

CÓDIGO DE ÉTICA

El presente código de ética (el “Código”) es obligatorio para todos los socios, abogados y pasantes de *Solórzano, Carvajal, González y Pérez Correa, S. C.* (el “Despacho”). El Código contiene tres conjuntos de reglas y principios que sirven de guía para la conducta de todos, y definen el tipo de institución que somos y queremos seguir siendo a largo plazo. Lo importante son los principios generales contenidos en este Código; por lo tanto, las reglas específicas que se incluyen no agotan el principio en cuestión y se han incluido de manera ilustrativa nada más.

Cuando en algún caso particular no esté suficientemente claro en qué forma aplican los principios de este Código, se deberá ser conservador (en caso de duda, optar por la aplicación del principio), y usar el sentido común. En todo caso, cuando la duda la tenga un abogado o un pasante, deberán consultar al socio responsable.

I. Obligaciones con el Despacho.

Antes que nada, el Despacho es una institución, y un proyecto a largo plazo; por ello, todos los que prestamos nuestros servicios aquí, tenemos la obligación de seguirlo construyendo, y hacerlo viable a largo plazo. Para mejor entender las obligaciones éticas respecto del Despacho, es pertinente explicar qué tipo de institución queremos.

La cuestión del largo plazo determina nuestro punto de partida en esta discusión: es claro que el Despacho es un negocio, y como tal compite en el mercado. Dentro de ese mercado, queremos que sea el mejor Despacho, al menos en los siguientes sentidos: que preste los mejores (y más éticos) servicios jurídicos, y que tenga la mejor reputación posible (tanto ética como técnica).

Como cualquier institución/negocio, el Despacho inevitablemente se vuelve una “marca” que lo diferencia de los demás despachos y lo posiciona en el mercado. Es muy difícil y toma mucho tiempo adquirir una reputación de intachable, sin mencionar que de entrada hay una presunción negativa en contra de los abogados en general; es muy fácil, y toma sólo un acto, destruir esa reputación. Así, nuestra conducta ética es necesaria para el Despacho porque (i) es indispensable para que el Despacho sea verdaderamente viable a largo plazo, (ii) permite que el Despacho adquiera y conserve una reputación intachable, lo cual lo convierte en un mejor negocio pues atrae a los mejores clientes, y (iii) permite que todos quienes formamos parte de él nos desarrollemos profesionalmente y compartamos su reputación. En ese sentido, la conducta deshonesto de uno solo de sus miembros daña la marca del Despacho –posiblemente para siempre– y por ende, nos afecta a todos.

A continuación incluimos algunas reglas concretas para con los clientes.

1. Lo más importante es la reputación del Despacho y su viabilidad a largo plazo, no el dinero. Este principio tiene dos vertientes:
 - a) Tenemos la obligación de ser honestos con el cliente; y

- b) Ante el “dilema” de representar a un cliente deshonesto o dejar de representarlo, tenemos la obligación de optar por no representarlo, sin importar el monto involucrado (nuevamente, a largo plazo vamos a ganar más si somos honestos).
2. Tenemos la obligación de ser diligentes, responsables y técnicamente impecables al prestar servicios jurídicos. Como se mencionó, la reputación que queremos es doble: los mejores abogados y los más éticos.
 3. Tenemos la obligación de estudiar y mantenernos actualizados e informados en los temas de nuestra especialización individual.
 4. Tenemos la obligación de conocer perfectamente, y aplicar siempre, este Código, y proteger la reputación del Despacho, tanto dentro como fuera del mismo.
 5. Tenemos la obligación de comunicar a nuestros clientes (presentes, futuros y prospectos) el contenido de este Código y manifestarles clara y terminantemente que por ningún motivo lo vamos a violar.
 6. Los clientes son del Despacho; por lo tanto, tenemos la obligación de atenderlos a través de éste, trabajar como un verdadero equipo, mantener informados a los demás, y usar sus recursos como mejor le convenga al Despacho.
 7. Tenemos la obligación de impedir que otros miembros del Despacho violen este Código.

II. Obligaciones con los clientes.

¿Cuándo nacen nuestras obligaciones con los clientes? El contrato es consensual, por lo que basta el acuerdo de voluntades entre el cliente y nosotros. Una de las razones por la que normalmente pedimos un pago por adelantado o engagement fee a los nuevos clientes, es precisamente para establecer la fecha cierta del inicio de la relación contractual (fecha de pago).

