

En el primer paso, los responsables de la toma de decisiones deben identificar los hechos con los que tienen que trabajar, y los hechos que les gustaría tener, antes de tomar una decisión. Las partes interesadas, es decir, las afectadas por la decisión, deben ser identificadas. Estas partes interesadas pueden incluir al empleador, los clientes, los compañeros de trabajo, uno mismo, la familia y otras personas de la industria, y se deben identificar los deberes para cada parte interesada. Esta parte del proceso también ayudará a identificar explícitamente los posibles conflictos de intereses entre las distintas partes interesadas. En este punto, los responsables de la toma de decisiones deben ser capaces de identificar los principios éticos implicados en la decisión, aunque también se puede obtener una mayor claridad sobre ellos a lo largo del proceso.

En el segundo paso, el marco sugiere que se deben identificar y considerar los factores situacionales que pueden influir en los tomadores de decisiones, junto con cualquier sesgo personal que pueda entrar en juego. En este punto, los responsables de la toma de decisiones pueden buscar orientación externa que puede provenir de un mentor, colegas o amigos que hayan demostrado buen juicio en el pasado. También se puede solicitar orientación a los departamentos legales y de cumplimiento de la firma. Esta orientación de fuentes alternativas ayudará a proporcionar una variedad de perspectivas desde las cuales se puede ver la decisión bajo consideración, así como ayudar a desarrollar alternativas que deben considerarse. Por último, se consideran todas las acciones alternativas que se han identificado, teniendo en cuenta los efectos a corto y largo plazo de cada acción alternativa y las implicaciones éticas potenciales pero imprevistas.

En el paso final, los responsables de la toma de decisiones deben evaluar los resultados de las medidas que se han adoptado. En particular, deben considerar si las decisiones tuvieron los resultados esperados y si se prestó la debida atención a los principios éticos, las influencias situacionales y los deberes para con los clientes y otras partes interesadas.

#### **CONCEPTOS CLAVE** **LOS 89.a**

El comportamiento ético es aquel que se ajusta a un conjunto de reglas y principios morales basados en creencias compartidas sobre qué comportamiento es aceptable y qué comportamiento es inaceptable.

#### **LOS 89.b**

Un código de ética profesional es una forma de que una profesión comunique al público que sus miembros utilizarán sus conocimientos y habilidades para servir a sus clientes de manera honesta y ética, y puede aumentar la confianza del público en que los miembros actuarán de manera ética.

#### **LOS 89.c**

Una profesión es un grupo ocupacional que tiene requisitos de conocimientos especializados y especializados. Las profesiones establecen confianza al exigir altos estándares de experiencia, establecer estándares de comportamiento ético y monitorear la conducta profesional.

#### **LOS 89.d**

2. Cuando los Miembros y Candidatos sean responsables de administrar una cartera con un mandato, estrategia o estilo específico, solo deben hacer recomendaciones de inversión o tomar solo acciones de inversión que sean consistentes con los objetivos y restricciones establecidos de la cartera.

**D. Presentación de la actuación.** Al comunicar información sobre el rendimiento de las inversiones, los Miembros o Candidatos deben hacer esfuerzos razonables para garantizar que sea justa, precisa y completa.

**E. Preservación de la confidencialidad.** Los Miembros y Candidatos deben mantener la confidencialidad de la información sobre clientes actuales, anteriores y potenciales, a menos que:

1. La información se refiere a actividades ilegales por parte del cliente o posible cliente,
2. La divulgación es requerida por la ley, o
3. El cliente o posible cliente permite la divulgación de la información.

#### **IV. DEBERES PARA CON LOS EMPLEADORES**

**A. Lealtad.** En asuntos relacionados con su empleo, los Miembros y Candidatos deben actuar en beneficio de su empleador y no privar a su empleador de la ventaja de sus habilidades y capacidades, divulgar información confidencial o causar daño a su empleador.

