



---

**CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS  
PARA LA CONCESIÓN  
DE MICROPRÉSTAMOS**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Presentación: La Asociación Española de Microcréditos (AEMIP).
2. Cumplimiento y vigilancia.
3. Obligaciones generales.
4. Obligaciones específicas de los micro préstamos.
5. Cobro de deudas.
6. Tratamiento de clientes con dificultades económicas.
7. Protección de datos personales y confidencialidad de la información.
8. Procedimiento de reclamación.
9. Interpretación.
10. Procedimientos formales.

## 1. PRESENTACIÓN. LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MICROCRÉDITOS (AEMIP).

1.1. La AEMIP es una asociación que representa el interés de empresas y negocios que ofrecen micropréstamos a corto plazo no garantizados más que con la simple garantía personal, conocidos como microcréditos, micropréstamos, anticipos de nómina, préstamos rápidos u otras denominaciones análogas. De este modo y con la actividad que se pretende en este Código regular, se da satisfacción a una necesidad económica propia de la realidad y del contexto social y histórico en el que nos encontramos, en el que la implementación de las nuevas tecnologías y de los dispositivos electrónicos es una realidad consolidada, así como el comercio on line, que ha trascendido a la banca y al sector financiero tradicional que no pueden atender debidamente a las necesidades del nuevo contexto.

1.2. Los asociados de la AEMIP ofrecen microcréditos online, por cualquier medio telemático o a distancia y están sometidos a la legislación española en vigor que les sea de aplicación.

1.3. Los micropréstamos o créditos rápidos («payday loans»; «high-cost short-term credit») son préstamos de escasa cuantía concedidos con inmediatez por mecanismos de contratación a distancia, ya sea por medios electrónicos o telefónicos, carentes de garantías reales, concedidos por exiguos periodos de tiempo, lo cual conlleva que sean de mayor coste.

1.4. El objetivo de este Código es garantizar el cumplimiento por parte de sus miembros de las presentes buenas prácticas acordadas y diseñadas por la Asociación, con la finalidad de establecer un decálogo de normas de obligado cumplimiento que protejan y beneficien a los clientes y consumidores, a la vez que se fomente un uso responsable del producto, habida cuenta sus características peculiares que lo distinguen de los productos financieros tradicionales, siendo que no pueden serles de aplicación analógica o directa las normas diseñadas para realidades superadas por el estado actual de la tecnología y el contexto social actual.

1.5. La Asociación y sus asociados deberán publicitar este Código, dándolo a conocer a sus clientes, poniéndolo a su disposición e informando sobre los detalles del procedimiento de reclamación.

1.6. Los miembros adheridos no asociados de la Asociación, quedarán sometidos igualmente a este Código en la medida que realicen actividades comprendidas en el alcance de este Código, entendiéndose por tanto toda referencia a “asociados” como extensiva también a la condición de “miembro asociado” en cuando sea de aplicación.

## 2. CUMPLIMIENTO Y VIGILANCIA.

2.1. La Asociación, a través de su Junta Directiva deberá vigilar el cumplimiento del Código por parte de sus asociados y miembros adheridos. La Asociación o cualquier otra persona autorizada por la misma, podrá realizar una auditoría operativa anual que analizará que la actividad empresarial del asociado se ajuste a lo prevenido en el presente Código. Esta actividad se deberá desarrollar respetando en todo caso la debida confidencialidad de los asociados y las normas establecidas en cuanto a la libre competencia.

2.2. Los asociados deberán notificar a la Junta Directiva de la asociación cualquier conducta de un asociado o miembro adherido de la que tengan conocimiento y sea presuntamente contraria a este Código.

2.3. La Asociación hará constar todas las infracciones denunciadas contrarias a este Código, incluidas las faltas graves de conducta e incumplimientos derivados de las auditorías de cumplimiento.

2.4. La Asociación, a través de su Junta Directiva, podrá iniciar las acciones que resulten pertinentes contra cualquier asociado o miembro adherido que haya incumplido con lo dispuesto en este Código. Esto podrá incluir la práctica de auditorías de cumplimiento no programadas, advertencias por escrito al asociado o miembro adherido, petición de explicaciones por escrito y reuniones para examinar el problema.

