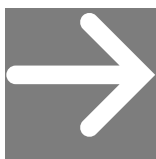


# La CNMV publica una circular relativa a la publicidad sobre criptoactivos presentados como objeto de inversión



Enero 2022

## ¿Hablamos?

### Javier Cano Peláez

Socio del departamento de Regulación Financiera en PwC Tax & Legal  
[javier.cano.pelaez@pwc.com](mailto:javier.cano.pelaez@pwc.com)

### Pablo Fernández Burgúeño

Abogado del departamento de New Law en PwC Tax & Legal  
[pablo.fernandez.burgueno@pwc.com](mailto:pablo.fernandez.burgueno@pwc.com)

### Rodrigo Díaz-Jares Amorós

Abogado del departamento de Regulación Financiera en PwC Tax & Legal  
[rodrigo.diaz-jares.amoros@pwc.com](mailto:rodrigo.diaz-jares.amoros@pwc.com)

El pasado 17 de enero se publicó 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. La norma se dicta al amparo de la habilitación concedida a la CNMV en el artículo 240 bis del texto refundido de la Ley del Mercado de Valores aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre (en adelante, TLMV) introducido a través del Real Decreto-ley 5/2021, de 12 de marzo de medidas extraordinarias de apoyo a la solvencia empresarial en respuesta a la pandemia de la COVID-19.

La circular tiene por objeto establecer las normas, principios y criterios a los que debe sujetarse la actividad publicitaria sobre **criptoactivos presentados como objeto de inversión**, siempre que estos: no tengan la naturaleza de instrumentos financieros según el TRLMV; y por razón de sus características y de su naturaleza no sean susceptibles de ser objeto de inversión (Utility Tokens y Non-Fungible Tokens o NFTs).

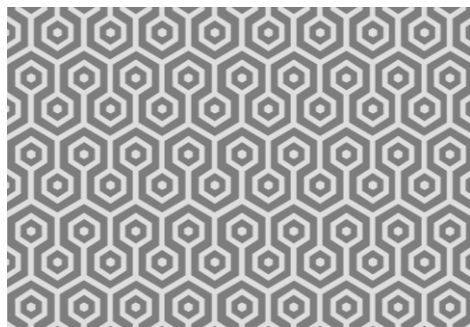
En este sentido, la circular aborda los aspectos relativos al ámbito objetivo y subjetivo de aplicación, concreta la

actividad publicitaria que debe ser sometida a un régimen de comunicación previa y fija las herramientas y los procedimientos que se desarrollaran para realizar la supervisión de la actividad publicitaria sobre los criptoactivos.

### Ámbito objetivo

La Circular regula la actividad publicitaria sobre criptoactivos que sean objeto de inversión, entendiéndose por actividad publicitaria **toda publicidad dirigida a inversores o potenciales inversores residentes en España en la que se ofrezcan o se llame la atención de forma implícita o explícita, sobre criptoactivos como objeto de inversión.**

A estos efectos, se presumirá que se ofrece un criptoactivo como objeto de inversión **cuando se promueva su adquisición o se expongan referencias sobre su rentabilidad, valor o precio, actual o futuro, que pueda sugerir una oportunidad de inversión sobre el criptoactivo publicitado, aun cuando de forma eventual puedan ser utilizados como medio de cambio.**



Por otro lado, se entenderá que una actividad publicitaria va dirigida a inversores en España cuando la misma se desarrolle a través de medios físicos en España y todas aquellas que se realicen en español o en idiomas oficiales a excepción de aquellas que establezcan medidas que acrediten que los servicios o productos publicitados no están dirigidos o no son accesibles a inversores en España.

