

# Código deontológico

Parte Segunda  
Casos prácticos

Agosto 2005

# CÓDIGO DEONTOLÓGICO

## Contactos asociaciones nacionales en Europa

### **RICS Belux**

Avenue de Cortenberg 52  
1000 Brussels, Belgium  
T +32 2 739 4223  
F +32 2 742 97 48  
[ricsbelux@rics.org](mailto:ricsbelux@rics.org)

### **RICS Cyprus**

6 Triptolemos Str, Apt 7  
PO Box 28909  
2084 Acropolis  
Nicosia, Cyprus  
T +357 2276 4281  
F + 357 9954 0882  
[ricscyprus@rics.org](mailto:ricscyprus@rics.org)

### **RICS Česká Republika**

[ricsceska@rics.org](mailto:ricsceska@rics.org)

### **RICS Danmark**

Kronprinsessegade 7  
DK 1306 Copenhagen, Denmark  
T +45 33 33 05 90  
[ricsdanmark@rics.org](mailto:ricsdanmark@rics.org)

### **RICS Deutschland & RICS Österreich**

Stresemannallee 61  
D-60596 Frankfurt am Main  
Germany  
T +49 69 65 00 75 0  
F +49 69 65 00 75 19  
[ricsdeutschland@rics.org](mailto:ricsdeutschland@rics.org)

### **RICS España & Portugal**

Rua dos Ferreiros à Estrela 73 2-Esq  
1200-672 Lisboa, Portugal  
T +351 21 397 8307  
F +351 21 395 9679  
[ricsportugal@rics.org](mailto:ricsportugal@rics.org)  
[ricsespana@rics.org](mailto:ricsespana@rics.org)

### **RICS France**

26, rue de la Pépinière  
F - 75008 Paris, France  
T +33 1 42 93 5510  
F +33 1 42 93 5549  
[ricsfrance@rics.org](mailto:ricsfrance@rics.org)

### **RICS Hellas**

[ricshellas@rics.org](mailto:ricshellas@rics.org)

### **The Irish Society of Chartered Surveyors**

5 Wilton Place  
Dublin 2, Ireland  
T +353 (0)1 676 5500  
F +353 (0)1 676 1412  
[tsmith@scs.ie](mailto:tsmith@scs.ie)

### **RICS Magyarország**

Madách tér 4. 4th floor  
H-1075 Budapest, Hungary  
T +36-1-327-8446  
F +36-1-322-6601  
[ricsmagyarorszag@rics.org](mailto:ricsmagyarorszag@rics.org)

### **RICS Italia**

Via Albricci, 9  
20122 Milano  
Italia  
T +39 02 7200 6090  
F +39 02 7201 5845  
[ricsitalia@rics.org](mailto:ricsitalia@rics.org)

### **RICS Magyarország**

Madách tér 4. 4th floor  
H-1075 Budapest, Hungary  
T +36-1-327-8446  
F +36-1-322-6601  
[ricsmagyarorszag@rics.org](mailto:ricsmagyarorszag@rics.org)

### **RICS Malta**

T +356 21 23 79 14  
F +356 21 25 10 40  
[ricsmalta@rics.org](mailto:ricsmalta@rics.org)

### **RICS Nederland**

Westeinde 28  
2275 AE Voorburg, the Netherlands  
T +31 70 419 0719  
F +31 70 327 9860  
[ricsnederland@rics.org](mailto:ricsnederland@rics.org)

### **RICS Polska**

[ricspolska@rics.org](mailto:ricspolska@rics.org)

### **RICS Rossia**

[ricsrossia@rics.org](mailto:ricsrossia@rics.org)

### **RICS UK**

12 Great George Street  
Parliament Square  
London SW1P 3AD  
United Kingdom  
T +44 (0)870 333 1600  
F +44 (0)20 7334 3811  
[contactrics@rics.org](mailto:contactrics@rics.org)

## Los nueve principios

- 1- **Actúe con integridad.**  
Nunca ponga por delante de los intereses de sus clientes su propia ganancia y respete siempre su confidencialidad.
- 2- **Sea honesto.**  
Sea siempre honrado – nunca manipule o esconda información que pueda dar lugar a errores o equivocaciones.
- 3- **Sea abierto y transparente en sus negocios.**  
Informe a sus clientes de toda la verdad, poniendo los hechos en lenguaje sencillo y comprensible.
- 4- **Sea responsable de sus acciones.**  
Nunca se comprometa a más de lo que puede, acepte la responsabilidad y no le eche la culpa a otros cuando las cosas vayan mal.
- 5- **Conozca sus límites y actúe como tal.**  
Sea consciente de los límites de su competencia y no se deje tentar más allá de estos.
- 6- **Sea siempre objetivo.**  
Dé asesoramiento neutral y justo y nunca deje que sus propios sentimientos o intereses influyan en su juicio.
- 7- **Nunca discrimine contra otras personas.**  
Trate a todos con respeto, independientemente de su sexo, raza, religión u orientación sexual.
- 8- **Sea un buen ejemplo.**  
Recuerde que tanto su comportamiento público como privado podría afectar su reputación, la de RICS y la de otros miembros.
- 9- **Sea fiel a sus principios.**  
Esté dispuesto a actuar si sospecha que otro miembro no se comporta de acuerdo con la ética profesional.

## Introducción

### Algunas sugerencias acerca de los casos prácticos...

#### **Comentario General:**

No es fácil encontrar soluciones a dilemas como los presentados. A menudo hay diferentes opciones y probablemente una solución será preferible a otra dentro de un determinado contexto. Cada profesional debe seguir sus convicciones y juicio profesionales. La prueba de fuego es si las respuestas de cada profesional son coherentes con los nuevos principios y con las Reglas de conducta de RICS.