2.5. El procedimiento sancionador que se incoe deberá respetar los principios de inocencia, audiencia, contradicción y publicidad, ajustándose al mecanismo que al efecto se establezca en los Estatutos Sociales.

2.6. La máxima sanción que puede imponer la Asociación es la suspensión o expulsión de la misma del indicado asociado o miembro adherido. Cuando un asociado haya sido expulsado de la Asociación, la Junta Directiva si lo estimase

conveniente podrá informar a las asociaciones de consumidores y usuarios pertinentes, sobre esa decisión.

### 3. OBLIGACIONES GENERALES.

#### 3.1. Los asociados deberán:

**3.1.1** Dirigir su actividad empresarial de forma legal, ética y eficaz, cumpliendo en todo momento con la legislación vigente, en especial la relativa al derecho fundamental de la protección de datos de carácter personal y a la protección de los consumidores y usuarios.

**3.1.2** Actuar en todo momento y realizar su actividad empresarial con honestidad, de forma responsable, justa, razonable y tratando a los clientes con el debido y merecido respeto, velando en todo momento por su conducta empresarial del día a día.

**3.1.3** Comportarse siempre con integridad y profesionalidad para asegurarse, en la medida y siempre que sea posible, que todas las personas o sociedades con las que mantengan relaciones empresariales que afecten a la actividad aquí descrita se comporten con los mismos estándares en cuanto a la protección al consumidor se refiere que los aquí establecidos.

**3.1.4** Responder en todo momento con veracidad y lealtad a las reclamaciones y solicitudes de los clientes respecto a cualquiera de los aspectos de una transacción crediticia. Los asociados, también deberán adoptar todas las medidas razonables para asegurar, cuando sea posible, que los agentes, intermediarios, comisionistas y/o análogos operadores actúen de igual modo y con la misma diligencia.

**3.1.5** Respetar la información confidencial que se les proporcione en el curso de su actividad empresarial.

**3.1.6** Asegurar que la documentación crediticia contiene, de manera clara e inteligible todos los términos y condiciones del acuerdo, ajustando su redacción a los parámetros de transparencia e información a proporcionar al cliente previstos legalmente y facilitando copia de la misma al cliente en los términos establecidos en la ley aplicable.

**3.1.7** Proveer la debida formación a su personal, agentes, colaboradores y cualquier otra persona que realiza otras tareas en nombre de un asociado, obligándolos a actuar de conformidad con lo dispuesto en este Código y los principios que contiene. Además los asociados deberán vigilar sus acciones y decisiones para asegurarse que actúan según lo dispuesto en este Código.

**3.1.8** Cumplir con las obligaciones y otras condiciones que pueden ser impuestas por las Organizaciones de Consumidores y Usuarios, por la Agencia Española de Protección de Datos, y resto de organismos administrativos, incluyendo pero no limitándose a lo indicado en, la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo, la Ley 22/2007, de 11 de julio, sobre comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores, la Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, el 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, la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, y resto de normativa aplicable.

**3.1.9** Seguir, cuando sea necesario, cualquier guía interpretativa de la Asociación que haga referencia al presente Código.

**3.1.10** Garantizar la imparcialidad y la equidad en todas las relaciones comerciales con los clientes, tanto antes como después de la firma de un acuerdo y en la manera en que estos acuerdos resulten aplicables.

**3.1.11** Cuando los términos de un acuerdo en vigor se modifiquen o estén sujetos a cambios, los asociados deberán advertir mediante una comunicación escrita al cliente con al menos treinta (30) días de antelación, antes de que se produzca el cambio en los términos y condiciones generales del acuerdo.

**3.1.12** Los asociados deberán cumplir con la normativa en vigor en relación con la aprobación en plazo y depósito de las cuentas anuales en el Registro Mercantil.

## 4. OBLIGACIONES ESPECÍFICAS DE LOS MICROPRÉSTAMOS.

### 4.1 Publicidad y marketing.

4.1.1. Los asociados se comprometen a realizar una publicidad de los préstamos y, en general de su actividad, transparente, respetando siempre lo dispuesto en la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo, y resto de normativa que sea de aplicación en materia de publicidad de los productos financieros en cada momento, en especial la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

4.1.2. Los asociados no facilitarán ni ofrecerán sus acciones comerciales y publicitarias, a clientes especialmente vulnerables o para los que el producto resulte de algún modo inapropiado.

