

Nueva normativa de regulación y control de la publicidad de servicios y productos bancarios

Sergio González García.
Profesor Ayudante de Derecho Mercantil.
Universidad Rey Juan Carlos.

El 29 de junio de 2010 se publicó en el Boletín Oficial del Estado la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios (en vigor desde el 30 de junio siguiente). La Orden, que guarda un cierto paralelismo en su estructura y contenido con la Orden EHA/1717/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión, consta de cinco artículos, una disposición derogatoria única, una disposición adicional única y dos disposiciones finales.

En el artículo 1 de la Orden se señala que tiene por objeto «establecer las normas, principios y criterios a los que debe sujetarse la actividad publicitaria de los productos y servicios bancarios y habilitar al Banco de España para su desarrollo» (artículo 1)

A los efectos de lo dispuesto en la misma, se indica que se entiende por «actividad publicitaria» toda forma de comunicación por la que se ofrezcan productos o servicios bancarios, o se divulgue información sobre ellos, cualquiera que sea el medio de difusión que se utilice (prensa, radio, televisión, correo electrónico, Internet u otros medios electrónicos, carteles interiores o exteriores, vallas, octavillas, circulares...), así como aquellas comunicaciones destinadas a llamar la atención del público sobre servicios de gestión o de otro tipo, que presten las entidades con carácter adicional o en relación con otros productos o servicios bancarios, que no tengan la condición de servicios de inversión (apartado 1º del artículo 2); quedando fuera de lo que se entiende por «actividad publicitaria» las campañas publicitarias corporativas, los contenidos informativos que figuren en las páginas propias de la entidad en Internet, o en otro medio de difusión, que resulten necesarios para llevar a cabo la contratación de una operación y las informaciones sobre las características específicas de las operaciones que figuren en las páginas operativas de la entidad en Internet (apartado 2º del artículo 2).

Dentro del ámbito de aplicación de la Orden 1718/2010 se incluye la «actividad publicitaria» realizada por las entidades de crédito españolas y por las sucursales en España de entidades de crédito extranjeras, siempre que: esté dirigida a clientes o potenciales clientes residentes en España; y se refiera a productos y servicios bancarios, incluidos los servicios de pago, distintos de los instrumentos financieros y servicios de inversión contemplados en la Orden EHA/1717/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión (artículo 3).

La Orden EHA/1718/2010 sustituye y deroga el régimen de autorización previa previsto en 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, por un

nuevo sistema de control de la publicidad basado en dos elementos: (i) un elemento preventivo, a través de la elaboración de criterios específicos de la publicidad financiera que guíen su claridad y honestidad y de la exigencia de unos procedimientos y controles internos que tiendan a favorecer tal exigencia (artículo 4); y (ii) otro elemento de corrección -o de control y sanción- de las eventuales conductas inadecuadas, que facultaría al Banco de España para que pueda exigir el cese o la rectificación de la publicidad que no cumpla las previsiones de la Orden, sin menoscabo de las acciones a que alude la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la rectificación o cese de la publicidad ilícita (artículo 5).

La Orden de 12 de diciembre de 1989 regulaba, entre otras cuestiones, un régimen de previa autorización para la publicidad de las operaciones y servicios bancarios en los que se aludiera a su coste o rentabilidad para el público (este régimen era uno de los últimos exponentes de los regímenes de control administrativo previo a que se refiere el artículo 5 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad). En la Exposición de Motivos de la Orden EHA 1718/2010 se indica que la singularidad de dicho régimen respecto a los países de nuestro entorno económico, su carácter parcial por cuanto sólo afecta a las operaciones bancarias pero no a las operaciones de inversión en los mercados de valores o a las operaciones de seguro, unido a que entorpece la agilidad de las ofertas de productos y servicios que demanda el sector financiero y de valores, permitían concluir que tal régimen debía modificarse.

En uso de la habilitación que le ha sido expresamente conferida al Ministro de Economía y Hacienda por el artículo 48.2.d) de la Ley 26/1988, de 29 de julio, sobre Disciplina e Intervención de las Entidades de Crédito, se ha dictado la Orden EHA/1718/2010 que deroga expresamente el régimen de previa autorización y establece nuevas normas, principios y criterios que pretenden garantizar la veracidad de la publicidad de los servicios y productos bancarios.