GUIA DE ESTUDIO SOBRE
ÉTICA E INTEGRIDAD



CISI
CHARTERED INSTITUTE FOR SECURITIES & INVESTMENT

amv
Autorregulador del Mercado de Valores de Colombia

Primera edición: Diciembre 2017

Elaboración: CISI-AMV

AMV agradece los valiosos aportes y revisión de Alexander Campos y Ricardo Alomía

Gerencia de Certificación e Información

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y su uso para fines comerciales.

Diseño y Diagramación:
Artmedia Estudio Diseño
www.artmediaestudio.com

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

Contenido

1. **Introducción a la ética y la integridad**
2. **La ética en la práctica**
3. **La ética en los servicios financieros**
4. **Evaluando dilemas**
   - 4.1. Normas reglamentarias
   - 4.2. Normas profesionales
   - 4.3. Caso1: Una pila de problemas
   - 4.4. Caso 2: Una nube de humo
   - 4.5. Caso 3: Entrega del sobre
5. **Conducta y reglamentación en Colombia**
   - 5.1. Principios
   - 5.2. Normas de conducta
   - 5.3. Deberes generales y especiales
   - 5.4. Ley sobre la transparencia de la información financiera
   - 5.5. Ley anticorrupción

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

1. Introducción a la ética y la integridad



Las primeras ideas sobre la ética se asocian con Aristóteles, quien definió la **'ética de la virtud'** como la idea que exige a los individuos esforzarse en hacer el bien antes que en ser simplemente una buena persona. También se ha vinculado a Aristóteles con la idea de la **'Ley natural'**, según la cual todos nacemos con la capacidad de poseer virtudes, pero debemos aprender a ser virtuosos a través de un proceso de 'habituación', en donde figuras de autoridad como los padres, los profesores y el Estado nos enseñan a hacer lo correcto al tiempo que aprendemos de nuestros errores y maduramos al cometerlos.

Otro filósofo que contribuyó al desarrollo del pensamiento sobre la ética fue Kant. Para éste, la gente debería comportarse de acuerdo al siguiente imperativo categórico o **regla de oro**: 'Trata a los demás en la forma en la que quieres ser tratado'. Kant afirma que lo que realmente cuenta es la intención de un individuo al hacer algo, no solo hacer algo movido por un sentido del deber. 'Cuando lo que está en juego es el mérito moral, lo que cuenta no son las acciones que uno puede ver, sino los principios interiores de las acciones que uno no ve'.

Desarrollos posteriores, asociados a personajes como Jeremy Bentham (1748 – 1832) y John Stuart Mill (1806 – 1873), defendieron la escuela de pensamiento conocida como **utilitarismo**, según la cual la decisión más ética es aquella que causa el mayor beneficio al mayor número de personas dentro de lo razonable.

A menudo, la ética es descrita como el intento de responder a la pregunta ¿cómo puedo llevar una buena vida?. Normalmente, llevar una 'buena vida' se asocia con estar o comportarse bien, también puede incluir el ser digno de confianza, tener un férreo sentido de la moral, ser honesto y actuar con integridad.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

amv
Autorregulador del Mercado de Valores de Colombia

Con regularidad nos vemos enfrentados a elecciones éticas, y hacer lo correcto es normalmente algo evidente, particularmente en nuestras vidas personales. Tendemos a vivir de acuerdo con convenciones sociales como ser leal y 'defender' a nuestros amigos, respetar a los miembros de avanzada edad de la familia y siempre decir la verdad a nuestras madres. Este es el tipo de reglas que aprendemos desde nuestra primera infancia y que nos acompañan el resto de nuestras vidas.

Sin embargo, en los negocios y la vida profesional, estas convenciones sociales pueden desdibujarse un poco. En ambientes laborales hay más presión sobre nosotros para actuar en formas determinadas (incluidos el miedo a perder nuestro trabajo o el deseo de ganar una bonificación o recibir un ascenso), y las decisiones no son necesariamente tan claras como las que tomamos en nuestras vidas personales.

Con frecuencia, es debido a este tipo de presiones que las personas toman malas decisiones y actúan de forma no ética. Es por ello que al tomar decisiones en nuestras vidas laborales es esencial que sigamos preguntándonos ¿por qué estoy tomando esta decisión? y ¿es esta la mejor elección para mi cliente?. De no hacerlo, corremos el riesgo de hacer malas elecciones. Muchas de las personas que trabajan en los servicios financieros fracasaron al momento de priorizar el comportamiento ético, lo cual fue uno de los factores que más contribuyó a la enorme pérdida de credibilidad sufrida por el sector en la más reciente crisis financiera global, con importantes consecuencias sobre el empleo, los ingresos y quiebras empresariales.

El propósito de este material de estudio es ayudarlo a aplicar principios éticos en situaciones reales, y particularmente a circunstancias que se le podrían presentar en el sector. Al final usted debe estar en capacidad de entender la diferencia entre ética y ley, reconocer y evaluar dilemas éticos, poner en práctica decisiones apropiadas y comprender los conceptos fundamentales que rigen la actuación en el mercado de valores.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

2. La ética en la práctica



Objetivos de aprendizaje:

- Aplicar el marco conceptual para la toma de decisiones de la vida cotidiana. Entender la diferencia entre la ética y la ley.

El punto central acerca de la toma de decisiones éticas es que el individuo hace una elección acerca de la acción que toma. La ética y el reglamento, o la ley, no son lo mismo. Es posible actuar de forma no ética sin llegar a transgredir la ley, o las acciones de un individuo pueden ser desagradables o antisociales pero no ilegales. No obstante, si alguien infringe la ley, sus acciones serán al mismo tiempo no éticas e ilegales.

Una de las observaciones que a veces se hacen acerca de la ética es que el beneficio de ignorar las normas y el comportamiento ético parece ser mayor que el beneficio de adherirse a ellos, tanto desde el punto de vista individual como corporativo.

En otras palabras, una acción ejecutada simplemente porque genera un beneficio a su ejecutor parece tener mucho sentido. Por ejemplo, si usted encuentra en el bus un teléfono celular que claramente no pertenece a ninguna de las personas a su alrededor, conservarlo lo beneficia. Ha conseguido algo que quiere sin haberlo robado, pues simplemente lo encontró. No conoce al propietario del aparato (la persona que lo perdió), así que no tiene una conexión personal que pueda influenciar su comportamiento.

Lo que este argumento ignora es que, aunque una política de actuar en su propio beneficio parezca tener sentido y ser defendible por un corto período de tiempo,

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

es probable que en nuestra sociedad el resultado inevitable sea al menos la sanción social o, en el peor de los casos, sanciones penales.

El hecho es que cualquiera de estos resultados, ya sea la sanción social o la penal, probablemente supere cualquier beneficio económico que parezca justificar el comportamiento no ético. Dicho de otro modo, es probable que cualquier beneficio conseguido no se compadezca con el inmenso daño personal y social ocasionado.

Así que ¿qué podría hacer usted al encontrarse en una situación en la que hacer lo correcto no es evidente a primera vista? Hay una simple pregunta que debe hacerse, y que incorpora cuatro principios básicos:

Lo que estoy a punto de hacer o las decisiones que estoy a punto de tomar ¿Son francas, honestas, transparentes y justas?