4.1.3. Los asociados deberán asegurar que toda la publicidad realizada sea fidedigna, correcta y no engañosa, haciendo especial énfasis en las condiciones económicas y en el corto plazo del micropréstamo

4.1.4. Los asociados deberán garantizar que toda la publicidad y documentación promocional sea justa y razonable, que no contenga información errónea o que pueda llevar a confusión y que cumpla con la legislación vigente. Esto incluye la inclusión o el desglose de un ejemplo representativo y/o la Tasa Anual Equivalente en su forma legal, cuando sea requerido por ley, a los simples efectos de que el consumidor pueda comparar entre las diferentes ofertas existentes en el mercado, si bien este indicador es comúnmente utilizado en la banca tradicional para productos a más largo plazo, en especial, a más de un año, no es un indicador válido ni representativo que pueda aplicarse a nuestro sector habida cuenta sus particularidades y el corto plazo de devolución.

4.1.5. Los asociados deberán indicar que forman parte de la Asociación, en especial, en la página de inicio de su sitio web. Además, los asociados dispondrán de un enlace (link) a este Código de Buenas Prácticas en su sitio web y facilitarán copias de éste a petición del cliente.

4.1.6. Los asociados se comprometerán y garantizarán que de forma transparente los clientes puedan conocer en todo momento la denominación de la compañía prestamista, así como su marca, en especial en aquellos casos en los que se utilicen marcas o nombres comerciales danod acceso de forma clara y

sencilla en su página web a la información de la entidad jurídica que opera detrás de cada marca comercial.

**4.1.7.** Los asociados no presionarán a los clientes para suscribir un acuerdo de micropréstamo o para prorrogar el plazo de uno ya existente, más allá de informarles de tal posibilidad por los medios y canales habitualmente establecidos de comunicación con el cliente.

**4.1.8.** Los asociados en ningún caso focalizarán sus estrategias de marketing en grupos económicamente vulnerables o con un historial crediticio desventajoso, evitando en todo caso las situaciones de sobreendeudamiento.

#### **4.2 Agentes intermediarios, comisionistas o afiliados.**

**4.2.1.** Los asociados realizarán sus mejores esfuerzos para asegurar y controlar que los intermediarios, comisionistas, afiliados y análogos operadores, respeten también en su comunicación comercial las buenas prácticas recogidas en este Código.

#### **4.3 Explicaciones del producto financiero.**

**4.3.1.** Los asociados deberán utilizar un lenguaje claro, inteligible y transparente en todas sus comunicaciones con los clientes, evitando cláusulas oscuras, de difícil interpretación o que puedan inducir al error, de tal modo que el cliente pueda conocer las características esenciales del producto y pueda manifestar a su vez su consentimiento de manera libre, informada, inequívoca y específica.

**4.3.2.** Los asociados informarán a los potenciales clientes que los micropréstamos son un producto diseñado para solucionar problemas de liquidez puntual a corto plazo y que sus condiciones no son las más apropiadas para una financiación a medio o largo plazo.

**4.3.3.** Los asociados deberán comunicar a los clientes los intereses gastos por prestación del servicio, honorarios o cuotas aplicables a sus micropréstamos y la base sobre la que se aplicarán, de tal modo que los consumidores sepan en todo momento y, en especial, antes de tomar su decisión de contratar el producto, el coste y resto de gastos asociados a la contratación del préstamo, así como las



consecuencias del impago del mismo, facilitando que el cliente pueda tomar su decisión debidamente informado de la trascendencia e importancia económica de su decisión, de tal modo que la misma se adopte de manera responsable.

#### **4.4 Información precontractual.**

**4.4.1.** Los asociados se comprometerán a garantizar la transparencia en sus relaciones con los consumidores, incluida la necesidad de proveerles con las explicaciones adecuadas según la legislación aplicable.

**4.4.2.** Los asociados deberán expresar con claridad el importe total a pagar, con inclusión de todas las comisiones, cargas, honorarios, gastos, y demás cantidades, así como todos los impuestos que granen la operación o, cuando no pueda indicarse un precio exacto, la base de cálculo que permita al cliente comprobar el precio.

