

La Circular 2/2020, de 28 de octubre, desarrolla y especifica el marco de actuación, registro y documentación de la actividad publicitaria de productos y servicios de inversión. Todo ello, en línea con la Circular 4/2020, de 26 de junio, del Banco de España referida a los productos y servicios bancarios. Los aspectos más relevantes son los siguientes:

1 Ámbito objetivo

Queda sujeta a la circular la actividad publicitaria dirigida a inversores o inversores potenciales sobre los siguientes productos o servicios:

- > instrumentos financieros,
- > servicios y actividades de inversión y auxiliares,
- > actividad de gestión de instituciones de inversión colectiva, entidades de capital riesgo y fondos de titulización,
- > depósitos estructurados,
- > servicios de las plataformas de financiación participativa,
- > y, en general, cualesquiera otros productos financieros, servicios o actividades sometidos a la supervisión de la CNMV.

2 Actividades excluidas

Se excluyen del alcance de la circular 2/2020 las siguientes:

- > Informaciones remitidas a clientes o publicadas en la web sobre datos objetivos de un instrumento financiero, que no incluyan elementos subjetivos o juicios de valor sobre él; por ejemplo, fichas informativas de productos, evolución del valor liquidativo o composición de la cartera de una institución de inversión colectiva (IIC).
- > Documentos o publicaciones informativas que se envíen a los clientes explicando la situación de los mercados y cuáles han sido las decisiones de gestión de la entidad en dicho contexto de mercado en un periodo determinado.
- > La documentación o informaciones que se proporcionen en el marco del suministro de información o la comunicación, directa o indirecta, sobre estrategias de inversión o ideas de inversión.

3 Consideraciones sobre el contenido y responsabilidad de la comunicación comercial

- A** Cuando la comunicación comercial incorpore información sobre rentabilidades históricas, las entidades deben tener en cuenta que:
- > con respecto a las IIC de nueva creación, podrá darse la información acumulada del año en curso cuando no cuenten con el dato de rentabilidad para un período de 12 meses, y
 - > podrán facilitarse rentabilidades de períodos superiores al año siempre que se trate de información adicional a la mínima requerida por la circular.
- B** En relación con la responsabilidad sobre el contenido de las comunicaciones publicitarias, la entidad que publicite productos y servicios de otra entidad deberá cumplir igualmente con las obligaciones de la circular.
- C** Minoristas: la circular asimismo especifica que en ningún caso se podrá realizar actividad publicitaria dirigida a minoristas o al público en general referida a cualquier producto o servicio cuya venta o prestación esté prohibida para clientes minoristas.

4 Política de comunicación comercial

Las entidades afectadas deben disponer de una política de comunicación comercial que recoja los procedimientos y controles internos que exige la circular para prevenir y gestionar los riesgos de la actividad publicitaria. Dicha política debe ser aprobada por el órgano de administración, con el informe favorable de la unidad responsable de la función de cumplimiento normativo o de control correspondiente; estos procedimientos y controles internos deben revisarse periódicamente y cuando se produzcan cambios relevantes en la actividad o la normativa que lo requieran.

La política de comunicación comercial podrá establecerse a nivel de grupo, y establece la opción de que, mediante acuerdo motivado del órgano de administración, se elabore una política de comunicación comercial simplificada para las entidades que:

- > tengan una actividad publicitaria limitada y acotada principalmente a productos de inversión no complejos, y
- > sean de reducida dimensión, considerándose entidades de reducida dimensión las que cumplan los criterios de pequeña o mediana empresa de la Directiva 2013/34/UE¹.

5 Registro de la actividad publicitaria

Las entidades tienen que llevar un registro interno actualizado de sus actividades publicitarias que contemple lo siguiente:

- A** cumplir con las condiciones de veracidad, exhaustividad, accesibilidad y trazabilidad, y
- B** facilitar a la CNMV sus funciones de supervisión.

6 Supervisión de la actividad publicitaria

En cuanto a la supervisión de la actividad publicitaria, se introducen dos nuevas disposiciones:

- A La posibilidad de interponer recurso administrativo, una vez confirmado por la CNMV el requerimiento de cese o rectificación de una actividad publicitaria.
- B **El supervisor entenderá que la entidad actúa diligentemente** en lo relativo al cumplimiento del contenido y formato del mensaje si la pieza publicitarios **se ajusta al contenido del informe de consulta previa positivo emitido por el sistema de autorregulación publicitaria al que esté adherida**, salvo que dicho informe contradiga manifiestamente lo dispuesto en la circular.

7 Entrada en vigor

La circular entrará en vigor el 13-2-2021, excepto la norma 7 en cuanto a las características del registro, que entrará en vigor a los seis meses de la publicación por el Banco de España de las especificaciones técnicas previstas en la disposición final segunda de la Circular 4/2020, de 26 de junio, del Banco de España, sobre publicidad de los productos y servicios bancarios.

Atención y Soporte

Por todo lo anterior desde BONET consulting, quedamos a su disposición para comentar el alcance de las implicaciones anteriores y, en particular, nuestro soporte en el desarrollo y configuración de la política de actuación comercial que resulte necesaria. Todo ello con la debida acreditación de los deberes del Órgano de Administración y responsables de Compliance, junto con su integración en el sistema de cumplimiento normativo y prevención penal de la Entidad.

Atentamente,

BONET consulting