



Circular 4/2020, de 26 de junio, del Banco de España,

**sobre publicidad de los
productos y servicios bancarios**

Legal Alert

Julio 2020

kpmgabogados.es
kpmg.es



Circular 4/2020, de 26 de junio, del Banco de España, sobre publicidad de los productos y servicios bancarios

El Banco de España ha publicado la Circular 4/2020, de 26 de junio, sobre publicidad de los productos y servicios bancarios (en adelante, la “Circular 4/2020”), con el fin de adaptarla a la continua evolución del sector publicitario que tiene lugar como consecuencia del desarrollo de la tecnología digital.

El Banco de España ha publicado la Circular 4/2020, que entrará en vigor el próximo 15 de octubre de 2020, y que viene a derogar 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 (en adelante, “Circular 6/2010”) y a modificar la Circular 6/2001, de 29 de octubre, sobre titulares de establecimientos de cambio de moneda (en adelante, la “Circular 6/2001”).

La Circular 4/2020 es un elemento esencial en la regulación de la publicidad financiera; estableciendo una serie de límites y obligaciones a cumplir por parte de las entidades para que la **publicidad que realicen sea clara, suficiente, objetiva y no engañosa**.

Ya mediante la Orden EHA/1718/2020, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios (en adelante, la “Orden”), se estableció un doble control de la publicidad: uno preventivo, que permitiera al Banco de España elaborar criterios que promovieran la claridad, suficiencia y la objetividad de los mensajes publicitarios, y uno correctivo, permitiendo la cesación o rectificación de la publicidad sobre productos y servicios bancarios que no se ajuste a la normativa reguladora, con una eventual sanción sobre aquellas conductas inadecuadas.

Principales novedades introducidas

1. Ámbito Objetivo y Subjetivo

Esta Circular 4/2020 pretende desarrollar las normas, principios y criterios a los que la actividad publicitaria de productos y servicios bancarios, incluidos los servicios de pago, deben estar sujetos, de conformidad con lo previsto en la Orden de un modo más completo y más definido que la Circular 6/2010.

La Circular 4/2020 no es de aplicación a los instrumentos financieros y los servicios de inversión que contempla la Orden EHA/1717/2010, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión (esto es, instrumentos financieros incluidos en el ámbito de la Ley del Mercado de Valores; cualquier producto financiero que, aunque no se incluyan en el ámbito anterior, estén sometidos a la supervisión de la CNMV; servicios de inversión y auxiliares y actividades accesorias y reservadas prestados en el ámbito de los anteriores instrumentos financieros; y la actividad de gestión de instituciones de inversión colectiva, de entidades de capital riesgo y de fondos de titulización).

El **ámbito objetivo** de la Circular 4/2020 es la actividad publicitaria, dirigida a clientes o potenciales clientes en territorio español en la que se ofrezcan productos o servicios bancarios (incluidos aquellos que destaquen servicios de gestión o de otro tipo, que presten las entidades con carácter adicional o en relación con otros productos o servicios bancarios) o se divulgue información sobre ellos.

En primer lugar, la Circular **amplia el ámbito de aplicación subjetivo** respecto a las entidades cuya actividad publicitaria se encuentra sujeta al cumplimiento de la normativa sectorial sobre publicidad de los productos y servicios bancarios, esto es: (i) las entidades de crédito, (ii) las entidades de dinero electrónico, (iii) las entidades de pago, (iv) los establecimientos financieros de crédito, (v) los prestamistas inmobiliarios, los intermediarios de crédito inmobiliario o los representantes designados.

Debe tenerse en cuenta que salvo para los establecimientos financieros de crédito, esta Circular 4/2020 es de aplicación también a las anteriores entidades que operen en España mediante sucursal, agente o intermediario, así como las que operen en régimen de libre prestación de servicios o que operen en España sin sucursal si están autorizadas por un tercer estado.

2. Principios y criterios de la actividad publicitaria

Todas las campañas y piezas publicitarias en su diseño deben seguir los siguientes criterios teniendo en cuenta la naturaleza, complejidad del producto o servicio ofrecido, características de los mercados de difusión usados y el público objetivo y deben, entre otros:

- Ser claras, equilibradas objetivas y no engañosas usando un lenguaje sencillo y fácil de comprender, evitando la inclusión de información ambigua, sesgada, incompleta o contradictoria, que pueda inducir a confusión, sin omitir u ocultar información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa;
- Cuando en la pieza publicitaria se incluyan mensajes de carácter secundario o de forma menos destacada, estos no podrán contradecir el contenido del mensaje principal ni limitarlo de manera esencial;
- La inclusión en el mensaje publicitario de adjetivos superlativos o diminutivos, o de expresiones que indiquen preferencia, ventaja o liderazgo del anunciante o del producto o servicio, deberá poder acreditarse cuando se trate de publicidad comparativa y evitarse en los demás casos; etc.

