

Apertura de la Asamblea General de Autocontrol

PALOMA MARÍN, VICEPRESIDENTA DE LA CNMV

6 de mayo de 2026

Buenos días. Muchas gracias Xavi Pons y muchas gracias AUTOCONTROL por su invitación.

Es un placer para mí participar hoy en la apertura de la Asamblea Anual de AUTOCONTROL y dedicar unas primeras palabras a reconocer la labor de AUTOCONTROL en el fomento de una publicidad leal, honesta y veraz. Una labor especialmente relevante en tiempos en los que el volumen de información y la velocidad a la que se transmite en multiplicidad de canales especialmente los digitales nos abruman y a veces confunden. Tiempos además en los que proliferan prácticas de manipulación y fraude cada vez más sofisticadas.

El papel de AUTOCONTROL es clave en la protección del consumidor y especialmente en su capacidad de adaptarse y hacer frente a los desafíos actuales que plantea la publicidad digital, los influencers o la protección de menores. Esta labor coincide con objetivos estratégicos que nos hemos marcado en la CNMV y desde luego con nuestro mandato fundamental que es la protección del inversor.

Comparto con ustedes algunas reflexiones sobre esa función de protección del inversor que tenemos los supervisores europeos de los mercados de capitales. A esos retos del mundo digital y al flujo constante de información a los que me he acabado de referir, se suma el desafío de lograr una Unión de los Ahorros e Inversiones en la UE. El objetivo último de este proyecto de unión del mercado de capitales, que lleva años sin lograr despegar, es lograr incrementar la competitividad de nuestras economías para competir en un mercado global cada vez más complejo.

Para lograrlo, promovemos una mayor participación del ciudadano en los mercados de capitales que en España y Europa están menos desarrollados, para que permitan transformar ahorros en inversión. Para el ciudadano o pequeño inversor esto significa obtener mejores rendimientos de ese ahorro que se transforme en inversión, lo que permitirá que un mayor número de empresas españolas o europeas puedan acceder a más fondos para su crecimiento.

Pues bien, esa mayor involucración del ciudadano, del inversor minorista requiere de una mejor y mayor educación financiera que pasa, entre otros factores, por una comunicación más clara y una divulgación sencilla de la información. Sabemos que para ello tenemos que utilizar canales de comunicación distintos de los tradicionales. Y ese es el propósito que nos hemos propuesto en el CNMV. Algunos de los retos que

encontramos para lograr ese propósito son el fraude, en especial en el mundo digital, el papel de los influencers y el mundo de criptoactivos, aspectos a los que me voy a referir ahora.

El fraude crece de manera exponencial gracias al uso de las nuevas tecnologías y de la IA. En 2022 la CNMV impulsó el Plan de Acción contra el Fraude Financiero que cuenta actualmente con 23 miembros representantes del sector público y privado, entre ellos AUTOCONTROL. El objetivo es la acción coordinada en la detección temprana del fraude y la respuesta rápida. Este trabajo resulta hoy absolutamente esencial ante el fuerte crecimiento del fraude vinculado al uso intensivo de la tecnología. Un fraude que es cada vez más sofisticado, más rápido y más global, y que exige, por tanto, respuestas igualmente ágiles y preventivas.

Me gustaría apelar aquí al papel que las plataformas digitales pueden desempeñar en la detección y lucha contra el fraude: el avance que podríamos conseguir si reguladores, autorreguladores y grandes plataformas colaboramos en la detección temprana del fraude y en evitar su difusión sería enorme.

Ese esfuerzo en comunicación que estamos llevando a cabo, en particular, en la detección del fraude financiero y de los llamados “chiringuitos financieros”, se ve reflejado en el incremento sustancial de consultas por parte de los ciudadanos.

En 2025, se atendieron en la CNMV más de 12.500 consultas de inversores, un 21% más que el año anterior, y se publicaron 458 advertencias sobre entidades no autorizadas, los conocidos “chiringuitos financieros”, además de incorporar en nuestra web casi 800 advertencias procedentes de otros supervisores europeos.

Estos datos no son solo números; representan miles de interacciones directas con inversores reales, muchas veces minoristas, que necesitan información clara, orientación y protección frente a prácticas inadecuadas o directamente fraudulentas.

Desde la CNMV hemos intensificado también la atención en la actividad de promoción en redes sociales. Recientemente hemos revisado cerca de un centenar de perfiles de influencers, y hemos constatado que, aunque el cumplimiento general es razonablemente satisfactorio, persisten incumplimientos puntuales: recomendaciones de inversión que no cumplen los requisitos de claridad y objetividad, posibles conflictos de interés no declarados o incluso indicios de asesoramiento personalizado sin la correspondiente autorización.

Para abordar estos riesgos y reforzar la protección preventiva del inversor, hemos elaborado dos guías. Una, recientemente publicada, dirigida a los inversores, centrada en cómo entender y valorar los contenidos difundidos por los influencers. Y otra, que publicaremos en los próximos días, dirigida a los propios influencers, donde el foco estará en la responsabilidad que implica influir en decisiones de inversión y la necesidad de actuar con transparencia, prudencia y cumplimiento de la normativa.

En este ámbito, la labor que desarrolla AUTOCONTROL en la aplicación del Código de influencers, resolviendo reclamaciones y promoviendo la identificación clara del contenido publicitario, es especialmente relevante para ordenar este ecosistema y proteger a los usuarios de mensajes confusos o encubiertos. Quiero destacar también su iniciativa de impulsar una certificación específica para finfluencers, que muestra un compromiso claro con la responsabilidad y el cumplimiento de las normas y buenas prácticas.

Por ello, vamos a colaborar con AUTOCONTROL en su actividad con los influencers financieros.

En esta misma línea, vamos a organizar una jornada con finfluencers y anunciantes para que conozcan la regulación, nuestra labor de supervisión y lo que demandan los inversores. Pero también queremos escucharles, conocer sus inquietudes. Será en octubre y les animo desde aquí a asistir a esta jornada.

Este enfoque preventivo adquiere una relevancia todavía mayor en el ámbito de los criptoactivos. El marco regulatorio europeo, el Reglamento sobre criptoactivos (MiCA por sus siglas en inglés) ofrece alguna protección para el inversor, pero no la misma que para los activos tradicionales. Desde la CNMV estamos acompañando en la aplicación de este nuevo marco jurídico, cuyo plazo transitorio termina en junio, también con un enfoque divulgativo, con iniciativas como la jornada cripto CNMV realizada en febrero. En la promoción de criptoactivos resulta especialmente importante adecuar el mensaje publicitario al tipo de producto promocionado, evitando simplificaciones o mensajes que puedan inducir a una falsa percepción de seguridad o rentabilidad, un esfuerzo que requiere la implicación de todos.

Porque si todos nos implicamos en esta tarea lograremos los objetivos comunes de divulgar información veraz y publicidad honesta,. Esa es también labor de los anunciantes que agrupa AUTOCONTROL. Son sus clientes los que están en riesgo y es su reputación la que se ve dañada con cada intento de engaño o fraude.

Ya voy terminando, como han escuchado la labor de la CNMV guarda en muchos ámbitos relación con la actividad de AUTOCONTROL y por ello estamos trabajando en un convenio de colaboración que permita consolidar un marco estable de cooperación, reforzar el intercambio de información y mejorar la detección temprana de riesgos en materia de publicidad de servicios y productos de inversión.

La protección del inversor, la prevención del fraude y la confianza en los mercados no puede descansar solo en normas y sanciones. Requieren de concienciación, cooperación y corresponsabilidad. Y aquí el papel de AUTOCONTROL es y seguirá siendo clave.

Muchas gracias.