

Política de Comunicación

**MONEY
EXCHANGE**


	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	1 de 9

Tabla de contenido

Introducción	2
Marco Legal	2
Principios Generales	3
Control Externo	4
Control Interno	5
Diseño y Revisión de la Campaña Publicitaria	6
Procedimiento de Cese o Rectificación de la Actividad Publicitaria	7
Resolución de Conflictos Publicitarios	8
Difusión de la Política de Comunicación Comercial	8
Revisión de la Política de Comunicación Comercial	9
Aprobación de la Política de Comunicación Comercial	9

	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	2 de 9

Introducción

El presente documento tiene por objeto establecer los principios generales que han de ser tenidos en cuenta por MONEY EXCHANGE S.A. en el ejercicio de su actividad publicitaria, permitiendo en consecuencia la definición de las reglas básicas que permitirán una adecuada difusión de las comunicaciones comerciales de productos y servicios bancarios y de inversión, de conformidad con lo establecido en la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión, desarrollada por la circular 4/2020, del 26 de junio del Banco de España, sobre publicidad de productos y servicios bancarios, que deroga la anterior circular 6/2010 del Banco de España, de 28 de septiembre sobre publicidad de los servicios bancarios.

Marco Legal

- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de productos y servicios bancarios.
- Circular 5/2012, del Banco de España, de 27 de junio, a entidades de crédito y proveedores de servicio de pago, sobre transparencia de los servicios bancarios y responsabilidad en la concesión de préstamos.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.
- Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos).
- Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.
- Orden ECE/482/2019, de 26 de abril, por la que se modifican la Orden EHA/1718/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de los servicios y productos bancarios, y la Orden EHA/2899/2011, de 28 de octubre, de transparencia y protección del cliente de servicios bancarios.

	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	3 de 9

Principios Generales

MONEY EXCHANGE SA en el desarrollo de su actividad publicitaria actúa conforme a los principios de transparencia, licitud, objetividad, veracidad, claridad e igualdad.

LICITUD

Toda actividad publicitaria promovida por MONEY EXCHANGE se desarrollará de conformidad con la normativa anteriormente relacionada, respetando los derechos de propiedad de terceros, y adoptando las medidas para un adecuado tratamiento de los datos personales de los destinatarios de dicha actividad.

VERACIDAD

La información ofrecida a través de la actividad publicitaria deberá ser clara, veraz, suficiente y objetiva, evitando cualquier elemento que pueda inducir a engaño o confusión a los destinatarios, o que oculte o minimice los riesgos y costes asociados al producto o servicio ofertado. La utilización de datos, afirmaciones o de cualquier otra información que indique preferencia o liderazgo de la Entidad, del producto o del servicio, deberá poder ser objeto de acreditación.

IGUALDAD

Las comunicaciones publicitarias no utilizarán herramientas, recursos, materiales o cualquier otro contenido que pueda atentar contra la dignidad de la persona, o que puedan ser discriminatorios por razones de género, nacionalidad, raza, orientación sexual, ideología, religión o creencias, garantizando igualmente el respeto a la infancia. Igualmente, no se remitirá publicidad alguna cuando no se cuente con las autorizaciones que fueran necesarias o cuando expresamente los destinatarios así lo tengan exigido por los diferentes medios a su disposición. Cualquier dato personal utilizable habrá sido obtenido conforme a la licitud exigible en el Reglamento General de Protección de Datos.

CLARIDAD

Las comunicaciones siempre dispondrán y tendrán en cuenta los elementos necesarios para adaptar los productos ofrecidos y su forma de presentación a las características del colectivo al que vayan dirigidos, con la finalidad de garantizar su comprensión, evitando el uso de mecanismos de atracción publicitaria que puedan generar confusión o inducir bajo error a la contratación de los productos o servicios.

	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	4 de 9

Control Externo

De conformidad con lo establecido en el apartado 3 de la Norma tercera de la Circular 6/2010 de Banco de España, no estando la empresa MONEY EXCHANGE SA asociada a ningún sistema de autorregulación publicitaria, se sirve del presente documento de Política de Comunicación Comercial como instrumento que recoge la descripción detallada de los mecanismos y controles internos que definen el proceso de elaboración y revisión de la legalidad de la actividad publicitaria, con el propósito de asegurar el estricto cumplimiento de las normas, principios y criterios establecidos en la normativa que resulte de aplicación.

