



Ética Bursátil

Sanas Prácticas, Responsabilidad fiduciaria, Marco regulatorio, OAR, CEPCBM.

Sector Bursátil

Actividad bursátil

- Impulsa el desarrollo económico del país, movilizandando los bienes financieros para diversos proyectos.
- El manejo y administración del patrimonio de terceros (producto de su esfuerzo) impone una responsabilidad extraordinaria, un doble compromiso: ante uno mismo y ante los demás.

¿Qué es la Ética Bursátil?

- La aplicación de los principios y valores que involucran a todos los participantes del mercado de valores: entidades, personas, instituciones, proveedores y clientes.

Sanas prácticas del mercado

¿Cómo se logran?

- Mediante la repetición de actos aceptados por la comunidad bursátil.

Definición:

- Actos que generan beneficios a todos los participantes: al cliente, a la institución y al mercado en general.

Objetivo:

- Dar fortaleza y sustentabilidad al mercado, inspirando confianza en todos los participantes.

Marco Regulatorio

Congreso de la Unión:

- Ley del Mercado de Valores (LMV)
- Ley de Instituciones de Crédito (LIC)
- Ley de Fondos de Inversión (LFI, antes Ley de Sociedades de Inversión)

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)

- Leyes y Disposiciones Generales (Circulares) de la máxima autoridad bursátil.
- **LMV Artículo 390.-** La facultad de la Comisión para imponer sanciones de carácter administrativo caducará en un plazo de cinco años, contado a partir del día hábil siguiente al que se realizó la conducta.

Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB)

- Normas emitidas por el Organismo Autorregulatorio.

Instituciones que forman el sector

- Políticas y procedimientos de cada institución bursátil en particular.

Responsabilidad Fiduciaria

Definición:

Obligación extraordinaria que asume una institución financiera y su personal de manejar los recursos de su clientela como si fueran propios.

Actividades que contribuyen a al cumplimiento de esta obligación:

- Supervisión y asesoría: Contralor normativo, asesor de inversiones y auditor.
- Otorgamiento de información: Sólo de los productos acordes a su perfil (comisiones cobradas y riesgos implicados)
- Control de los sistemas de operación: Dominar los sistemas y verificar que cuenten con suficientes elementos de seguridad.
- Políticas para:
 - Determinar el Perfil del Cliente: Cuestionarios para categorizar por nivel de riesgo, permanencia, objetivos de Inversión, etc.
 - Evitar los conflictos de interés: Institución, cliente, promotor.
 - Salvaguardar la información del cliente: Sistemas que la resguarden y darla sólo por orden de autoridades (Poder Judicial y/o CNBV).
 - Evitar el uso de información privilegiada.

Delitos y sanciones

Ley del Mercado de Valores

Artículo 373.- Serán sancionados con prisión de 5 a 15 años quienes dentro del territorio nacional, realicen intermediación con valores con el público, sin contar con la correspondiente autorización de la autoridad competente conforme a ésta u otras leyes.

Artículo 375.- Serán sancionados con prisión de 5 a 15 años, los miembros del consejo de administración, así como los directivos, empleados o quienes desempeñen cargos o comisiones en un intermediario del mercado de valores, que dispongan para sí o para un tercero de los recursos recibidos de un cliente o de sus valores, para fines distintos a los ordenados o contratados por éste, causándole con ello un daño patrimonial al cliente en beneficio económico propio, ya sea directamente o a través de interpósita persona o a favor de tercero.

Las mismas penas se impondrán a los miembros del consejo de administración, así como a las personas que desempeñen funciones directivas, empleos, cargos o comisiones, en un intermediario del mercado de valores, cuando incurran en la conducta de realizar operaciones ilícitas o prohibidas por la Ley que resulten en daño patrimonial al intermediario del mercado de valores de que se trate en beneficio.

Salvaguardar la información del cliente

Secreto Bursátil: Consiste en no revelar información de operaciones o servicios, salvo al titular o beneficiario.

LMV Artículo 192.- Las casas de bolsa en ningún caso podrán dar noticias o información de las operaciones que realicen o servicios que proporcionen, sino a los titulares, comitentes, mandantes, fideicomitentes, fideicomisarios, beneficiarios, representantes legales de los anteriores o quienes tengan otorgado poder para disponer de la cuenta o para intervenir en la operación o servicio, salvo cuando las pidieren, la autoridad judicial en virtud de providencia dictada en juicio en el que el titular sea parte o acusado y las autoridades hacendarias federales, por conducto de la Comisión, para fines fiscales.

