

# MERKATARITZA-KOMUNIKAZIORAKO POLITIKA

## 1. Helburua eta aplikazio-eremua

---

Merkataritza-komunikaziorako politika honen helburua da CAJA LABORAL COOP. DE CRÉDITO (aurrerantzean, LABORAL KUTXAK) eskaintzen dituen banku- eta inbertsio-produktu eta -zerbitzuen inguruko publizitate-jardueran gidalerrotzat erabiliko diren printzipio orokorrak zehaztea. Politika honen bidez zehaztu nahi dira, halaber, hainbat arau eta lege-xedapenek agindutakoa beteko dela ziurtatzeko barne-prozedurak eta -kontrolak, alegia: banku-zerbitzu eta -produktuen publizitatea arautzeari eta kontrolatzeari buruzko EHA1718/2010 Aginduak, Espainiako Bankuaren irailaren 28ko 6/2010 Zirkularrak, eta inbertsio-zerbitzu eta -produktuen publizitatea arautzeari eta kontrolatzeari buruzko ekainaren 11ko EHA1717/2010 Aginduak xedatzen dutena beteko dela ziurtatzeko barne-prozedurak eta -kontrolak.

Politika honen aplikazio-eremuan sartuko dira, beraz, publizitate-jarduera guztiak. Hau da:

- Banku-produktu eta -zerbitzuen harira: banku-produktu edo -zerbitzuak eskaintzeko edo beraiei buruzko informazioa emateko komunikazio-era guztiak, horren baitan sartuta LABORAL KUTXAK banku-produktu edo -zerbitzuei lotuta eskaintzen dituen bestelako zerbitzuak (gestio-zerbitzuak eta beste), nahiz eta inbertsio-zerbitzuak izan ez.
- Inbertsio-produktu eta -zerbitzuen harira: jende orori zuzendutako komunikazio-era guztiak, zuzenean edo hirugarrenen bidez inbertsio-zerbitzu edo -jarduera jakin bat kontratatzeko edo finantza-tresnak harpidetzeko edo erosteko<sup>1</sup>. Era berean, esparru horretan bertan sartzen dira baloreak erosteko eskaintza publiko batean eragiteko asmoz LABORAL KUTXAK egiten dituen komunikazioak, salbuespen batekin: erosteko eskaintza publikoen araubideari buruzko uztailaren 27ko 1066/2007 Errege Dekretuak aipatzen dituen komunikazioak. Inbertsio kolektiboko erakundeek, arrisku-kapitaleko erakundeek edo titulazio-fondoek erakundeek jaulkitako baloreei dagokienez, komunikazio hori publizitatetzat joko da nahiz eta, edozein arrazoi tarteko, une horretan bertan ezinezkoa izan baloreak harpidetzea edo erostea.

Orobat, publizitate-jardueratzat joko dira inbertsio kolektiboko erakundeek, arrisku-kapitaleko erakundeek edo titulazio-fondoek egiten dituzten gestio- edo merkaturatze-jardueren inguruan jende ororen arreta erakarri nahi duten komunikazioak, nahiz eta komunikazioak berariaz erakunde zehatz bat aipatu ez.

---

<sup>1</sup> Politika honen ondorioetarako, finantza-tresnatzat jotzen dira Balore Merkatuaren Legearen testu betegina onartzen duen 4/2015 ELDaren 2. artikuluan sartutakoak; CNMVren ikuskaritzapean dauden bestelako finantza-produktuak; aipaturiko finantza-tresnen esparruan ematen diren aholkularitza-zerbitzu osagarriak eta bestelako jarduera osagarriak eta erreserbatuak; eta inbertsio kolektiboko erakundeek, arrisku-kapitaleko erakundeek eta titulazio-fondoetako erakundeek kudeaketa-jarduera. 2017ko urria

Publizitate-jardueratzat joko dira aurreko ataletan deskribatutako banku- edo inbertsio-produktu eta -zerbitzuei buruzko komunikazio guztiak, zabaltzeko erabili den bitartekoa edozein izanda ere. Hau da, berdin dio prentsan, irrati bidez, telebistaz, posta elektronikoz edo beste bitarteko telematikoz edo elektronikoz zabaldu diren; zabalkunde-kanpaina baten baitan edukia zabaltzeko barneko edo kanpoko txartelak, panelak, orriak, zirkularrak edo eskutitzak erabili diren; edota telefono deiak, etxez etxeko bisitak edo beste edozein zabalkunde-bide erabili den.

