

Internet y el mercado de valores

Juan Luis Blanco Modelo*

Abogado

Blanco, Ureña & Asociados

juan.blanco@buasociados.com

Poco tiempo atrás todavía muchos nos preguntábamos ¿qué era Internet?, ¿qué es esto de la red de redes?, ¿cómo me va a afectar a mí?, ¿cuál será su verdadero alcance?, hoy en día cada vez son menos aquellos que no sepan responder estas interrogantes y mucho menos quienes no reconozcan su gran potencial.

Internet es una realidad, un conjunto de herramientas de comunicación que es ahora parte de la gran mayoría de nuestras vidas. Como individuos pertenecemos ahora a una “universalidad” traducida en inmensas comunidades virtuales y comunicación inmediata con otros usuarios, acceso a todos los rincones del mundo cibernético, información, a servicios o productos, publicidad, sistemas de comunicación, etc.

Es en nuestras propias vidas en donde gracias a la red de redes se ha asentado realmente el proceso de globalización.

Los esfuerzos a nivel mundial por reducir la “brecha digital” a través de la educación y la posibilidad de acceder a sistemas de computación a reducidos costes junto con el apoyo a la implementación de accesos a conexiones gratuitas y software libres, además de mejorar cada vez más las conexiones de banda ancha (alta velocidad) que permite la interacción con un sinnúmero de nuevos recursos y tecnologías (multimedia, videoconferencias, etc.).

La posibilidad de acceso remoto a la Red a través de dispositivos inalámbricos como teléfonos móviles, organizadores personales, el futuro desarrollo e implementación del acceso a Internet a través del televisor, entre otros; demuestran cada vez más la necesidad de los individuos de mantenerse “conectados”.

Así como nuestras vidas se han visto “revolucionadas”, la revolución digital y tecnológica no ha pasado por alto el sector de las finanzas en

donde se abrió, como algunos autores señalan, un proceso de “democratización”.

Antes de la irrupción de Internet ya existían una serie de sistemas en los cuales los particulares y empresas podían invertir. Pero el acceso a la información financiera de alto nivel, estudios, reportes de analistas, etc. era algo a lo que muy pocos podían acceder.

En muchas ocasiones los particulares tenían que dejarse llevar solamente por su intuición y por la información financiera transmitida por los medios de comunicación social (que en algunos países era mínima o escasa) a la hora de tomar cualquier tipo de decisión relativa a su dinero.

Es verdad que existía la figura del *broker* o intermediario, pero a la hora de transmitir las órdenes las mismas tomaban mucho tiempo en materializarse muchas veces ni siquiera en el mismo día se podían realizar.

El acceso a la información, ya sea desde casa u oficina o desde un terminal móvil, así como a una serie de instrumentos de forma cómoda y sencilla han permitido a los particulares un mayor control sobre su dinero y una mayor y más completa valoración a la hora de tomar algún tipo de posición en el mercado.

Poder conocer en tiempo real las cotizaciones de la mayoría de mercados del mundo, recibir alertas sobre el comportamiento de un valor, evaluación de estados financieros, información corporativa, poder comparar, acceder a foros y salones de charlas especializados en donde se puede consultar a expertos, así como la posibilidad de poder abrir una cuenta de inversiones de manera virtual y poder contar con un *broker online* las 24 horas del día de forma instantánea y sencilla y mucho más accesible desde el punto de vista económico, ha permitido la oportunidad de acceder de una forma más completa a los merca-

dos financieros. El particular sabe de la necesidad de sacar una mayor rentabilidad a su dinero a través de productos que no ofrece un Banco.

Esta posibilidad que tiene el inversor de acceder de forma más directa a la contratación y a una mayor disponibilidad de diversos productos financieros, con diversas características y distintos niveles de riesgo, así como es importante señalar la complejidad que engloba a Internet, es por eso que es importante desarrollar una política de educación y de supervisión por parte de las entidades que regulan y supervisan los mercados financieros.

Así como Internet hoy en día es una herramienta de gran utilidad dentro de los mercados financieros, también se ha convertido en una excelente herramienta para la realización de conductas delictivas asociadas principalmente con el fraude, la manipulación de información, robo de identidad, y violación de otra serie de normas.