Las soluciones aquí expuestas no son prescriptivas.

#### **Método**

Se procedió en primer lugar a una identificación, análisis y consideración de los dilemas éticos presentados en cada caso. El proceso seguido fue el siguiente:

- A. Problema
- B. Historia y creación de problemas
- C. La buena práctica
- D. Dilemas éticos para resolución
- E. Soluciones que preservan la integridad del negocio y las relaciones.

## Problema 1- Valoradores Reunidos SA

La oficina local de una gran firma de consultores inmobiliarios Valoradores Reunidos SA, es instruida por un pequeño cliente local "A" para hacer la comercialización de un terreno con potencial para varios almacenes. "A" no tiene ningún otro terreno en este momento. Un promotor inmobiliario cotizado en bolsa, que hasta ahora nunca había utilizado los servicios de Valoradores Reunidos SA expresa su interés en el terreno e indica que están interesados en retener a Valoradores Reunidos SA como su agente local incluyendo la provisión de servicios de gestión de la propiedad a largo tiempo para el terreno en cuestión. Valoradores Reunidos calcula que las comisiones por gestión y comercialización para el gran promotor son muy superiores a las comisiones esperadas del cliente local "A". ¿Qué debe hacer Valoradores Reunidos? ¿Qué pasaría si no hicieran nada?

### Escenario

Estamos ante un caso de conflicto de intereses que puede llevar a poner en riesgo la integridad del negocio y la relación comercial con una o ambas partes.

### Historia y origen del problema

El comprador potencial parece ser de la opinión que Valoradores Reunidos (VR) sería un buen agente/gestor del futuro complejo de almacenes, reuniendo las necesarias cualidades como agente comercial y como gestor de las propiedades. Es perfectamente posible que el comprador haya actuado inocentemente, ya que ve en VR un agente capaz. Sin embargo, VR ha dejado que las cosas lleguen demasiado lejos, al no haber avisado al potencial comprador de que no podía actuar, simultáneamente como agente del vendedor y del comprador.

### Buena práctica

Incluso si los contratos no fueran simultáneos, es decir si la venta fuera completada antes de que se firmara un contrato de gestión con el comprador, VR debería haber reconocido que la posibilidad de firmar un contrato con el comprador podría influenciar su recomendación al vendedor: es decir que ante un precio tal vez más bajo ofrecido por el comprador, VR estaría tentado a recomendar al vendedor que acepte la oferta dada la posibilidad de obtener comisiones en el futuro. El hecho de que un análisis de la situación parece indicar que las comisiones derivadas de la gestión del futuro parque industrial sean más altas de las obtenibles por la comercialización del terreno, naturalmente hará que VR se sienta aún más predispuesto a favor del comprador. VR debería haber tenido mucho cuidado advirtiendo al comprador acerca del potencial conflicto de intereses.

### Dilemas éticos para resolución

El fundamento de este dilema radica en el **conflicto de intereses** que tiene tres aspectos:

- i. **Conflicto cliente vs. cliente:** el vendedor A quiere vender el solar al precio más alto posible en el mercado, al mismo tiempo que el comprador D quiere pagar el precio más bajo posible teniendo en cuenta su propia valoración del solar y su uso ulterior.
- ii. **Conflicto cliente vs. Miembro:** un elemento crucial dentro de las negociaciones es el hecho de que la comisión de VR será inferior sea cual sea el precio obtenido por la venta del local, que la comisión futura que obtendría como agente y gestor del parque industrial propuesto por el comprador.
- iii. **Conflicto entre clientes vs. miembro:** según el cual el Miembro no será imparcial en un conflicto entre clientes.

La situación descrita en i) es relativamente frecuente en negociaciones con clientes y a menudo da lugar a un “zero sum” o proceso distributivo en el que hay una correlación negativa entre las metas de ambas partes, es decir a menudo una mayor ganancia por parte del vendedor se traduce en una reducción de las ganancias del comprador. Normalmente, este conflicto de intereses no suele surgir como resultado de la acción de un profesional, sin embargo, en este caso hay indicios de que esto es así.

En ii) el miembro tiene obligación de mantener confidencialidad hacia su cliente A, por lo que si revela información acerca de A a D será culpable de incumplimiento de la cláusula de confidencialidad.

### **Posibles soluciones que preservan la integridad y relaciones de negocios**

Regla 19 del Código de conducta (conflicto de intereses entre clientes) estipula que cuando surge o podría surgir un conflicto entre clientes de una compañía, debe decidir si va a continuar actuando para uno o todos los clientes y en caso de decidir que continúa deberá:

- a) revelar a cada cliente la existencia y naturaleza del conflicto , las circunstancias alrededor y cualquier otro hecho relevante;
- b) aconsejarles por escrito que busquen consejo independiente;
- c) informar a cada cliente, por escrito que ni el agente en privado, ni la compañía podrán continuar proporcionando consejo a no ser que:
  - i) los clientes den instrucciones incondicionales al respecto;
  - o
  - ii) sujetas a ciertas condiciones estipuladas, que el miembro ha creado procedimiento/s necesarios para gestionar el conflicto que necesitan ser aprobados por escrito por los clientes.

