

CNMV SOMETE A CONSULTA PÚBLICA PROYECTO DE CIRCULAR SOBRE PUBLICIDAD DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INVERSIÓN

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) ha lanzado una consulta pública sobre la propuesta de Circular que desarrollará la Orden EHA 1717/2010, de 11 de junio, de regulación y control de la publicidad de servicios y productos de inversión.

Este proyecto Circular desarrolla tanto el ámbito de aplicación como el contenido y formato que deberán respetar los mensajes publicitarios. Asimismo, establece reglas sobre los procedimientos y controles internos a implementar por parte de las entidades y las obligaciones de registro de la publicidad, y el régimen aplicable en caso de que las entidades decidan adherirse voluntariamente a sistemas de autorregulación de la actividad publicitaria para garantizar que se cumplen los principios y criterios recogidos en la futura circular.

Al igual que la recién entrada en vigor [Circular 4/2020 del Banco de España](#), el proyecto de Circular consta de nueve normas. La norma tercera delimita el ámbito objetivo de la circular, incluyendo la actividad publicitaria sobre cualesquiera productos financieros, servicios o actividades sometidos a la supervisión de la CNMV, así como la llevada a cabo por la plataformas de financiación participativa). Al mismo tiempo, dicha norma recoge las actividades que no tendrán la consideración de actividad publicitaria.

La norma cuarta circunscribe el ámbito subjetivo de la futura circular. En particular, será de aplicación a todas las entidades supervisadas por la CNMV que realicen actividades publicitarias sobre productos y servicios de inversión y a las entidades que operen en España en régimen de libre prestación de servicios, así como a otras entidades en principio no sujetas a la supervisión de la CNMV que efectúen por iniciativa propia o encarguen a terceros actividad publicitaria dirigida a inversores residentes en España.

La norma quinta recoge principios generales sobre el contenido y formato del mensaje publicitario, según los cuales la publicidad debe ser clara, equilibrada, imparcial y no engañosa. La norma sexta, por su parte, establece la obligación de que las entidades cuenten con una política de comunicación comercial que incluya procedimientos y controles internos adecuados.

Puede consultar el texto íntegro del proyecto de circular [aquí](#).

MARTES, 21 DE JULIO DE 2020