

LA CNMV REvisa LA PUBLICIDAD DE LAS ENTIDADES GESTORAS CON AYUDA DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

27 de julio de 2026

La CNMV ha revisado la publicidad que realizan las gestoras en sus páginas web y en medios comunicación con el objetivo de verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa. Para esta revisión se ha utilizado una herramienta de Inteligencia Artificial a modo de prueba, tanto para la identificación de gestoras con actividad publicitaria como para la revisión de la información. La automatización del control, si bien aún en una fase incipiente, ha supuesto mejoras en la eficiencia de las labores de la CNMV en este ámbito, por lo que se continuará potenciando su uso.

La revisión se ha dirigido a comprobar que la información sea clara, equilibrada, imparcial y que no se trasladen a los inversores mensajes o expresiones que pudieran resultar engañosos o confusos, destacando beneficios/rentabilidades potenciales sin incluir información o advertencias sobre los riesgos. Asimismo, se ha comprobado que el uso publicitario de rentabilidades históricas o estimadas se ajusta a los requisitos exigidos.

El análisis se ha centrado en una muestra de 40 Sociedades Gestoras de Instituciones de Inversión Colectiva, SGIIC, y Sociedades Gestoras de Entidades de Inversión de tipo Cerrado, SGEIC, que realizan directamente la comercialización de sus productos a inversores minoristas. Se han detectado incidencias en 10 de las entidades y vehículos revisados. La CNMV ha requerido a las entidades la rectificación de las debilidades detectadas y que refuercen sus controles sobre la información que difundan en lo sucesivo. Se realizará un seguimiento para comprobar la eficacia de las medidas adoptadas por las entidades afectadas.

La utilización de IA en esta actuación es consecuencia del desarrollo de la transformación digital de la CNMV a través del Plan Helix, un objetivo estratégico de la institución.