**B. Acuerdos de compensación adicionales.** Los Miembros y Candidatos no deben aceptar regalos, beneficios, compensaciones o contraprestaciones que compitan con los intereses de su empleador o que se pueda sospechar razonablemente que crean un conflicto de intereses con ellos, a menos que obtengan el consentimiento por escrito de todas las partes involucradas.

**C. Responsabilidades de los supervisores.** Los Miembros y Candidatos deben hacer esfuerzos razonables para garantizar que cualquier persona sujeta a su supervisión o autoridad cumpla con las leyes, reglas, regulaciones y el Código y Estándares aplicables.

#### **V. ANÁLISIS, RECOMENDACIONES Y ACCIONES DE INVERSIÓN**

**A. Diligencia y base razonable.** Los Miembros y Candidatos deben:

1. Ejercitar diligencia, independencia y minuciosidad en el análisis de inversiones, la formulación de recomendaciones de inversión y la adopción de medidas de inversión.
2. Tener una base razonable y adecuada, respaldada por investigaciones e investigaciones apropiadas, para cualquier análisis, recomendación o acción de inversión.

**B. Comunicación con Clientes y Posibles Clientes.** Los Miembros y Candidatos deben:

1. Divulgar a los clientes y posibles clientes el formato básico y los principios generales de los procesos de inversión que utilizan para analizar las inversiones, seleccionar valores y construir carteras, y deben revelar con prontitud cualquier cambio que pueda afectar materialmente esos procesos.
2. Revelar a los clientes y posibles clientes las limitaciones y riesgos significativos asociados con el proceso de inversión.
3. Utilizar un juicio razonable para identificar qué factores son importantes para sus análisis, recomendaciones o acciones de inversión e incluir esos factores en las comunicaciones con los clientes y posibles clientes.
4. Distinguir entre hechos y opiniones en la presentación de análisis y recomendaciones de inversión.

**C. Retención de registros.** Los Miembros y Candidatos deben desarrollar y mantener registros apropiados para respaldar sus análisis de inversión, recomendaciones, acciones y otras comunicaciones relacionadas con la inversión con clientes y posibles clientes.

## VI. CONFLICTOS DE INTERESES

**A. Divulgación de conflictos.** Los Miembros y los Candidatos deben hacer una divulgación completa y justa de todos los asuntos que razonablemente se pueda esperar que perjudiquen su independencia y objetividad o interfieran con sus respectivos deberes para con sus clientes, posibles clientes y empleadores. Los Miembros y los Candidatos deben asegurarse de que dichas divulgaciones sean destacadas, simples y estén en un lenguaje sencillo y comuniquen la información relevante de manera efectiva.

**B. Prioridad de las transacciones.** Las transacciones de inversión para clientes y empleadores deben tener prioridad sobre las transacciones de inversión en las que un Miembro o Candidato sea el beneficiario efectivo.

**C. Tarifas de referencia.** Los Miembros y Candidatos deben revelar a su empleador, clientes y posibles clientes, según corresponda, cualquier compensación, consideración o beneficio recibido por, o pagado a otros por la recomendación de productos o servicios.

## VII. RESPONSABILIDADES COMO MIEMBRO DEL CFA INSTITUTE O CANDIDATO AL CFA

**A. Conducta como participantes en los programas del CFA Institute.** Los Miembros y Candidatos no deben participar en ninguna conducta que comprometa la reputación o integridad del CFA Institute o la designación del CFA o la integridad, validez o seguridad de los programas del CFA Institute.

**B. Referencia al CFA Institute, la designación CFA y el programa CFA.** Al referirse al CFA Institute, a la membresía del CFA Institute, a la designación del CFA o a la candidatura en el Programa CFA, los Miembros y Candidatos no deben tergiversar ni exagerar el significado o las implicaciones de la membresía en el CFA Institute, la posesión de la designación CFA o la candidatura en el Programa CFA.