No obstante, quedan excluidos del ámbito de aplicación de la circular las siguientes actividades publicitarias:

- Publicidad sobre criptoactivos que tengan la naturaleza de instrumentos financieros o que no sean susceptibles de ser objeto de inversión.
- Publicidad sobre criptoactivos cuyo único uso sea el acceso digital a un producto o servicio (Utility Tokens), siempre que no se haga referencia a las expectativas de revalorización, y el volumen y las condiciones de la oferta sean acordes con los derechos ofrecidos por el criptoactivo publicitado.
- Publicidad sobre criptoactivos únicos y no fungibles con otros criptoactivos (Non-Fungible Tokens o NFTs), siempre que representen activos coleccionables, obras con propiedad intelectual, o activos cuyo fin sea su utilización en juegos o competiciones no siendo ofrecidos masivamente como objeto de inversión.
- Documentación explicativa de una nueva emisión (White paper). Campañas publicitarias corporativas con información genérica sobre un sujeto obligado o su objeto social, destinadas a darse a conocer al público.
- Documentación o informaciones que se proporcionen en presentaciones dirigidas únicamente a analistas o inversores institucionales sobre una nueva emisión de criptoactivos, con

la intención de conocer el interés de los inversores institucionales.

- Publicaciones emitidas por analistas financieros o comentaristas independientes, que no estén patrocinadas o promocionadas por criptoactivos.
- La publicidad sobre seminarios técnicos, cursos y jornadas sobre criptoactivos que en ningún caso fomenten la inversión en los mismos.

### **Ámbito de aplicación subjetivo:**

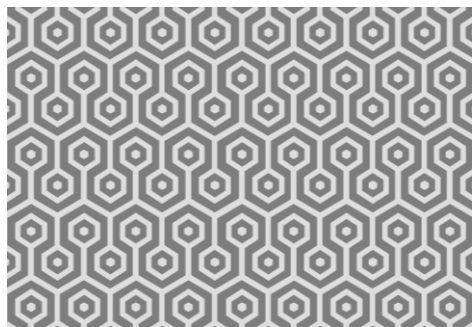
La circular será aplicable a:

- Proveedores de servicios sobre criptoactivos cuando realicen actividades publicitarias sobre criptoactivos.
- Proveedores de servicios publicitarios.
- Personas físicas o jurídicas, diferentes de las indicadas en los puntos anteriores, que realice por iniciativa propia o por cuenta de terceros una actividad publicitaria sobre criptoactivos.

### **Contenido y formato del mensaje publicitario**

Los sujetos obligados deberán cumplir ciertos requisitos en el diseño de las campañas y las piezas publicitarias en atención a la naturaleza y complejidad del producto y el medio de difusión utilizado.

Asimismo, la norma incluye la información sobre los riesgos del producto que deben cumplir las comunicaciones: inclusión del siguiente mensaje de advertencia con un formato y posición que garantice su relevancia: “La inversión en criptoactivos no está regulada, puede no ser adecuada para inversores minoristas y perderse la totalidad del importe invertido” y inclusión de un enlace o indicación a la ubicación de la información adicional con el texto previsto en dicha norma.



### **Supervisión de la actividad publicitaria y régimen de comunicación previa**

En líneas generales, la actividad publicitaria dirigida a inversores en España no requerirá **comunicación previa a la CNMV**. Se exigirá, sin embargo, comunicación previa diez días hábiles antes de su lanzamiento para aquellas **campañas publicitarias masivas que se dirijan a más de 100.000 personas utilizando cualquier medio publicitario**. Además, se prevé la **posibilidad de exigir la comunicación previa a determinados sujetos obligados en atención al impacto que pudieran tener en el público objetivo**.

La CNMV **podrá requerir a los sujetos obligados información específica sobre las campañas o piezas publicitarias** con el objetivo de valorar el cumplimiento de los requisitos exigidos por la Circular, así como **exigir su rectificación o cese**, estableciéndose un procedimiento a tal efecto.

Por otra parte, los sujetos obligados deberán mantener un registro con información y documentación relativa a las campañas publicitarias en curso y las desarrolladas en los últimos dos años.

**Entrada en vigor:** La circular entrará en vigor el 17 de febrero de 2022.