Es en este mismo Anejo también se establecen criterios respecto el formato y contenido del mensaje publicitario, el régimen aplicable a la publicidad emitida a través de medios audiovisuales o radiofónicos y sobre la publicidad en medios digitales y redes sociales.

Resulta especialmente relevante este último extremo, ya que especifica la información que debe constar en el caso de que el contenido del mensaje publicitario se vea afectado por limitaciones de peso, tamaño, etc. y no sea posible incluir información completa sobre las características y riesgos de los productos y servicios ofertados, deberá incluirse, al menos, la siguiente información

- La identidad de la entidad anunciante o, cuando proceda, del intermediario de crédito o representante designado.
- Una referencia a la naturaleza del producto o servicio bancario de que se trate.

- La TAE, cuando se trate de comunicaciones comerciales sobre depósitos o créditos.
- Un enlace a una página web de destino, específica para el producto o servicio bancario ofertado, en la que se contenga toda la información requerida de conformidad con lo previsto en la Circular. Dicha información debe estar fácilmente localizado en la página principal de la web.

Asimismo, se establece la necesidad de incluir ejemplos representativos simplificados para aquella publicidad en redes sociales sobre los créditos al consumo sujetos al ámbito de aplicación de la ley de contratos de crédito al consumo y a la Ley reguladora de los contratos de crédito inmobiliario.

Además, en las redes sociales, deberá indicarse en el mensaje publicitario que contengan imágenes, videos, u otros recursos visuales, sonoros o audiovisuales la expresión "*pincha en la imagen para ver las condiciones de la oferta*" o una fórmula similar que promueva su visionado por el destinatario.

3. Política de comunicación comercial

La Circular 4/2020 detalla también el contenido que debe tener la **Política de Comunicación Comercial** de la entidad incluyendo, entre otros, una descripción detallada de la actividad publicitaria desarrollada por la entidad y una descripción detallada de los **procedimientos y controles internos** establecidos por la entidad para proteger los legítimos intereses de la clientela y gestionar los riesgos derivados de la actividad publicitaria.

4. Registro de la Publicidad

Respecto al **registro interno** que debían tener las entidades para conservar y anotar toda la documentación correspondiente a cada campaña publicitaria, la presente Circular 4/2020 procede a concretar en más detalle el contenido, organización e información mínima que debe contener.

Así, deben separarse las campañas publicitarias difundidas por años naturales, e identificadas por número de orden correlativo y nombre comercial. Deberá incluir, entre otra, como mínimo la siguiente información:

- Datos generales: fecha de inicio y fecha de cierre, ámbito territorial, relación de los medios de comunicación y soporte publicitario utilizado para su difusión.

- Información específica de las piezas publicitarias, conservando al menos, un ejemplar de todas las piezas publicitarias con distinto mensaje, etc.

5. Otras disposiciones

Se mantiene, tal y como se establecía en la Circular 6/2010 del Banco de España, la posibilidad de cada entidad de **adherirse voluntariamente** a sistemas de **autorregulación** publicitaria como forma de acreditar que cuentan con los controles necesarios para garantizar que su publicidad se ajusta a lo previsto en la normativa reguladora.

La Circular 4/2020 también concreta el **procedimiento** por el cual el **Banco de España** puede requerir a las entidades información sobre campañas o piezas publicitarias. Procede destacar que, el Banco de España podría incluso requerir el **cese o la rectificación de la publicidad** de la entidad cuando no se ajuste a lo previsto en la norma, sin perjuicio de la aplicación del régimen sancionador previsto en la normativa aplicable, y que los plazos que tiene la entidad para dar respuesta a los requerimientos son muy ajustados (tres días hábiles).

Resulta relevante destacar que, aquellas entidades que realicen por **primera vez** publicidad sobre productos y servicios bancarios dirigidos a clientes, o potenciales clientes, en España, deberán (i) comunicarlo al Banco de España en el plazo de un mes desde el día siguiente al de inicio de la actividad publicitaria, y (ii) remitirle al Banco de España la Política de Comunicación Comercial.