Regla 18 del Código de conducta (conflictos entre los intereses del miembro y los intereses de los clientes) estipula que cuando surja o pueda surgir un conflicto entre los intereses del miembro o sus asociados y los intereses del cliente, el miembro debe decidir si actuará , y de ser así, deberá:

- a) informar al cliente lo más rápidamente posible acerca de la existencia del conflicto, su naturaleza y las circunstancias alrededor, así como cualquier otro hecho de relevancia.
- d) Aconsejar al cliente por escrito que busque consejo independiente;

- e) informar al cliente, por escrito que ni el agente en privado, ni la compañía podrán continuar proporcionando consejo a no ser que:
  - i) los clientes den instrucciones incondicionales al respeto;
  - ii) o sujetas a ciertas condiciones estipuladas, que el miembro ha creado procedimiento/s necesarios para gestionar el conflicto que necesitan ser aprobados por escrito por el cliente.

### **Reglas de Conducta de RICS**

RICS impone un mínimo nivel de acción entre sus miembros en materia de conflictos de interés. Sin embargo podrá haber circunstancias en las que el juicio ético del profesional recomiende que no se proceda. Por de bajo de este concepto está el principio de que miembros no deben dejar intereses personales (financieros o de otro tipo) interferir o aparentar que interfieren en el ejercicio de su opinión profesional independiente. Si cualquier conflicto (verdadero o potencial) se plantea, debe ser gestionado según estas reglas y, si es adecuado continuar como agente/representante de un cliente, es necesario informar al cliente lo más rápidamente y por escrito acerca de las circunstancias. Podrá encontrar más información en el documento Comentario a las Reglas de Conducta.

Los miembros deben también recordar que a menudo, existe legislación que regula los conflictos de interés: por ejemplo, en el Reino Unido el Estate Agents Act de 1979 y otra legislación ulterior pueden ser aplicados a esta y situaciones similares.

Como tal, el consejo de RICS teniendo en cuenta la legislación vigente y las Reglas de Conducta de RICS , sería retirarse de la situación o en caso esto no fuera lo más apropiado, informar a su cliente inmediatamente de la situación, de forma a que pida consejo imparcial. En este caso en particular, VR debería bien dejar de actuar como agente para el vendedor o como mínimo informar al vendedor de la instrucción recibida por parte del comprador de forma a que pueda decidir si quiere instruir a VR como agente con pleno conocimiento de las circunstancias.

Con respecto a comisiones y ganancias, Regla 22 de las Reglas de Conducta (Transparencia en las comisiones y lucros) especifica que todo miembro de RICS debe informar a su cliente acerca de la existen, origen y si es conocido, la base para el cálculo de las comisiones o beneficios derivados de la instrucción del dicho cliente.

### **Comentario**

Un principio fundamental de la practica profesional así como de la legislación de agencia que un consultor, consejero o agente profesional no debe obtener beneficios secretos. El agente tiene la obligación fiduciaria de rendir cuentas a sus clientes acerca de sus beneficios. Como principio general, los miembros pueden tomar un interés financiero en las materias en las que trabajan procesionalmente ( *aunque existe claramente la posibilidad de que ese interés interfiera o sea percibido como tal con el ejercicio de consejo imparcial del profesional*). A veces, algunos clientes animan al profesional a tomar este tipo de intereses financiero como

expresión de confianza. Tampoco les está prohibido aceptar descuentos, etc. Sí deben sin embargo, informar al cliente.

Al examinar los términos del contrato, miembros deben considerar si habrá beneficios e informar al cliente.

En este caso, no sólo es menester tener en cuenta el beneficio legítimo esperado (comisiones u otro) , sino también las comisiones y pagos en concepto de gestión que se esperarían como resultado de un contrato con el comprador y que al cabo de un tiempo, sobrepasarían las comisiones obtenidas por la venta del local.

Miembros deberán ponderar si la opinión pública pensaría que estos beneficios son consecuencia directa de la instrucción recibida del cliente original y si la opinión popular pensaría que VR tenía la intención de obtener beneficios secretos. En la mayoría de las culturas y sociedades este sería el caso, por lo que VR debería informar a su cliente acerca de las circunstancias como parte de su cortesía profesional.

Al informar al vendedor acerca del posible conflicto, el vendedor podrá tomar consejo imparcial y tomar una decisión informada acerca de los servicios de VR. En caso de decidir continuar usando los servicios de VR, esta prestación deberá ser vigilada y supervisada con procedimientos que satisfagan al cliente.

## **Problema 2 ¡Cuidado con las hojas de trabajo!**

Quantity Surveyors Partnership es contratada por un pequeño cliente para coordinar los trabajos de construcción de una extensión a sus oficinas. El contratista al que se le adjudica el trabajo es una firma con la que QSP ha trabajado en numerosas ocasiones y tienen una sucursal dedicada a la promoción para la que QSP trabaja en ocasiones. Surgen variaciones al proyecto original y el contratista presenta hojas de trabajo diario y facturas de subcontratación que QSP (dado su trabajo en otros proyectos) saben no pueden ser correctas. ¿Qué debe hacer el partner/director de QSP?

### **Escenario**

QSP tiene la sospecha de que con la excusa de “variaciones al proyecto original”, el contratista, una compañía que conocen bien, está cobrando facturas indebidas y facturando trabajo inexistente. Sin embargo, QSP tiene ocasionalmente una relación con un promotor que pertenece al grupo del contratista (el dueño y director del contratista es también dueño de la promotora inmobiliaria). Problemas con el contratista necesariamente influirán en la relación con la promotora, es decir en una pérdida de oportunidades de negocio. QSP tiene un problema.

### **Historia y origen del problema**

Variaciones en los contratos no son nuevas ni únicas. Suelen ocurrir cuando se presentan circunstancias inesperadas, incluso después de la preparación más exhaustiva. La obligación de QSP es lidiar correctamente con estas variaciones para evitar una mala gestión del contrato.