**4.4.3.** Antes que el cliente se encuentre vinculado a un acuerdo crediticio, los asociados le deberán proveer de información crediticia precontractual que establece la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo.

**4.4.4.** Los asociados deberán explicar al cliente e informar en los documentos contractuales acerca del derecho de desistimiento conforme a la normativa en vigor y de forma clara y sencilla.

**4.4.5.** Los asociados deberán proveer aclaraciones al cliente, para asesorarlo sobre si el acuerdo crediticio propuesto es apropiado a sus circunstancias, explicando:

- que los micropréstamos en efectivo son apropiados para cubrir necesidades financieras a corto plazo y que, en consecuencia, no son adecuados como financiación a medio o largo plazo;
- que ampliando la duración de los micropréstamos puede incrementarse sustancialmente el coste total del micropréstamo;
- el riesgo de tener que pagar intereses adicionales o cuotas por mora en caso de incumplimiento del acuerdo; y
- la posibilidad de ejercer el derecho de desistimiento dentro del plazo legal de 14 días a contar desde el momento de la contratación, así como las condiciones aplicables a este derecho conforme a la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo.

–

**4.4.6.** Cuando un asociado tenga razones para sospechar que la documentación y explicaciones facilitadas no permiten al cliente evaluar si el acuerdo es apropiado para sus necesidades y circunstancias personales, los asociados deberán facilitar al cliente información adicional y aclaración que le permitan determinar la idoneidad del acuerdo.

**4.4.7.** En todas las circunstancias los asociados deberán permitir al cliente hacer las preguntas que consideren oportunas sobre el acuerdo crediticio. Los asociados también deberán informar al cliente sobre cómo conseguir información adicional y obtener explicaciones sobre el acuerdo crediticio.

#### **4.5 Evaluación de la rentabilidad y viabilidad.**

**4.5.1.** Los asociados deberán, antes de garantizar el crédito o incrementar sustancialmente la cantidad de crédito ofrecida al cliente, evaluar de forma adecuada la solvencia del cliente, para valorar bien la capacidad del prestatario de permitirse el compromiso financiero inicial o bien un compromiso de crédito adicional posterior. La evaluación de la solvencia deberá estar basada en información y evidencias proporcionadas por el cliente, pudiendo los asociados valorar la misma en base a sus ingresos y/o a la información proporcionada por agencias de crédito y/o registros de morosidad. La evaluación de la solvencia tendrá en cuenta aspectos tales como:

- Importe del préstamo solicitado
- Ingresos del cliente
- Edad del cliente
- Capacidad de pago
- Información de agencias de crédito
- Experiencia previa del cliente
- Circunstancias personales del cliente comunicadas al prestamista
- El resultado de técnicas de análisis de crédito, scorings y similares
- Información facilitada por el cliente para validar la información

**4.5.2.** Recordar al cliente el carácter de micropréstamo a corto plazo y sugerirle la contratación de un préstamo a largo plazo si resulta evidente que se están utilizando micropréstamos a corto plazo para necesidades de financiación recurrentes o constantes.

**4.5.3.** Los asociados deberán supervisar continuamente sus prácticas comerciales para la concesión de micropréstamos, así como sus criterios de riesgo para fomentar unas prácticas de financiación responsable.

**4.5.4.** Los asociados deberán garantizar, en el caso de que un micropréstamo sea rechazado y el cliente considere que el rechazo se ha hecho de forma irracional, que un supervisor o agente más experimentado revisará su solicitud.

#### **4.6 Prórroga del micropréstamo.**

**4.6.1.** Los asociados aplicarán el coste de la prórroga del micropréstamo siempre sobre el principal del préstamo a corto plazo, y en ningún caso sobre los intereses o las cuotas de los micropréstamos.

**4.6.2.** Los asociados no deberán realizar prórrogas por tácita reconducción, pero se podrán considerar las opciones disponibles y sólo se ampliará el plazo de amortización del micropréstamo con el consentimiento previo y expreso del cliente.

**4.6.3.** Cuando el cliente solicite una prórroga del micropréstamo, en caso necesario, los asociados deberán llevar a cabo un análisis apropiado y proporcional del riesgo de la operación antes de que se autorice la prórroga.

