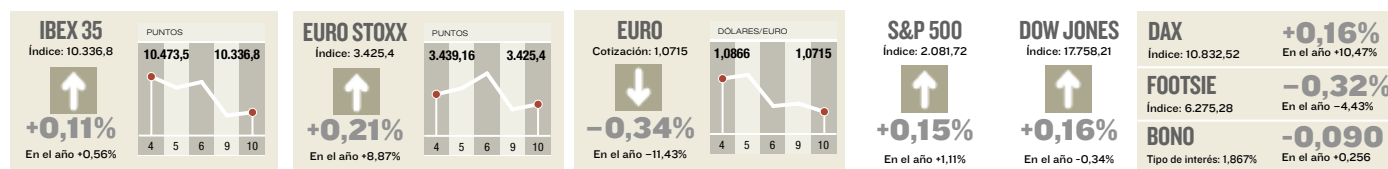


Mercados & Finanzas

Cotizaciones, divisas y fondos de inversión en CincoDias.com



La información que ofrecen las gestoras es sus webs incumple la legislación

La CNMV denuncia publicidad “engañosa” en la venta de fondos

El supervisor de los mercados ha detectado malas prácticas por parte de las gestoras a la hora de promocionar fondos en sus páginas web. La CNMV aprecia publicidad “engañosa” y vulneraciones de la normativa sobre venta de productos financieros.

M. M. MENDIETA / P. M. SIMÓN Madrid

El regulador financiero emitió ayer un duro comunicado en el que acusa a las gestoras de dar información inexacta en la publicidad de sus páginas web. La CNMV no señala directamente a ninguna entidad pero acusa al sector de prácticas inadecuadas.

La supervisión preventiva ha sido un mantra para la presidenta de la CNMV, Elvira Rodríguez, desde que llegó al organismo supervisor. Fue en octubre de 2012 y tuvo que lidiar con el traspaso de dinero de los clásicos depósitos a los denominados fondos con rentabilidad objetivo, similares a los garantizados, pero sin la seguridad de estos.

La CNMV ha centrado ahora el foco en la información publicitaria que se recoge en las webs de las gestoras de fondos de inversión. Tras un análisis del contenido y el formato de la información que ofrecen, el supervisor ha detectado “algunas prácticas que deben modificarse”. En definitiva, asegura que en numerosos casos no se cumple la normativa que dice que “la publicidad deberá ser clara, suficiente, objetiva y no engañosa”. Al mismo tiempo, la información publicitaria “deberá ser coherente con respecto a la información contenida o que deba figurar en el folleto”.

Los fondos de inversión se han convertido en una de las fuentes recurrentes de ingresos de la banca. Tras tocar mínimos en diciembre de 2012 con un patrimonio de poco más de 120.000 millones, las 96 gestoras españolas cerraron octubre con 220.000 millones.

Desde la asociación de las gestoras de fondos (Inverco) aseguran que les parece muy positivo que “la CNMV publique buenas prácticas en materia de publicidad, pues redunda en beneficio de los inversores, de todo el sector y mejora la seguridad jurídica”. “Por otra parte, del contenido de la comunicación entendemos que las incidencias detectadas son aisladas y que, gracias a la claridad del comunicado, estas no se repetirán”.

Una de las prácticas denunciadas es publicitar rentabilidades pasadas, cuan-



La presidenta de la Comisión Nacional Mercado de Valores (CNMV), Elvira Rodríguez. PABLO MONGE

MALA PRAXIS

- **Cambio de política:** no se pueden publicitar rentabilidades históricas cuando el fondo ha cambiado su política de inversión.
- **Rentabilidad acumulada:** la CNMV recuerda que se debe informar de la rentabilidad anual estanca.
- **Simuladores:** la gestora no debe ofrecer rendimientos teóricos futuros basados en el pasado.
- **Elementos destacados:** la CNMV advierte a las gestoras de que no pueden basar una publicidad en presentar “en letras grandes y rojas” rentabilidades pasadas.
- **Información incompleta:** no es válido hacer referencia solo a las bondades de un fondo sin hablar de los riesgos.
- **Comentarios falaces:** deben evitarse comentarios que inclinen a pensar que no se asumen riesgos.

do la política de inversión del fondo ya ha cambiado. La CNMV ha observado cómo algunas entidades financieras “incluyen datos de rentabilidades históricas obtenidas con anterioridad a un cambio sustancial de la política de inversión del fondo de inversión. Esta práctica no se considera adecuada, en tanto que se está informando de rentabilidades correspondientes a periodos de tiempo en el que la política de inversión difería de forma sustancial de la actual y, por tanto, puede inducir a confusión.”

Por otra parte, las gestoras ofrecen datos sesgados de rentabilidad. Hay entidades que ofrecen información insuficiente, dado que únicamente difunden rentabilidades históricas correspondientes al último año o al año en curso. De acuerdo con la normativa vigente, las rentabilidades históricas “se deben referir, como mínimo, a los cinco años inmediatamente anteriores o a todo el tiempo de vida del fondo [...] y se establece la obligatoriedad de que sean periodos completos de 12 meses”, afirma la nota de la CNMV.

La CNMV también considera que violan la normativa vigente aquellos anuncios en los que se ofrecen rentabilidades

acumuladas a lo largo de varios años. Considera que siempre se debe priorizar y destacar el análisis a 12 meses.

Otra mala práctica es publicitar solo las bondades. “Hay entidades que destacan los elementos positivos sin informar de los riesgos asociados a la inversión en el fondo”, apunta. Y recuerda que las gestoras deben indicar los riesgos “de manera imparcial y visible”.

Tampoco considera apropiado la CNMV que las gestoras hagan publicidad subrayando solo la rentabilidad pasada “con letra más grande y en rojo”, ya que “los resultados históricos no pueden ser el elemento más destacado de la comunicación”. Además, el supervisor ha apreciado que algunas webs de gestoras in-

cluyen comentarios muy destacados que pueden considerarse “poco claros o engañosos”, destinados a subrayar que con un determinado producto se obtendrá una rentabilidad superior a la de otros productos financieros. Por último, la CNMV ve inadecuado incluir simulaciones ficticias de rentabilidad, que calculan la rentabilidad potencial que se obtendrá en el futuro, en base a la rentabilidad histórica obtenida por el fondo.

El sector cree que la iniciativa es positiva y mejorará la seguridad jurídica