### **Buena práctica**

Más que un principio fallido de ética profesional, se trata de una buena práctica de negocios: atención minuciosa a la administración básica ha resultado en una situación para QSP en la que el posible comportamiento abusivo e inhumano debe ser cuestionado lo que pondrá en peligro una relación de negocios valiosa.

### **Dilemas éticos para resolver**

Es perfectamente lógico cuestionar una factura y pedir pruebas con la finalidad de proceder a su pago. Naturalmente si el contratista está intentando engañar, no podrá producir los justificantes necesarios. El dilema, por lo tanto para QSP será decidir si cancela el presente contrato arriesgándose a perder un lucrativo cliente, o autoriza el pago, insistiendo en un sistema de control más ajustado en temas de control de coste en el futuro.

### **Soluciones que preservan la integridad y relaciones del negocio**

QSP deberá pesar los pros y contras de continuar una asociación con el contratista. Sin embargo QSP tiene libertad de evitar tratar con el contratista sospechoso en el futuro siempre y cuando sea claro y proporcione razones válidas y con fundamento para la elección de otro

contratista en el futuro. En este caso la promotora inmobiliaria no debería cortar relaciones si las razones son vistas como válidas y las reglas del procuring abiertas y declaradas.

## **Problema 3 – Contratista en el Oriente Medio**

Servicios Profesionales Limitada tiene un proyecto en el Medio Oriente. Cuando el nuevo partner llega al lugar, descubre que un buen número de su personal principal tiene conexiones personales con el gobierno y los contratistas. Un nuevo contrato sobre un proyecto de larga duración que ya había sido negociado antes de su llegada espera tan sólo su firma. ¿Que debe hacer el partner?

### **Escenario**

No sabemos si el partner a cargo intervino en la negociación del contrato pero sabemos que el o ella no sabía las conexiones personales entre el personal clave de Servicios Profesionales Limitada , el gobierno y los contratistas. En vista del hecho de que cualquier contrato comisionado por un gobierno tiende a ser de tamaño significativo y con importantes repercusiones financieras para la compañía, SPL está interesada en mantener las buenas relaciones con el gobierno. Sin embargo el nuevo partner se ve confrontado con un caso ya decidido en el sentido de que debería firmar el contrato y se ve bajo presión para hacerlo dada su responsabilidad para con la compañía y el cliente. Inevitablemente firmar el contrato violará los códigos de conducta profesional ya que no sería capaz de renegociar términos éticos que eviten viciar todo el proceso.

### **Historia y origen del problema**

Aparentemente algunos empleados cruciales de SPL han incurrido en comportamiento de dudosa moralidad. A simple vista parecería que han contravenido los términos de su contrato laboral actuando en su propio beneficio y no en el interés de su compañía. No se sabe si aceptaron sobornos del cliente o los contratistas, pero naturalmente hasta que se realizara una investigación estarían bajo sospecha. Es más a no ser que el personal clave en la negociación de contratos anteriores fuera diferente la sospecha existiría acerca de los anteriores y una historia de corrupción en la relación.

### **La buena práctica**

SPL tiene el deber de cerciorarse de que todo su personal recibe instrucciones sobre las bases del comportamiento ético, no sólo instruyendo a los empleados acerca de la práctica ética, sino acerca de las consecuencias de un comportamiento no ético. El personal encargado de forjar relaciones con clientes, contratistas o agentes, responsables de negociación de términos, contratos, etc. Todos ellos deben recibir entrenamiento y conocer el código deontológico de la compañía. La compañía debe poner todos los medios necesarios para que todos sus empleados y muy especialmente aquellos en posiciones de notoriedad o responsabilidad son conscientes del código de conducta de la compañía. Para ello tomará medidas, desde la cuidadosa selección del personal con atención a sus posibles antecedentes hasta el entrenamiento en el puesto.

El hecho de que parece haber irregularidades indica que SPL no ha tenido el necesario cuidado de instruir y entrenar a su personal adecuadamente.

### **Dilemas éticos para resolver**

No hay duda alguna de que el nuevo partner tiene la autoridad para firmar el contrato, sin embargo, no está claro que tenga la autoridad para no firmarlo. Su situación es difícil: su firma implicaría su colaboración en una grave irregularidad. Una negativa a firmar inmediatamente llevaría a tener que declarar que el personal está envuelto en una situación irregular así como que la compañía ha fallado en su deber de proporcionar a sus empleados la formación suficiente acerca del código deontológico. El nuevo contrato está en riesgo con muy serias consecuencias.

### **Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio**

Una posible solución es pedir un traslado, despedir y/o abrir expediente al personal envuelto y acabar con las relaciones con el cliente. Sin embargo, una compañía que quiera prosperar para el bien de sus empleados, directores y el público en general, tiene la obligación llevar a cabo su negocio. De hecho existe una obligación moral con y para cada uno de los grupos de interés mencionados. Los negocios no son blanco y negro buenos o malos. Es posible llegar a compromisos que respetan la ley. En la parte Primera de esta guía, se reconoció que a veces miembros pueden tener que ajustar su comportamiento al mismo tiempo que asumen su responsabilidad por haberse desviado de las Reglas de Conducta y su posible responsabilidad ante la ley. En un situación de ese tipo, el miembro debe estar preparado para dar razones de peso que expliquen su comportamiento así como proporcionar evidencia minuciosa acerca de todas y cada una de las acciones llevadas a cabo.

