

Regulación de la publicidad sobre criptoactivos

El 17 de enero de 2022 se ha publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE) de España la Circular 1/2022, de 10 de enero, de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), relativa a la publicidad sobre criptoactivos presentados como objeto de inversión.

En tal sentido, la Circular desarrolla una serie de aspectos particulares sobre el tema. Por ejemplo, los principales conceptos, normas y criterios de aplicación a la publicidad sobre criptoactivos en los momentos que estos sean objetos de inversión.

Los criptoactivos han alcanzado mucha relevancia en el sector financiero durante los últimos años, es por ello que el Estado español busca velar por los intereses de los inversores, ya que no hay una regulación específica que responda a los riesgos que conlleva la adquisición de esta clase de activos.

La presente Circular tiene como fundamento lo establecido en el artículo 240 bis de la Ley del Mercado de Valores, que esboza lo siguiente:

“Artículo 240 bis.

La CNMV podrá someter a autorización u otras modalidades de control administrativo, incluida la introducción de advertencias sobre riesgos y características, la publicidad de criptoactivos u otros activos e instrumentos presentados como objeto de inversión, con una difusión publicitaria comparable, aunque no se trate de actividades o productos previstos en esta Ley. La CNMV desarrollará mediante circular, entre otras cuestiones, el ámbito subjetivo y objetivo y las modalidades concretas de control a las que quedarán sujetas dichas actividades publicitarias.

A estos efectos resultará de aplicación lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 240 de esta Ley.”

La CNMV considera que la información contenida en la publicidad requiere ser clara e imparcial, por lo que de forma previa esclarece ciertos conceptos, tales como el de los criptoactivos, considerados como una *representación digital de un derecho, activo o valor que puede ser transferida o almacenada electrónicamente*. En esa misma línea, estas representaciones son empleadas por los proveedores de servicios sobre criptoactivos, quienes requieren llegar a un público para ofertar estos activos.

De esta manera pueden realizar acuerdos o contratos con los proveedores de servicios publicitarios o con cualquier persona natural o jurídica para promocionar las ventajas de los criptoactivos como inversión, constituyéndose como sujetos obligados por la presente Circular.

Conociendo estos conceptos importantes vamos a mencionar algunas disposiciones que ha generado esta Circular, que se encuentra conformado por siete normas, dos disposiciones finales y dos anexos:

- Se resalta que los criptoactivos deberán ser objeto de inversión, siendo posible utilizar la presunción en aquellos casos en donde se promueva su adquisición, se precise sobre sus rentabilidades, sobre sus precios o valores actuales y/o futuros.
- El ámbito de aplicación de la Circular es el territorio español, por tanto, se busca proteger los intereses de los inversionistas españoles.
- No se encuentran contemplados dentro de la Circular: (i) la publicidad de los criptoactivos únicos y no fungibles con otros criptoactivos, como en el caso de su uso en juegos o competiciones; (ii) la publicidad de los documentos explicativos de la emisión, como los Whitepapers; (iii) la publicidad de las publicaciones de analistas financieros o comentaristas independientes que no tengan un fin promocional de las inversiones; (iv) la publicidad de seminarios técnicos, cursos y jornadas sobre criptoactivos que no tengan un fin promocional de las inversiones; etc.
- Las características de la publicidad sobre criptoactivos deben ser claras, equilibradas, imparciales, y no engañosas, teniendo en consideración que el público inversor debe entender de manera sencilla toda la información relevante remitida.

- La comunicación comercial es muy importante, por lo que las características propias de los criptoactivos deberán ser acompañadas por mensajes de advertencias como las siguientes:
 - *“La inversión en criptoactivos no está regulada, puede no ser adecuada para inversores minoristas y perderse la totalidad del importe invertido”.*
 - *“Es importante leer y comprender los riesgos de esta inversión que se explican detalladamente en esta ubicación”.*
- En relación con el procedimiento de evaluación, se precisa que la actividad publicitaria no requerirá de una comunicación previa a la CNMV, salvo que se trate de campañas publicitarias masivas. Sin embargo, la entidad supervisora podrá requerir a los obligados cierta información importante de la publicidad que permita constatar su cumplimiento, tales como los datos generales de la publicidad, la identificación de los proveedores de servicios publicitarios, etc.
- Se precisa en el Anexo II de la Circular, que los criptoactivos no se encuentran cubiertos por mecanismos de protección al cliente, tales como el Fondo de Garantía de Depósitos o el Fondo de Garantías de Inversores, por lo que el inversor asume riesgos al contratar estos servicios.
- Por último, se hace referencia a aquellos casos en donde el proveedor de servicios no se encuentra ubicado en un país de la Unión Europea, cuya resolución de conflictos con un inversor puede no estar contemplada en el ámbito de competencia de las autoridades españolas.

Fecha de recepción: 07.02.22

Fecha de publicación: 08.02.22