEMBRE.

La presente consulta tiene como objetivo recabar, directamente o a través de sus asociaciones representativas, la opinión de las personas y entidades potencialmente afectadas por la norma proyectada.

a) Descripción de la propuesta. Antecedentes.

El Banco de España está habilitado para dictar las normas precisas para el desarrollo y ejecución de lo previsto en la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios, de conformidad con lo dispuesto en su disposición final primera.

La citada Orden ministerial derogó el capítulo III de la Orden de 12 de diciembre de 1989, sobre tipos de interés y comisiones, normas de actuación, información a clientes y publicidad de las entidades de crédito, que establecía el régimen de autorización previa para la publicidad de las entidades de crédito sobre operaciones, servicios o productos en que se haga referencia a su coste o rendimiento para el público, sustituyendo dicho régimen por un sistema de control de la publicidad basado en dos elementos: uno preventivo, a través de la elaboración por el Banco de España de criterios que promuevan la claridad, suficiencia, objetividad y el carácter no engañoso de los mensajes publicitarios, y de la exigencia del establecimiento de unos procedimientos y controles internos que tiendan a favorecer su cumplimiento; y otro correctivo, que permita la cesación o rectificación de la publicidad que no se ajuste a la normativa reguladora de la actividad publicitaria de los productos y servicios bancarios, y la eventual sanción de las conductas inadecuadas.

El Banco de España hizo uso de dicha habilitación mediante la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios, que aborda tanto la determinación de los principios generales a los que debe ajustarse la publicidad y los criterios generales sobre el contenido y formato del mensaje publicitario, como lo referente a los procedimientos y controles internos y a la política de comunicación comercial de las entidades de crédito.

b) Problemas que se pretenden solucionar con la nueva norma

Tras casi ocho años de control «ex post» de la actividad publicitaria sobre servicios y productos bancarios por parte del Banco de España, se ha valorado la oportunidad de abordar una revisión de ciertos aspectos de su normativa reguladora que permita, además, una supervisión más eficaz del modo en que las entidades obligadas vienen aplicándola.

En primer lugar, después de los cambios en el sector de entidades de crédito acometidos a raíz de la incorporación al ordenamiento jurídico español de diversas Directivas europeas, resulta necesario modificar el ámbito de aplicación de la vigente Circular 6/2010, de 28 de septiembre, con el fin de aclarar que la actividad publicitaria de las entidades de dinero electrónico y los establecimientos financieros de crédito sigue sujeta al cumplimiento de la normativa reguladora de la publicidad de servicios y productos bancarios.

Por otra parte, se precisa una mayor concreción y definición de los principios generales a los que debe ajustarse la actividad publicitaria y de los criterios generales sobre el contenido y formato del mensaje publicitario, con el fin de garantizar que los clientes disponen de información suficiente y veraz para fundamentar su decisión de contratación.

En cuanto a los procedimientos y controles internos exigibles a las entidades, se considera conveniente aclarar el alcance de esta obligación, de tal forma que estas deberán contar en todo caso con una política de comunicación comercial en la que se detallen los controles establecidos para proteger los legítimos intereses de la clientela y gestionar los riesgos a los que puedan estar expuestas derivadas de su actividad publicitaria.

Finalmente, resulta oportuno llevar a cabo una mejor sistematización de los principios generales recogidos en el Anejo, con el fin de facilitar la lectura e interpretación de la norma.

c) Necesidad y oportunidad de su aprobación

La nueva circular responde a la necesidad de actualizar el contenido de la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, con el fin de garantizar el adecuado cumplimiento de las normas, principios y criterios a los que debe sujetarse la actividad publicitaria de los productos y servicios bancarios, todo ello sobre la base de la experiencia acumulada en el ejercicio de la función supervisora tras la implantación del nuevo sistema de control de la publicidad que puso fin al sistema de autorización administrativa previa.

Debido a la relevancia de la actividad publicitaria y al papel trascendental que puede tener a la hora de que el cliente bancario tome sus decisiones de forma razonada, resulta oportuno acometer los cambios propuestos cuanto antes.

d) Objetivos de la norma

Mediante la circular se desarrolla lo previsto en la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, en uso de las habilitaciones que esta confiere al Banco de España, así:

- Se determinan los principios generales a los que deberá ajustarse la actividad publicitaria sobre servicios y productos bancarios, especificando asimismo una serie de criterios generales sobre el contenido y formato del mensaje publicitario y sobre aquellos aspectos que pueden afectar al carácter equilibrado y objetivo de la publicidad.
- Se detallan los procedimientos y controles internos exigibles a las entidades, incluyendo la obligación de contar con una política de comunicación comercial, necesarios para proteger los legítimos intereses de la clientela y gestionar los riesgos a los que estas puedan estar expuestas derivados de su actividad publicitaria. Asimismo, se estimula la adhesión de las entidades a organismos de autorregulación de la actividad publicitaria debidamente homologados.
- Se concretan las características y el contenido mínimo del registro interno que deberá custodiar cada entidad, debidamente actualizado y a disposición del Banco de España, en el que se conservará y anotará toda la documentación correspondiente a cada campaña publicitaria.
- Se regula el procedimiento de control de la publicidad que corresponde al Banco de España en el ejercicio de su potestad administrativa de requerir el cese o la rectificación de la publicidad bancaria.

e) Posibles soluciones alternativas, regulatorias y no regulatorias

Desde el punto de vista formal, la alternativa consistiría en una norma modificativa de la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, si bien, teniendo en cuenta el volumen de cambios proyectados, que en ocasiones afectan a la propia estructura del texto, se ha preferido optar por elaborar una norma de nueva planta. De esta forma se mejora el conocimiento y comprensión de la norma por parte de sus destinatarios, facilitando su interpretación y aplicación frente a la alternativa de un texto modificativo, quedando reforzado así el principio de seguridad jurídica.

No están previstas alternativas no regulatorias.

f) Documentación relevante

A los efectos de facilitar que los potenciales destinatarios de la norma y quienes realicen aportaciones sobre ella emitan su opinión, se pone a su disposición los enlaces web a la siguiente documentación:

- Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios:

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-10315-consolidado.pdf>

- Circular 6/2010, de 28 de septiembre, a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios:

<https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-15521-consolidado.pdf>

Los ciudadanos, entidades, organizaciones y asociaciones que así lo consideren, pueden hacer llegar sus opiniones o comentarios sobre los aspectos planteados, a través del siguiente buzón de correo electrónico: conducta.mercado@bde.es

El plazo de esta consulta vence el día 5 de julio de 2018.