**4.6.4.** Los asociados no podrán permitir a los clientes prorrogar los micropréstamos a corto plazo durante un periodo que exceda los ocho (8) meses de duración en total, sugiriendo al cliente la contratación de un préstamo a largo plazo en tal caso.

#### **4.7 Plan de amortización con plazos fijos.**

**4.7.1.** En situaciones de mora prolongada, el prestamista deberá valorar ofrecer al cliente un plan de amortización del préstamo en cuotas fijas. No se aplicarán cuotas o intereses adicionales por someterse a un plan de amortización en cuotas fijas.

**4.7.2.** El Plan Fijo de Amortización permitirá, en su caso, a los clientes pagar el saldo pendiente en cantidades iguales en un período determinado.

4.7.3. El prestamista solo tendrá la obligación de ofrecer esta solución a un mismo cliente una vez por cada doce meses, con independencia de su situación.

## 5. COBRO DE DEUDAS

5.1. Los asociados deberán asegurar, revisando regularmente los procedimientos de cobro de deudas y los usados por terceras partes, el respeto a altos estándares éticos que permitan una correcta consideración de las circunstancias del cliente.

5.2. Los asociados deberán establecer e implementar políticas y procedimientos para tratar con aquellos clientes que se demoren en el pago de una forma razonable, clara y no engañosa. En todo caso, los asociados no podrán reclamar a un cliente un importe que por todos los conceptos devengados exceda del 200% del capital inicialmente prestado.

5.3. Los asociados establecerán los debidos protocolos para que en aquellos casos en los que se haya acreditado a un cliente una situación de prodigalidad o diagnosticado una incapacidad para administrar sus recursos o patrimonio, el cobro de la deuda se limite, en atención a su estado en el momento de la contratación, al principal del préstamo solicitado. En todo caso los asociados concederán a este tipo de clientes un tiempo razonable para que puedan evidenciar dicho estado y sus circunstancias personales concretas, siendo sus casos tratados de manera individualizada, específica y personal.

5.4. Los asociados no impondrán recargos por retraso a aquellos clientes que se atrasen en el pago, a menos que la naturaleza de estos recargos se encuentre expuesta en la información precontractual y en el acuerdo y se limiten al único fin de recuperar los costes del asociado y los gastos del recobro de lo impagado.

5.5. Los asociados deberán valorar aceptar alternativamente, otras cantidades de pago, asequibles, cuando el prestatario, su asesor externo o representante debidamente acreditado realicen una propuesta razonable. En todo caso se aceptará la representación de un tercero y su intervención por cuenta del cliente, siempre que dicha circunstancia se acredite debidamente en atención a la normativa sobre protección de datos de carácter personal y con respeto escrupuloso a la confidencialidad del cliente.

**5.6.** Los asociados deberán establecer una política para paralizar recargos automáticos en la cantidad debida por el cliente, después de un período de retraso de más de 90 días desde la fecha de vencimiento o falta de pago, o cuando haya sido aceptado por el cliente un plan de amortización. No obstante lo anterior, los asociados podrán en todo caso repercutir al cliente los gastos de todo tipo, en especial, judiciales que se devenguen y deriven de las actuaciones de recobro de la deuda, que se requieran y sean necesarias para exigir el cobro de la misma en los supuestos de impago.

**5.7.** Si un asociado cede la gestión de un expediente o de un cliente a otra persona o agencia, para cobrar pagos atrasados, como por ejemplo a una empresa de recobro de deudas o a un abogado, se informará expresamente al cliente de esta cuestión facilitando los datos de la entidad o persona cesionaria.

Los asociados deberán encargar estas gestiones a personas o entidades de probada solvencia en su ámbito de gestión, valorando su pertenencia a asociaciones que garanticen a su vez que sus miembros cumplen con los debidos estándares de calidad.

**5.8.** Los asociados deberán informar de la existencia de este Código a cualquier agencia de cobro de deudas para asegurar su conformidad y el respeto a las normas del mismo.

**5.9.** En los supuestos en los que los asociados vendan una cartera de deuda, el adquirente únicamente podrá reclamar como máximo hasta el límite establecido en el punto 5.2 anterior.

