

CLUBES

Atleti y Betis, amenazados por la propuesta de la Cnmv contra las plataformas CFD

Otros clubes como el Real Madrid, el Sevilla FC, el Valencia CF y el Getafe FC también podrían verse afectados, pues cuentan con un patrocinio indirecto de este tipo de entidades financieras que ofrecen productos de riesgo.

Palco23
31 ene 2020 - 10:04



La Comisión Nacional del Mercado de Valores (Cnmv) da un paso más contra los denominados contratos por diferencia (CFD). El organismo encargado de vigilar los mercados financieros tratará de sacar adelante una medida para prohibir su visibilidad en las equipaciones y otros soportes de las entidades deportivas de empresas que comercializan productos financieros de riesgo, especialmente para pequeños inversores.

De salir adelante, la medida afectaría de lleno a clubes como el Atlético de Madrid y Real Betis, que lucen en el frontal de sus equipaciones las entidades que comercializan productos financieros de riesgo. La actividad no se restringe únicamente a las

camisetas, sino que también incluye activaciones digitales, presencia en la web y otros soportes y la participación de jugadores en eventos publicitarios, algo que también pasaría a estar prohibido.

“En los últimos años se ha observado un aumento considerable de los patrocinios de clubes de fútbol y jugadores de primer nivel por parte de empresas de servicios o plataformas electrónicas cuyos productos más comercializados son Forex, CFD, OB o criptomonedas”, detalla la Cnmv en su último informe.

La Cnmv insiste en prohibir la visibilidad de las empresas que comercializan activos financieros de riesgo

Lo que aún no ha especificado el organismo es la hoja de ruta. En el documento reflexiona sobre la necesidad de aprobar una norma con rango de Ley o utilizar de forma provisional o permanente la Ley del Mercado de Valores Mifir, algo que se incluye en los objetivos de su plan de actividades para 2020.

Sin embargo, esta no es la primera vez que el regulador de mercados estudia prohibir este tipo de patrocinios por diferencia en las equipaciones. En febrero del año pasado ya contempló su veto, total o parcial, de estas empresas, tal y como indicó su presidente supervisor, Sebastián Arbella.

En la temporada 2019-2020 de LaLiga Santander sólo el Atleti y el Betis lucen publicidad de este tipo de activos en el frontal de sus camisetas, pero otros cuatro equipos podrían verse afectados. Se trata del Real Madrid, el Sevilla FC, el Valencia CF y el Getafe FC, que cuentan con patrocinios indirectos de compañías de capital riesgo, como Plus500, Easy Markets, Easy Forex, Libertex, Exness Cy y Ever FX.

Atlético de Madrid, Betis, Real Madrid, Valencia, Sevilla y Getafe estarían entre los clubes afectados

La Cnmv destaca que “ha llevado a cabo múltiples actuaciones en relación con la comercialización, distribución o venta de CFD y OB entre los inversores minoristas,

entre las que destacan la publicación de advertencias y fichas explicativas de los riesgos asociados e, incluso la reciente restricción o prohibición”. Sin embargo, la inversión publicitaria está sujeta a las reglas generales marcadas por la legislación.

Es decir, que la Cnmv no puede tomar una decisión unilateral sin contar con el respaldo de una regulación que prohíba o limite su exposición. En España, señalan, “no existen restricciones específicas, como sí se aplican en algunos países europeos”. Como consecuencia, existe “abundante publicidad directa o indirecta a través de una gran variedad de canales”, se indica.

En el resto de las principales ligas europeas (italiana, francesa, alemana e inglesa), “no hay ningún club que incluya anuncios de este tipo de entidades”, señala la Cnmv en su informe. En él señala también que es “destacable” que siete de los 18 equipos tengan “publicidad de apuestas online en sus equipaciones, por lo que este tipo de actividad es el que más frecuentemente se publicita, tal y como sucede en la Premier League”.

La regulación de la exposición de las casas de apuestas también es un tema que ha entrado en el debate político en España y Reino Unido. El Parlamento Británico está preparando ya las modificaciones para hacer una modificación integral de su legislación en esta materia, mientras que el nuevo Gobierno de coalición de PSOE y Podemos también recoge en su programa limitar su visibilidad en las entidades deportivas profesionales y a través de otros anuncios en plataformas televisivas y digitales, total o parcialmente.