# LECTURA 91 ORIENTACIONES PARA LAS NORMAS I A VII

## MÓDULO 91.1: ORIENTACIÓN PARA LAS NORMAS I(A) E I(B)

---

LOS 91.a: Demostrar la aplicación del Código de Ética y Normas de Conducta Profesional a situaciones que involucran cuestiones de integridad profesional.

LOS 91.b: Recomendar prácticas y procedimientos diseñados para prevenir violaciones del Código de Ética y Normas de Conducta Profesional.

LOS 91.c: Identificar conductas que se ajusten al Código y Normas y conductas que violen el Código y las Normas.

---

Las Normas de Conducta Profesional comprenden siete Normas (I-VII) y un total de 22 subsecciones. Estas Normas y su aplicación se describen en el Manual de Normas de Práctica, 11ª Edición, 2014, publicado por CFA Institute.

El Manual de Estándares de Práctica se incluye en su totalidad en el plan de estudios del CFA en el Volumen 6.

**NOTA DEL PROFESOR** Debes leer detenidamente el Manual de Estándares de Práctica varias veces en preparación para tu examen de Nivel I (sí, todo el libro, incluidos todos los ejemplos). Entre el quince y el veinte por ciento de las preguntas de su examen se basarán en este libro y en el breve módulo de aprendizaje sobre las Normas Globales de Rendimiento de Inversiones (GIPS). Dado que gran parte de esto no es natural simplemente de memorizarse, sugerimos que su lectura final del Manual de Estándares de Práctica sea al menos anterior a su examen. Probablemente no necesite leer todos los ejemplos ese día, pero si resaltó algunos puntos durante una lectura anterior, puede volver a revisarlos a medida que avanza en todos los estándares, la guía y las mejores prácticas recomendadas.

En nuestro resumen de las Normas de Práctica, nos enfocamos en describir tres cosas: (1) acciones que claramente violan la subsección, (2) los comportamientos que cada subsección pretende alentar o desalentar, y (3) las mejores prácticas recomendadas para los miembros y sus IRM. En muchos casos, las acciones que los miembros y candidatos no deben tomar se explican utilizando términos abiertos a la interpretación, como "razonable", "adecuado" y "simbólico".

Algunos ejemplos de las propias Normas son:

- ... Usar el cuidado y el juicio razonables para lograr ...
- ... aceptar cualquier regalo, que razonablemente se pueda esperar que se comprometa...
- ... actuar con un cuidado razonable y ejercer un juicio prudente...
- ... tratar de manera justa y objetiva con todos los clientes...
- ... hacer una investigación razonable sobre...

- Alentar a sus empresas a adoptar procedimientos para prevenir el uso indebido de información material no pública.

### **Recomendaciones para las empresas**

Utilice un cortafuegos dentro de la empresa, con elementos que incluyen:

- Ejercer un control sustancial de las comunicaciones interdepartamentales relevantes a través de un área de autorización, como el departamento de cumplimiento o legal.
- Revisa los oficios de los empleados.
- Mantenga listas de "vigilancia", "restringido" y "rumores".

Monitorear y restringir el comercio por cuenta propia mientras una empresa está en posesión de información material no pública. Sin embargo, prohibir todas las operaciones por cuenta propia mientras una empresa está en posesión de información material no pública puede ser inapropiado porque puede enviar una señal al mercado. En estos casos, las empresas solo deben tomar el lado opuesto de las operaciones no solicitadas de los clientes.

#### *Norma II(B): Manipulación del mercado*

*Los Miembros y Candidatos no deben participar en prácticas que distorsionen los precios o inflen artificialmente el volumen de negociación con la intención de engañar a los participantes del mercado.*

Las acciones de los miembros pueden afectar los valores de seguridad y los volúmenes de negociación sin violar esta Norma. El punto clave aquí es que si existe la intención de engañar, entonces se viola la Norma. Por supuesto, la difusión de información falsa para afectar los precios o el volumen es una violación de esta Norma, al igual que la realización de operaciones destinadas a engañar a los participantes en el mercado.