Si el partner recién llegado quiere salvar la situación, podría tomar la siguiente actitud: solicitar un retraso de por ejemplo, 48 horas en la firma del contrato. Contratos se retrasan frecuentemente debido a tener que verificar detalles, etc., por lo que el cliente probablemente no vería ningún mal en ello. Es más en muchas culturas es descortés firmar inmediatamente o proporcionar una respuesta inmediata. Esas 48 horas serían usadas para proceder a una investigación del personal en cuestión tanto desde la sucursal en el país como en las oficinas principales. Dependiendo del resultado de esta investigación (teniendo en cuenta la cultura local) se podría si fuera necesario, sustituir al personal. El cliente tal vez ponga objeciones a esto, sin embargo la compañía habría actuado dentro del código de conducta de RICS y habría además salvaguardado su posición de cara a una ulterior investigación por parte de por ejemplo, otras autoridades internacionales, etc.

Sería necesario explicar con todo cuidado que la cultura de negocios de SPL no permite este tipo de comportamiento. En caso de que la relación con el cliente se hubiere deteriorado más allá de lo posible, SPL deberá decidir entre una conducta ética o un negocio sin ética.

Finalmente, la compañía deberá ponderar cuidadosamente si debe tomar acción contra los empleados en cuestión. Esto dependerá de en primer lugar de la legislación del país en cuestión, del tipo de contrato con el que los empleados están contratados (bajo legislación local, bajo legislación del país de origen de la compañía u otra). En cualquier caso SPL hará bien en consultar a un abogado.

## **Problema 4 – Mala suerte con el propietario**

CS Consultores llevan un cierto número de propiedades como agente para un gran cliente. Las autoridades municipales han indicado que de acuerdo con la legislación vigente, son necesarias mejoras en las propiedades, en particular en materia de prevención de incendios. El propietario instruye a CS Consultores para “hacerse el sordo” y retrasar la implementación de las medidas. ¿Qué debería hacer CS Consultores?

### **Escenario**

El propietario de los edificios está pidiendo a CS Consultores que eviten aplicar las ordenanzas municipales en términos de Seguridad en los bloques que posee. Como consecuencia esto querría decir darle largas a las autoridades municipales cuando se produjera la revisión así como ser parcos con la verdad acerca de la implementación de las medidas. El cliente se arriesga a ser llevado a juicio y CSC no podrá escaparse alegando que se encontraban bajo órdenes o ignorancia.

### **Historia y origen del problema**

¿Si las autoridades locales han recomendado una mejora en las condiciones de seguridad de los bloques, será que CSC es ya responsable por no haber llamado la atención del propietario al problema? Nuevos reglamentos y estándares son introducidos constantemente y a veces es difícil para los propietarios estar al día. Sin embargo es el deber del agente mantenerse al día y dar consejo a sus clientes.

La situación sin embargo parece indicar que el propietario es reacio a cualquier gasto incluso cuando este le es impuesto por la ley. Es probable que CSC no haya sido suficientemente tajante al explicar al cliente las reglas de conducta ética y profesional bajo las cuales opera.

### **Buena práctica**

Negligencia en aconsejar al cliente acerca de prevención y seguridad es una violación de las Reglas de Conducta de RICS, demuestra falta de profesionalismo y puede dar lugar a acciones judiciales contra la compañía negligente. El cliente no debe nunca llegar a la conclusión de que el miembro de RICS es “fácil” en la aplicación de la legislación y el papel de CSC es ayudar a su cliente a entender la importancia de observar la legislación.

### **Dilemas éticos para resolver**

CSC se enfrenta a un conflicto en la manera en que las instrucciones recibidas del cliente se oponen a la legislación vigente y su solicitud equivale a operar fuera de la ley. Es probable que la relación de CSC con el cliente se vea irremediabilmente dañada cuando este se oponga a operar fuera de la ley. Rescisión del contrato causará una considerable pérdida económica a CSC. Aunque es improbable que el cliente lleve a CSC a juicio por incumplimiento de contrato, sin embargo la posibilidad existe.

Soluciones que preservan la integridad y relaciones de negocio  
CSC deberá informar al cliente propietario de que su desinterés en acatar la legislación acerca de la prevención de incendios es ilegal. Si el cliente decide no obedecer la decisión de las autoridades municipales, CSC n tiene otra alternativa que romper el contrato sean cuales sean las consecuencias. Sin embargo el resultado ideal sería persuadir al cliente de las repercusiones resultantes de ignorar la legislación muy particularmente para el propietario con multas importantes. Normalmente es más económico mejorar las condiciones que someterse al pago de las multas, procesos judiciales, etc. resultantes de la obediencia de tales órdenes.

## Problema 5 – Gran Ganga

*Gran Ganga Limitada: cualquier atajo es bueno con tal de poder ofrecer nuestros servicios baratos. Para nosotros las comisiones son más importantes que la calidad del servicio. ¿Contrataría esta firma?*

### Escenario

Gran Ganga Limitada se ofrece como una compañía dispuesta a relegar la calidad de sus servicios al final de la lista con tal de conseguir gran volumen y cifra de negocios.

### Historia y origen del problema

Esta compañía intenta ofrecer sus servicios más baratos que sus competidores incluso a través de publicidad de poco o mal gusto. Hay precedentes en todos los mercados, profesionales y de gran público de compañías que ofrecen servicios a bajo coste. En parte esto ha sido una reacción a al auto proteccionismo y el monopolio de otros tiempos y que mayormente forma parte del pasado.

La liberalización ha afectado también a las reglas de publicidad que afectan a muchos profesionales liberales entre otros los Chartered Surveyors. De hecho es perfectamente posible argumentar que los altos estándares ofrecidos por los proveedores de servicios tradicionales eran auténticos o se trataba de un mito auto perpetuado y preguntarse eran realmente necesarios para el consumidor/cliente.

Sin embargo, el asunto es si acaso un servicio profesional de tipo “hard discount” no debe evitar ofrecer estándares por debajo del mínimo, sea el servicio lo básico que sea.

