

**CONSULTA PÚBLICA PREVIA
CIRCULAR SOBRE PUBLICIDAD DE CRIPTOACTIVOS**

<https://www.cnmv.es/portal/verDoc.axd?t=%7ba8b40d0b-b4d0-4f10-acb1-174bb8726fb6%7d>

Respuesta a	fintech@cnmv.es
Subject-line	Comentarios de [Bit2Me] sobre la Circular sobre publicidad de criptoactivos
Fecha límite	16 April 2021 (18:00 PM)
De	Compliance@bit2me.com

Desde BITCOINFORME, S.L. (en adelante, **Bit2Me**), como compañía especializada en tecnología financiera y con un profundo conocimiento de la tecnología Blockchain y de los criptoactivos, damos la bienvenida a esta consulta y agradecemos la oportunidad brindada por la CNMV para aportar nuestros comentarios a la futura circular que regulará la publicidad sobre criptoactivos.

Como compañía que ha desarrollado campañas publicitarias sobre criptoactivos, consideramos imprescindible su regulación para cumplir en todo momento con la transparencia y seguridad que requieren este tipo de actuaciones por los riesgos que implica para los inversores. Desde Bit2Me abogamos por una publicidad clara, transparente, responsable y segura, facilitando a los interesados toda la información necesaria sobre la complejidad de estos tipos de inversión.

Conscientes de la necesidad de establecer un marco regulatorio a la publicidad de criptoactivos, no debemos olvidar que el objetivo común debe ser encontrar el equilibrio adecuado entre la protección de los inversores y la innovación financiera. Por lo tanto, consideramos que si bien debemos proteger los intereses de los inversores, la solución no debe obstaculizar la innovación financiera.

Bajo esta premisa, procedemos a aportar nuestros comentarios a la consulta realizada por la CNMV sobre la publicidad de criptoactivos.

Pregunta	Comentario
<p>P1: ¿Considera que el ámbito objetivo y subjetivo de aplicación es adecuado? ¿Qué elementos deberían incluirse y excluirse?</p>	<p>Se considera que el ámbito objetivo de aplicación es adecuado al encontrarse dirigido mayoritariamente a los potenciales inversores residentes en España, lo contrario podría resultar inabarcable. No obstante, será necesario determinar con exactitud cuál será el criterio para determinar qué actividades se considerarán publicitarias y cuáles estarán excluidas del ámbito de aplicación de la futura circular.</p> <p>Por otra parte, se deberá delimitar el objeto de la circular a los efectos de comprender que engloba el concepto de actividad publicitaria, anuncio de empresas dedicadas a la prestación de servicios relacionados con criptoactivos, anuncio de sus marcas o de servicios concretos que pudieran asemejarse o llegar a ser equiparables a productos o instrumentos financieros y servicios de inversión etc. como puedan ser las actividades de las plataformas de Exchange de criptomonedas.</p> <p>Por lo que respecta al ámbito subjetivo, se considera acertado incluir a proveedores de servicios sobre criptoactivos y empresas anunciantes que actúen por cuenta de aquellos. Sin embargo, deberá determinarse la forma de cumplimiento de aquellas empresas extranjeras que pretendan realizar</p>

	<p>actuaciones publicitarias dirigidas a potenciales inversores residentes en España. En este sentido, se plantea la posibilidad de establecer un canal de denuncias para empresas nacionales como medida de apoyo al control sobre la publicidad de criptoactivos realizado por la CNMV.</p> <p>Por último, resulta imprescindible que la futura circular se encuentre alineada con las disposiciones previstas en el futuro Reglamento MICA.</p>
Pregunta	Comentario
<p>P2: ¿Considera adecuado requerir autorización previa solo para determinadas campañas masivas? ¿En qué casos considera que debería aplicarse tal diferenciación?</p>	<p>La tendencia en Derecho Administrativo, como se ha visto reflejado en otras normativas que regulan el mercado (por ejemplo, Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado y Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones), es la sustitución de las autorizaciones por técnicas de intervención administrativa menos limitativas o restrictivas como es la comunicación previa o la declaración responsable.</p> <p>En este sentido, resulta relevante mencionar la función supervisora de la CNMV respecto a la publicidad de los productos y servicios de inversión que, como se refleja en la Norma 9 de la reciente Circular 2/2020, de 28 de octubre, no requiere autorización previa de la CNMV ni tan siquiera una comunicación previa al inicio de la actuación publicitaria. Por el contrario, del texto de la Circular se deduce que la función supervisora se limitará a una declaración responsable y que, en el ejercicio de sus funciones, la CNMV podrá requerir posteriormente a las entidades información específica sobre las campañas o piezas publicitarias con el fin de valorar el cumplimiento de los requisitos exigidos.</p> <p>No obstante, consideramos que la opción más adecuada para la función supervisora de la CNMV respecto al control de la publicidad de criptoactivos sería el régimen de comunicación previa para aquellas campañas masivas dirigidas al público general. La futura circular deberá determinar con exactitud el contenido que se deberá incluir en dicha comunicación previa.</p> <p>El resto de las acciones publicitarias quedarían sujetas al régimen de declaración responsable, de tal manera que los proveedores de servicios sobre criptoactivos que pretendan desarrollar una actuación publicitaria deberán establecer una política de comunicación comercial que incluya los correspondientes procedimientos y controles internos, que estará a disposición de la CNMV para su posterior actividad supervisora. En este sentido, la circular deberá indicar el contenido concreto que se deberá incluir en la política de comunicación comercial y los procedimientos y controles internos.</p> <p>Por último, será necesario establecer cuáles son los medios de comunicación, soportes físicos o medios</p>