Lo previsto en este artículo, no afecta en forma alguna la obligación que tienen las casas de bolsa de proporcionar a la Comisión, toda clase de información y documentos que, en ejercicio de sus funciones de supervisión, les solicite en relación con las operaciones que celebren y los servicios que presten.

Información a Autoridades financieras en el exterior

LMV Artículo 358.- La Secretaría, la Comisión y el Banco de México, en el ámbito de su competencia, estarán facultadas para proporcionar a las autoridades financieras del exterior toda clase de información que estimen procedente para atender los requerimientos que le formulen, en el ámbito de su competencia, tales como documentos, constancias, registros, declaraciones y demás evidencias que tales autoridades tengan en su poder por haberla obtenido en ejercicio de sus facultades.

Para efectos de lo previsto en el párrafo anterior, las autoridades deberán tener suscrito un acuerdo de intercambio de información con las autoridades financieras de que se trate, en el que se contemple el principio de reciprocidad.

En todo caso, la Comisión y el Banco de México podrán abstenerse de proporcionar la información, cuando el uso que se le pretenda dar a la misma sea distinto a aquél para el cual haya sido solicitada, sea contrario al orden público, a la seguridad nacional o a los términos convenidos en el acuerdo de intercambio de información respectivo.

Información sobre Fondos de Inversión

Ley de Fondos de Inversión

Artículo 55.- Los fondos de inversión y las personas que les presten los servicios a que se refiere el artículo 32 de esta Ley, en ningún caso podrán dar noticias o información de las operaciones o servicios que realicen o en las que intervengan, sino al titular o beneficiario de las acciones representativas del capital social del fondo de inversión de que se trate, a sus representantes legales o a quienes tengan otorgado poder para disponer de dichas acciones, salvo cuando las pidieren, la autoridad judicial en virtud de providencia dictada en juicio en el que el titular sea parte o acusado y las autoridades hacendarias federales, por conducto de la Comisión, para fines fiscales.

Artículo 55 Bis 1.- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Comisión y el Banco de México, en el ámbito de su competencia, estarán facultadas para proporcionar a las autoridades financieras del exterior toda clase de información que estimen procedente para atender los requerimientos que les formulen, en el ámbito de su competencia, tales como documentos, constancias, registros, declaraciones y demás evidencias que tales autoridades tengan en su poder por haberla obtenido en el ejercicio de sus facultades. Para efectos de lo previsto en el párrafo anterior, las autoridades deberán tener suscrito un acuerdo de intercambio de información con las autoridades financieras del exterior de que se trate, en el que se contemple el principio de reciprocidad.

