

ÍNDICE

CAPÍTULO I - LA INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

I. CONCEPTO

II. REQUISITOS

1. Información de carácter concreto
 - 1.1. El requisito de la concreción
 - 1.2. Los procesos prolongados en el tiempo: la sentencia Gelll
 - 1.3. La dirección del precio: la sentencia Lafonta
 - 1.4. Los rumores de mercado: la sentencia Autorité des marchés financiers
2. Información que no se haya hecho pública
 - 2.1. El requisito de la falta de publicidad
 - 2.2. Las redes sociales y la información privilegiada
3. Información que se refiera directa o indirectamente a uno o varios emisores o a uno o varios instrumentos financieros o sus derivados
4. Información que, de hacerse pública, podría influir de manera apreciable sobre los precios de los instrumentos financieros o de los instrumentos derivados relacionados con ellos
 - 4.1. El requisito de la relevancia
 - 4.2. Las dos teorías sobre el inversor razonable
 - 4.3. El inversor razonable y las informaciones sobre sostenibilidad

CAPÍTULO II - LA PROHIBICIÓN DE COMUNICAR ILÍCITAMENTE INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

I. EL RÉGIMEN JURÍDICO

1. La legislación
2. La autorregulación

II. EL FUNDAMENTO

1. La finalidad de la prohibición
2. La relación con las demás prohibiciones de abuso de información privilegiada

III. EL INICIADO COMUNICANTE

1. La posesión de información privilegiada
2. La distinción entre iniciados primarios y secundarios
 - 2.1. Los iniciados primarios
 - 2.2. Los iniciados secundarios

IV. LA COMUNICACIÓN A CUALQUIER OTRA PERSONA

V. UN SUPUESTO ESPECIAL: LA SUBSIGUIENTE REVELACIÓN DE RECOMENDACIONES O INDUCCIONES

CAPÍTULO III - LA EXCEPCIÓN DEL NORMAL EJERCICIO DEL TRABAJO, PROFESIÓN O FUNCIONES

I. EL FUNDAMENTO

II. LA CLÁUSULA GENERAL DE NORMALIDAD

III. LOS GRUPOS DE CASOS

1. Consejo de administración
2. Junta general
3. Empleados
4. Unidad de cumplimiento normativo
5. Asesores externos
6. Analistas financieros
7. Agencias de calificación crediticia
8. Periodistas y medios de comunicación
 - 8.1. La comunicación de información privilegiada por el emisor a periodistas y medios de comunicación
 - 8.2. La comunicación de información privilegiada en el seno de un medio de comunicación
 - 8.3. La publicación de información privilegiada por periodistas o medios de comunicación
 - 8.4. La comunicación de información privilegiada por un periodista a sus fuentes: la sentencia *Autorité des marchés financiers*
9. Accionistas e inversores
 - 9.1. La prohibición y las recomendaciones para no infringirla en reuniones con accionistas, inversores o asesores de voto
 - 9.2. Las excepciones y el procedimiento para comunicar información privilegiada a accionistas, inversores o asesores de voto
 - 9.3. El caso de sir Christopher Gent como ejemplo de infracción

CAPÍTULO IV - LA EXCEPCIÓN DE LAS PROSPECCIONES DE MERCADO

I. RÉGIMEN JURÍDICO

II. CONCEPTO Y CLASES

III. FUNDAMENTO

1. Los riesgos de las prospecciones
2. Los casos *Einhorn* y *Jazztel*
3. La solución del legislador

IV. LAS PROSPECCIONES DE MERCADO DESDE EL LADO DE LA OFERTA DE INSTRUMENTOS FINANCIEROS (ART. 11.1 RAM)

1. Función
2. Elementos
 - 2.1. La posible operación
 - 2.2. Los participantes del mercado que comunican la información (comunicantes)
 - 2.3. La información que se comunica
 - 2.4. La comunicación «a uno o más inversores potenciales» (receptores)
 - 2.5. La finalidad de evaluar el interés en la posible operación
 - 2.6. La anterioridad al anuncio de una operación
3. La exención de las colocaciones privadas de bonos (art. 11.1 bis RAM)
4. La supervisión de las prospecciones por la Comisión Nacional del Mercado de Valores

V. LAS PROSPECCIONES DE MERCADO ANTES DE UNA OPA O FUSIÓN (ART. 11.2 RAM)

1. Función
2. Elementos
 - 2.1. La opa o fusión
 - 2.2. La persona que pretenda realizar la opa o fusión (comunicante)
 - 2.3. Los titulares de valores (receptores)
 - 2.4. La comunicación de información privilegiada
 - 2.5. El requisito de la doble necesidad

VI. EL PROCEDIMIENTO DE PROSPECCIÓN DE MERCADO

1. La decisión de realizar una prospección
2. Las obligaciones del comunicante
 - 2.1. Establecer procedimientos para las prospecciones
 - 2.2. Valorar el carácter privilegiado de la información
 - 2.3. Aclarar al receptor que se trata de una prospección
 - 2.4. Obtener el consentimiento del receptor para proporcionarle información privilegiada, previa advertencia sobre las prohibiciones de abuso de información privilegiada
 - 2.5. Elaborar una lista con los receptores de la prospección y otra con las personas que no deseen recibirla
 - 2.6. Grabar las conversaciones o documentarlas mediante actas o notas escritas
 - 2.7. Avisar al receptor de que la información ha dejado de ser privilegiada (cleansing)
 - 2.8. Conservar determinados registros

3. Los deberes de los receptores
 - 3.1. Procedimientos internos y formación del personal
 - 3.2. Comunicación, en su caso, de la voluntad de no recibir la prospección de mercado o incluso otras prospecciones futuras
 - 3.3. Valoración de si posee información privilegiada en el marco de la prospección de mercado y sobre cuándo se deja de poseer dicha información
 - 3.4. Identificación de los instrumentos financieros afectados
 - 3.5. Actas o notas escritas
 - 3.6. Mantenimiento de registros
 4. Los costes de una prospección de mercado
- VII. LOS EFECTOS DE LA PROSPECCIÓN DE MERCADO
1. El puerto seguro para el comunicante
 2. Las condiciones para beneficiarse del puerto seguro
 3. Los límites del puerto seguro
- VIII. ¿RÉGIMEN OBLIGATORIO U OPCIONAL?

CAPÍTULO V - LAS SANCIONES

- I. LA CRISIS Y LA REVISIÓN DEL RÉGIMEN SANCIONADOR EN LA UNIÓN EUROPEA
- II. LAS SANCIONES ADMINISTRATIVAS
 1. La armonización del régimen sancionador administrativo
 2. Las infracciones
 3. El dolo o la culpa
 4. Las sanciones
 5. La graduación de las sanciones
 6. Las sanciones complementarias a quienes ejerzan cargos de administración o dirección
 7. La publicación de las sanciones
 - 7.1. La publicación en la web de la Comisión Nacional del Mercado de Valores
 - 7.2. La publicidad en el «Boletín Oficial del Estado»
- III. EL DELITO DE REVELACIÓN DE INFORMACIÓN PRIVILEGIADA
 1. La armonización de las sanciones penales
 2. Antecedentes en el Código Penal
 3. El artículo 285 bis del Código Penal
 4. La responsabilidad penal de la persona jurídica