El mundo financiero se ha adaptado a nosotros permitiéndonos cada vez una mayor interacción con él. La dura batalla que día a día libran las entidades financieras por la captación de clientes han permitido la creación de un entorno idóneo para la proliferación de campañas publicitarias, reducción de comisiones, creación y manejo de base de datos de carácter personal, técnicas agresivas de mercadeo a través de plataformas de *tele marketing*, entre otras, que deben ser supervisadas y reguladas de manera individual.

Cada día las entidades financieras optan más por difundir sus informaciones a través de Internet. Es por esto que el usuario de Internet debe siempre plantearse la credibilidad de la fuente.

Al entender que el coste de una transacción realizada por Internet es un muchísimo más barata que aquella por medios tradicionales (acudir a una sucursal o mediante un cajero automático) y la previsión de usuarios, han sido determinantes para la entrada de forma masiva de entidades financieras a los entornos virtuales.

Las entidades financieras pasan ahora a ser más responsables por la información distribuida a través de la Red. Deben asumir compromisos relacionados con la calidad, fiabilidad y actualización de la información que envían a los usuarios. Si además ofrecen servicios relacionados con el mercado de valores es fundamental aplicar elevados modelos de control técnico y seguridad.

ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE INTERNET PARA LOS MERCADOS DE VALORES (fuente: Comisión Nacional del Mercado de Valores de España – Rincón del Inversor (www.cnmv.es)):

1. BAJO COSTE

Positivo: Difundir información por Internet es por lo general más barato que hacerlo a través de otros medios, y permite alcanzar audiencias muy superiores, en cuestión de segundos. Por eso, permite a las entidades financieras acceder de manera rápida a una red transnacional de clientes, y proporciona a los inversores potenciales grandes cantidades de información detallada, de forma rápida y barata.

Negativo: Debe tenerse en cuenta que parte de esa enorme cantidad de información que está a disposición de los inversores puede estar anticuada o ser poco fiable.

2. INTERACTIVIDAD

Positivo: Internet proporciona una forma de comunicación interactiva, utilizando mensajes escritos, gráficos y sonoros que suelen resultar creíbles y muy atractivos. Así, es habitual encontrar presentaciones interactivas que ofrecen la opción de pagar por vía electrónica o enviar órdenes de negociación. Esta posibilidad permite a los inversores adoptar instantáneamente decisiones de inversión.

Negativo: Es evidente el riesgo de que tales decisiones se tomen de manera impulsiva y poco meditada, con el peligro consiguiente para la integridad de la inversión y posibles efectos negativos en mercados no transparentes que sean susceptibles de manipulación.

3. HIPERVÍNCULOS

Positivo: Internet permite estructurar los mensajes a través de vínculos (hipertextos), que hacen posible la interconexión de información y materiales dentro del mismo sitio Web (hipervínculos internos) y entre distintos sitios Web (hipervínculos externos). Su utilización ayuda al usuario a desplazarse de forma fácil y rápida a través de los documentos para localizar la información deseada.

Negativo: Sin embargo, puesto que los hipervínculos pueden enviar a los lectores a una página en mitad de un documento o página Web, es posible que la información se proporcione fuera de contexto y sin los necesarios avisos y aclaraciones. Además, el empleo de ciertos enlaces puede dar a una página una falsa apariencia de legitimidad. Por ejemplo, algunas Web que incluyen ofertas no autorizadas de valores facilitan enlaces a las páginas de organismos supervisores, lo que en modo alguno significa que el contenido de la página haya sido revisado o aprobado por dicho organismo.

4. DESCENTRALIZACIÓN E INMEDIATEZ

Positivo: Internet es un sistema abierto y descentralizado, compuesto por millones de ordenadores y subsistemas. Cuando se envía un mensaje a través de Internet, se rompe en pequeñas piezas formando unidades llamadas "paquetes" (*packets*), de forma que cada una sigue una ruta distinta antes de reunirse en el destino final.