	virtuales que se considerarán como campañas masivas y sobre los que, en consecuencia, se aplicará el control de la publicidad y el requerimiento, en su caso, de una comunicación previa. Se requiere, en concreto, el pronunciamiento en la circular sobre la aplicación del control de la CNMV a las actuaciones publicitarias realizadas a través de medios virtuales como redes sociales o plataformas como Google o Youtube.
--	---

--	--

Pregunta	Comentario
----------	------------

P3: A efectos de cumplir con los objetivos de claridad y contenido, ¿qué elementos considera más relevantes?	Para cumplir con los objetivos de claridad y contenido, las campañas publicitarias deberían indicar, además de los datos identificativos de la entidad responsable de la actuación publicitaria, tanto la complejidad y volatilidad de los criptoactivos, como la clara advertencia los riesgos que implica. En concreto, se recomienda desaconsejar el uso de criptoactivos a aquellas personas que no sean plenamente conscientes del servicio que están contratando y entiendan correctamente cómo se presta el mismo. Por otra parte, se requiere la definición de los conceptos de publicidad “equilibrada” e “imparcial”.
---	--

--	--

Pregunta	Comentario
----------	------------

P4: En relación con los riesgos, ¿qué elementos considera debería incluir el texto de advertencia obligatoria? ¿Está de acuerdo en que este texto se incluya de forma obligatoria y tasada, con formato y posición que garantice su relevancia dentro de la pieza publicitaria? En caso contrario, justificar.	Se considera necesario advertir del riesgo que implica las inversiones desde el punto de vista legal, en concreto, los riesgos identificados por la CNMV y el Banco de España en su Comunicado conjunto sobre el riesgo de las criptomonedas como inversión de 9 de febrero de 2021: indicar con claridad que las criptomonedas no se consideran medios de pago, que no cuentan con el respaldo de un banco central u otras autoridades públicas y que no se encuentran cubiertas por mecanismos de protección al cliente como el Fondo de Garantía de Depósitos o el Fondo de Garantía de Inversores. Esta información se debería configurar como esencial y aparecer de forma obligatoria y tasada en cada pieza publicitaria.
---	--

--	--

Pregunta	Comentario
<p>P5: ¿Está de acuerdo en el enfoque general de actuación para el régimen de supervisión, así como en la necesidad de disponer de la capacidad de actuar con la agilidad necesaria? ¿Qué elementos deberían tenerse en cuenta para facilitar la actuación supervisora de la CNMV?</p>	<p>Estamos de acuerdo en el enfoque general de actuación para el régimen de supervisión, así como en la necesidad de disponer de la capacidad de actuar con la agilidad necesaria. Será necesario que la futura circular determine con exactitud el contenido de la información y documentación de las campañas publicitarias que se deban incluir en los procedimientos internos de los proveedores de servicios de criptoactivos que realicen campañas publicitarias.</p> <p>Por lo que respecta a la segunda cuestión, sería recomendable que, si no lo tiene ya, la CNMV contará con un consejo asesor experto en materia de criptoactivos, un grupo de expertos que facilitará la actuación supervisora de la CNMV en este ámbito.</p>
Pregunta	Comentario
<p>P6: ¿Qué otros elementos considera relevantes para el desarrollo de la Circular sobre la publicidad de criptoactivos?</p>	<p>Para el desarrollo de la circular sobre la publicidad de criptoactivos sería relevante la clara identificación de aquellas actuaciones que se consideren como publicidad ilícita, así como las sanciones a las que se enfrentarían los proveedores de servicios de criptoactivos en caso de no cumplir con los requisitos establecidos.</p>