### **MÓDULO 91.4: ORIENTACIÓN PARA LAS NORMAS III(A) Y III(B)**

#### **NORMA III: DEBERES PARA CON LOS CLIENTES**

##### *Norma III(A): Lealtad, Prudencia y Cuidado*

*Los Miembros y Candidatos tienen el deber de lealtad a sus clientes y deben actuar con un cuidado razonable y ejercer un juicio prudente. Los Miembros y Candidatos deben actuar en beneficio de sus clientes y anteponer los intereses de sus clientes a los de su empleador o a los suyos propios.*

Los intereses de los clientes siempre son lo primero. Aunque esta Norma no impone una obligación fiduciaria a los miembros o candidatos cuando aún no existiera, sí requiere que los miembros y candidatos actúen en el mejor interés de sus clientes y recomienden productos que sean adecuados dados los objetivos de inversión y la tolerancia al riesgo de sus clientes. Los miembros y candidatos deben:

- Ejercer la prudencia, el cuidado, la habilidad y la diligencia en las circunstancias que utilizaría una persona que actúe en una capacidad similar y esté familiarizada con tales asuntos.
- Administrar grupos de activos de clientes de acuerdo con los términos de los documentos rectores, como documentos fiduciarios o acuerdos de gestión de inversiones.
- Tomar decisiones de inversión en el contexto de la cartera total.

## Recomendaciones para los miembros

Los miembros deben alentar a sus empresas a que adopten una política de revisión periódica de la calidad de la investigación de terceros, si no lo han hecho. Ejemplos de criterios a utilizar para juzgar la calidad son:

- Revisar los supuestos utilizados.
- Determina qué tan riguroso fue el análisis.
- Identifique qué tan oportuna es la investigación.
- Evaluar la objetividad e independencia de las recomendaciones.

Los Miembros deben alentar a sus empresas a considerar estas políticas y procedimientos que respaldan esta Norma:

- Tener una política que exija que los informes de investigación y las recomendaciones tengan una base que pueda ser corroborada como razonable y adecuada.
- Tener una guía detallada y escrita para una investigación adecuada y la diligencia debida.
- Tener criterios medibles para juzgar la calidad de la investigación, y basar la remuneración de los analistas en dichos criterios.
- Contar con procedimientos escritos que proporcionen un nivel mínimo aceptable de pruebas de escenarios para modelos basados en computadora e incluyan estándares para el rango de escenarios, la precisión del modelo a lo largo del tiempo y una medida de la sensibilidad de los flujos de efectivo a los supuestos e insumos del modelo.
- Tener una política para evaluar a los proveedores externos de información que aborde la razonabilidad y exactitud de la información proporcionada y asegure la frecuencia con la que se deben repetir las evaluaciones.
- Adoptar un conjunto de normas que establezcan criterios para evaluar a los asesores externos y establezcan la frecuencia con la que se llevará a cabo una revisión de los asesores externos.

*Norma (B) Comunicación con Clientes y Clientes Potenciales*

*Los Miembros y Candidatos deben:*

- 1. Divulgar a los clientes y posibles clientes el formato básico y los principios generales de los procesos de inversión que utilizan para analizar las inversiones, seleccionar valores y construir carteras, y deben revelar con prontitud cualquier cambio que pueda afectar materialmente esos procesos.*
- 2. Revelar a los clientes y posibles clientes las limitaciones y riesgos significativos asociados con el proceso de inversión.*
- 3. Utilizar un juicio razonable para identificar qué factores son importantes para sus análisis, recomendaciones o acciones de inversión e incluir esos factores en las comunicaciones con los clientes y posibles clientes.*
- 4. Distinguir entre hechos y opiniones en la presentación de análisis y recomendaciones de inversión.*

Todos los medios y tipos de comunicación con los clientes están cubiertos por esta Norma, no solo los informes de investigación u otras comunicaciones escritas.