Es decir, antes de actuar hágase las siguientes preguntas:



Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

Para poner lo anterior a prueba, retomemos el ejemplo del teléfono celular. En lugar de entregarlo al conductor, usted decide quedarse con él. ¿Cómo se valoraría su acción de conservar un teléfono valioso que ha encontrado, no robado, según esta evaluación?

¿Fue su acción **honesta**? Esto es claro. Usted encontró el teléfono. El aparato no le pertenece, pues es propiedad de alguien más y el hecho de que usted no conozca a esa persona es irrelevante. Si alguien le preguntara ¿es ese tu teléfono?, afirmar que es suyo sería una mentira y, por consiguiente, conservarlo no podría considerarse honesto.

¿Fue su acción **franca**? ¿Le preguntó a alguien en el bus si había perdido su teléfono o miró a su alrededor para ver si alguien lo estaba buscando? ¿Trató de averiguar a quién pertenece el dispositivo y de devolverlo? Si no lo hizo, no puede decirse que su acción haya sido franca.

¿Fue su acción **transparente**? Piense acerca de lo que ocurriría si usted conservara el teléfono. Por ejemplo, si el propietario lo ve sosteniéndolo en el bus y le pregunta qué está haciendo con él, ¿cómo justificaría su comportamiento? Además, si a sus amigos les gusta su teléfono y usted no dice cómo lo obtuvo, sus acciones no son transparentes.

¿Fue su acción **justa**? ¿Cómo podría usted afirmar que conservar algo que no le pertenece es justo? Usted ha privado de ello a su legítimo propietario. Hay un mecanismo para devolver los objetos perdidos y usted no ha hecho uso de el.

¡Lo que en el momento parecía ser una buena idea es ahora claramente algo que no se debe hacer!

Este ejemplo y la evaluación de lo 'honesto, franco, transparente y justo' deben ayudarle a aplicar principios éticos en situaciones reales. Tener presente las normas sociales (por ejemplo, ¿cómo reaccionarían otras personas si se enteraran de lo que he hecho?) es un buen 'punto de partida' que nos ayuda a asegurarnos de que nos estamos comportando correctamente y que nuestros valores concuerdan con lo que se espera de nosotros como miembros de la sociedad o una comunidad. Otra buena prueba es preguntarse ¿cómo reaccionarían mi madre, padre, hermano y hermana si les dijera lo que he hecho?

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

3. La ética en los servicios financieros



Objetivos de aprendizaje:

- Aplicar principios éticos fundamentales en el desarrollo de la actividad financiera.

Una de las formas más claras de expresar las normas éticas en los servicios financieros es adherirse a la siguiente regla:

1. **Primero el cliente**
2. **Segundo la firma**
3. **Tercero yo**

El propósito de estas directrices, y de las palabras contenidas en los códigos de conducta y ética que existen en el área de los servicios financieros, es el de orientar a los profesionales respecto al comportamiento al que se deben ceñir en sus tratos con todas las partes involucradas en la actividad de los servicios financieros.

En los niveles empresarial e institucional esto implica obrar de acuerdo con las reglas de conducta del mercado, tratando justamente (honestamente) a otros participantes sin buscar sacar ventaja de ellos. Eso no significa que no pueda ser competitivo, sino que se requiere el cumplimiento de reglas y normas de comportamiento para permitir que los mercados funcionen con fluidez y, se proteja a los inversionistas. Además los reglamentos dan orientación a los elementos técnicos del funcionamiento del mercado.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

Por ejemplo, un área de los servicios financieros que está especialmente expuesta al riesgo de comportamiento no ético es la de las ventas. En los ejemplos que se muestran a continuación, se aborda la ética de las ventas en los servicios financieros con un poco más de profundidad.

Una empresa ha diseñado un producto y está tratando de encontrar la mejor forma de venderlo frente a la competencia. La compañía decide que la mejor forma de hacerlo es pagando una comisión de ventas por cada producto vendido.

La fuerza de ventas es remunerada con base en su desempeño. Entre más vendan, más ganan.

Puede argüirse que no hay nada malo en esa estructura, que simplemente refleja un método establecido de hacer negocios alrededor del mundo y se aplica a casi cualquier producto grande o incluso no tan grande.

Pero hay diferencias fundamentales en el sector de los servicios financieros que pueden afectar especialmente la relación entre el vendedor y el cliente.

Por ejemplo, si usted compra un carro, puede verlo, puede probarlo y descubrirá muy rápidamente si se comporta en la forma publicitada y como usted lo espera. El fabricante también le dará su garantía en el caso de que sea un automóvil nuevo. Así, usted puede tomar su decisión de comprar con gran confianza, a pesar de saber que el sistema de compensación del sector automotor implica que el vendedor muy seguramente recibirá una comisión por su compra.

Ahora compare lo anterior con un producto financiero imaginario:

Usted, como cliente, desea tomar medidas financieras para el futuro, ya sea adquiriendo un producto por una suma única o mediante una serie de pagos durante un período de tiempo. Ve el aviso publicitario de un producto financiero que parece atractivo: promete un rendimiento del 5% anual, comparado con el 2% anual que sus ahorros generarán en el banco.

Se pone en contacto con la firma, cuya reputación es conocida, si bien nunca ha hecho negocios con ella. Una persona de ventas va a verlo y le explica el producto en términos generales, enfocándose en particular en el rendimiento ofrecido. Le explica el mecanismo mediante el cual la empresa mejora el rendimiento que va a recibir en comparación con el que generaría su banco. Usted no es versado en temas financieros y en realidad no entiende lo que el representante de ventas le está diciendo.

Usted está entrando ahora en el área en la que, especialmente en el sector de los servicios financieros, surge la mayor oportunidad para que la persona de ventas demuestre su adherencia a valores y comportamientos éticos o los ignore. El cliente que adquiere un producto financiero está comprando algo cuyo desempeño probablemente se determinará con el tiempo. El vendedor ético le describirá la estructura del producto ofrecido de tal forma que usted pueda estar razonablemente

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

seguro de que comprende lo que es y a quién le está comprando. Le explicará los factores que determinan la tasa de rendimiento ofrecida y le dirá si esta es una tasa real o una estimación que depende de que ocurran otras cosas sobre las cuales el originador del producto no tiene control. También le dirá que él recibirá un pago si usted compra el producto.

Dicho de otro modo, el vendedor le dará todos los detalles que usted necesita conocer para tomar una decisión fundamentada en cuanto a si usted desea invertir. Esa persona será **honesta, franca, transparente y justa.**

Por el contrario, una persona sin ética puede tratar de convencerlo con frases como 'nadie más me ha preguntado eso', 'no se preocupe, yo no vendería un producto en el que no tuviera confianza' o 'no, yo tampoco entiendo, pero en la firma tenemos personas innovadoras especializadas en diseñar estas cosas'. O también pueden sugerir que esta es una oportunidad limitada y que usted debe decidir de inmediato si desea aprovecharla.