## 2. Printzipio eta irizpide orokorrak

---

Hona hemen LABORAL KUTXAren publizitate-jardueran gidalerrotzat erabiliko diren oinarrizko printzipio orokorrak: **zilegitasuna, argitasuna, nahikotasuna, objektibotasuna eta gardentasuna.**

Beraz, LABORAL KUTXAren publizitate-jarduera oro honelakoa izango da:

- Zilegia:** araudian zehaztutako zilegitasun-baldintzak beteko ditu: Publizitate orokorrari buruzko azaroaren 11ko 34/1988 Legea, Lehia desleialari buruzko urtarrilaren 10eko 3/1991 Legea, eta publizitate-jardueran ezarri beharreko gainerako arau orokorrak.
- Argia:** xede-taldeak erraz ulertzeko modukoa, zalantzarik edo nahasmendurik sortu gabe.
- Nahikoa:** eskaintzen den produktuari edo zerbitzuari buruzko informazio nahikoa jasoko du, erabiltzen den euskarrira egokituta.
- Objektiboa:** irizpide objektiboak erabiliko ditu, balorazio subjektiborik egin gabe.
- Gardena:** publizitate-mezuak ez dira engainagarriak izango.

Eta argi eta garbi adierazi beharko da publizitate-mezua dela.

LABORAL KUTXAn indarrean dagoen **hizkuntza-politika** aintzat hartuta, Entitatearen bulegoak dauden autonomia-erkidegoetako hizkuntza ofizialetan adierazteko eta informazioa jasotzeko aukera edukiko dute bezeroek.

Era berean, LABORAL KUTXAK genero-berdintasunaren printzipioa erabiltzen du beti bere merkataritza-komunikazioetan. Hartara, hizkeran, tonuan eta irudietan sexuen paritatea agertuko da, eta komunikazio horiek eredugarriak izango dira emakume eta gizonaren arteko gizarte-estereotipo diskriminatzaileen aurrean.

**LABORAL KUTXAren publizitate-mezuen formatua eta gutxieneko edukiak** proportzionaltasunez egokituko dira: eskaintzen diren produktu eta zerbitzuen izaeraren eta konplexutasunaren arabera, erabiltzen den hedabidearen arabera, eta Espainiako Bankuaren 6/2010 Zirkularraren eranskinean agertzen diren printzipioen arabera (agiri honen **I. eranskin** gisa txertatu da Merkataritza Komunikaziorako Politika honetan, bertako atala izateko).

### 3. Berariazko gogoetak

---

#### 3.1.- Banku-produktu eta -zerbitzuen publizitatearen harira

- A) Publizitate-kanpainak eskatzen dituzten Negozio Garapenaren Areako departamentu eta sekzioek zehaztuko dute zer talderi zuzentzen zaion banku-produktua edo -zerbitzua. Ondoren, Komunikazio eta Publizitate Departamentua arduratuko da eskaintzen diren produktuak eta aurkezteko modua xede-taldearen arabera egokitzeaz, produktua ulergarria izan dadin eta produktuaren ezaugarriekin kontraesanean egongo diren publizitate-bideak erabil ez daitezen.
- B) Gordailuen eta kredituen publizitatean kostua edo errentagarritasuna berariaz adierazten bada, kostu edo etekin hori urteko tasa baliokide (UTB) gisa adierazi beharko da. Interes-tasen indizeen erreferentziak erabiltzen badira, berriz, eguneratuta egon beharko dute. UTBa kalkulatzeko, banku-zerbitzuen gardentasunari eta maileguak emateko erantzukizunari buruzko Espainiako Bankuaren ekainaren 27ko 5/2012 Zirkularreko hamahirugarren arauan xedatutako bideak erabiliko dira.

Kontsumorako kredituen kontratuei buruzko publizitate-ekintzak egiten direnean, oinarrizko informazioa, adibide adierazgarri bat eta, beharrezkoa izanez gero, aseguruaren merkaturatzea ere agertu beharko dira, kontsumorako kreditu-kontratuei buruzko ekainaren 24ko 16/2011 Legean xedatutakoarekin bat.