La revisión de la efectividad de los mecanismos de control de los procedimientos y controles descritos, y en general, la Política de Comunicación Comercial, deberá realizarse conforme a los siguientes criterios:

- a) Al menos anualmente, por parte del departamento de auditoría interna de la Entidad, que elevará el oportuno informe al Consejo Rector, de acuerdo con lo señalado en la Norma tercera de la Circular 6/2010, a los efectos de valorar la validez del procedimiento en vigor, requiriéndose igualmente al efecto el informe de la Política de Comunicación Comercial que sea recabado por el responsable del departamento de Cumplimiento Normativo.
- b) Cuando tenga lugar cualquier modificación normativa que altere de forma sustancial el marco jurídico aplicable a la actividad publicitaria de la Entidad.
- c) Cuando se produzca cualquier incidencia detectada por los organismos reguladores y supervisores que ponga de manifiesto la existencia de defectos o debilidades en el procedimiento de control de la actividad publicitaria.

La documentación correspondiente a cada campaña publicitaria se conserva y custodia en un registro interno a través de medios digitales almacenados en Paseo Santa María de la Cabeza Nº10, Madrid, y donde figura un ejemplar de cada uno de los soportes publicitarios utilizados, la fecha de inicio y de cierre de la campaña, datos suficientes para determinar el alcance de su difusión, así como justificación suficiente de la representatividad del ejemplo contenido en la oferta y de los datos utilizados para determinar los costes o rendimientos efectivos de los productos ofertados. Del mismo modo, se conserva en un Anexo del Registro Interno la información detallada de los conflictos judiciales y extrajudiciales en los que se hayan visto incurso la Entidad en disposiciones publicitarias.

	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	5 de 9

Control Interno

El departamento de Cumplimiento Normativo es considerado el responsable último del procedimiento de control de la actividad publicitaria, siendo quien debe suministrar a los organismos supervisores cualquier información requerida. Sin embargo, son varios los departamentos que intervienen en el procedimiento, y que contribuyen a que dicha información sea garantía del correcto ejercicio de la actividad publicitaria por parte de la Entidad.

Depto. de Marketing y Publicidad es responsable de diseñar, revisar, verificar y validar que la campaña publicitaria se adapta a la normativa vigente, registrando y documentando cada campaña y soporte a publicitar. Difundir la publicidad en los medios de comunicación y registrar los elementos publicitarios (y adaptaciones) difundidos, así como el medio. Guardar evidencias del envío de soportes a los medios de cada campaña. Igualmente, el Social Media Manager del departamento deben garantizar mediante la revisión de piezas y el control de protección al consumidor que se cumple con todo lo establecido en los principios de este documento, archivando las evidencias necesarias al respecto.

Depto. De Contabilidad Revisar los aspectos fiscales de cada una de las campañas publicitarias (si procede). Solicitar y guardar todas las facturas de proveedores débitos que puedan producirse en los costes de las campañas.

Cumplimiento Normativo: Revisar los elementos publicitarios empleados en cada campaña según los principios establecidos en la política de comunicación comercial y generar el informe de conclusiones. Realizar los controles oportunos para asegurar la atención a los requerimientos de cese o rectificación de la actividad publicitaria.

Asesoría Fiscal: Revisar los aspectos fiscales de cada una de las campañas publicitarias (si procede).

Auditoría Interna: Controlar el correcto funcionamiento del procedimiento y, por tanto, el cumplimiento de la política de comunicación comercial

SAC: Registro de los conflictos judiciales y extrajudiciales en los que la entidad pueda verse incurso en relación con su actividad publicitaria.