El vendedor podría tranquilizarlo y convencerlo con palabras insulsas que realmente no dicen nada y animarlo a tomar una decisión sin que tenga hechos suficientes para hacerlo.

Considere si el vendedor está siendo **honesto, franco, transparente y justo**. ¿El vendedor está mostrando valores, cualidades y comportamientos éticos? ¿Le da prioridad al cliente? ¿Está considerando lo que es más conveniente para el cliente?

En esta última situación es claro que no.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

4. Evaluando dilemas



Objetivos de aprendizaje:

- Crear conciencia ética, evaluar los dilemas éticos, implementar decisiones éticas, conocer el marco normativo del mercado de valores sobre los deberes de los profesionales.

Pocas personas se proponen actuar deliberadamente de forma no ética y muchas firmas y personas mantienen los más altos estándares sin sentir la necesidad de contar con una plétora de políticas y procedimientos formales para documentar el cumplimiento de las normas éticas aceptadas.

No se puede asumir que la conciencia ética será aprendida mediante de un proceso de ósmosis. Si se pretende alcanzar los más altos estándares de comportamiento ético en nuestro sector y, en general, en los negocios, es prudente considerar cómo podemos crear un sentido de conciencia ética.

Si aceptamos que la ética se trata tanto de pensar como de hacer lo correcto, entonces debemos inculcar un tipo de pensamiento que nos haga reflexionar, por una cuestión de hábito, acerca de lo que estamos considerando hacer o lo que se nos pide que hagamos, antes de llevarlo a cabo.

Precipitarnos sin detenernos a pensar cuidadosamente en nuestras acciones, puede hacer que nos arrepintamos de ellas más tarde. No obstante, adoptar un enfoque más meditado, y quizás discutir nuestro curso de acción sugerido con colegas confiables puede llevarnos a tomar mejores decisiones que no falten a la ética.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

Evidentemente, hay muchas cosas que hacemos por cuestión de rutina y que hacen parte de nuestro trabajo cotidiano. Estas pueden estar gobernadas por los manuales de operaciones de nuestras firmas u otras formas de procedimiento establecido, como los usos y las costumbres, aunque estas últimas pueden ser un precedente peligroso del cual depender.

Surge entonces la pregunta de cómo podría usted responder si se le pidiera que modificara un procedimiento documentado o una práctica establecida. ¿Qué pensaría y qué haría? ¿Existe en su firma un entorno en el que se aliente esa reflexión? ¿Es dicho entorno uno en el que se exige a todo el personal mantener altos estándares basados en la creencia de lo que debe ser la satisfacción del cliente, u otro alternativo en el que no se debe perder ninguna oportunidad de obtener una ventaja competitiva, casi que sin tener en cuenta lo que ello pueda implicar?

Existe una percepción generalizada de que los estándares del ámbito de los negocios son de alguna manera diferentes y menos estrictos que los que aplicamos en nuestras vidas privadas, lo que puede influenciar el comportamiento de las personas en sus trabajos. Así que lo primero que se debe entender es que no existe un conjunto de reglas de comportamiento ético que se deba aplicar cuando se está en casa y otro, más bien menos exigente, que se utilice cuando se inicia la jornada laboral, o incluso el caso inverso. **Si algo está mal, simplemente está mal.**

A menudo habrá situaciones, especialmente en el trabajo, en las que nos enfrentaremos a una decisión en la cual no es evidente a primera vista si lo que se nos está pidiendo hacer es correcto. En estas situaciones, resulta aconsejable recurrir al procedimiento de preguntarse a sí mismo si lo que está a punto de hacer es **honesto, franco, transparente y justo**.

Además del procedimiento de comprobación de lo honesto, franco, transparente y justo, muchas firmas y organismos profesionales del sector de los servicios financieros cuentan con **códigos de ética** o **códigos de conducta** en los que se establece la forma en la que se espera que los empleados o miembros se comporten.

Con frecuencia, los términos 'código de ética' y 'código de conducta' se consideran sinónimos. No obstante, pueden existir diferencias sutiles entre los dos. El uso del término 'ética' en un documento diseñado para establecer normas de comportamiento da a entender que este implica un compromiso con el apego a normas de moralidad personal y no simplemente al cumplimiento de reglas y directrices relacionadas con asuntos profesionales. En general, los códigos de ética son también aspiracionales, pues propenden por la adherencia a valores que están más allá de los estándares normales.

Comúnmente, un código de conducta establece reglas y directrices a las que las personas deben adherirse. Alternativamente, si se considera que directrices sobre estándares de práctica en el ejercicio profesional son beneficiosas, estas podrían consignarse en un documento debidamente formalizado o en **normas reglamentarias**.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

4.1 Normas reglamentarias

El sistema financiero, y especialmente el mercado de valores colombiano, enfoca sus normas reglamentarias y éticas en una serie de leyes, reglamentos y decretos que están contenidos principalmente en dos documentos: el Decreto 2555 de 2010 y el Reglamento de AMV.

El **Decreto 2555 de 2010** registra algunas definiciones y principios orientativos del sistema financiero, así como algunas directrices o **reglas de conducta.** En este marco reglamentario las diferentes instituciones financieras deben:

- Contar con un **código de conducta** que incluya valores y directrices explícitos de buen comportamiento.
- Tener **parámetros** para el manejo de **conflictos de intereses**.
- Disponer de **mecanismos** para evitar el uso de **información privilegiada** o reservada.
- **Establecer organismos** responsables de **monitorear** el cumplimiento del código.
- Incluir las **consecuencias** de no seguir las reglas de conducta.

El **Reglamento de AMV** contiene los principales deberes, obligaciones y reglas generales de los intermediarios en valores. Los rasgos más destacados son los siguientes:

- Las personas autorreguladas deben actuar como **expertos prudentes** y **diligentes**, con **transparencia, honestidad, lealtad, claridad, precisión, probidad comercial, seriedad, cumplimiento, imparcialidad, idoneidad y profesionalismo**, cumpliendo con las obligaciones normativas y contractuales inherentes a la actividad a la que se dedican.
- Las personas autorreguladas mantendrán un mercado de valores basado en la **competencia libre y justa**.
- Las **áreas, funciones y sistemas de toma de decisiones** que muy probablemente estén en peligro de experimentar un conflicto de intereses, deben estar **separados física y operacionalmente** y deben contar con **procesos de toma de decisiones separados**.
- El organismo a cargo de establecer los principios, las políticas y los procedimientos en lo referente a conflictos de intereses es la **Junta Directiva** o el organismo que desempeñe funciones equivalentes.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

Los documentos mencionados van de la mano con las recomendaciones y normas establecidas por el IOSCO-OICV (Organización Internacional de Comisiones de Valores). Por ejemplo, esta organización señala que los códigos de ética de las entidades de los mercados financieros deben facilitar el entendimiento y la adherencia a los siguientes principios:



Existe una serie de actividades encaminadas a fortalecer el entendimiento de la ética en las instituciones financieras. Esas actividades deben incluir al menos lo siguiente:

- **Crear** una cultura de la ética en toda la organización.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

- **Promover** programas de capacitación que aborden temas relacionados con la ética.
- **Contar** con modelos o normas para resolver dilemas éticos.
- **Revisar y actualizar** el código de ética de la organización cuando sea necesario.