Información Privilegiada

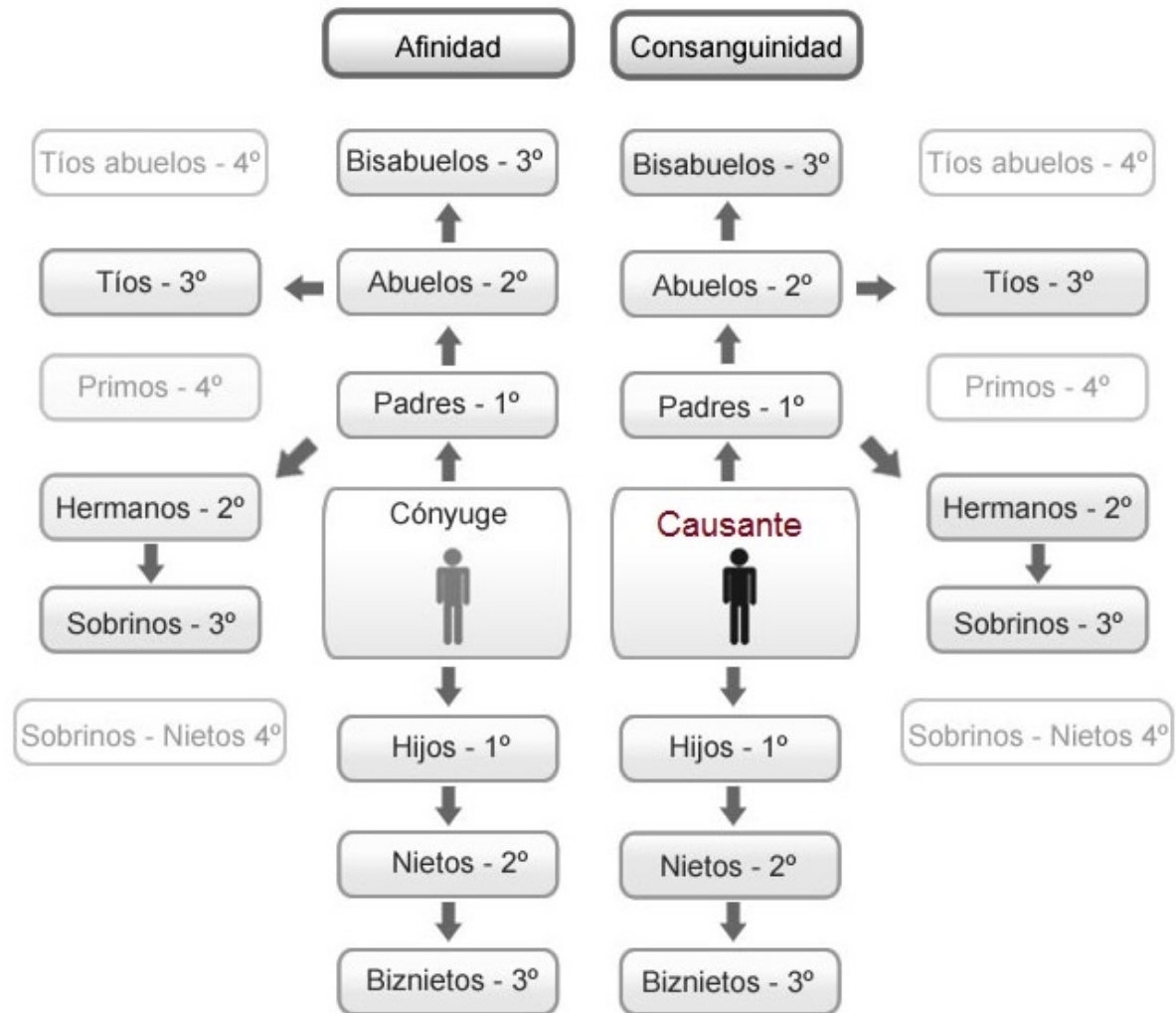
Ley del Mercado de Valores

Artículo 362.- El conocimiento de eventos relevantes que no hayan sido revelados al público por la emisora a través de la bolsa en la que coticen sus valores, constituye información privilegiada.

Artículo 363.- Se considera que tienen información privilegiada:

- I. Miembros y secretario del consejo de administración, los comisarios, el director general y quienes ocupen el nivel jerárquico inmediato inferior, los auditores externos de la emisora o personas morales que ésta controle.
- II. Personas que tengan el 10% o más del capital social de una emisora.
- III. Los accionistas que tengan el 5% o más del capital social de entidades financieras, cuando éstas tengan el carácter de emisoras.
- IV. La persona o grupo de personas con influencia significativa y/o poder de mando en la emisora.
- V. Personas con parentesco por consanguinidad o afinidad hasta el cuarto grado, socios, asociados, copropietarios y personas que hubieran tenido contacto o comunicación con las personas referidas de I a IV.
- VI. Personas que realicen operaciones con valores apartándose de sus patrones históricos de inversión en el mercado y que pudieron haber tenido acceso a la información privilegiada a través de las personas referidas en las fracciones I a IV.

Grados de Parentesco



Autorregulación en el Mercado de Valores

Definición

Conjunto de normas mediante las cuales un grupo de entidades o profesionales de cierta actividad, establecen los estándares y lineamientos sobre los que debe conducirse su práctica profesional en adición a la regulación pública, con el objeto de coadyuvar en el logro de un mercado eficiente, equitativo, transparente, seguro y de calidad.

Objetivo: La **confianza** del público y la autoridad.

Funcionamiento

Organismos Autorregulatorios (**OAR**): Entidades que **supervisan** el cumplimiento de las normas y **sancionan** su violación, en los que participan los **representantes de** sus asociados (**la industria**), los cuales son seleccionados en función de su amplio y completo conocimiento del negocio bursátil y de su exitosa trayectoria en él.

Organismos Autorregulatorios

Funciones:

- Recoger las sanas prácticas del mercado.
- Contribuir al orden de un mercado íntegro y transparente donde exista la libre formación de precios y condiciones adecuadas de seguridad para los inversionistas.
- Elevar los estándares profesionales mediante la certificación y registro de los profesionales del mercado.
- Ser árbitro y conciliador entre los miembros del mercado.

