



COMUNICACIÓN CON RELACIÓN A LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE UNA OFERTA DE PAGARÉS POR NUEVA RUMASA

20 de abril de 2010

El pasado 13 de abril de 2010 se publicó en el Boletín Oficial del Estado el Real Decreto-ley 6/2010, de medidas para el impulso de la recuperación económica y el empleo.

Con su entrada en vigor que tuvo lugar el 14 de abril, se viene a modificar el apartado 1 del artículo 30bis de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del mercado de valores (en adelante LMV), para exigir que en las colocaciones de emisiones consideradas no públicas (a excepción de aquellas dirigidas exclusivamente a inversores cualificados), que estén dirigidas al público en general empleando cualquier forma de comunicación publicitaria, deba intervenir una entidad autorizada para prestar servicios de inversión a efectos de la comercialización de los valores emitidos.

La campaña publicitaria lanzada por Nueva Rumasa con posterioridad a la entrada en vigor del Real Decreto-ley, sobre una emisión de pagarés de la entidad José María Ruíz-Mateos, SA, determina, por los medios de publicidad empleados, que la mencionada emisión se haya dirigido al público en general, lo que exige, con la nueva redacción del artículo 30 bis de la LMV, que en la comercialización de los valores intervenga un intermediario financiero autorizado.

Por ello, en atención al principio de protección a los inversores a que se refiere el artículo 13 de la LMV, la CNMV considera oportuno destacar a los inversores interesados que sólo deben cursar órdenes de suscripción de tales valores a través de intermediarios financieros debidamente acreditados y una vez éstos les hayan informado, según lo previsto en la normativa vigente, de las características y riesgos de los valores.

A este respecto, las entidades autorizadas que intervengan en la comercialización (empresas de servicios de inversión o entidades de crédito), estarán sujetas a las normas de conducta recogidas en el Título VII de la LMV, entre otras, obligaciones de diligencia y transparencia, información a la clientela, así como de evaluación de la conveniencia o idoneidad de la inversión, cuando proceda.

Por lo tanto, el intermediario financiero que intervenga en la suscripción de los valores será responsable de que la información facilitada a sus clientes, o potenciales clientes, sea imparcial, clara y no engañosa. Para ello, deberá proporcionar una explicación de las características y riesgos inherentes del valor comercializado, así como de la situación jurídica y económico-financiera del emisor, de una manera suficientemente detallada para permitir que el inversor pueda tomar una decisión de inversión fundada.