- C) Publizitatean beste enpresa batek egingo dituen eragiketen, produktuen edo zerbitzuen eskaintzarik agertzen bada, enpresa hori berariaz aipatu beharko da.
- D) Era berean, LABORAL KUTXAK kreditu-erakundea ez den beste enpresa batekin hitzartzen badu enpresa horrek LABORAL KUTXAren produktu edo zerbitzuen publizitatea egingo duela, ondo ziurtatu beharko du publizitate horretan argi eta garbi agertuko dela eskaintzen diren zerbitzu horiek LABORAL KUTXArenak direla.
- E) ECC/2316/2015 Aginduak, azaroaren 4koak, finantza-produktuen gaineko informazioa emateko betebeharreri eta produktu horiek sailkatzeari buruzkoak, zehazten duenari jarraikiz, LABORAL KUTXAK finantza-produktu horien ezaugarriak eta arriskuei buruzko informazio zehatza adieraziko du, dagokion arrisku-adierazlea barne eta, beharrezkoa izanez gero, likidezari eta konplexutasunari buruzko alertak ere bai.

#### 3.2.- Inbertsio-produktu eta -zerbitzuen publizitatearen harira

1. Produktu Batzordeak zehaztuko du zer talderi zuzentzen zaion inbertsio-produktua edo -zerbitzua. Ondoren, Komunikazio eta Publizitate Departamentua arduratuko da eskaintzen diren produktuak eta aurkezteko modua xede-taldearen arabera egokitzeaz, produktua ulergarria izan dadin eta produktuaren ezaugarriekin kontraesanean egongo diren publizitate-bideak erabil ez daitezen.
2. Oro har, inbertsio-produktu eta -zerbitzuei buruzko publizitate-jardunak honako baldintza hauek bete behar ditu:

- a) Inbertsio-zerbitzuak ematen dituen erakundearen izena jaso behar du informazioak.
  - b) Informazio zehatza eman beharko da beti, inbertsio-zerbitzu batek edo finantza-tresna batek dituen onura potentzialak nabarmendu gabe, baldin eta horrekin batera arriskuak ere ez badira adierazten, inpartzialtasunez eta agerian.
  - c) Informazio nahikoa emango da, eta xede-taldeko kideek edo hartzaile potentzialek ulertzeko moduan aurkeztuko da.
  - d) Informazioak ez du ezkutatuko, estaliko edo murriztuko garrantzia duen alderdirik, adierazpenik edo ohartarazpenik.
  - e) Informazioak zerga-araubide bereziren bat aipatzen badu, argi utzi beharko du araubide hori bezero bakoitzaren inguruabar bereziren menpe egongo dela, eta etorkizunean aldatzeko aukera dagoela.
  - f) Ez da inolaz ere aipatuko informazioan Balore Merkatuko Komisio Nazionalaren izena edo beste agintaritza eskudunen baten izena, baldin eta aipamen horrek aditzera ematen badu agintaritza horrek enpresaren produktu edo zerbitzuak onartu edo babesten dituela.
3. Informazioan inbertsio-zerbitzuak edo zerbitzu osagarriak, finantza-tresnak edo zerbitzuak ematen dituzten pertsonak alderatzen badira, honako baldintza hauek bete beharko dira:
- a) Alderaketa egokia izango da, eta era inpartzialean eta orekatuan aurkeztuko da.
  - b) Alderaketa egiteko erabilitako informazio-iturriak adierazi beharko dira.
  - c) Alderaketa egiteko erabilitako gertaera eta hipotesi nagusiak aipatu beharko dira.
4. Informazioak inbertsio-zerbitzu baten, finantza-tresna baten edo finantza-indize baten emaitza historikoak jasotzen baditu:
- a) Emaitza horiek ez dira inoiz komunikazioaren elementurik nabarmenena izango.
  - b) Emaitzak aurreko bost urteetakoak izango dira edota finantza-tresna eskaini, finantza-indizea egin edo zerbitzua eman den denbora-tarte osokoak, baldin eta epealdia bost urtetik beherakoa bada. Bestela, enpresak erabakitzen duen epealdiko datuak emango dira, baldin eta bost urtetik gorakoa bada. Dena dela, emaitzei buruzko informazioa prestatzeko, hamabi hilabeteko epealdi osoetan oinarritu beharko da.
  - c) Argi eta garbi adierazi beharko da zein diren erreferentziako epealdia eta informazio-iturria.