¿Cuál es el alcance material de la relación con el cliente? Muchas veces no queda claro exactamente para qué asunto o asuntos concretos nos contrata un cliente. Esta es una práctica generalizada en México. Sin embargo, esta falta de claridad es potencialmente perjudicial para el Despacho porque puede dar lugar a que el cliente nos reclame no haber supervisado o arreglado algún asunto que no consideramos parte del contrato. Una controversia sobre esto, puede ocasionar que el cliente deje de serlo, dañar severamente la reputación del Despacho, e incidir sobre otros clientes potenciales (según los expertos, por cada cliente perdido se pierden otros 10, a futuro). Por eso, antes de iniciar una relación con un cliente, le mandamos una propuesta o engagement letter, donde expresamos con claridad los términos de la representación (cuota horaria, suspensión de servicios por no pagar, etc.), y el asunto o asuntos que abarcará. Entre más claro esté todo para el cliente, mejor para el Despacho.

¿Quién toma las decisiones? El propósito de todo cliente es el que los representemos y asesoremos respecto de sus intereses y objetivos. Por ello, a veces surge la cuestión de hasta qué punto debemos seguir sus instrucciones. No podemos seguir ninguna instrucción que viole la Ley o este Código. Dentro de esos límites, la regla general es que el cliente decide el “qué” y nosotros el “cómo”. Sin embargo, si el cliente insiste en una solución o camino que no recomendamos, él tendrá la última palabra (a menos que la solución sea ilegal y/o nula). Evidentemente, en cuestión de negociaciones, no podemos acordar con la otra parte nada que no haya previamente autorizado el cliente por escrito (aunque sí es posible que nos autoricen a negociar bajo nuestro criterio). Finalmente, no es ético impedir que el cliente llegue a un acuerdo (aunque ganemos “menos”), pues el cliente es el titular del derecho y por ende tiene la última palabra (no podemos ir más allá que aconsejar de manera objetiva).

¿Cómo y cuándo termina la relación con un cliente? Por regla general sólo termina cuando el cliente nos rescinde el contrato, o cuando nosotros renunciamos a la representación (ya veremos que esto último tiene sus límites). Es decir, aunque un cliente no esté “activo”, en principio seguimos siendo sus abogados (y este Código sigue aplicando). Sin embargo, si acordamos que sólo prestaríamos servicios en relación con un proyecto, lo que nos lleva a subrayar nuevamente la importancia del engagement letter. En todo caso, cuando se termine la relación con un cliente, tenemos la obligación de devolverle sus documentos originales y dejar constancia por escrito de tal hecho y de lo que se le devolvió, cuando renunciemos, siempre tendremos que comunicarlo por escrito y explicar las causas.

A continuación incluimos reglas concretas respecto de los clientes.

1. Cuando se nos pida representar a un cliente en un asunto respecto del cual no tenemos los conocimientos y/o experiencia suficientes, estamos obligados a comunicar esta circunstancia al cliente. Es legítimo expandir las áreas de nuestra práctica; de hecho como abogados todos los días aprendemos algo nuevo (aquellos que no quieren aprender no tienen cabida en el Despacho). Lo que no es ético es mentir o engañar al cliente.
2. Relación con el cliente. La representación, y nuestras obligaciones, son para con el cliente exclusivamente. Así por ejemplo, cuando el cliente es una sociedad, nuestras obligaciones son con la sociedad, no con sus administradores; cuando representamos a una persona, nuestras obligaciones son con ella, no con sus familiares o personas cercanas.

Estamos obligados a ser justos y razonables con el cliente. Una vez que aceptamos representar a un cliente, no podemos renunciar ni abandonar sus asuntos, salvo que sea por una causa justificada (de lo contrario cometemos un delito). ¿Qué es causa justificada? Tenemos la obligación de renunciar al cliente cuando éste insista en alguna conducta o solución ilegal. Fuera de lo anterior, la “causa justificada” debe ser real y verdaderamente poderosa; incluso, a menos que lo hayamos acordado expresamente con el cliente, no podemos renunciar ni abandonar un asunto por falta de pago (nuevamente la importancia del

engagement setter). Tampoco podemos quedarnos con los documentos originales y demás papeles del cliente por falta de pago.