OAR del Mercado de Valores en México – definidos y subordinados a la CNBV por la LMV Artículos 228 a 231:

1. Bolsa Mexicana de Valores (BMV).
2. Mercado Mexicano de Derivados (MEXDER).
3. Contraparte Central de Valores (CCV).
4. Cámara de Compensación y Liquidación (ASIGNA).
5. Instituto para el Depósito de Valores (INDEVAL).
6. Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB).

Beneficios para el Mercado de Valores

De la Autorregulación:

- Contribuye a la integridad al negocio.
- Estimula un desarrollo más sano del mercado (imagen de madurez y responsabilidad).
- Genera la oportuna alarma ante la autoridad frente a la conducta de algún profesional.
- Limita la intervención de la autoridad pública.

De la Certificación:

1. Contar con verdaderos profesionales que conozcan sus productos, servicios y la normatividad aplicable.
2. Estandarizar conocimientos mínimos necesarios para promocionar valores y operar fondos.
3. Reducir riesgos humanos, operativos, legales y reputacionales.
4. Generar una competencia leal en el Mercado de Valores que promueva las sanas prácticas.
5. Generar confianza en el público inversionista.
6. Fomentar la cultura bursátil.

Beneficios personales de la certificación

1. Atender la necesidad del cumplimiento de las disposiciones legales en materia bursátil.
2. Adoptar y aplicar principios éticos por convencimiento a fin de preservar la integridad del mercado bursátil.
3. Obtener por convencimiento los conocimientos técnicos para una superación personal que incida en la excelencia profesional bursátil.
4. Valor curricular para el profesional bursátil, permitiéndole mayores expectativas de desarrollo y crecimiento.

Código de Ética Profesional de la Comunidad Bursátil Mexicana (CEPCBM)

Objetivo

- Salvaguardar el buen funcionamiento del Sistema Bursátil, garantizando en los profesionales prácticas sanas y eficaces, que establezcan con claridad las acciones, políticas y procedimientos que deben normar la actuación de los profesionales, tanto en el ámbito de sus relaciones internas, como en relación con los clientes.
- Lo importante no es que el profesional lo memorice, sino que lo integre en todos sus actos.

Dirigido a:

- Todas las personas que realizan en forma habitual y profesional actividades en o relacionadas con el mercado bursátil, incluyendo aquéllas que, en virtud de sus funciones, pueden influir a la opinión pública en materia bursátil.

Entidades y personas sujetas al CEPCBM

Intermediarios	Emisores de Valores	Prestadores de Servicios
Casas de Bolsa Bancos Sociedades Operadoras de Sociedades de Inversión	Gubernamentales Financieros Privados	Bolsas de Valores Instituciones de Valores Contrapartes Centrales de Valores Asigna - Mexder
Empleados Promotores, asesores Operadores, entre otros	Empleados	Empleados

Al adherirse al código, el profesional bursátil también deberá conocer clara y profundamente:

- Las Normas de Regulación Pública.
- Las Normas de Autorregulación.
- Las Políticas Empresariales.
- Los Productos y Servicios que vende y asesora.

6 Principios Éticos Generales del CEPCBM

Establecen el “deber ser”, proponiendo un ideal de comportamiento en el mercado bursátil.

1. Honestidad, que es la manera de actuar con rectitud.
2. Integridad, que es la congruencia en todo momento entre el ser y hacer de acuerdo con principios y valores.
3. Diligencia, que se refiere al esmero, cuidado y oportunidad en el actuar.
4. Imparcialidad, que significa tomar decisiones con base en criterios objetivos.
5. Probidad, que es la constancia en observar los deberes.
6. Buena Fe, esto es, que es la intención recta.

8 Principios Fundamentales de Actuación en el CEPCBM

Establecen los criterios de actuación de los profesionales en el mercado bursátil, con base en las sanas prácticas y la normatividad correspondiente.

1. Actúa de acuerdo con las disposiciones aplicables y las sanas prácticas del mercado.
2. Actúa con base en una conducta profesional íntegra que permita el desarrollo transparente y ordenado del mercado.
3. Haz prevalecer el interés de tu cliente.
4. Evita conflictos entre tu interés personal y el de terceros.
5. Proporciona al mercado información veraz, clara, competitiva y oportuna.
6. Salvaguarda la confidencialidad de la información de los clientes.
7. No uses ni divulgues información privilegiada.
8. Compite en forma leal.