- d) Agerian ohartarazi beharko da zifra horiek iraganekoak direla eta iraganeko emaitzak ez direla etorkizuneko emaitzen berri izateko adierazle fidagarria.
  - e) Txikizkako bezeroak (bezerogaiak barne) bizi diren estatuan erabiltzen den dibisa ez den beste batean adierazten badira zifrak, argi eta garbi adierazi beharko da zer dibisa erabili den. Gainera, ohartarazpen bat agertu beharko da esanez moneten gorabeheren arabera, etekina handitu edo gutxitu egin ahal izango dela.
  - f) Informazioa emaitza gordinetan oinarritzen bada, komisioen, ordainsarien eta gainerako kargen eraginaren berri ere eman beharko da.
5. Finantza-tresnen eta finantza-indizeen kasuan, emaitza historiko simulatua baino ezin izango da txertatu informazioan. Halakoetan, honako baldintza hauek bete beharko dira:
- a) Aipagai den finantza-tresna edo finantza-indizeen berdin-berdinak diren, edo beraien azpian dauden beste finantza-tresna edo finantza-indize baten edo batzuen emaitza historiko errealetan oinarrituta egon beharko dute emaitza simulatuek.
  - b) Aurreko ataleko letra guztietan (d letran izan ezik) xedatutakoa bete beharko dute emaitza historiko errealek.
  - c) Agerian ohartarazi beharko da zifra horiek emaitza historiko simulatuak direla eta iraganeko emaitzak ez direla etorkizuneko emaitzen berri izateko adierazle fidagarria.
6. Informazioak etorkizuneko emaitzei buruzko daturik jasotzen badu, honako baldintza hauek bete beharko dira:
- a) Ezin izango da emaitza historiko simulatuetan oinarritu, eta ez du beraien aipamenik egingo.
  - b) Datu objektiboek bermatutako arrazoizko supostuetan oinarrituko da.
  - c) Informazioa emaitza gordinetan oinarritzen bada, komisioen, ordainsarien eta gainerako kargen eraginaren berri ere eman beharko da.
  - d) Agerian ohartarazi beharko da aurreikuspenak ez direla etorkizuneko emaitzen adierazle fidagarria.
7. ECC/2316/2015 Aginduak, azaroaren 4koak, finantza-produktuen gaineko informazioa emateko betebeharrei eta produktu horiek sailkatzeari buruzkoak, zehazten duenari jarraikiz, LABORAL KUTXAK finantza-produktu horien ezaugarriei eta arriskuei buruzko informazio zehatza adieraziko du, dagokion arrisku-adierazlea barne eta, beharrezkoa izanez gero, likideziari eta konplexutasunari buruzko alertak ere bai.
8. Publizitatea finantza-tresnen salmenta- edo harpidetza-eskaintzei buruzkoa bada, eta finantza-tresna horiek informazio-liburuxka egiteko betebeharra badute, publizitateak adierazi beharko du liburuxka argitaratu egin dela edo argitaratu egingo dela, eta

inbertsiogileek non aurki dezaketen edo non aurkitu ahalko duten ere argituko da. Supostu horietan, publizitateko informazioak koherentea izan behar du liburuxkan jasotako informazioarekin.

9. Inbertsio kolektiboko erakundeen akzioak edo partaidetzak harpidetzera edo erostera bideratutako sustapen- edo publizitate-jarduerak ez dira abian hasiko erakunde horiek CNMVko erregistro ofizialetan izena eman baino lehen.

## **4. Kanpoko prozedurak eta kontrolak**

---

Politika hau betetzen dela bermatzeko, kanpoko kontrolerako prozedura bat du LABORAL KUTXAK ezarrita. Kasuan kasuko kanpainaren lurraldearen arabera, Eusko Jaurlaritzaren Ekonomia eta Ogasun Sailaren edo Merkataritza Komunikazioa Autorregulatzeko Elkartearen (AUTOCONTROLen) baimena behar du. Esan beharra dago LABORAL KUTXA 2007ko irailaz geroztik dela erakunde horretako kidea.

