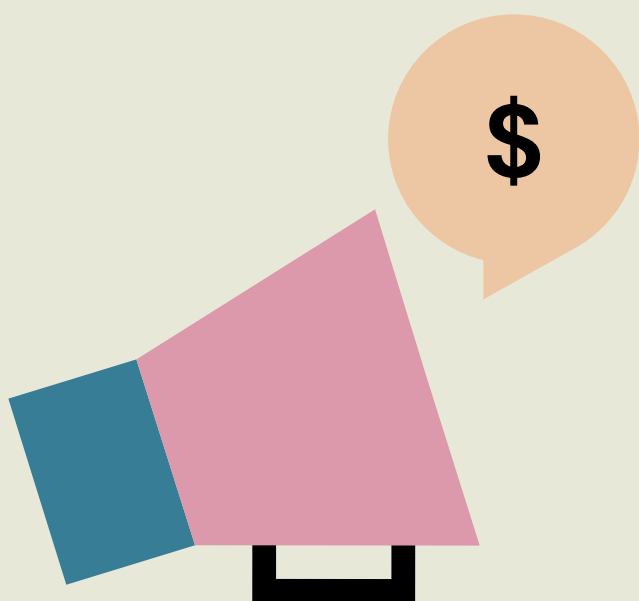


Cómo interpretar la publicidad financiera

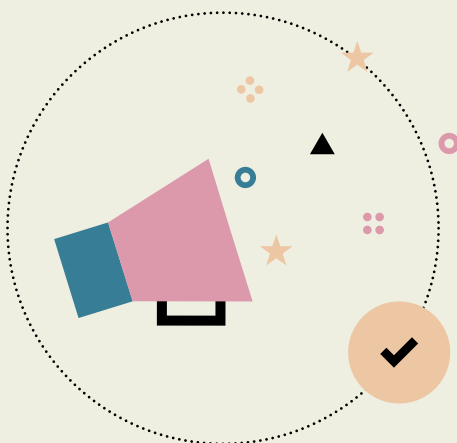
Guía rápida_



Cómo interpretar la publicidad financiera

Qué es la publicidad

- La publicidad es toda comunicación, sea cual sea el medio utilizado, destinada a informar al público sobre un producto o servicio y motivar su contratación.
- La creciente variedad de productos, su complejidad y la mayor competencia entre entidades hacen que la publicidad tenga gran influencia en los inversores.
- La publicidad debe ser **imparcial, clara, no engañosa y claramente identificable** como publicidad, tanto en lo que se refiere a su contenido como a la forma en que se presenta.

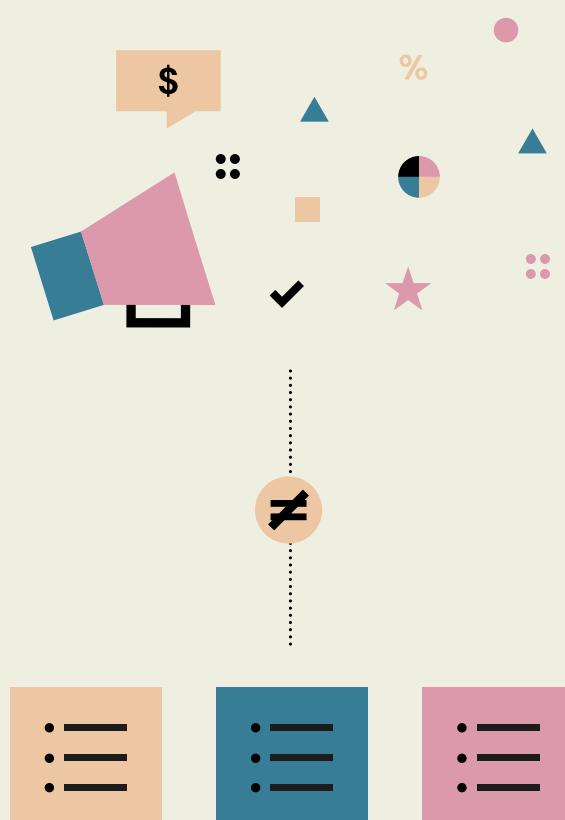


Limitaciones de la publicidad

Por su naturaleza, los mensajes publicitarios presentan los productos de la forma más atractiva posible, por lo que las posibles desventajas o limitaciones pueden resultar desapercibidas.