Entrada en vigor

Finalmente, con el fin de garantizar la seguridad jurídica, dicha Circular **entrará en vigor el 15 de octubre de 2020**, a excepción de la Norma 7 (relativa al registro de la publicidad), que lo hará a los seis meses de la publicación por el Banco de España de las especificaciones técnicas de dicho registro interno, con arreglo a un formato normalizado.

No obstante, hasta que dicha Norma 7 no sea de aplicación, mantendrá su vigencia lo previsto en la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, en lo que respecta al registro de la publicidad.

Modificación de la Circular 6/2001

La Circular aprovecha para modificar la Circular 6/2011 en lo relativo a la transparencia y protección de la clientela y se establecen una serie de requisitos a cumplir respecto a:

- (i) la información al público sobre los tipos de cambio, comisiones y gastos;
- (ii) la información al público sobre los tipos de cambio;
- (iii) la información a proporcionar con carácter previo a la realización de una operación de compra o venta de billetes extranjeros o cheques de viajero;
- (iv) el tablón de anuncios permanente que debe disponer los establecimientos de cambio de moneda;
- (v) los documentos de liquidación de operaciones de compraventa de billetes extranjeros y cheques de viajero; y
- (vi) las medidas organizativas e identificativas necesarias si los titulares de los establecimientos de cambio de moneda realicen, en el mismo local, otras actividades económicas.

Esta modificación entró en vigor el 16 de julio de 2020.

Adjuntamos un [enlace](#) a la Circular.

Contactos

Francisco Uría
Socio Principal
KPMG Abogados S.L.P.
Tel. 91 451 30 67
furia@kpmg.es

María Pilar Galán
Directora
KPMG Abogados S.L.P.
Tel. 91 456 34 00
mariapilargalan@kpmg.es

Oficinas de KPMG en España

A Coruña

Calle de la Fama, 1
15001 A Coruña
T: 981 21 82 41
Fax: 981 20 02 03

Alicante

Edificio Oficentro
Avda. Maisonnave, 19
03003 Alicante
T: 965 92 07 22
Fax: 965 22 75 00

Barcelona

Torre Realía
Plaça de Europa, 41
08908 L'Hospitalet de Llobregat
Barcelona
T: 932 53 29 00
Fax: 932 80 49 16

Bilbao

Torre Iberdrola
Plaza Euskadi, 5
48009 Bilbao
T: 944 79 73 00
Fax: 944 15 29 67

Girona

Edifici Sèquia
Sèquia, 11
17001 Girona
T: 972 22 01 20
Fax: 972 22 22 45

Las Palmas de Gran Canaria

Edificio San Marcos
Dr. Verneau, 1
35001 Las Palmas de Gran Canaria
T: 928 33 23 04
Fax: 928 31 91 92

Madrid

Torre de Cristal
Paseo de la Castellana, 259 C
28046 Madrid
T: 91 456 34 00
Fax: 91 456 59 39

Málaga

Larios, 3
29005 Málaga
T: 952 61 14 60
Fax: 952 30 53 42

Oviedo

Ventura Rodríguez, 2
33004 Oviedo
T: 985 27 69 28
Fax: 985 27 49 54

Palma de Mallorca

Edifici Ca'n de Segura
Avda. del Comte de Sallent, 2
07003 Palma de Mallorca
T: 971 72 16 01
Fax: 971 72 58 09

Pamplona

Edificio Iruña Park
Arcadio M. Larraona, 1
31008 Pamplona
T: 948 17 14 08
Fax: 948 17 35 31

San Sebastián

Avenida de la Libertad, 17-19
20004 San Sebastián
T: 943 42 22 50
Fax: 943 42 42 62

Sevilla

Avda. de la Palmera, 28
41012 Sevilla
T: 954 93 46 46
Fax: 954 64 70 78

Valencia

Edificio Condes de Buñol
Isabel la Católica, 8
46004 Valencia
T: 963 53 40 92
Fax: 963 51 27 29

Vigo

Arenal, 18
36201 Vigo
T: 986 22 85 05
Fax: 986 43 85 65

Zaragoza

Centro Empresarial de Aragón
Avda. Gómez Laguna, 25
50009 Zaragoza
T: 976 45 81 33
Fax: 976 75 48 96