Beste alde batetik, LABORAL KUTXA ESPAINIAKO BANKUAREN eta Eusko Jaurlaritzako Ekonomia eta Ogasun Sailaren gainbegiradaren pean dago banku-produktu eta -zerbitzuen alorrean. Inbertsio-zerbitzuei dagokienez, Balore Merkatuko Komisio Nazionalaren (CNMVren) gainbegiradaren pean dago.

## **5. Barruko prozedurak eta kontrolak**

---

Merkataritza-politika hau bete egingo dela bermatzeko, eta publizitate-autorregulazioko sistema bati atxikita egonda ere, Merkataritza Komunikaziorako Politika honen 4. puntuan adierazi bezala, LABORAL KUTXAK honako barne-kontrolak ditu ezarrita:

- Komunikazio eta Publizitate Departamentua arduratzen da publizitate-piezak zehaztutako xede-taldera egokitzen direla eta publizitate-arauak betetzen dituztela bermatzeaz. Ildo beretik, bera arduratzen da horiek guztiak (banku- nahiz inbertsio-produktu eta -zerbitzuei buruzkoak) kanpoko kontrolerako erakundeari helarazten zaizkiola ziurtatzeaz.

Publizitate-jarduera autorregulatzeko erakunde homologatuak emandako txostena negatiboa bada, gomendatutako aldaketak egingo ditu Komunikazio eta Publizitate Departamentuak eta berriro helaraziko dio ondoren, azken onarpena emateko. Bestela, pieza baztertu eta ez da publizitate-elementutzat plazaratuko.

- Komunikazio eta Publizitate Departamentua arduratzen da Publizitate Euskarrien Barne Erregistroaren kontrolaz eta jarraipenaz (agiri honen 6. puntuan azaltzen da zehatz-mehatz).
- Era berean, eta Espainiako Bankuak edo CNMVk eskatuta, publizitatea bertan behera uzteko edo zuzentzeko prozeduraren bat zabaltzen bada, Komunikazio eta Publizitate Departamentuak jasotako errekerimendua aztertu, Barne Ikuskaritza Departamentuari eta Araudia Betearazteko Departamentuari horren berri eman, eta agindua epean eta behar bezala betetzeko behar diren neurriak ezarriko ditu, errekerimenduan

adierazitakoaren arabera. Publizitatea bertan behera utzi edo zuzentzeko epea amaitu aurretik, Barne Ikuskaritzako Departamentuak edo Araudia Betearazteko Departamentuak (kontuan hartuta errekerimendua banku-produktu edo -zerbitzuei buruzkoa den ala inbertsio-produktu edo -zerbitzuei buruzkoa den, hurrenez hurren) eskatutako neurriak garaiz hartu diren egiaztatuko du, eta horren inguruko irizpena eman.

- Barne Ikuskaritzako Departamentua arduratuko da banku-produktuei eta -zerbitzuei buruzko barne-prozedurak eta -kontrolak egoki ari direla egiaztatzeaz. Gutxienez urtean behin aztertuko ditu. Araudia Betearazteko Departamentua arduratuko da inbertsio-produktuei eta -zerbitzuei buruzko barne-prozedurak eta -kontrolak egoki ari direla egiaztatzeaz. Gutxienez urtean behin aztertuko ditu.
- Politika hau nabarmen aldatzeko edo Merkataritza Komunikaziorako Politika berri bat onartzeko ezinbestekoa izango da Kontseilu Errektoreak oniritzia ematea, aurretiaz Araudia Betearazteko Departamentuak horren inguruko txostena egin ondoren.