Negativo: Como es difícil mantener la misma capacidad y nivel de calidad en todas las partes de la red, hay riesgos de que se produzcan retrasos y fallos en la conexión. Por ejemplo, podría darse el caso de que algunos inversores recibieran determinada información antes que otros, o de que las órdenes enviadas a los intermediarios no se procesaran con la rapidez necesaria. Estos riesgos pueden remediarse mejorando las tecnologías de la comunicación y aumentando los recursos del sistema.

5. ANONIMATO

Positivo: Internet ofrece herramientas "anonimizadoras" para procurar la privacidad de los usuarios, ocultando sus identidades y países de residencia.

Negativo: Los anonimadores son una gran ventaja, pero como contrapartida también permiten encubrir muchas actividades fraudulentas, así como enmascarar las identidades de los oferentes o dificultar el rastro del dinero, en el caso de los productos financieros.

Observaciones: Sin embargo, en la industria de valores es esencial la identificación del cliente y la confianza en la autenti-

dad e integridad de los mensajes, lo cual requiere el uso de firmas electrónicas, que son incompatibles con el anonimato.

6. FLEXIBILIDAD

Positivo: Internet es un medio flexible para los miembros de la industria de valores, debido a su capacidad para controlar el contenido de sus páginas Web. A diferencia de la televisión y los anuncios en los periódicos, en una página Web es posible borrar, cambiar o añadir contenidos de manera sencilla en cuestión de minutos.

Negativo: El riesgo reside en la facilidad con que una información falsa, incompleta o engañosa puede ser introducida o retirada de una página Web. Como para cualquier otra fuente, el inversor debe valorar la credibilidad que le merece la Web de la que está extrayendo la información.

La ausencia de fronteras en Internet se ha convertido en uno de los mayores quebraderos de cabeza para las entidades supervisoras y reguladoras de los mercados financieros, ya que entendemos que para que cualquiera pueda ofrecer dentro de una determinada jurisdicción cualquier tipo de productos o servicios de inversión se debe contar con cumplir con una serie de requisitos de acuerdo a lo que establece la normativa para de esta forma poder obtener previamente una autorización que les permita desarrollo estos tipos de actividad.

De esta forma es importante que la entidad reguladora estatal pueda contar con un criterio definido sobre lo que realmente es una comunicación que constituye una oferta de inversión que va dirigida a sus nacionales y residentes. Es aquí en donde el ente supervisor, mediante un equipo profesional idóneo, deberá monitorear de forma permanente el canal de Internet frente a las posibles "ofertas" que se encuentren circulando y para lo cual se debe tener en consideración una serie de criterios y deberán asumir una postura homologada a nivel del mercado financiero local en cuanto a que se considera una oferta.

Según la CNMV de España se señala que respecto a lo anteriormente señalado no hay un criterio unificado a nivel mundial, por lo que:

- Algunos reguladores no consideran que la información contenida en una Web sea una oferta, a menos que contenga información detallada y además un medio para suscribirse.

En cambio, otros entienden que una información más genérica también puede constituir una oferta, pero no consideran que esté hecha en su jurisdicción a menos que se dirija de forma expresa a sus residentes.

- Hay reguladores que tratan de determinar su competencia en función de si la recepción de una oferta por Internet es o no voluntaria, ya que dependerá del medio en que se acceso a esa oferta (entrando a una página Web de una entidad no autorizada, o recibiendo la oferta por correo electrónico).

Es recomendable exigir que todos los sitios Web que ofrecen este tipo de servicios financie-

ros cuenten con un apartado del tipo “AVISO LEGAL”, que expresamente señale a quien(es) va dirigida dicha oferta y bajo que jurisdicción(es).

* **Juan Luis Blanco** es Licenciado en Derecho y Ciencias Políticas Universidad Católica Santa María La Antigua; Máster en Asesoría Legal en Finanzas y Derecho de los Mercados Financieros (Banca, Bolsa y Seguros), Universidad Pontificia de Comillas de Madrid, Instituto de Postgrado y Formación Continúa ICAI-ICADE, España; Máster en Business Administration y en e-Business, Universidad Pontificia de Comillas de Madrid, Instituto de Postgrado y Formación Continúa ICAI-ICADE, España;; Director de Relaciones Internacionales, Grupo Escuela de Postgrado, Madrid, España; Socio Fundador Blanco, Ureña y Asociados.