## **6. TRATAMIENTO DE CLIENTES CON DIFICULTADES ECONÓMICAS.**

**6.1.** Los asociados deberán considerar los casos de dificultades económicas de forma comprensiva y positiva, tratando de comprender las circunstancias de los clientes deudores o que se han atrasado en el pago con paciencia y con la debida atención y no intimidarlos o amenazarlos, sino alentarlos a que contacten con los asociados y comuniquen sus dificultades financieras.

**6.2.** Los asociados deberán, cuando sea apropiado, remitir a los clientes a AEMIP o a otras Organizaciones de asesoramiento sobre micropréstamos de forma que los clientes puedan conseguir asesoramiento gratuito sobre la materia.

**6.3.** Los asociados podrán alcanzar acuerdos con cualquier asesor de micropréstamos siempre que consten acreditadas tanto la debida representación como las pertinentes instrucciones del cliente.

**6.4.** Los asociados deberán suspender de forma temporal (y por un plazo de al menos 7 días), el intento de cobro de una deuda de un cliente en mora o que esté experimentando dificultades en el pago en aquellas circunstancias en las que se esté negociando un plan de amortización o cuando esté interviniendo un asesor externo del cliente.

**6.5.** Cuando los clientes hayan demostrado dificultades financieras previas, los asociados deberán tenerlo en cuenta ante una concesión de un nuevo micropréstamo, dónde el cliente deberá ser asesorado por un asesor de micropréstamos antes de que se le otorgue y no se le permitirá suscribir nuevos acuerdos de micropréstamo hasta que todos los micropréstamos pendientes hayan sido restituidos.

**6.6.** En aras a garantizar que los clientes de los miembros de la Asociación se puedan auto proteger de un endeudamiento excesivo, cualquier cliente podrá realizar una solicitud de inclusión en una lista denominada “Lista de Autoprotección” ante la Asociación. El cliente que se auto incluya en esta lista estará manifestando su voluntad de no recibir Micropréstamos de los asociados. Cualquier solicitud por escrito, acompañada de fotocopia del D.N.I. o documento equivalente en vigor, será tramitada y remitida a todos los asociados que deberán comprometerse a su cumplimiento, y, se mantendrá invariable, salvo revocación, por un periodo de 2 años. Las solicitudes tramitadas desde la Asociación para todos los asociados solo podrán ser revocadas por la Asociación o transcurrido el periodo de dos años antedicho. El cliente deberá ser redirigido a la Asociación, en el caso de que solicite la revocación a un asociado de forma individual.

**6.7.** En casos excepcionales en los que un cliente pueda haber acumulado una deuda excesiva que afecte a varios miembros de la asociación y para facilitar a los clientes de los miembros de la asociación la gestión de su deuda de forma profesional e independiente, la asociación podrá poner a disposición de los clientes la figura denominada “Agente Mediador”. Este Agente Mediador será un interlocutor válido (normalmente un abogado o intermediario financiero) reconocido por todos los asociados, que tratará toda la deuda del cliente de forma conjunta tratando de alcanzar acuerdos que sean adecuados para todas las partes. Las tarifas del agente mediador, sus datos de contacto y el acuerdo

marco, estarán, en su caso, publicados al acceso de cualquier cliente en la página web de la Asociación.

## 7. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN.

7.1. Los asociados tendrán políticas y procedimientos que aseguren el cumplimiento de la legislación en materia de protección de datos personales, garantizando que el cliente tiene la oportunidad para decidir si se ceden o no sus datos personales a compañías de marketing, afiliación o list brokers o para su utilización para otros finalidades distintas a la concesión del micropréstamo.

7.2. Los asociados deberán respetar la información personal que se les proporcione y deberán informar a los clientes de los fines a los que se va a destinar, antes de que ésta sea proporcionada por el cliente.

7.3. Los asociados tendrán el deber de confidencialidad sobre la información financiera proporcionada por sus clientes (y antiguos clientes) y no deberán revelar detalles de las cuentas bancarias de los clientes, sus nombres o direcciones a ningún tercero, a excepción de la presentación a agencias u organismos de información de riesgos y en los siguientes casos:

- Cuando exista una razón u obligación legal.
- Cuando exista un deber público para revelar la información.
- Cuando la divulgación se ha hecho a petición o con el consentimiento del cliente.