3. Conflicto de interés. Tenemos la obligación de ser leales con nuestros clientes. Por lo tanto, estamos obligados a no aceptar clientes que produzcan algún conflicto de interés. El conflicto de interés puede tomar varias formas, pero el concepto básico es que no podemos aceptar a un cliente cuando en virtud de cualquier otro interés personal, del Despacho u otros clientes, esté comprometida nuestra capacidad para dar asesoría leal, objetiva y en beneficio de dicha persona.

Por regla general el conflicto de interés que afecta a uno, afecta a todos lo del Despacho, a menos que el o los clientes en cuestión acepten expresamente crear una “muralla china”. Asimismo, normalmente el cliente puede aceptar nuestra representación aunque haya un conflicto de interés, siempre que lo decida de manera libre, informada y consciente de los riesgos. Cuando el conflicto de interés sea entre un nuevo cliente y otro existente, tanto el nuevo como el anterior, deben estar de acuerdo (por los riesgos involucrados, es mejor evitar representar clientes con conflictos de interés). Sin embargo, en litigios y controversias, ni siquiera con el consentimiento del cliente podemos representar a las dos partes (es delito).

Cuando por cualquier causa surja un conflicto de interés con un cliente ya existente, estamos obligados a comunicárselo inmediatamente (y si es preciso, renunciar). Si se trata de un conflicto entre dos clientes, por regla general el primero en tiempo será el primero en derecho.

4. Representación competente. Tenemos la obligación de proteger y facilitar de la mejor manera posible los intereses de nuestros clientes, pero siempre dentro de los límites de la Ley y/o este Código.

Tenemos la obligación de preparar e investigar adecuadamente los asuntos, y brindar asesoría competente y objetiva. Esto no quiere decir que estemos obligados a ser infalibles y tener siempre la razón. Pero sí quiere decir que no podemos ser negligentes ni descuidados: estamos obligados a: (i) investigar todas las fuentes pertinentes (leyes, reglamentos, jurisprudencia, criterios, doctrina); (ii) revisar los documentos y averiguar los hechos relevantes; y (iii) dar asesoría objetiva y mesurada, incluyendo las distintas alternativas y consecuencias posibles. Por ello, a menos que se trate de algo fuera de toda duda, no debemos ser categóricos en nuestras opiniones (utilizar expresiones como probablemente, posiblemente, etc.).

Tenemos la obligación de ser diligentes, eficientes y atender los asuntos del cliente sin retrasos injustificados. En este sentido, “mucho trabajo”, no es una causa de retraso justificado.

Tenemos la obligación de mantener razonablemente informado al cliente del estado y avance de sus asuntos. Esto incluye responder razonablemente rápido las llamadas, correos, etc. del cliente, también incluye informar adecuada y suficientemente al cliente para que pueda tomar decisiones acertadas respecto de sus asuntos.

5. Confidencialidad. Tenemos la obligación de mantener confidencial toda la información que nos proporcione el cliente. Esta obligación incluye a toda la información que no sea pública, salvo que se trate de un delito o una acción ilícita en nuestra contra, e incluye el mismo hecho de la representación y naturaleza general del asunto sí será compartido, al menos con todos los socios del Despacho (para verificar posibles conflictos de interés, etc.).

La obligación de confidencialidad subsiste después de terminada la relación contractual con el cliente y nunca podemos usarla para el detrimento del cliente, ni para nuestro beneficio o el de cualquier otra persona. Obviamente, la anterior prohibición incluye a la información privilegiada (información que tiene valor precisamente porque no es pública), cuyo uso indebido también constituye un delito (artículo 52-BIS de la Ley del Mercado de Valores).

III. Obligaciones con la profesión.

Como abogados tenemos la obligación profesional de cumplir con la Ley, incluyendo, claro está, aquellas normas especiales aplicables a nuestra profesión (artículos 231 al 233 del Código Penal, y 2588 al 2592 y 2606 al 2615, del Código Civil). Uno de los aspectos más importantes es que tenemos la obligación de no mentir, ni simular actos, ni alegar cuestiones evidentemente improcedentes. Asimismo, tenemos la obligación ética general de perseguir la justicia, y de no dañar la (de por sí dañadísima) reputación de nuestra profesión.