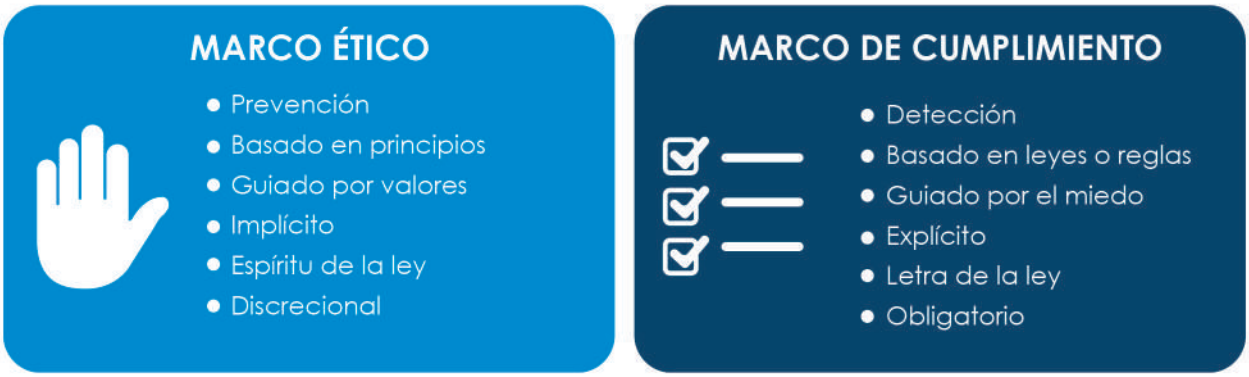
4.2 Normas profesionales

Además de las normas reglamentarias, los organismos profesionales han ratificado a sus miembros la importancia del comportamiento ético, especialmente en lo referente a la integridad, y han suministrado directrices y capacitación basadas en ética y valores. Por ejemplo, el Chartered Institute for Securities & Investment (CISI) exige a todos sus miembros tomar y aprobar una evaluación de ética llamada Integrity Matters (La integridad importa). Por lo tanto, la persona que se desempeñe profesionalmente en el sector estará expuesta tanto a las reglas expedidas por el ente regulador como a los estándares éticos que el organismo profesional espera que sean observados por ella.

En la práctica no existen grandes diferencias entre las normas reglamentarias y los códigos de conducta profesional. Los códigos comerciales y profesionales, así como las reglamentaciones, comparten un elemento escencial: servir como un requisito explícito para alcanzar los más altos estándares de ética personal y profesional.

Uno de los resultados paradójicos de la crisis financiera reciente es que se está fortaleciendo el cumplimiento según reglas, pues se considera que la toma de decisiones con base en principios ha fracasado. No obstante, aunque esta puede ser una reacción natural, el fortalecimiento de los reglamentos, lejos de ser un indicador del fracaso o la debilidad de un enfoque ético, debe de hecho verse como un llamado de atención para robustecer los estándares éticos. Entonces, debemos considerar cómo puede usarse nuestro comportamiento ético para mejorar las estructuras más bien rígidas del marco legislativo y reglamentario y producir mejores resultados para todas las partes interesadas.

En este punto vale la pena examinar los principales rasgos de lo que podemos describir como el enfoque **ético** versus el enfoque del **cumplimiento**:



Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

Una vez más volvemos sobre la elección de hacer algo porque **debemos**, dado que es lo correcto (ética) y no porque se **tiene** que hacer (reglamento).

No obstante, tomar decisiones éticas no es tan fácil como parece. Los siguientes tres estudios de caso plantean situaciones en las que lo correcto no es evidente a simple vista y presentan análisis que explican cuál es la mejor forma de proceder y cómo se tomó dicha decisión. Léalos con detenimiento, teniendo en cuenta los principios de honestidad, franqueza, transparencia y justicia.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

4.3 Caso1: Una pila de problemas



Juan es un ambicioso gerente júnior del equipo de conciliaciones de un importante banco internacional. La firma experimentó un período difícil hace algunos años cuando tuvo problemas para seguir operando debido a un gran incremento en el flujo de transacciones diarias, lo que tuvo como consecuencia que el ente regulador emitiera un comentario adverso al respecto.

Se contrató más personal y se hizo el compromiso con el ente regulador de que se pondrían en marcha procesos apropiados para monitorear el desempeño de la firma en el área afectada. Esto condujo a la introducción de un sistema de información interno que, para aquellos que no estuvieron involucrados en los problemas anteriores, consideran cada vez más oneroso y, en cierto modo, irrelevante. En consecuencia, el requisito según el cual es necesaria la firma de los titulares de los cargos designados no siempre se sigue al pie de la letra.

Cuando ya se acerca el cierre del período, Carlos, quien es el superior de Juan, le pide a este que se asegure de que la información administrativa del departamento (IA), que él coordina y analiza, está al día para ser discutida en la reunión de los jefes de división. Teniendo en cuenta las bien documentadas dificultades que su equipo experimentó anteriormente, Carlos será el centro de atención y, dado que la reunión se celebrará en otro lugar, tiene que partir el día anterior.

Juan siente algo de presión, pero está determinado a cumplir con los plazos planteados, consciente de que sus posibilidades de ser ascendido dependerán de su desempeño en momentos como este. Por consiguiente, llega temprano al trabajo y se va tarde para estar seguro de que puede mantener la rutina diaria bajo control y para atender las necesidades de Carlos.

El fin del período sobre el que debe informarse se acerca y Carlos, ansioso por tener sus cifras tan pronto como sea posible, empieza a presionar a Juan, quien a su vez es notificado por la unidad de información regulatoria de la compañía que el informe de su departamento, del cual Carlos es director, ya debe ser presentado y

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

debe llevar la firma de este. Este requisito, establecido en los procedimientos operativos de la empresa, se introdujo como resultado del compromiso adquirido con el ente regulador.

Dado que ya se acercan las fechas límite, Juan entrega a Carlos la información administrativa y aprovecha la oportunidad para recordarle que también debe firmar el informe reglamentario, que estará listo el día siguiente. Exasperado, Carlos afirma estar demasiado ocupado preparándose para la reunión como para preocuparse por "ese tipo de cosas" y le sugiere a Juan que, si está seguro de que el informe es correcto, lo firme en su lugar. Juan conoce los procedimientos de la firma, pero no cree ser capaz de decirle nada a Carlos en este momento de estrés particular y simplemente se siente tranquilo por haber terminado el informe.

EL DILEMA

El día siguiente, el informe reglamentario es terminado y entregado a Juan para que este lo haga firmar de Carlos. Juan le dice a su colega que va a verificar si Carlos puede firmarlo, pues está demasiado ocupado y a punto de partir para el aeropuerto.

Juan espera hasta que Carlos parezca estar libre y se dirige a su oficina con el informe para pedirle que lo firme. "Te dije ayer que podías firmarlo", le dice Carlos mientras se dirige a la puerta. "Es solo un informe y tú sabes de qué se trata. Tienes toda mi confianza".

