



**GRUPO MUTUA PROPIETARIOS**

*Más Protección*

**CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE  
PUBLICIDAD**

## Índice

<b>1.- OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN</b>	<b>2</b>
<b>2.- PRINCIPIOS GENERALES</b>	<b>2</b>
<b>3.- COMPROMISO DE CUMPLIMIENTO</b>	<b>4</b>

## 1.- OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

El objetivo del presente Código de buenas prácticas de publicidad consiste establecer unas normas de conducta aplicables a toda la actividad de comunicación publicitaria de las entidades que integran el Grupo Mutua Propietarios, independientemente de su formato o medio, mediante la que, directa o indirectamente, se promueva la contratación de los bienes o servicios que dichas entidades comercializan.

La finalidad de su creación responde a la voluntad del Grupo Mutua Propietarios, de definir y asumir determinados principios generales que puedan ayudar en la mejora y transparencia de sus comunicaciones publicitarias, velando por el respeto a la ética publicitaria y a los derechos de los destinatarios de la publicidad.

El presente Código de buenas prácticas se define sujeto a las condiciones que establece la legislación vigente que aplique en cada momento, en el sector en el que opera cada una de las entidades del Grupo Mutua Propietarios, así como sujeto a los principios generales aplicables en materia de publicidad definidos en el punto siguiente.

## 2.- PRINCIPIOS GENERALES

A los efectos de lograr el objetivo descrito en el punto anterior, las entidades que integran el Grupo Mutua Propietarios se comprometen a que en su publicidad se cumpla con los siguientes principios generales:

- **Respeto a la normativa vigente:** las comunicaciones comerciales deberán respetar la legalidad vigente y de manera especial las siguientes normas:

- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad
- Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico
- 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
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual.

- **Derecho al honor:** Las comunicaciones comerciales han de respetar necesariamente los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

- **Buena fe:** las comunicaciones comerciales no deberán constituir nunca un medio para abusar de la buena fe del consumidor.

- **Transparencia:** el Grupo Mutua Propietarios se compromete a no trasladar en su publicidad aspectos que sean engañosos o puedan incitar a engaño al consumidor, así como a no realizar actividades publicitarias de carácter subliminal.

La publicidad de las entidades del Grupo Mutua Propietarios debe ser entendible, atendiendo a criterios de simplificación y sencillez de la comunicación en la oferta publicitaria de sus productos y servicios.

- **Publicidad ética:** las comunicaciones comerciales no deberán incluir contenidos que atenten contra los criterios imperantes de la ética, el buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres.

- **Publicidad comparativa:** en el caso de realizar publicidad comparativa, directa o indirectamente, la comparación se realizará de modo objetivo, entre bienes o servicios que tengan la misma finalidad o cubrirán las mismas necesidades, y entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de dichos bienes o servicios.

- **Simulaciones:** en el caso de emplear simulaciones como elemento publicitario que facilite la comprensión del producto, dichas simulaciones deberán ser veraces y basadas en los datos de mercado en cada momento.

- **No incitación a la violencia o comportamientos ilegales:** las comunicaciones comerciales no incitarán a la violencia o a comportamientos antisociales ni ilegales, ni serán tolerantes con los mismos, ni sugerirán ventajas en las actitudes o prácticas violentas, antisociales o ilegales.

- **No discriminación:** las comunicaciones comerciales no sugerirán circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, discapacidad, edad, género u orientación sexual, ni atentarán contra la dignidad de la persona. En particular, se evitarán aquellas comunicaciones comerciales que puedan resultar vejatorias o discriminatorias para la mujer, o que menoscaben la igualdad entre mujeres y hombres.

- **Promociones:** las comunicaciones comerciales relativas a promociones realizadas por las entidades del Grupo Mutua Propietarios, así como concursos u operaciones semejantes, indicarán claramente las condiciones sustanciales de participación y su duración. En ningún caso, se enmascararán las condiciones necesarias para obtener el premio, ni los costes implícitos para su recepción o para participar en la promoción.

### **3.- COMPROMISO DE CUMPLIMIENTO**

El Grupo Mutua Propietarios está comprometido con el cumplimiento de lo dispuesto en el presente Código de buenas prácticas de publicidad, habiendo sido este documento aprobado por la Dirección General del Grupo Mutua Propietarios.