## 6. Publizitate-euskarrien barne-erregistroa

---

Publizitate-kanpaina guzti-guztiei buruzko dokumentazioa LABORAL KUTXAren egoitza nagusian (Jose Maria Arizmendiarrjeta pasealekua z.g., Arrasate, Gipuzkoa) dagoen barne-erregistroan zaintzen du Komunikazio eta Publizitate Departamentuak. Erregistro horretan gutxienez ale bat gordetzen da, jatorrizko formatuan edo formatu elektronikoa (ordura arte erabilitako publizitate-euskarri guztiak erreproduzitzeko aukera edukitzeko moduan), kanpainaren hasiera- eta amaiera-eguna, hedapenaren irismena zehazteko datu nahikoak, bai eta eskaintzako adibidearen adierazgarritasunaren eta eskaintako produktuen publizitatean islatutako kostu edo etekin efektiboen kalkularen justifikazio nahikoa ere.

Barne-erregistroan artxibatzen dira, halaber, kanpoko kontroleko erakundeak emandako baimenak ere.

Barne-erregistroaren eranskin batean, publizitate-jardunaren harira gertatu diren auzibideko eta auzibidetik kanpoko gatazkei buruzko informazio zehatza ere gordetzen du LABORAL KUTXAK.

## 7. Politikaren zabalkundea

---

Merkataritza Komunikaziorako Politika hau publikoa da eta LABORAL KUTXAren webgunean eskuragarri dago.



## I. ERANSKINA

### Printzipio orokorrak

- a) Publizitate-mezua aurkezteko hizkiak eta taxuera tamaina eta tipo egokikoak izango dira, erraz eta eroso irakurtzeko modukoak. Mugitzen diren testuei dagokienez, beraien abiadura eta tamaina egokitu egingo dira, erraz eta eroso irakurriko direla bermatzeko.
- Publizitateak entitateko bertako beste informazio-iturri batzuetara (liburuxketara, Interneteko orrialdeetara...) bideratzen duenean, kontu egingo da publizitate-mezua ez dadin inolaz ere engainagarria izan eskaintzen den produktuaren edo zerbitzuaren ezaugarri buruz, eta inolaz ere ez dadin gertatu kontsumitzaileak portaera ekonomiko jakin bat hartzen duela baina portaera hori ustez bestelakoa izango zatekeela baldin eta erabilitako publizitate-euskarrian erreferentziako informazioa egon balitz. Nolanahi ere, aurreko egoera horretan kontuan hartu behar da aldi bakoitzean zer publizitate-euskarri den.
- Publizitate-mezu batean bigarren mailako mezuak, horren nabarmen agertzen ez direnak, badaude, bigarren mailako mezuak ez dira mezu nagusiaren edukiaren aurka joango, eta ez dute funtsean mugatuko.
- b) Kreditu-erakundea, ordainketa-erakundea edo eskaintzan parte hartzen duen enpresa identifikatzeko akronimoak edo marka komertzialak erabiliz gero, eta horren ondorioz erakunde hori zalantzarik gabe identifikatzeko aukerarik ez badago, erakunde edo sozietate horren erregistro-izena ere ezarriko da.
- Kreditu-erakundeak beste kreditu-erakunde baten produktu edo zerbitzuak eskaintzen baditu, argi eta garbi zedarritu beharko da zein erakundek egiten duen eskaintza eta zein den erakunde merkaturatzailea edo bere bezeroei lehen erakundearen eskaintza helarazten diona.
- c) Eskaintzen den produktu edo zerbitzuaren izen komertzialak eragiketaren izaera juridikoari buruzko zalantza eragin badezake, izen hori osatu egin beharko da, argi eta garbi lotzeko beraren izaerarekin.
- d) Eskaintza batek indarraldi jakin bat badauka, argi eta garbi zehaztu beharko da. Indarraldi hori beste edozein aldagairen mende badago (adibidez, produktu-bolumen jakin batera edo produktu-kopuru jakin batera mugatuta badago), eskaintzaren zenbateko globala edo eskura dagoen produktu-kopurua adierazi beharko da.
- e) Publizitatean adjektibo superlatiboak edo txikigarriak ezartzen badira, edota iragartzailearen, produktuaren nahiz zerbitzuaren lehentasuna edo lidergoa adierazten duten espresioak erabiltzen badira, datu hori egiaztatu egin beharko da, baldin eta publizitate konparatiboa bada, eta kontu handiz erabili beharko da gainerako kasuetan.
- f) Eskaintzen diren gordailuak edo inbertsioak bermatuta daudela pentsaraz lezaketen aipamenak ekidin egin behar dira, salbu eta benetan bermatuta badaude, Gordailuen Berme Funtza ez den beste hirugarren batekin egindako kontratu-hitzarmen baten bidez edo erakundearen beraren ordainketa-berme edo -aseguru osagarria eskaintzen duen beste araubide baten bidez.
- g) Publizitate-mezuan aipatzen diren banku-produktu edo -zerbitzuen arriskuei, mugei edo kostuei buruzko argipen, azalpen eta ohartarazpenek tamaina, kokapen eta garrantzi egokia izan beharko dute, beraien konplexutasuna eta erabilitako hedabidea kontuan hartuta.