POSIBLES OPCIONES

Juan está indeciso entre hacer lo que su jefe le ha dicho que haga y cumplir con los procedimientos establecidos por la firma, por lo que sopesa varias opciones.

- Si firma el informe, mantendrá contento a Carlos, aunque habrá quebrantado las reglas de la compañía.
- Si no firma y espera hasta que Carlos regrese, la entrega del informe se retrasará y el departamento se verá mal de nuevo, lo que puede afectar sus opciones de ascenso.
- Si Carlos le ha dicho que firme el informe, puede hacerlo sin problemas, ¿no?
- ¿Quizás deba explicarle a la unidad de informes regulatorios por qué no está la firma de Carlos y decir que él lo autorizó a firmar el informe?

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

¿HONESTO, ABIERTO, TRANSPARENTE Y JUSTO?

Al revisar las cuatro opciones anteriores, está claro que si Juan firmara el informe en nombre de Carlos, esto no sería transparente. Juan sabe que Carlos no ha leído y entendido el documento, por lo que estaría firmando el informe en su nombre con el conocimiento de que no ha recibido la debida revisión por parte de un gerente. Por lo tanto, si firma el informe en nombre de Carlos estaría engañando a la unidad de informes de la empresa al sugerir que el informe ha recibido la supervisión administrativa necesaria. Esperar a que Carlos regrese antes de que se firme el documento no sería justo para los colegas del departamento de Juan, ya que pueden estar en dificultades como resultado de la presentación retrasada.

OPCIÓN RECOMENDADA

Juan debe explicarle a la unidad de informes regulatorios por qué no ha podido obtener la firma de Carlos y notificarle que este lo ha autorizado a firmar el informe. Esta es la opción más **honesta**, **abierta**, **transparente** y **justa**, ya que Juan está siendo sincero acerca de lo que ha ocurrido, siendo abierto con el equipo que es más probable que se vea afectado por las consecuencias de sus acciones y ha sido claro sobre el motivo del retraso y sobre las instrucciones que le dio Carlos. Como resultado, esta es la opción más justa para todos los involucrados, ya que al contarle a la unidad de informes regulatorios lo que sucedió, les da la oportunidad de negociar un plazo extendido, los mantiene completamente informados de la situación, también podría darle a Carlos una segunda oportunidad para revisar y firmar el informe una vez que regrese a la oficina.

RESUMEN RÁPIDO DE LA LECTURA

¿QUÉ NO ES ÉTICO?

No es ético de parte de Carlos decirle a Juan que puede firmar el informe cuando él sabe que este debe llevar su firma. No sería ético que Juan firmara el informe en representación de Carlos sin decirle a alguien y esperando que nadie lo verifique.

RESUMEN DE LAS CUESTIONES PRINCIPALES

Juan está enfrentado al dilema de tratar de mantenerse en el mismo lado de su jefe, a quien debe suministrar información administrativa actualizada y precisa, y de respetar un requisito reglamentario, que exige la firma de un gerente designado en los informes.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

amv
Autorregulador del Mercado de Valores de Colombia

CONSECUENCIAS NEGATIVAS

Las malas decisiones generan potenciales consecuencias negativas para Juan y Carlos, así como para el banco. Juan no tiene autorización para firmar el informe, independientemente del estímulo no oficial que pueda recibir de Carlos. En consecuencia, sería irresponsable si lo hiciera. Del mismo modo, Carlos no tiene autoridad para delegar dicha tarea a Juan. En ambos casos, abusar de su autoridad no les favorece, especialmente teniendo en cuenta el trasfondo reglamentario del proceso. Esto hace de esta una situación en la que el respeto de los procedimientos establecidos es de vital importancia.

ENFOQUE ÓPTIMO

El enfoque óptimo consiste en adherirse a los procedimientos mandatorios.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

4.4 Caso 2: Una nube de humo



Jorge es director general de ABC, una muy respetada firma de asesoría en inversiones, la cual goza de buena reputación. La empresa tiene una vacante para un experimentado analista de inversión de alto nivel que ha resultado difícil de llenar y se ha convertido en un gran problema debido a la inminente salida de un contratista que ha estado haciendo el trabajo de forma temporal, lo cual no ha resultado una solución satisfactoria para las dificultades de la compañía.

ABC se propone contratar a la persona adecuada. Susana, directora de recursos humanos, le informa a Jorge que, después de una extensa búsqueda, ha logrado preseleccionar a dos candidatos para su consideración. El primero de ellos, Laura, tiene estudios de posgrado y cuenta con una experiencia corta, aunque relevante, adquirida trabajando para una firma competidora, en la que ha avanzado rápidamente. Susana le recuerda a Jorge que la junta directiva de ABC ha ordenado a la firma incrementar el número de mujeres en altos cargos, pues además de ella, no hay más mujeres en la empresa, aparte del personal administrativo en cargos de menor jerarquía. El logro de esta meta es uno de los principales objetivos de Susana y Jorge.

El segundo candidato, Tomás, es un hombre de mayor edad, tiene más experiencia que Laura y ha sido empleado durante los últimos diez años como analista en una de las sociedades de inversión más importantes.

Susana programa las entrevistas de Jorge con los dos candidatos. Laura es muy inteligente, tiene experiencia valiosa, aunque comparativamente corta, y logra causar una buena impresión en Jorge de inmediato. Este considera que su agudo intelecto compensa de sobra su limitada experiencia. El hecho de que ella haya avanzado con rapidez es algo que Jorge también considera como algo a su favor.

Jorge se inclina por contratarla, pues puede hacer el trabajo y, lo que es destacable, puede mejorar el coeficiente de personal femenino de ABC. Además, ella

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

parece estar muy bien conectada con varias familias de alto perfil, lo que puede traer beneficios adicionales a la firma.

Laura estará disponible en muy poco tiempo porque, según reveló, es probable que la despidan como consecuencia de la reorganización de su empleador actual, que se encuentra en proceso de fusión con otra empresa.

Jorge también entrevista a Tomás, quien parece adecuado con su mayor experiencia, aunque su actitud es más bien reservada. Debido a su experiencia, la contratación de Tomás probablemente sea significativamente más costosa que la de Laura y no estará disponible sino hasta el final de un período de preaviso de tres meses.

Después de sopesar los argumentos relativos a favor y en contra de los dos candidatos, Jorge le informa a Susana que planea emplear a Laura, si bien le gustaría verla una vez más antes de decidir.

Al final de la segunda entrevista, Jorge pregunta si hay algo más que Laura desee preguntar o plantear. Con algo de vacilación, ella dice que hay un asunto con respecto al cual siente que lo mínimo que debe hacer es mencionarlo.

Ella revela que, unos pocos años antes, recibió una "advertencia por consumo de marihuana" de la policía, al ser sorprendida fumando en un festival de música. Contrariado por esta revelación inesperada, Jorge le pregunta por qué no mencionó ese hecho en su formulario de solicitud de empleo o en la primera entrevista y si su primer empleador está al tanto de ello.