	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	6 de 9

Diseño y Revisión de la Campaña Publicitaria

La Publicidad es creada por el Departamento de Marketing y Publicidad, bien dentro de sus funciones de innovación y creación de nuevos productos, o bien a petición de otros departamentos de la Entidad. De conformidad con lo establecido en la Norma cuarta de la Circular 6/2010 de Banco de España, partiendo de la información contenida en el Registro interno de cada campaña, desde Marketing y Publicidad se incorporará información detallada con arreglo a los siguientes parámetros:

- Campaña
- Descripción Medio Soporte
- Descripción producto
- Alcance difusión
- Fecha inicio
- Fecha cierre
- Información de la creatividad o el elemento publicitario
- Información de los cálculos y datos utilizados para determinar los costes o rendimientos efectivos reflejados en la publicidad.

Marketing y Publicidad ha de enviar, por correo electrónico, una ficha con los datos de la campaña y con los elementos publicitarios al departamento de Cumplimiento Normativo para que proceda a su verificación.

De este procedimiento quedan exentos los documentos relativos a publicaciones diarias en redes sociales, correspondencia de email o SMS que no contengan información sustancial referente a ninguna campaña publicitaria en curso o que únicamente hagan referencia a consolidar la marca o imagen empresarial MONEY EXCHANGE S.A., en cuyo caso se registrara una copia de la creatividad o el elemento publicitario y se apuntara en un registro el medio donde se publicita, la fecha y responsable del área de Marketing y Publicidad que aprueba la publicación, el cual debe tener en cuenta aparte de cumplir con los principios detallados anteriormente en el documento, que cumple con la legislación vigente.

Una vez el departamento de Cumplimiento Normativo recibe correo electrónico de Marketing y Publicidad con la ficha de campaña deberá revisar que los elementos publicitarios incluidos en ella cumplen con los principios establecidos en la Política de Comunicación Comercial de la Entidad, así como la normativa vigente.

Las conclusiones alcanzadas tras la verificación del elemento deberán quedar contenidas en el registro, en un plazo no superior a los 5 días laborables desde la recepción del elemento. El informe

	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	7 de 9

deberá ir adjunto al correo electrónico que dé respuesta al enviado inicialmente por Marketing y Publicidad

Cumplimiento Normativo será el responsable de guardar el Informe de Campaña en la subcarpeta de la campaña analizada con el resto de información aportada por Marketing y Publicidad.

Si hubiese que realizar algún cambio una vez emitido el informe de campaña por cumplimiento normativo, bien sea por imperativo de este último departamento o por replanteamiento del elemento publicitario, dicho diseño volverá a ser aprobado por el departamento de Marketing y Publicidad y examinado por Cumplimiento Normativo.

Solo una vez avisado, a través del correo anterior, de que el informe emitido por Cumplimiento Normativo para un determinado elemento publicitario para la campaña ha resultado FAVORABLE, el Departamento de Marketing puede comenzarse la difusión de una Campaña en los medios de comunicación que corresponda. Comunicación que deberá realizarse mediante correo electrónico.

El Departamento de Auditoría Interna verificará dentro de sus auditorías periódicas el adecuado mantenimiento del Registro Interno de la actividad publicitaria a fin de que refleje de forma correcta y exacta el adecuado estado de situación de la actividad publicitaria de la Entidad, así como que la información contenida en el referido registro se ajusta a las exigencias definidas en la Circular 6/2010 de Banco de España.

Procedimiento de Cese o Rectificación de la Actividad Publicitaria

El Banco de España o cualesquiera otros organismos o autoridades públicas, en el ejercicio de sus funciones de supervisión pueden requerir la rectificación, o en su caso, el cese de aquellas campañas publicitarias que no se ajuste a las disposiciones reguladoras de la publicidad de productos y servicios de pago u otros de carácter análogo ofrecidos por la Entidad.

Siendo la Secretaría General de la Entidad el órgano que da conducto a la entrada de cualquier comunicación remitida desde los organismos supervisores, de la recepción de cualquier requerimiento en materia de publicidad se dará traslado de inmediato al Responsable de Cumplimiento Normativo, que procederá a la adopción de las medidas necesarias para la adecuación de la creatividad publicitaria, o dará las órdenes precisas a los departamentos implicados a los efectos de cesar en la difusión de la misma.

