



INTERVENCIÓN DEL PRESIDENTE DE LA CNMV, SEBASTIÁN ALBELLA EN LA REUNIÓN CON APIE, DIRCOM Y EMISORES ESPAÑOLES SOBRE BUENAS PRÁCTICAS EN LA RELACIÓN DE LAS EMPRESAS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL MERCADO

11 de abril de 2018

Buenos días a todos y muchas gracias por su asistencia a este acto.

Me gustaría comenzar destacando la extraordinaria importancia para el mercado que tiene la función que desempeñan los medios de comunicación.

El mercado es información, tanto información de fondo, de fundamentales, como información instantánea y cambiante referida a las circunstancias de todo tipo por las que atraviesan los emisores o el propio mercado.

Un mercado fiable, que suscite confianza, es un mercado con información de calidad y difundida sin asimetrías, de modo que los participantes en el mercado (inversores, profesionales del mercado...) estén en condiciones de igualdad.

Cuanto de mayor calidad sea la información que difunden los medios de comunicación, mejor.

Y cuanto más información de interés para el mercado difundan los medios de comunicación, más igualdad, menos asimetrías.

Es lógico que en la CNMV pensemos así, pues una de nuestras misiones esenciales es promover la transparencia informativa a todos los niveles. Y está totalmente en línea con ello la iniciativa que hoy nos congrega; que hayamos mantenido reuniones y dialogado sobre la relación de las empresas cotizadas con los medios de comunicación y sobre la información de interés para el mercado y los inversores que publican los medios, y que a raíz de ellas estemos difundiendo algunos criterios o recomendaciones.

En todo caso, se trata, por nuestra parte, por utilizar una expresión gráfica, de una iniciativa minimalista. No queremos ser intrusivos. Respetamos profundamente a los medios de comunicación. Nadie es perfecto, pero el papel de los medios es esencial. Muchas veces es muy fácil criticar, pero yo siempre digo que, en términos de “fumus”, casi siempre la información que publican los medios va en la dirección correcta.

Como saben, acabamos de firmar con la FAPE un protocolo de colaboración para que nos asesoren en cuestiones relacionadas con la información de interés para los mercados y los inversores que difunden los medios y poder estudiar sus propuestas.

El documento incluye también la posibilidad de que la CNMV se dirija a la Fundación de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo para obtener asesoramiento cuando, en base al Reglamento Europeo de Abuso de Mercado, haya que evaluar informaciones difundidas en medios teniendo en cuenta las normas de libertad de prensa y los códigos que regulan la profesión periodística.

Además, en o a raíz de las reuniones que hemos mantenido en los últimos meses con las partes que están hoy aquí, periodistas, empresas emisoras y directores de comunicación de compañías, hemos considerado adecuado difundir una serie de consideraciones o buenas prácticas, con el ánimo de contribuir a la calidad de la información de interés para el mercado y los inversores que publican los medios de comunicación:

- Consideramos que merece una valoración positiva que las empresas cotizadas convoquen a los medios de comunicación, al menos una vez al año con motivo de la presentación de sus resultados anuales, para informar sobre la marcha de la compañía y sus proyectos.
- Cuando las compañías faciliten información a los medios que incluya indicadores financieros no normalizados, deberían tener en cuenta las recomendaciones de ESMA (Autoridad Europea de Valores y Mercados) sobre ello. Me refiero a indicadores tales como EBITDA, EBIT, beneficio subyacente, etc. Como es sabido, dichas recomendaciones buscan consistencia y claridad en la utilización de tales indicadores (también conocidos como medidas alternativas de rendimiento o APMs).
- El Reglamento europeo de abuso de mercado establece que la difusión de esta información debe hacerse tan pronto sea posible, una vez que se produzca el hecho constitutivo de la información. El estricto cumplimiento de esta regla es también deseable para que la información se difunda de modo adecuado, pues anticipa el momento en el que los medios de comunicación pueden comenzar a evaluarla a efectos de reflejarla adecuadamente en sus análisis e informaciones. Difundir las informaciones relevantes significativas especialmente tarde en el día dificulta, en particular, su adecuada difusión en la prensa escrita del día siguiente.
- En el caso de artículos de opinión de interés para el mercado o los inversores, en particular si se refieren a situaciones que puedan suscitar controversia, se considera buena práctica revelar las vinculaciones con la materia tratada o posibles conflictos de interés que puedan afectar a sus autores.
- Finalmente, se considera especialmente relevante la función que pueden desempeñar los códigos deontológicos de autorregulación de la profesión periodística en el ámbito de la difusión de información de interés para los mercados.

Acabo reiterándoles nuestro deseo de hacer las cosas bien y, con ello, de contribuir a que nuestro mercado sea, y sea percibido en todo momento, como un mercado íntegro y de la máxima calidad. Y que siempre seremos receptivos a cualquier iniciativa o sugerencia que sea útil en tal sentido.

Muchas gracias a todos.