Laura responde, en forma más bien avergonzada, que dudó seriamente de haber sido invitada incluso para una primera entrevista si lo hubiera mencionado. Se disculpa con Jorge y dice que fue un hecho aislado, en el calor del momento, en ese ambiente particular, y añade que una advertencia de ese tipo no es equivalente a un antecedente por un delito penal y que solo lo mencionó porque quería ser completamente franca y honesta con Jorge. Sin saber cómo responder, Jorge le dice a Laura que desea analizar lo que acaba de saber y que le comunicará su decisión a su debido tiempo.

EL DILEMA

Jorge discute el asunto con Susana, quien expresa su sorpresa, pero dice que al menos Laura ha sido honesta: ella podría haber elegido no decir nada y es poco probable que la firma se hubiese enterado. Además, Laura tiene buena experiencia, disposición inmediata y buenas conexiones. Susana se pregunta cuál sería postura de la firma si un empleado no aprobara la prueba del alcoholímetro habiendo excedido por poco el límite de alcoholemia permitido para conducir.

Agrega que ABC no cuenta con una política específica sobre uso de drogas y en su lugar se apoya en verificaciones de la Oficina de Antecedentes Penales para

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

revelar cualquier condena penal proferida contra personas recientemente contratadas. Jorge sigue indeciso y opta por hablar con su director independiente inmediato, Carlos, quien ha acumulado una vasta experiencia a lo largo de muchos años de trabajo en el sector.

Carlos es inflexible en su opinión de que nadie con un antecedente penal debería ser empleado por la firma, aunque, como Jorge, no está seguro de cómo responder en este caso. Dice que hay una diferencia entre beber, que es legal, y consumir drogas, que no lo es, aun cuando la sanción impuesta en este caso pueda algunas veces equivaler a una amonestación menor.

POSIBLES OPCIONES

Preocupado por estas opiniones opuestas, Jorge decide considerar la situación en más detalle, diciéndole a Susana que se reunirán en la mañana para tomar una decisión. Durante la noche, Susana revisa las diversas opciones, las cuales dispone de la siguiente manera:

- Contratar a Laura. Aunque pueda ser un riesgo, dado que tiene menos experiencia que Tomás, tiene la suficiente, está disponible de inmediato y satisface la necesidad que tiene la firma de contratar a más mujeres. En contra está el reconocimiento de su roce con la policía por fumar marihuana. Pero, ¿debería ser ese el factor decisivo? Después de todo, ella sí lo reconoció sin que tuviera que hacerlo.

- Contratar a Tomás. Esta es la opción más segura, pues tiene la experiencia, aunque no estará disponible por tres meses. Sin embargo, su contratación no ayudará a la empresa a alcanzar sus metas en materia de diversidad y, siendo realistas, él habría sido considerado la segunda mejor opción si Laura no hubiese mencionado la advertencia que le hizo la policía.

- No contratar a ninguno de los dos y seguir buscando. No obstante, ya se ha empleado un tiempo importante en la búsqueda y hay escasez de candidatos adecuados.

- Considerar opciones alternativas, como contratar a alguien por tiempo definido, subcontratar el servicio o destinar recursos a investigación, mientras se sigue buscando un remplazo permanente.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

¿HONESTO, ABIERTO, TRANSPARENTE Y JUSTO?

En este escenario, es muy importante considerar si Laura ha sido honesta, abierta, transparente y justa, y si la decisión que se va a tomar está también en línea con estos valores, de tal suerte que se asegure que la persona que está contratando comparte los valores de la empresa. Si bien puede argumentarse que Laura no se comportó de manera transparente en su primera entrevista, el hecho de que fue abierta y honesta sobre la advertencia de cannabis antes de ser contratada sugiere que quería darle a Jorge toda la información necesaria para tomar una decisión justa e informada. Jorge también necesita asegurarse de que su acción sea justa. Como señaló Susana, ABC no tiene una política específica de drogas, y esta acción no aparece registrada en los informes de antecedentes. Por lo tanto, si Jorge tomara la decisión de no contratar a Laura y contratar a Tomás u otro candidato, estaría usando criterios por fuera de los procedimientos actuales de la empresa, lo cual no sería justo para Laura.

OPCIÓN RECOMENDADA

En conclusión, la advertencia hecha por la policía a Laura no es una razón suficiente para no contratarla, dado que parece llenar todos los requisitos del cargo. De hecho sería injusto que Jorge la discriminara sobre la base de su confesión. Una advertencia por consumo de marihuana no constituye una falta penal y no da lugar al registro de un antecedente, por lo que no se habría revelado en una verificación adelantada por la Oficina de Antecedentes Penales.

RESUMEN RÁPIDO DE LA LECTURA

¿QUÉ NO ES ÉTICO?

No sería ético que la firma renunciara a contratar a Laura basándose en la advertencia por consumo de marihuana si existen otras razones técnicas por las cuales ella no es adecuada para el cargo. Sin embargo ese no es el caso.

No hay un requisito legal que obligue a Laura a revelar la advertencia y, si no lo hubiese hecho, no podría sostenerse que hubiera actuado de forma no ética. El propósito de la advertencia es amonestar verbalmente al advertido, no sancionarlo.

RESUMEN DE LAS CUESTIONES PRINCIPALES

Una firma necesita contratar a un nuevo analista y preferiría que sea una mujer. Dos buenos candidatos son entrevistados y la firma se inclina por la mujer.

En su segunda entrevista, ella revela que unos cuantos años atrás le hicieron una advertencia por consumo de marihuana.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

La firma no está segura de si esta revelación debería impedir su contratación o si debería estar complacida de que ella haya sido completamente honesta.

CONSECUENCIAS NEGATIVAS

No contratar a Laura con base en lo que ha revelado privará a la firma de su candidato preferido y le dificultará alcanzar la meta de incrementar la proporción de personal femenino.

De forma más notable, castiga a la candidata por ser franca y honesta al revelar un incidente del que no estaba obligada a hablar.

ENFOQUE ÓPTIMO

Contratar a Laura, pues es la mejor candidata y agradecerle su honestidad con respecto a su pasado.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

4.5 Caso 3: Entrega del sobre



Claudia es una instructora experimentada de una reconocida organización que de forma regular dicta sesiones en Londres en las que se incluyen delegados de distintos países. Como resultado de ello, es invitada a representar a su firma y hablar en una conferencia de capacitación que HELIX, un organismo profesional que representa al sector de la ingeniería, celebrará en la ciudad de Arcadia.

HELIX pagará todos los vuelos, los traslados y el hospedaje durante los tres días que ella estará en Arcadia en la conferencia. Su jefe concuerda en que esta es una excelente oportunidad para ella y para la firma, por lo cual ella debería ir. Claudia también obtiene el consentimiento para tomarse dos días de licencia y así permanecer una semana en Arcadia, en donde tendrá la compañía de su novio, Juan. La pareja pagará el costo de los vuelos adicionales y los gastos de hotel relacionados con su estadía prolongada.

Claudia y Juan disfrutan de unos días de relajación antes del inicio de la conferencia, en la que a Claudia le va bien, pues la reacción de los asistentes a su presentación es tan positiva, que se le pide que intervenga en un panel de discusión en remplazo de un expositor que tuvo que cancelar su asistencia a último minuto.