En el caso de que de la valoración jurídica que realice el Responsable de Cumplimiento Normativo del requerimiento de los organismos supervisores, se entienda o deduzca la existencia de fundamentos jurídicos que soporten la validez o legalidad de la actividad publicitaria, se presentarán las alegaciones u objeciones que procedan, suspendiendo en todo caso la difusión de la campaña publicitaria en cuestión, a la espera de la resolución del organismo supervisor correspondiente en la que se analicen las alegaciones planteadas desde MONEY EXCHANGE S.A.

Los requerimientos de rectificación o cese de la actividad publicitaria, requerirán la aplicación de medidas de seguimiento y control en las dos fases del requerimiento:

	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	8 de 9

- Recepción del requerimiento de cese o rectificación. La recepción del requerimiento por parte del organismo supervisor requerirá la notificación inmediata, dentro del día de recepción o no más tardar, al día siguiente, de esta circunstancia a todos los departamentos involucrados en el procedimiento de elaboración y difusión de la actividad publicitaria.

Desde el Departamentos de Marketing y Publicidad, se actuará de forma coordinada para la retirada, supresión o interrupción de la actividad publicitaria afectada por el requerimiento, que deberán estar en disposición de acreditar el ejercicio de las acciones o realización de las comunicaciones oportunas con los medios o empresas encargadas de la difusión del soporte en cuestión a fin de conseguir la suspensión de toda actividad que se esté llevando al efecto sobre la campaña afectada.

En el supuesto de soportes utilizados en la red de oficinas, desde el Departamento de Cumplimiento Normativo se emitirá, dentro del día de recepción o no más tardar, al día siguiente, la correspondiente Nota Informativa en la que se darán las instrucciones oportunas.

Dentro de esta fase, el Departamento de Cumplimiento Normativo exigirá a cualesquiera de los Departamentos afectados, cuantas evidencias resulten necesarias para poder acreditar la realización de las gestiones encaminadas a la retirada, supresión o interrupción de la actividad publicitaria dentro del plazo requerido al efecto. Igualmente podrá verificar, conforme a los medios técnicos disponibles la interrupción de la difusión del soporte afectado por el requerimiento.

- Tras el establecimiento y adopción de las medidas para la supresión, desde el Departamento de Cumplimiento Normativo y en el supuesto de que los soportes afectados por el requerimiento sean utilizados en la red de oficinas se podrán solicitarán las evidencias que acrediten la no utilización del soporte afectado en dichos emplazamientos, recabadas en los procesos de auditoría que se realizan continuamente en la red comercial.

Para el resto de supuestos o canales de la actividad publicitaria el Departamento de Cumplimiento Normativo utilizará las herramientas de control que procedan para verificar la adecuada gestión de la actividad publicitaria.

Resolución de Conflictos Publicitarios

Cuando se produzca un conflicto relacionado con la actividad publicitaria desarrollada por la Entidad, el departamento de Atención al Cliente gestionará el asunto como cualquier otra queja o reclamación, utilizando los registros y cauces habituales.

Difusión de la Política de Comunicación Comercial

La Política de Comunicación Comercial será publicada en la web de la Entidad (<https://moneyexchange.es/politicadecomunicacion.pdf>).

	Política de Comunicación	Departamento:	Marketing
		Fecha:	05/20/2020
		Página	9 de 9

Revisión de la Política de Comunicación Comercial

La presente Política será objeto de revisión anual por parte del Consejo de Administración tras el proceso de revisión de la actividad publicitaria que realice al efecto el Departamento de Auditoría Interna, sin perjuicio de las modificaciones que sean requeridas como consecuencia de la detección de deficiencias en cualquiera de los procesos recogidos en la Política. Las modificaciones de la misma, así como el proceso de revisión anual, contarán con el Informe Favorable del Departamento de Cumplimiento Normativo.

Aprobación de la Política de Comunicación Comercial

La presente Política fue aprobada por unanimidad previo informe favorable del Responsable de Cumplimiento Normativo, por el Consejo de Administración en su sesión ordinaria el 08 de octubre de 2020.