Algunas sanas prácticas del mercado bursátil

- Guardar confidencialidad respecto a la información del cliente.
- Proporcionar a los clientes sólo la información pública respecto de las emisoras del mercado de valores.
- Considerar el perfil del cliente para hacerle sugerencias de inversión.
- Dar información al cliente para entender los riesgos y los beneficios de los diversos instrumentos.
- Llevar un control de las operaciones que permita tomar decisiones adecuadas en el futuro.
- Evitar que un promotor pueda ser cotitular de cuentas de parientes y de clientes.

1. Actúa de acuerdo con las disposiciones aplicables y las sanas prácticas del mercado.

- a) No ejecutar instrucciones que sean contrarias a la regulación vigente o las sanas prácticas del mercado.
- ✗ Dar a un cliente información de las transacciones de otro cliente.
- ✗ Ofrecer a un cliente productos que no son acordes a su perfil.
- b) Supervisar que colaboradores y compañeros cumplan la regulación vigente y las sanas prácticas del mercado.
- ✓ Establecer controles operativos personalizados.
- c) Promover con el ejemplo la rectitud de actuación con los demás profesionales.
- ✓ Platicar con tus colaboradores y compañeros sobre los beneficios de respetar las regulaciones y aplicar las sanas prácticas.
- d) No ser complacientes o consecuentes con las conductas incorrectas de otros.
- ✗ Dejar que un operador se ausente y deje su contraseña de operación a otro compañero o a su jefe inmediato.
- e) Informar de las violaciones a las autoridades y a los OAR.
- ✓ Evaluar si objeto, fin y circunstancias son correctos o no.

2. Actúa con base en una conducta profesional íntegra que permita el desarrollo transparente y ordenado del mercado

- a) No crear condiciones falsas de demanda o de oferta que influyan en los precios o tasas.
 - ✗ Falsear la información de una emisora para retener a un cliente.
- b) No alterar los precios o tasas por medio del engaño o del rumor.
 - ✗ Crear rumores que aumenten la demanda de un valor para incrementar su precio.
- c) No afectar el libre contacto de la oferta y la demanda.
 - ✗ Utilizar información privilegiada para beneficiar a clientes.
- d) No alterar ni interrumpir la normalidad de las operaciones del mercado bursátil.
 - ✓ Atender las advertencias de control y seguridad de los sistemas de operación.

3. Haz prevalecer el interés de tu cliente

- a) **Identifica los objetivos de inversión de tu cliente para recomendarle los productos y servicios más apropiados.**
- ✔ **Asesora a tu cliente para que invierta en un instrumento que le genere rendimientos acordes a sus objetivos.**
- b) **Proporciona a tu cliente toda la información de importancia que esté disponible al público.**
- ✔ **Antes de canalizar recursos de tu cliente al producto del mes que se esté promoviendo, verifica que sea adecuado a su perfil y, de ser así, solicita la aceptación por escrito.**
- c) **Al hacer recomendaciones a tu cliente, distingue la fuente de la información: la emisora, tu institución o tu opinión personal.**
- d) **Asegúrate que tus clientes conozcan la naturaleza y los riesgos de las operaciones que se realicen.**
- ✔ **Si tu cliente no comprende algún tipo de transacción o producto, amplía la información hasta que tenga la certeza de los riesgos y los beneficios implicados.**

3. Haz prevalecer el interés de tu cliente

- e) Informa a tu cliente las políticas de cobro por servicios y todos los gastos que conlleven las operaciones que se realicen.
- f) No induzcas a tus clientes a realizar operaciones con el único fin de conseguir un beneficio para ti o para tu institución.
- ✗ Vender a tu cliente de la tercera edad valores de alto riesgo porque te generan una mayor comisión, aunque no sean acordes a su perfil.
- g) Ejecuta las instrucciones de tus clientes conforme a principios de igualdad de trato y oportunidad: 1º en tiempo, 1º en derecho
- ✗ Dar prioridad a las instrucciones de un cliente porque tiene un monto de inversión importante o porque "te cae bien".
- h) Registra, ejecuta y asigna las operaciones con transparencia.
- ✓ Si al cierre de las operaciones hay una pérdida, comunícalo a tu superior inmediato para, según el caso, corregir la posición o aceptar las pérdidas.