La conferencia termina, Claudia y Juan están haciendo el registro de salida del hotel cuando Claudia es abordada por Diego, director general de HELIX, quien le entrega un sobre diciendo "este es un agradecimiento personal en reconocimiento por su intervención", y añade, dirigiendo una mirada deliberada a Juan, "sé que han tenido gastos adicionales y queremos que nos tengan en cuenta".

Claudia le agradece a Diego y luego ella y Juan parten.

De camino al aeropuerto, Claudia abre el sobre y encuentra cinco billetes de US$100 y una nota de Diego que dice "Muchas gracias por hacer de nuestra conferencia un éxito. Espero trabajar con usted de nuevo". Claudia está muy sorprendida con este gesto y no sabe cómo responder a él.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

Juan no comparte la duda de Claudia, diciendo que el dinero es un regalo personal de Diego para ella y que no hay razón por la que no deba conservarlo y usarlo para cubrir los gastos de las vacaciones. Llegan al aeropuerto y dejan de discutir el asunto mientras entran en la terminal. Allí encuentran una larga fila de pasajeros esperando a hacer el registro de abordaje para el vuelo, cuya salida ha sido aplazada por tres horas.

EL DILEMA

Con la posibilidad de una larga espera, empieza a debilitarse el pensamiento inicial de Claudia de que no puede quedarse con el dinero y debe devolverlo a Diego. Quizás pueda usarlo para obtener asientos en clase ejecutiva para ella y Juan. Después de todo, la política de la compañía le habría permitido el viaje en esa clase si estuviese viajando sola. Cambiar de clase ahora puede justificarse utilizando "sus" US$500 para pagar por Juan. La empresa no puede quejarse, pues no se le está solicitando que pague los gastos adicionales.

Mientras lucha con este dilema, Claudia nota que Miguel, otro conferencista, está negociando con alboroto el cambio a clase ejecutiva y puede verlo agitar en el aire lo que parecen US$500. En ese momento, su incertidumbre se disipa y decide entrar a la fila detrás de Miguel para cambiar sus tiquetes.

POSIBLES OPCIONES

Seis horas después, volando sobre el océano y fortalecida por una comida y un vaso de vino, Claudia empieza a reflexionar acerca de lo que ha hecho, considerando cómo puede justificarlo frente a su empleador si se le pidiera hacerlo.

- Podría haber devuelto el dinero con una nota respetuosa agradeciéndole a Diego, diciendo que, ella estaba representando a su empresa y no trabajando por cuenta propia, por lo que no puede aceptar ninguna clase de pago. Quizás deba hacerlo cuando llegue a casa, aunque ¿no se sentirá ofendido Diego?

- Lo que ha hecho es aceptable. Revelará a su empleador el cambio de su pasaje a clase ejecutiva. Revelará que ha recibido US$500 y le permitirá a la empresa decidir si puede usarlos para el cambio de pasaje de Juan.

- Solicitará el reembolso relacionado con el cambio de su pasaje a clase ejecutiva, pero no dirá nada acerca de los US$500 que utilizó para cambiar el pasaje de Juan. Se trató de un obsequio personal de Diego que no tiene nada que ver con su empleador.

- Ha pagado por el cambio de los dos pasajes a clase ejecutiva con la tarjeta de crédito de su empresa. Es posible que nadie la interrogue y que no le pidan que pague nada. Sin embargo, de ser así, puede revelar a la empresa haber recibido los US$500. ¿Por qué habría alguien de quejarse por ello?

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

¿HONESTO, ABIERTO, TRANSPARENTE Y JUSTO?

Al usar el dinero para pagar la mejora de Juan, se puede inferir que Claudia ha aceptado el dinero de Diego. Probablemente esto sea contrario a la política de la compañía y también es injusto ya que se ha beneficiado de una ventaja indebida. ¿Qué favores podría esperar Diego a cambio? ¿Cómo se reflejaría esto en la imagen de la compañía si saliera en las noticias? No decir nada acerca de la tarifa de Juan no parece transparente o completamente sincero, entonces, ¿qué debería haber hecho ella y qué puede hacer ahora?

OPCIÓN RECOMENDADA

La respuesta más apropiada habría sido que Claudia hubiese devuelto el dinero, acompañado de una nota respetuosa, agradeciéndole a Diego, pero diciendo que, ya que estaba representando a la empresa y no trabajando por cuenta propia, no puede aceptar ningún tipo de pago. Para ser honesta, abierta y transparente, Claudia debería ahora declarar lo que le ha sucedido a su compañía y aceptar su decisión sobre qué hacer dadas las circunstancias.

RESUMEN RÁPIDO DE LA LECTURA

¿QUÉ NO ES ÉTICO?

No es ético aceptar el efectivo como un obsequio personal por el tiempo empleado representando a la empresa.

No es ético utilizar el efectivo en beneficio personal sin haberlo revelado.

No es ético manipular la política de viajes de la empresa en beneficio personal sin habérselo hecho saber.

RESUMEN DE LAS CUESTIONES PRINCIPALES

Una instructora es invitada a hablar en una conferencia en el exterior y es acompañada por su novio. Al partir, se le entrega un sobre con US$500 con un mensaje en el que se explica que se trata de un obsequio personal del organizador de la conferencia. Frente a una larga espera en el aeropuerto, se pregunta si puede utilizar ese dinero para cambiar a asientos de clase ejecutiva y si debe revelar ese hecho.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

CONSECUENCIAS NEGATIVAS

No ser honesta, franca, transparente y justa en cuanto a la forma en la que reacciona a la situación a la que se ve enfrentada podría, si fuese descubierta por la firma, tener consecuencias negativas para Claudia y posiblemente para su novio, pues sus acciones serán consideradas como deshonestas. Esto puede afectar su empleo inmediato y posiblemente tener consecuencias más amplias.

ENFOQUE ÓPTIMO

Claudia debe intentar devolver el dinero. Sin embargo, si decide usarlo para cambiar sus asientos de vuelo a clase ejecutiva, debe revelarlo a su empleador y dejarlo decidir si ello concuerda con su política sobre viajes.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

5. Conducta y reglamentación en Colombia



Objetivos de aprendizaje:

- Entender los principios reglamentarios.
- Comprender las normas de conducta y los deberes generales del mercado de valores.
- Conocer las Leyes sobre transparencia de la información financiera y soborno.

5.1 Principios

El **Decreto 2555 de 2010** establece una serie de reglas y normas, así como los siguientes principios orientativos, que deben observar todas las entidades que participan en el mercado de valores colombiano:

TRANSPARENCIA:	Brindar información cierta, suficiente, clara y oportuna sobre los productos que promocione y las operaciones que realice en desarrollo de su objeto social.
CONFIDENCIALIDAD:	Evitar revelar información privada relacionada con el mercado.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

USO ADECUADO DE LA INFORMACIÓN:	Todos los participantes deben evitar utilizar información privilegiada para su beneficio o el de terceros.
LEALTAD:	Se entiende como la obligación que tienen los participantes de actuar con honestidad, franqueza, fidelidad y objetividad respecto a todos los participantes del mercado.
PROFESIONALISMO:	Los intermediarios del mercado de valores deben siempre informar a su cliente con base en información "seria, completa y objetiva" y teniendo en cuenta sus necesidades.
RESPETO DE LA LEY:	Actuar de acuerdo con las disposiciones legales, especialmente con los deberes de información contenidos en ellas, comunicando al cliente cualquier circunstancia que pueda modificar su voluntad contractual.