### Buena práctica

Las preguntas de aumentos que renuncian de la importancia de estándares por amor de la confianza y la responsabilidad en el negocio y de alentar el público y la industria acerca del profesionalismo en la práctica. Gran Ganga no parece estar interesada en el profesionalismo. ¿Los directivos y responsables de la empresa, será que tienen una visión “amplia” del concepto de moralidad,? ¿Será que la compañía tiene en posición un sistema auténtico de educación en ética así como un sistema de vigilancia? ¿Existe un Compliance Officer? ¿tienen un sistema de gestión de reclamaciones capaz de evaluar las denuncias de comportamiento inético? ¿El Código deontológico está publicado y es conocido?

El lema de Gran Ganga parece sugerir mala reputación y comportamiento amoral. ¿Cumplen el Código de Seguridad en el Trabajo? ¿Mantienen registros financieros adecuados? ¿Compiten justamente? ¿Respetan el medio ambiente? ¿Respetan la comunidad local y tienen en cuenta la impresión que crean entre el público y sus colegas profesionales?

RICS tiene especificados para muchas áreas de la práctica profesional los estándares de servicio y el comportamiento: muy en particular en Declaraciones de Práctica cuya obediencia es obligatoria.

### **Dilemas éticos para resolver**

Las Reglas de Conducta de RICS establecen los requisitos mínimos en materia de publicidad, desde el contenido a la veracidad de afirmaciones y los gráficos.

Se puede hacer una distinción entre conducta y competencia. Aquellos clientes que escojan Gran Ganga deberán darse cuenta de que puede haber razones para preocupación no sólo en temas de conducta sino también de competencia. Se puede inferir del anuncio que no se recibirían los servicios de personal calificado.

Un cliente potencial tendría que ponderar si conceder una comisión a esta compañía no llevaría incertidumbre, la necesidad de mantener equilibradas la calidad y la rapidez de la práctica con el coste o incluso alguna otra agenda secreta.

Como mucho, alguien con gran generosidad e inocencia podría interpretar que Gran Ganga simplemente estaba intentando llamar la atención y su extraordinaria afirmación de falta de profesionalidad es parte de esa estrategia.

### **Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio**

La preservación para no hablar de la introducción de integridad profesional en Gran Ganga parece estar más allá de lo posible. Una relación con tal compañía, en estos momentos, parece presentar riesgos palpables para el cliente. Por consiguiente no puede haber ningún riesgo si se evitan las relaciones con esta compañía.

## Problema 6 – Chateau Margeaux

SD Consultores acaba de terminar un gran y muy complejo proyecto para un cliente. Se consideró a diversos suministradores alternativos y al final, se escogió uno al que SDC no había usado antes. Los contratos se negociaron y el proyecto fue completado en el período estipulado de 12 meses. El cierre se celebró con una cena fastuosa a la que asistieron todo el equipo consultor y los gestores de cuentas. La directora del equipo cumplimentó al anfitrión por el maravilloso Chateau Margaux 1982 que se sirvió durante la cena. Al día siguiente recibe una caja de este vino en su casa.. ¿Qué debe hacer este consultor?

### Escenario

SD Consultores acaba de completar un importante contrato para un cliente usando un proveedor con el que nunca había tenido antes relación y que ha celebrado una cena para el equipo consultor y de gestión de clientes. a un suministrador con que ha tenido no relación previa que ha celebrado la entrega realizando una cena a la que invitó al equipo consultor y el personal de gestión de cuentas. Además, el proveedor ha mandado al día siguiente una caja de vino la directora del equipo de consultoría tras el elogio que esta hizo durante la cena. La directora del equipo tiene el derecho de aceptar el obsequio pero sabe (suponemos) que hacer esto violaría sus códigos profesionales de conducta y por lo tanto se enfrenta a un dilema ético. Ella sopesa el riesgo de devolver el vino lo cual podría ofender al proveedor y viciar la oportunidad de relaciones futuras de negocio. Ella puede preguntarse los motivos por detrás del obsequio. Es más, podría sospechar que su observación fortuita fue interpretada como un pedido que, si satisfecho, debería predisponerla a favor del proveedor en futuros contratos.

### Historia y origen del problema

Este escenario nos lleva a suponer que el contrato fue concedido como resultado de una licitación pública o un proceso semejante conforme a la legislación nacional y comunitaria. En esto no hay sospecha alguna de irregularidad. La invitación a una cena y su aceptación pueden ser en sí actos inocentes, pero podrían ser interpretados como incentivo por parte del anfitrión para obtener nuevas comisiones. No sabemos si SD Consultores estipuló algún término para la aceptación y la participación en el contrato.

Una dificultad adicional para considerar es el valor del obsequio, y su entrega a la casa de la directora del equipo de consultoría en vez de abiertamente en el lugar de trabajo.

### Buena práctica

Una licitación pública puede incluir términos de ética acerca de cómo la relación profesional deberá ser conducida durante la duración del contrato. Este asunto es de gran importancia durante las negociaciones. Claramente, durante las negociaciones, SD Consultores debería haber tomado la oportunidad para poner por escrito las normas de mejor práctica

e implicar a los responsables en la compañía en su redacción, su manutención y revisión. Además, SD Consultores puede haber descuidado el entrenamiento de su personal en materia de administración de negociaciones y contratos lo que habría permitido a su personal lidiar con cualquier avance. También podría haber incluido el seguimiento del comportamiento ético de su personal en las revisiones de performance. Puede informar al personal de los estándares esperados a través de comunicaciones internas y códigos de conducta.

### **Dilemas éticos para resolver**

Una aceptación incondicional del vino puede ser interpretado como una aceptación de sobornos por parte de la directora del equipo de consultoría. Es posible que el proveedor tuviera esta idea en mente. En este caso la percepción es muy importante.