Pueden, además, inducir a confusión o generar expectativas poco realistas a los inversores, si no van acompañados por las advertencias precisas.

Los mensajes publicitarios no pueden incluir toda la información que un inversor necesita para tomar sus decisiones de inversión. Esta información sólo se puede encontrar la documentación oficial (folletos, resúmenes...) que se encuentra disponible en las entidades financieras y en la web de la CNMV.



Algunos ejemplos de prácticas incorrectas

No es correcto...	Porque...
¡Consiga altas rentabilidades sin correr riesgos! ¡Invierta con seguridad en nuestro producto y no bajarán sus ahorros!	• Niega la existencia de riesgos. Cualquier inversión lleva asociado algún riesgo, mayor o menor según el tipo de producto.
Incluir información relevante en letra pequeña	• La letra pequeña puede usarse para ofrecer información accesorio, no para aspectos esenciales para el inversor antes de decidir.
Obtenga una rentabilidad excepcional Invierta en un valor que garantiza un continuo crecimiento...	• Transmite la idea de ganancias seguras o rendimientos desproporcionados, que no suelen estar justificados por las características reales del producto.
Invierta con los mejores Confíe en nosotros para maximizar su rentabilidad...	• Afirma la existencia de ventajas sin fundamento objetivo. La posición de superioridad del producto, servicio u oferente, en relación con otras alternativas, debe ser demostrable para poder ser utilizada en publicidad.
Contrate cuanto antes No pierda esta oportunidad No espere más para contratar...	• Incita a la inversión precipitada. No se debe invertir sin conocer bien los riesgos que se están asumiendo, por lo que el inversor debe tomarse su tiempo para analizar la información disponible.

**No es
correcto...**

Porque...

No deje pasar esta oportunidad única

No encontrará mejor destino para sus ahorros

- Sugiere una falta de alternativas que no es cierta, ya que la oferta de productos es muy amplia y no todos son adecuados para todo tipo de inversores.

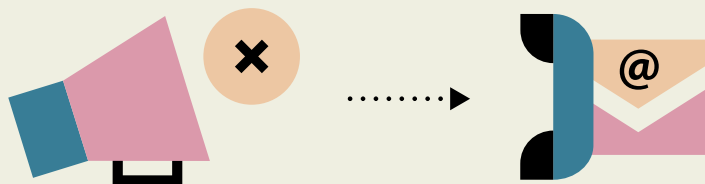
Decir de un fondo garantizado que ofrece “seguridad y liquidez en un mismo producto”.

- Es muy difícil que los fondos garantizados ofrezcan de forma simultánea ambas ventajas. Los reembolsos antes de la fecha de la garantía no están garantizados, por lo que el inversor podría perder parte de su inversión.

Qué puede hacer ante una publicidad incorrecta

Si usted conoce alguna publicidad de productos o servicios de inversión que, a su juicio, induzca a error, puede informar a la CNMV por correo electrónico, al buzón publicidad@cnmv.es.

Es conveniente que incluya todos los datos posibles: producto anunciado, fecha y medio de difusión y, a ser posible, una copia de la publicidad.



Recuerde

- Valore de forma crítica la publicidad.
- No tome ninguna decisión de inversión basándose sólo en la publicidad.
- Antes de invertir consulte siempre la documentación oficial (folletos informativos de fondos de inversión, nota resumen de las ofertas públicas, contratos, etc.).
- Conserve la publicidad de los productos de inversión en los que invierta junto con los contratos y la documentación oficial. Según la ley, las condiciones ofrecidas en la publicidad pueden ser exigidas por el inversor aunque no figuren en el contrato.

¿Necesitas más información?



Contáctanos por email



Esta guía rápida tiene como finalidad informar al público en general sobre distintos aspectos relacionados con los mercados de valores. Por su naturaleza divulgativa no puede constituir un soporte para posteriores interpretaciones jurídicas, siendo la normativa en vigor la única fuente a estos efectos.

www.cnmv.es



Promotor de