5.2 Normas de conducta

Las **Normas de conducta** hacen parte del **Decreto 2555** y pueden también encontrarse en las **Reglas y reglamentos de AMV**. Son de especial importancia porque establecen los casos más comunes de mala conducta dentro del sistema financiero colombiano.

- **Conflicto de intereses:** se presenta cuando una persona se enfrenta, en razón de su actividad, a diferentes alternativas de conducta con relación a intereses incompatibles, ninguno de los cuales puede privilegiar en atención a sus obligaciones legales o contractuales.
- **Uso de información privilegiada y confidencial:** abstenerse de usar información privilegiada y confidencial. Esta información se considera privilegiada cuando no ha sido revelada al público, no ha sido revelada de acuerdo con los reglamentos del mercado de valores y no está al alcance del público general a través de medios físicos, electrónicos o similares.
- **Mal uso de los recursos del cliente:** abstenerse de dar un uso no autorizado o diferente a los recursos del cliente expresamente indicados o previstos.

El **Reglamento de AMV** contempla los **deberes generales y especiales** de los intermediarios de valores y sus personas naturales vinculadas (PNV). Estos dan directrices más específicas que los principios y normas de conducta del **Decreto 2555** y los miembros del AMV deben garantizar que los acatan en todo momento. Si se encuentra que los miembros del AMV no los han acatado, pueden afrontar procesos disciplinarios. A continuación se resumen los deberes principales:

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

5.3 Deberes generales y especiales

Revelación de información:



Cada miembro del AMV debe adoptar políticas y procedimientos de modo que la información dirigida a sus clientes reales o potenciales en sus operaciones sea objetiva, oportuna, integral, imparcial y clara.

Deber de la documentación:



Las operaciones efectuadas en el mercado extrabursátil deben hacerse a través de un medio verificable que tenga las principales características de la operación.

Deber de la confidencialidad:



Proteger y no revelar información que se obtenga en virtud de la relación con el cliente, que no está al alcance del público y que el cliente no está obligado a divulgar.

Separación de activos:



Separación de activos entre 'activos propios' y aquellos de terceros y no dar a los activos de terceros un uso distinto del permitido.

Deber de mejor ejecución:



Adoptar políticas y procedimientos para la ejecución de sus operaciones. En esta ejecución, el mejor resultado posible para el cliente debe concordar con sus instrucciones.

Deber de la asesoría profesional



Este deber consiste en informar al cliente acerca de los elementos que un inversionista razonable tendría en cuenta al tomar una decisión de inversión (considerando el perfil del cliente). Este asunto está íntimamente relacionado con los cuatro principios éticos mencionados antes: honestidad, franqueza, transparencia y justicia. El personal comercial de una institución financiera siempre debe tener presentes estos principios en el momento de asesorar a un inversionista.

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

Manipulación de los precios del mercado: las siguientes conductas son consideradas como manipulativas del mercado:

- **Spoofing**: Consiste en que los intermediarios hacen posturas falsas en los sistemas de negociación, teniendo como objeto o efecto manipular el precio justo de intercambio o engañar a los demás participantes en el mercado.
- **Layering:** Se refiere a la práctica conocidad como "pintar pantallas" y es una modalidad del Spoofing que consiste en ingresar un número representativo de posturas en la pantalla, sin tener la intención real de que todas ellas puedan ser calzadas en la sesión de negociación.
- **Collusion**: Consiste en un acuerdo tácito entre operadores para ejecutar una operación en condiciones preestablecidas, con el objeto de obtener un beneficio originado en la determinación artificial del precio del activo.

Defraudar: consiste en obtener provecho indebido para sí o para un tercero, afectando a un tercero o al mercado, en desarrollo de operaciones o actividades de intermediación.

Por último, es importante indicar que el Estado colombiano ha identificado la necesidad de incluir Leyes con respecto al comportamiento ético en diversos sectores de la economía. Enseguida, estas leyes se describen brevemente.

5.4 Ley sobre la transparencia de la información financiera

Ley 1748 de 2014 – Decreto 1854 de 2015 – La aprobación de esta Ley y decreto establece la obligación de suministrar información transparente a los consumidores de servicios financieros. Resalta la importancia y la obligación de las entidades supervisadas por la Superintendencia Financiera de Colombia de especificar (tanto como lo permita el producto o servicio financiero) todos los cargos pagados por el cliente.

Precisamente, uno de los principales elementos de esta Ley es el establecimiento del Valor Total Unificado (VTU), el cual, hace referencia a un valor único (expresado en términos de un porcentaje efectivo anual y en pesos colombianos) que debe suministrarse a los clientes de las instituciones financieras supervisadas, que indica el valor total que se va a recibir realmente o debe ser pagado por dicho cliente.

Vale la pena indicar que el VTU debe informarse durante la ejecución del contrato para facilitar que los consumidores financieros potenciales tengan más información y claridad para tomar las decisiones que les favorezcan, al comprar productos y

Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales

hacer operaciones financieras. Además, el VTU permite al consumidor financiero potencial comparar las ofertas de diversas instituciones financieras de forma homogénea.

5.5 Ley anticorrupción

Ley 1778 de 2016 – Esta Ley, también conocida como 'Ley antisoborno' o 'Ley anticorrupción', fue sancionada en febrero de 2016. La Ley dicta disposiciones para prevenir y comprender el acto no ético en las actividades que se efectúan en la economía nacional.

La ley empieza indicando lo que se considera como soborno y corrupción desde la perspectiva de las transacciones internacionales efectuadas con funcionarios públicos extranjeros. Enseguida menciona las penas a las que un funcionario está expuesto en caso de ser descubierto tomando parte en cualquiera de estas actividades, y termina indicando que también se llevará a cabo un riguroso proceso de investigación antes de determinar la sanción. Por lo tanto, está centrada en sancionar a la parte "oferente" de la conducta.

Por último, es importante observar que la **'Superintendencia de Sociedades'** creó una directriz dirigida a la puesta en marcha de programas de ética empresarial para la prevención de conductas consideradas como **soborno** o **corrupción**.

La directriz de ética mencionada fue creada con base en normas internacionales (OCDE, Ley antisoborno del Reino Unido, Ley sobre prácticas corruptas en el extranjero).

Por esta razón es fundamental conocer los ocho principios estipulados en esta directriz para tener un Programa de Ética Empresarial eficaz:



Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales



Este material es propiedad de AMV, es de consulta gratuita y se encuentra prohibida su venta y uso para fines comerciales





amv

Autorregulador del Mercado de Valores
de Colombia

Calle 72 No. 10-07 oficina 1202 / Bogotá - Colombia
PBX: (571) 607 1010 - Fax: (571) 347 0759
www. amvcolombia.org.co