- h) Produktu eta zerbitzuen arteko alderaketarik egiten bada, produktu eta zerbitzu homogeenak izan beharko dute beti, eta erabilitako iturriak egiaztatuta egon beharko dute. Ez da inolaz aipatu gabe utziko datu edo gertaera garrantzitsurik. Iragartzen den produktu eta zerbitzuaren eta beste produktu eta zerbitzu batzuen artean alderaketa egiten denean, alderaketa horren oinarrian dauden supostuak berariaz adierazi behar dira.
- i) Dagokionean, publizitate-mezuan honako aipamen hauek edo antzerakoak egin behar dira:

Inbertsioaren balioa merkatuaren gorabeheren menpe dagoela, eta iraganeko kostuak eta errentagarritasunak ez dutela etorkizuneko eskubiderik sortzen edo baldintzatzen. Hala badagokio, argi eta garbi esan behar da gerta litekeela errentagarritasunik ez egotea edo negatiboa ere izatea.

Errentagarritasuna, kostua edo beste alderdiren bat jasotzen duen informazio kuantitatiboak zer epealdi hartzen duen ere aipatu behar du. Bi magnitude edo gehiago agertzen badira, epealdi berekoak izan behar dute. Erakundeak egingo duen eragiketaren gehieneko errentagarritasuna edo gutxieneko kostua argi eta garbi eta erraz ikusteko moduan adieraziko dira. Era berean, berariaz adierazi beharko dira kostua edo ordainketa baldintzatuko duten aldagaiak, baldintzak edo eskakizunak.

Atzerriko dirutan aipatzen diren produktuei buruzko publizitatean bereziki azpimarratuko da kanbio-tasaren arriskua, mezua atzerritarrei zuzentzen zaienean izan ezik.

Iraganeko errentagarritasunari buruzko informazioa ez da inolaz eman behar zatika edo lerraturik, ez eta hamabi hilabeteko denbora-tartea hartuta ere.

Urte batzuetako errentagarritasuna errealizazio gisa adierazi behar da, nahitaezkoa denean informazio horrekin batera urteko tasa baliokidea (UTB) gehitzeko beharra baztertu gabe.

Indize edo kotizazio batek epealdi jakin batean izan duen gehieneko aldakuntza aipatuz gero, indize edo kotizazio horren aldakuntzaren (positiboaren edo negatiboaren) datuak ere gehitu behar dira, epealdi bereko hasierako eta amaierako datetan zeukaten balioa erreferentziatzen hartuta.

- j) Eragiketaren edo produktuaren ordainketaren bilakaera edota kostua baldintzatzen duen edozein magnitude argi eta garbi adierazi beharko da, honela:

Publizitate-mezuak zerga-tratamendu jakin baten onurak aipatzen baditu, zehaztu egin beharko da orokorra den ala inbertsiogilearen egoera pertsonalaren menpe dagoen, bai eta aldaketak izan ote ditzakeen.

Diru-kreditu garbietan edota helburu jakin baterako finantzaketa-eragiketetan, aldiaren arabera zenbateko desberdineko kuotak badaude, edota hasierako kuotak, amaierako kuotak edo bitarteko kuotetako batek gainerakoek baino zenbateko handiagoa badu, zenbateko desberdineko kuotak egongo direla nabarmendu behar da. Hasierako ordainketa egin behar bada, horren berri ere eman beharko da.

- k) Ekainaren 11ko EHA/1718/2010 Aginduan zehaztutakoarekin bat, eragiketaren UTBa adierazi egin behar bada:

Ahal den heinean, eragiketaren UTBa adibide adierazgarri baten bidez adierazi beharko da.