### **Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio**

La aceptación de hospitalidad por parte de relaciones en el mundo de los negocios no supone necesariamente una violación del Código de conducta de RICS siempre y cuando se explique los términos en los que estos son aceptados, a saber que no serán tenidos en cuenta para conceder contratos futuros, ni serían considerados en ningún sentido como pago extra para conseguir favor. Para evitar la ofensa una declaración de tal tipo podría causar, tal vez sería adecuado indicar que se corresponderá al gesto preferible expresar que el gesto se intercambiaría en otra vez, quizás en Navidad u en otra ocasión, tal vez Navidad u otra ocasión como un acontecimiento deportivo o musical, momento en el que la hospitalidad será extendida a múltiples socios y por lo tanto no indica una preferencia. La directora del equipo debería ser avisada acerca de observaciones casuales que puedan ser mal interpretadas, aunque su intención fuera inocente y honesta.

Sin embargo es casi imposible garantizar que este tipo de situación no ocurrirá en situaciones sociales. Por lo que de haber habido una mejor comprensión mutua en términos de ética se podría haber evitado el error del proveedor.

Una posible solución de compromiso sería el donar la caja de vino a todo el personal de SD Consultores o a una caridad. Sin embargo esto no habría evitado la posible interpretación por parte del obsequiante de haber conseguido una mayor influencia.

## **Problema 7 – Salven nuestro árbol!**

Una cliente habitual instruye a su compañía para que tomen todas las medidas posibles para prevenir una promoción de adosados en los antiguos campos de fútbol frente a su casa. Uno de los elementos cruciales para que la promoción vaya adelante es la tala de un roble centenario en el medio del camino vecinal que lleva al lugar de forma a poder crear accesos adecuados.

En la oficina hay un joven Chartered Surveyor que tiene opiniones muy fuertes acerca de la ecología y los medios que se deben usar para proteger el ambiente. Este joven, que ha estado trabajando con la cliente en este tema, sugiere que él podría invitar a algunos de sus amigos activistas a venir y ocupar el árbol y que al mismo tiempo, podrían usar esta oportunidad para hacer publicidad para la firma y los servicios que proporcionan. ¿Cuál sería su respuesta?

### **Escenario**

Esta es una situación familiar en el conflicto entre construcción y conservación en la sociedad rural de hoy. Aquí, un Chartered Surveyor idealista ayuda a un cliente de su compañía a oponerse a una promoción. Sin embargo, su oferta de utilizar su experiencia previa en acciones de desobediencia ciudadana no se derivan de sus deberes profesionales ni hacia cliente ni hacia la práctica. Además, ha dado a entender que la publicidad resultante de esta acción puede ser usada para promover la práctica y sus servicios.

### **Historia y origen del problema**

La distinción entre el deber y la libertad profesionales y la libertad de actuar según su conciencia o convicción es un tema que los directores o partners deben discutir con el empleado.

### **Buena práctica**

¿Será acaso buena práctica si el Chartered Surveyor concernido entiende mal su papel como tal? ¿Serán sus acciones consistentes con el comportamiento profesional? Hay una obligación constante en la práctica de asegurar, controlar y verificar que el comportamiento sea siempre conforme con el código de conducta. Los responsables de la práctica debería haber proporcionado claras y evidentes señales de que la obligación primera de cualquier empleado es mantener en todo momento un comportamiento ético. Deberían haber verificado que el joven declaraba de antemano al comenzar a trabajar en la compañía sus intereses y si podían en algún momento llegar a chocar con los de la compañía. Alternativamente la compañía debería haberse interesado por ello. Los profesionales que no siguen los parámetros de la ley pueden ser criticado o disciplinados por su la compañía para la que trabajan o por los cuerpos profesionales a los que pertenecen.

El Chartered Surveyor en cuestión ha o habrá atentado contra el código de Conducta en materia de su comportamiento político y social. La idea de utilizar la ocasión para publicitar los servicios de la firma no contraviene a primera vista regla alguna aunque sí es probable que traiga mala reputación a la práctica y la profesión y que esté contra el espíritu general del comportamiento ético. Sin embargo, las reglas de conducta, sí especifican que la publicidad debe ser justa y no conducir a engaño y se podría argumentar que aprovecharse de la asociación de la práctica con la protesta pública supone una ventaja injusta sobre otros Chartered Surveyors que no utilizan medios ilegales para su promoción. Además, induce a engaño ya que no es lícito esperar que una práctica o profesión inicie protesta pública y desobediencia civil ni para su propia promoción ni al servicio de un cliente.

### **Dilemas éticos para resolver**

El asunto aquí es simple, en cuanto el Chartered Surveyor en cuestión ha confundido sus convicciones personales con su responsabilidad profesional y pone en riesgo la reputación de la práctica. Se asume que la práctica no desea iniciar una campaña de protesta pública y prefiere disociarse de las acciones de su Chartered Surveyor. Por otro lado la opinión del cliente es de gran importancia ya que es posible que piense que una protesta pública proporcionará argumentos a su favor y podría tal vez no sólo aprobar sino animar la acción. La compañía deberá ponderar la posible pérdida del negocio de este cliente (presente y/o futuro) contra la pérdida de la reputación que la acción podría representar.

### **Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio**

El joven Chartered Surveyor necesita que se le dé una posibilidad para abandonar su activismo a favor de una práctica profesional. Necesita una explicación sobre cual es su error, sus efectos y las consecuencias. Caso de que no esté dispuesto a abandonar esta postura, los directores deberán decidir si quitarle el caso es suficiente, o si acaso necesitará una acción disciplinar o incluso puede llegar al despido.