4. Evita los conflictos entre tu interés personal y el de terceros

- a) No ofrecer, dar, solicitar o aceptar incentivos (o regalos) que te ocasionen un compromiso personal o para tu institución y que resten objetividad en la toma de decisiones.
- ✗ Invitar a comer al gerente de finanzas de uno de tus clientes para que destine recursos a un producto que estás promoviendo, con el único objetivo de que tú ganes más comisión.
- b) No participar en actividades que sean incompatibles con tus funciones.
- ✗ Un cliente desea comprar un seguro cuyas características las conoce mejor otra área, sin embargo, con el único objetivo de que canalice más inversiones contigo, tú intentas explicárselo.
- c) Comunicar de inmediato a tu superior jerárquico cualquier situación que pudiera derivar en un conflicto de interés.
- ✓ Un empleado de una empresa que tiene cuenta en tu institución insiste en invitarte a comer y/o en llevarte un regalo de agradecimiento y tú, enseguida, lo reportas a tu superior.

5. Proporciona al mercado información veraz, clara, completa y oportuna

- a) Difundir amplia y oportunamente en el mercado la información periódica y sobre eventos relevantes que pueda influir en los precios o tasas de cotización.
- ✓ El director de finanzas de una emisora revela a la bolsa de valores información de una alianza estratégica importante.
- b) No difundir rumores o información que distorsionen los precios o tasas de cotización.
- ✗ Un promotor emite recomendaciones a sus clientes basadas en pláticas informales con otros colegas y en rumores infundados.
- c) Formular a tus clientes recomendaciones que representen tu opinión fundada y con base en información que sea del dominio público.
- ✗ Omitir información sobre la baja en una emisora cuyos valores forman parte de tu fondo de inversión para evitar perder a tus clientes.

6. Salvaguarda la confidencialidad de la información de los clientes

- a) Guardar en forma confidencial la información de sus clientes y de las operaciones que celebren en sus cuentas.
- ✔ Si tienes cuentas separadas de un matrimonio, el marido te consulta sobre los movimientos de su esposa y tú te niegas.
- b) Proporcionar la información de sus clientes, únicamente cuando exista requerimiento expreso, fundado y motivado de las autoridades y OAR competentes.
- ✔ Atiendes solicitudes solamente del área autorizada para solicitar información, siguiendo las políticas y procedimientos aplicables.
- c) No utilizar la información de las órdenes que manejen para obtener un beneficio propio, para la institución o para cualquier tercero.
- ✔ Recibes órdenes de compra-venta de acciones de un cliente, que por lo general genera ganancias; decides guardar total confidencialidad y no utilizar la información en tu beneficio ni el de otros clientes o terceros.

7. No uses ni divulgues información privilegiada

- a) **No divulgar a terceros la información privilegiada que posean.**
 - ✔ Si eres amigo de una persona que trabaja en el área de banca de inversión y este último te comenta que una emisora está en proceso de adquirir una división importante de una empresa de su mismo sector con la cual se convertiría en la empresa líder, no debes compartir esa información ni usarla en tu beneficio.
- b) **No negociar o inducir a terceros a negociar valores o productos derivados referidos a valores, cuyo precio pueda ser influido por la información privilegiada que posean.**
 - ✔ Si en una reunión social o familiar obtienes información confidencial que podría influir en el precio de determinados valores que cotizan en la bolsa, no debes compartir esa información ni usarla en tu beneficio.

8. Compite en forma leal

- a) **Atraer a clientes potenciales o conservar los actuales, otorgando beneficios no permitidos por la normatividad vigente.**
 - ✗ Para atraer más clientes, a un promotor se le ocurre invitar a los papás de sus amigos a abrir cuentas con él, ofreciéndoles que si abren o incrementan la cuenta, les ofrecerá la mitad de la comisión que gane por cada operación.
- b) **Ofrecer productos, servicios o combinaciones de ambos a precios o tarifas inferiores a sus costos operativos con el objeto de obtener un negocio en perjuicio de un competidor.**
 - ✗ La comisión promedio para los clientes por la compra-venta de acciones es de 0.15% sobre el monto de la operación. El director de promoción, con el objeto de atraer a un inversionista importante, le ofrece cobrarle únicamente el 0.05% de comisión, aunque sabe que los costos operativos son superiores.
- c) **Garantizar rendimientos a sus clientes que no deriven de la naturaleza de los instrumentos u operaciones.**
 - ✗ El promotor, para conservar al cliente, le ofrece un fondo de inversión de la misma categoría que la competencia, pero indicándole que, en este caso, los rendimientos son garantizados.