

## LA CNMV MANTIENE REUNIONES Y DIFUNDE BUENAS PRÁCTICAS SOBRE LA RELACIÓN DE LAS EMPRESAS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL MERCADO

11 de abril de 2018

- Durante los últimos meses la CNMV ha mantenido reuniones con APIE, DIRCOM y Emisores Españoles sobre las relaciones entre las empresas cotizadas y los medios de comunicación y el papel que en relación con la información de interés para el mercado corresponde a los medios
- A raíz de dichas reuniones, la CNMV considera adecuado difundir una serie de buenas prácticas sobre conferencias de prensa, medidas alternativas de rendimiento, momento de publicación de informaciones relevantes, revelación de conflictos y códigos deontológicos

Responsables de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), de Emisores Españoles, de la Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM) y de la CNMV se han reunido hoy en la sede de ésta. El encuentro, que ha sido presidido por Sebastián Albella, presidente de la CNMV, ha puesto fin a las numerosas reuniones y contactos que las partes han mantenido durante los últimos meses para intercambiar puntos de vista sobre las relaciones entre las empresas cotizadas y los medios de comunicación y la información de interés para los mercados de valores que difunden los medios.

A raíz de tales reuniones y contactos, se considera conveniente difundir ciertas buenas prácticas al respecto:

- Conferencias de prensa

Se valora positivamente la práctica de 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, con participación de sus máximos ejecutivos, para informar sobre la marcha de la compañía y sus proyectos.

Lógicamente, en este tipo de reuniones las compañías deben cuidar de no facilitar información relevante que no haya sido hecha pública previamente por los cauces legales correspondientes.

- Difusión de otros indicadores financieros

Las recomendaciones de ESMA (Autoridad Europea de Valores y Mercados) sobre la utilización de indicadores financieros no normalizados (medidas alternativas de rendimiento o APM), tales como EBITDA, EBIT, beneficio subyacente, deuda neta, etc., deberían tenerse en cuenta en cualesquiera informaciones que faciliten las empresas a medios de comunicación (notas de prensa, presentaciones, etc.), y no sólo en las informaciones relevantes difundidas a través de la CNMV.

El objetivo de dichas recomendaciones es que las APM se utilicen de un modo claro y consistente. Reconociendo que pueden ser apropiadas en determinadas situaciones, ESMA recomienda, por ejemplo, que deben referirse a cifras y periodos homogéneos y que se debe explicitar siempre qué contiene cada APM utilizada.

- No retraso en la publicación de información relevante

El Reglamento europeo de abuso de mercado establece que la difusión de información relevante por los emisores debe hacerse tan pronto como sea posible una vez que se produzca el evento o 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. En particular, la información debe difundirse sin demora al objeto de que pueda ser debidamente recogida en todos los medios, incluida la prensa escrita del día siguiente.

A efectos aclaratorios, se recuerda que la CNMV considera aconsejable que las decisiones o acuerdos relevantes se adopten o suscriban tras el cierre del mercado, sin perjuicio de que, en los casos en que se adopten o suscriban antes, pueda retrasarse la publicación hasta dicho cierre si concurren los requisitos

previstos en el artículo 17 del Reglamento europeo de abuso de mercado (caso que podrá darse, en particular, tratándose de informaciones de gran relevancia).

- Revelación de conflictos de interés

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.

- Códigos deontológicos

Se considera especialmente relevante y se valora positivamente 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.

Para más información:  
Dirección de Comunicación CNMV  
Telf: 91 5851530  
[comunicacion@cnmv.es](mailto:comunicacion@cnmv.es)  
[www.cnmv.es](http://www.cnmv.es)