7.4. Los asociados que utilicen los servicios de agencias u organismos de información de riesgos y agencias de prevención del fraude, deberán asegurar que cualquier información que aporten sobre sus clientes y el estado de sus cuentas sea completa, precisa y exacta

7.5. Los asociados deberán cumplir en todo momento con el 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, con la Ley Orgánica

3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, y resto de normativa aplicable, informando en especial a sus clientes de los derechos que la anterior normativa les reconoce, en especial los derechos de acceso, supresión u olvido, rectificación, limitación, oposición, portabilidad, así como a presentar una reclamación ante la correspondiente autoridad de control.

7.6. Los asociados deberán comunicar a sus clientes su derecho a oponerse al tratamiento de sus datos para la remisión de información publicitaria del propio asociado o de terceras partes relacionadas a los asociados. Para ello los asociados deberán someterse a lo dispuesto en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico y resto de normativa concordante.

## 8. PROCEDIMIENTO DE RECLAMACIÓN

### General

8.1. Los asociados facilitarán a sus clientes la información necesaria sobre los procedimientos de reclamación incluyendo los detalles de contacto apropiados.

8.2. Los asociados abordarán con diligencia y a un nivel adecuado de gestión las reclamaciones que reciban. Se deberá establecer un procedimiento adecuado para las reclamaciones y facilitar información cuando un cliente haga una reclamación o cuando pida una copia del procedimiento de tramitación. Los asociados deberán llevar a cabo una investigación completa de todas las reclamaciones y deberán asegurar que la carta de respuesta final explique con la debida claridad si la reclamación ha sido o no aceptada. Si se acepta y se debe pagar una compensación, los asociados deberán asegurar que se haga puntualmente. Los clientes deberán ser informados sobre los pasos a seguir si no se encuentran satisfechos con la resolución de la reclamación.

8.3. En caso de conflicto con un cliente deberá ofrecérsele la posibilidad de someterse a un proceso de mediación por parte de AEMIP, que será arbitrado por la Junta de AEMIP, todo ello de acuerdo con lo establecido en los puntos siguientes.



## Reclamaciones de clientes

**8.4.** Esto será de aplicación a las reclamaciones realizadas por los clientes a la Asociación, en relación a las transacciones realizados entre ellos y los asociados.

**8.5.** Si un cliente hace una reclamación a la Asociación, en relación a un informe o un acuerdo con un asociado, la Asociación deberá en primera instancia, remitir la reclamación a la Junta de AEMIP que intentará conciliar entre el cliente y el asociado para resolver la reclamación. La Asociación deberá aceptar, para la conciliación, reclamaciones hechas en contra de los asociados y filiales de los asociados.

**8.6.** Nada en este Código limita o intenta limitar el derecho del cliente o de un asociado a intentar buscar una solución al problema acudiendo a la jurisdicción ordinaria.

**8.7.** No se podrá acudir a la conciliación si la reclamación de un cliente ya ha sido considerada por otro sistema de resolución de conflictos o se ha sometido a la jurisdicción ordinaria.

**8.8.** Los asociados deberán notificar a los clientes el estado de su procedimiento de reclamación, incluyendo su derecho a buscar una solución a través de la Asociación.

## 9. INTERPRETACIÓN

**9.1.** Lo dispuesto en este Código se interpretará según lo indicado, teniendo en cuenta las modificaciones o nuevas incorporaciones existentes en las leyes aplicables o en los reglamentos que las desarrollen.

## 10. PROCEDIMIENTOS FORMALES

**10.1.** La Asamblea o la Junta Directiva por razones urgentes y justificadas, podrán realizar las modificaciones necesarias en este Código, cuando lo consideren apropiado, mediante una votación de la mayoría de los asociados de la

Asamblea o de la Junta Directiva. En caso de no alcanzar la mayoría, el presidente de la Asamblea o de la Junta Directiva tendrá un voto de calidad.

**10.2.** La Asamblea o la Junta Directiva deberá comunicar a los asociados con un mínimo de treinta días de antelación, la intención de realizar cambios en este Código.