UTBa aldatzeko aukera badago (eragiketaren zenbatekoa, komisio desberdinak edo beste edozein arrazoi tarteko), egoera horiek adierazi egin beharko dira eta, kontu garrantzitsua bada, zer tartetan ibil daitezkeen tasa hori.

Interes aldakorreko eragiketen publizitatean argitasun nahikoz adierazi beharko da erreferentziako zer indize erabili den eta zenbatean behin berrikusten den. Era berean,

nabarmendu egin beharko da eragiketaren UTBa kalkulatzeko, erreferentziako indizeak ez direla aldatuko jo dela.

Interes-tasa aldakorreko eragiketen publizitatean, baldin eta hasierako epealdi batean interes-tasa finkoa hitzartzen bada, hasierako interes-tasa hori aipatzean garrantzi handiagoa aitortu behar zaio UTBari hasierako interes-tasa horri baino, baldin eta, pasiboko produktuetan, UTBa tasa hori baino apalagoa bada eta, aktiboko produktuetan, UTBa hasierako interes-tasa baino handiagoa bada.

Interes-tasa aldakorreko eragiketa bada eta berrikustean mugak edo gehieneko batzuk zehazten badira, muga horiek berariaz adierazi beharko dira publizitatean. Eta, hala badagokio, UTBa kalkulatzeko kontuan hartu beharko dira, eta berariaz adierazi kalkulua egiteko muga horiek erabili direla.

- l) UTBari buruzko informazioa ez ezik, eragiketan ezartzekoak diren tasa nominalak ere aipatzen badira, aipamen hori beste era batekoa izango da, batzuen eta besteen arteko izaeraren eta baliagarritasunaren inguruko zalantzarik ez eragiteko moduan.

- m) Gauzatan ordaintzen bada, honako printzipio hauetan oinarrituta jokatu beharko da:

Ez badago eskudiruzko ordainketarik, berariaz adierazi beharko da hori horrela dela.

UTBa kalkulatzearen ondorioetarako, produktua baloratzen denean, zerga-legeriak ezarritakoa beteko da.

Eskudirutan egiten den ordainketa —halakorik balego— eta gauzako ordainsaria, biak hartuko dira kontuan UTBa kalkulatzeko.

Berariaz adierazi beharko da gauzako ordainsaria zergapetuta egongo dela.

Ez da «oparia» edo antzeko terminorik erabiliko ezarpenaren edo gordailuen ordainean produktuak ematen direnean, baldin eta zerga-araudiak gauzako ordainsaritzat jotzen baditu.

Zenbateko jakin batzuk —hala nola BEZa edo kontura egindako sarrera— bezeroak ordaindu behar baditu, berariaz adierazi beharko da hori, eta zenbateko horien kuantifikazioa islatuko da, ondoren UTBa kalkulatzeko.

- n) Beharrezkoa denean UTBaren kalkulurako kontuan edukitzeaz gain, bezeroarentzat eragiketak zenbateko kostua izango duen adieraztean, komisioak, zergak eta ordaindu beharreko gainerako gastuak aipatu beharko dira. Ildo beretik aipatu beharko dira, supostu berean, erakundeak eragiketa kontratatzeke exijitzen dituen aseguruen primak, baldin eta helburua bada erakundeari bermatzea eragiketaren zenbatekoa itzuli egingo zaiola.
- ñ) Berariaz aipatu beharko dira kostu edo ordainketa jakin bat baldintzatzen duten aldagaiak, baldintzak eta eskakizunak.
- o) Ezerezte aurreratua egiteko eskubiderik ez dagoenean, berariaz adierazi beharko da hori.
- p) Interesik gabeko finantzaketa-eskaintzetan komisioak edo beste gastu batzuk ordaindu behar badira (eta ondorioaz UTBa hutsa ez bada), komisio eta gastu horiek adierazteaz gain, garrantzi berezia eman beharko zaio eragiketaren UTBari.
- q) Publizitatean agertzen bada merkaturatzean erakundeko agenteek parte hartzen dutela, noren izenean edo zer lanetan arituko diren adierazi beharko da.