

LA CNMV Y AUTOCONTROL FIRMAN UN CONVENIO DE COLABORACIÓN PARA FOMENTAR LA PUBLICIDAD FINANCIERA RESPONSABLE Y LA PROTECCIÓN DEL INVERSOR

15 de septiembre de 2026

- El acuerdo impulsará buenas prácticas en la publicidad financiera en un contexto de creciente digitalización de las comunicaciones comerciales
- La colaboración incluye actuaciones conjuntas de formación financiera y prevención del fraude en los entornos digitales, incluidos los relacionados con la actividad de los ‘finfluencers’

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y Autocontrol han firmado un convenio de colaboración para reforzar una publicidad de productos y servicios de inversión responsable, transparente y ajustada a la normativa.

El acuerdo establece un marco de cooperación entre ambas entidades con el objetivo de mejorar la protección de los inversores a través del fomento del cumplimiento de la normativa publicitaria, y la transparencia de la información difundida por los participantes en los mercados financieros.

La colaboración contempla, entre otras actuaciones, el reconocimiento de la eficacia de los mecanismos preventivos de autorregulación, especialmente mediante los procedimientos de revisión previa de la publicidad (Copy Advice®) gestionados por Autocontrol, así como la provisión de información relevante para el ejercicio de las funciones supervisoras de la CNMV.

Durante el acto de firma, que se ha desarrollado en la sede de la CNMV, el presidente del supervisor financiero, Carlos San Basilio ha resaltado que “este acuerdo refleja que la confianza en los mercados financieros se construye también a través de una publicidad transparente, rigurosa y comprensible. De esta forma, los ciudadanos pueden adoptar decisiones mejor informadas y los mercados funcionan mejor”.

Por su parte, el presidente de Autocontrol, José Miguel García-Ganso Martínez, ha afirmado que “este convenio refuerza la colaboración con la CNMV y pone en valor la eficacia de herramientas preventivas como el Copy Advice®. Una apuesta por la prevención que reforzaremos próximamente con el lanzamiento del Certificado de Capacitación para ‘influencers’ financieros”.

Impulso de buenas prácticas

El acuerdo también permitirá desarrollar actividades conjuntas de divulgación, formación y estudios sobre buenas prácticas publicitarias, así como iniciativas de educación financiera dirigidas a prevenir y detectar el fraude financiero. Estas actuaciones estarán orientadas a mejorar el conocimiento de las obligaciones normativas aplicables a los participantes en el ecosistema digital de información financiera, incluidos los creadores de contenido financiero en redes sociales.

La firma del convenio se enmarca en el compromiso de ambas instituciones con la promoción de comunicaciones comerciales claras, equilibradas y no engañosas. El acuerdo adquiere especial relevancia en un contexto de creciente digitalización de la actividad publicitaria y de aumento de la presencia de contenidos financieros difundidos a través de plataformas digitales y redes sociales.

Autocontrol gestiona desde 1995 el principal sistema español de autorregulación publicitaria. El convenio reconoce el valor de los mecanismos de revisión voluntaria previa de la publicidad como herramienta complementaria de la supervisión pública.