

## IV. OTRAS DISPOSICIONES Y ACUERDOS

### CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA

*Decreto 45/1999, de 11 de marzo, por el que se regula la publicidad de las Cajas de Ahorro en Castilla y León.*

El artículo 58.1 del Decreto Legislativo 1/1994, de 28 de julio que aprueba el Texto Refundido de la Ley de Cajas de Ahorro establece que la Junta de Castilla y León dictará las normas necesarias para que la publicidad de las operaciones activas y pasivas de las Cajas de Ahorro que operen en el territorio de Castilla y León incluyan todos los elementos necesarios para apreciar con la suficiente claridad sus verdaderas condiciones, regulando las modalidades de control administrativo y pudiendo someterla al régimen de autorización administrativa previa.

En cumplimiento de dicho mandato se somete a autorización aquella publicidad en la que concurren simultáneamente las características de hacer referencia a un coste o rendimiento para el público y de que su difusión se realice en el territorio de la Comunidad, con independencia de que se difunda en otros puntos del ámbito de actuación de la Caja y de la autorización que corresponda a otros organismos por razón de su competencia.

El proyecto de Decreto, por el que se regula la publicidad de las Cajas de Ahorro en Castilla y León tiene su causa en el mandato que el Decreto Legislativo 1/1994, que aprueba el Texto Refundido de la Ley de Cajas de Ahorro, dirige a la Junta de Castilla y León.

Dicha Ley ordena a la Junta, que dicte las normas necesarias, para que la publicidad de las operaciones activas y pasivas que realizan las Cajas, tenga la suficiente claridad y permita a los clientes castellano-leoneses apreciar las condiciones de dichas operaciones, garantizando así una mejor capacidad de elección.

Para la consecución de dicho objetivo, es preciso que el ámbito de aplicación de las normas proyectadas se extienda a las Cajas de Ahorro que operen en el territorio de la Comunidad, ya tengan su domicilio social en el territorio de la Comunidad o fuera del mismo.

La finalidad de mantener la transparencia de este sector del mercado hace necesario el sometimiento de los proyectos de publicidad a la autorización previa de la Consejería de Economía y Hacienda.

La publicidad que debe obtener autorización previa de esta administración se identifica en base a dos notas de concurrencia simultánea, que haga referencia a un coste o rendimiento para el público y que su difusión se realice en el territorio de la Comunidad, independientemente de que su difusión se vaya a realizar en otros puntos del ámbito de actuación de la Caja y de la autorización que corresponda a otros organismos competentes.

No obstante, se prevé la posibilidad de que las Cajas con domicilio fuera de la Comunidad difundan su publicidad en la misma cuando, habiendo presentado la autorización obtenida en otra administración, la Consejería de Economía y Hacienda no haya formulado objeción a la misma.

Con el fin de disponer de los elementos de juicio necesarios, que permitan a esta administración identificar los proyectos, que se incluyen en su ámbito de autorización, se instrumenta un sistema basado en el control a posteriori de toda la publicidad proyectada por dichas Entidades.

La necesidad de dar un tratamiento uniforme a los distintos expedientes de autorización hace preciso unificar la documentación a remitir y el procedimiento administrativo que precede a la autorización.

Para una mayor fluidez del procedimiento se establece un plazo máximo para la resolución formal y se contempla la autorización tácita transcurrido el mismo.

Por todo lo expuesto, a propuesta de la Consejera de Economía y Hacienda, oído el Consejo de Estado, y previa deliberación de la Junta de Castilla y León en su reunión del día 11 de marzo de 1999,

#### DISPONGO:

##### *Artículo 1.*

1. Se somete a autorización previa la actividad publicitaria que realizan las Cajas de Ahorro que operen en el territorio de Castilla y León, en relación con sus operaciones, servicios o productos financieros, siempre que concurren las siguientes circunstancias:

- Que dicha publicidad haga referencia explícita o implícita a su coste o rendimiento para el público.
- Que la difusión de la publicidad se realice en el territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

2. También queda sometida al régimen de autorización previa, la publicidad referida a una Caja de Ahorros contenida en una actividad publicitaria realizada por entidades distintas de las Cajas de Ahorro siempre que concurren las circunstancias previstas en el apartado anterior.

3. La obligación de solicitar la autorización preceptiva, a que se refieren los puntos 1 y 2 del presente artículo, afecta a la publicidad que realicen las Cajas de Ahorro tanto individual como conjuntamente, en el territorio de la Comunidad.

##### *Artículo 2.*

Las Cajas de Ahorro que operen en el territorio de Castilla y León comunicarán, a la Consejería de Economía y Hacienda, la publicidad no sujetas al régimen de autorización previa establecida en el presente Decreto que realicen en la Comunidad de Castilla y León, en el plazo máximo de 7 días a contar desde el primer día de difusión de la publicidad.

La Dirección General de Tributos y Política Financiera acusará recibo de las comunicaciones recibidas, en el plazo de 8 días a contar desde su recepción.

##### *Artículo 3.*

A efectos del presente Decreto se considerará actividad publicitaria toda forma de comunicación por la que se ofrezcan operaciones, servicios o productos financieros o se divulgue información sobre ellos, cualquiera que sea el medio de difusión: prensa, radio, televisión, carteles, folletos, ...

Así mismo, tendrán la misma consideración las circulares y cartas personalizadas que formen parte de una campaña de difusión.

##### *Artículo 4.*

1. La publicidad que realicen las Cajas de Ahorro deberá presentar al público con claridad, precisión y respeto a la competencia las características de la oferta financiera, debiendo contener una descripción suficiente del producto ofertado que muestre los aspectos más significativos del mismo y, en particular, los que afectan al precio o rendimiento final de la