## **Problema 8 – Hoy por ti, mañana por mí...**

Usted ha preparado un presupuesto de €5,000 por una inspección de una propiedad comercial. El cliente potencial le avisa que un competidor ha citado €4,500, y sugiere que el trabajo es suyo, si usted lo iguala.

### **Escenario**

Un cliente potencial esta usando técnicas de subasta a la baja para obligarlo a bajar su comisión para igualar a un competidor.

### **Historia y origen del problema**

¿Cómo llegó a la cifra original de €5000? Si reduce la cifra ¿existe el riesgo de que no pueda llevar a cabo la inspección satisfactoriamente? ¿Qué sucedería si el competidor entonces baja su presupuesto a €4000?

### **Buena práctica**

Entrar en una subasta ‘a la holandesa’ o intentar conseguir un cliente a base de comprometer los honorarios podría violar las reglas de Conducta de RICS en materia de competencia leal o incluso sugerir si bien remotamente, una actitud no muy negativa para con la aceptación de sobornos.

### **Dilemas éticos para resolver**

Se puede ver tentado a conseguir una comisión gracias a un “retoque” que pueda quitarle el negocio a un competidor, especialmente si el negocio no anda muy bien. Dada la pequeña suma mencionada lo más probable es que se trate de un pequeño informe aislado que no llevaría mucho tiempo. Sin embargo, debe reconocer que al bajar su margen quedarían afectadas las reglas del juego para la próxima vez con este cliente. Cómo conseguirá evitar que este mínimo beneficio de hoy se convierta en el futuro en una pérdida?

### **Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio**

¿Está usted satisfecho de su presupuesto original? Presentar presupuestos que no reflejan apropiadamente el uso del tiempo de un profesional, su pericia y experiencia no trae ningún beneficio a largo plazo a su práctica, ni profesional ni comercialmente.

Un cierto grado de competencia es deseable, pero debe ser templado por consideraciones profesionales. Por supuesto, sería deseable si los clientes potenciales escogieran a un Chartered Surveyor con justicia y no a través de la manipulación. Los honorarios expresados en cualquier presupuesto deben los costes y si el cliente potencial prefiere honestamente los servicios que usted ofrece, aceptará su honorario y le adjudicará el trabajo en esta base.

**Nota aplicable a todos problemas:**

No puede haber una solución definitiva a problemas basados en principios éticos. A menudo habrá varias soluciones. Más de una solución será adecuada en el contexto dado. Deberá seguir sus convicciones y su juicio profesional.

La prueba de fuego, sin embargo, es si la opción escogida refleja los principios descritos en el Código deontológico de RICS y las Reglas de Conducta. Estos son los estándares que se usarán para juzgar al Miembro si su decisión es desafiada.

Código deontológico.....	1
Contactos asociaciones nacionales en Europa .....	2
Introducción.....	4
Algunas sugerencias acerca de los casos prácticos.....	4
Método .....	4
Problema 1- Valoradores Reunidos SA .....	5
Escenario .....	5
Historia y origen del problema .....	5
Buena práctica .....	5
Dilemas éticos para resolución .....	5
Posibles soluciones que preservan la integridad y relaciones de negocios.....	6
Reglas de Conducta de RICS.....	7
Comentario.....	7
Problema 2 ¡Cuidado con las hojas de trabajo! .....	9
Escenario .....	9
Historia y origen del problema .....	9
Buena práctica .....	9
Dilemas éticos para resolver .....	9
Soluciones que preservan la integridad y relaciones del negocio .....	9
Problema 3 – Contratista en el Oriente Medio .....	11
Escenario .....	11
Historia y origen del problema .....	11
La buena práctica.....	11
Dilemas éticos para resolver .....	12
Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio.....	12
Problema 4 – Mala suerte con el propietario .....	14
Escenario .....	14
Historia y origen del problema .....	14
Buena práctica .....	14
Dilemas éticos para resolver .....	14
Problema 5 – Gran Ganga .....	16
Escenario .....	16
Historia y origen del problema .....	16
Buena práctica .....	16
Dilemas éticos para resolver .....	17
Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio.....	17
Problema 6 – Chateau Margeaux.....	18
Escenario .....	18
Historia y origen del problema .....	18
Buena práctica .....	18
Dilemas éticos para resolver .....	19
Problema 7 – Salven nuestro árbol! .....	20
Escenario .....	20
Historia y origen del problema .....	20
Buena práctica .....	20
Dilemas éticos para resolver .....	21
Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio.....	21
Problema 8 – Hoy por ti, mañana por mí.....	22
Escenario .....	22

Historia y origen del problema .....	22
Buena práctica .....	22
Dilemas éticos para resolver .....	22
Posibles soluciones que preservan la integridad y las relaciones del negocio.....	22

[www.rics.org](http://www.rics.org)

### **RICS la marca del profesionalismo en la propiedad**

RICS es la mayor asociación profesional del mundo en el sector inmobiliario y de la construcción. Con sus orígenes en Londres hace cerca de 134 años, RICS tiene hoy en día más de 110,000 miembros en el mundo entero. Nuestros miembros se ocupan de todo el ciclo vital de una propiedad, desde la valoración, planeamiento urbanístico construcción, manutención, valoración para su venta y estudios medioambientales. Cada una de estas áreas de especialización se agrupa en torno a una "facultad", un término que designa a aquellos miembros que se especializan en un tema. Las facultades se ocupan de investigar tendencias, encargan investigación, establecen los estándares y vigilan la actuación de los miembros. Normalmente, un Chartered Surveyor se especializa en una o dos áreas de ciclo de vida de una propiedad.