



ÉTICA EN EL ARBITRAJE: LA PROMOCIÓN DE LOS ÁRBITROS

Autor:

Luis Fernando Rincón Cuéllar

ÉTICA EN EL ARBITRAJE: LA PROMOCIÓN DE LOS ÁRBITROS¹

Ethics in arbitration: the promotion of arbitrators

Luis Fernando Rincón Cuéllar²

SUMARIO:

- I. Introducción.
- II. El Mercado Arbitral Internacional.
- III. Los Principios éticos en el arbitraje internacional.
- IV. Mecanismos de promoción de los árbitros.
- V. Conclusión: No solo hay que serlo sino también parecerlo.

Resumen

El arbitraje es un efectivo sistema alternativo de resolución de controversias y su legitimidad depende, en gran medida, de la confianza que las partes depositan en la independencia e imparcialidad de quienes ejercen esa función arbitral. Por ello mismo, quienes integran las listas de árbitros o aspiran a ser designados como tales, deben actuar con especial prudencia en las estrategias que utilicen para promover su trayectoria y experiencia profesional. Aun cuando determinadas prácticas de promoción no estén expresamente prohibidas por los principales instrumentos éticos del arbitraje internacional, estas pueden generar dudas razonables, percepciones de cercanía o suspicacias respecto de su independencia. Asimismo, podrían crear sesgos inconscientes derivados de las relaciones establecidas con quienes intervienen en su designación. En consecuencia, la promoción profesional del árbitro debe desarrollarse de manera compatible con la preservación de la confianza en el sistema arbitral, y con los más altos estándares de independencia, imparcialidad, neutralidad y apariencia de neutralidad.

Palabras clave

Arbitraje comercial/ Arbitraje Internacional/ Arbitraje Latinoamericano/ Ética en el arbitraje

Abstract

Arbitration is an effective alternative dispute resolution system, and its legitimacy depends largely on the trust that the parties place in the independence and impartiality of those who perform this arbitral function. Therefore, those on the lists of arbitrators or who aspire to be appointed must exercise caution in the strategies they use to promote their

¹ El contenido de este trabajo refleja exclusivamente el parecer de su autor y no constituye opinión profesional ni asesoramiento jurídico alguno. Agradezco la colaboración de Camilo Atencia Fajardo y Christian Guzmán López en la búsqueda de información para la elaboración de este artículo.

² Abogado de la Pontificia Universidad Javeriana, MBL Universidad de Ginebra – Universidad de Lausana (Suiza), Profesor de Contratación Internacional en la Universidad Nacional de Colombia, y en la Universidad Centroamericana José Matías Delgado (El Salvador), Profesor de Gobierno Corporativo y de Propiedad Intelectual en la Universidad de los Andes (Colombia), Socio / Director General Rincón-Cuéllar & Asociados (www.rincon-cuellar.com) y PlayLegal – Sport and Entertainment Law (www.PlayLegal.net), Presidente de la Comisión de Propiedad Intelectual de ICC Colombia, Presidente de la Asociación Colombiana de Derecho Deportivo, MCI Arb, con una experiencia de más de 15 años como árbitro en diversos Centros de Arbitraje en Latinoamérica, España y Suiza. Correo de contacto rincon@rincon-cuellar.com / www.linkedin.com/in/luis-fernando-rincon-0a520935.

professional career and experience. Even though certain promotional practices are not expressly prohibited by the main ethical instruments of international arbitration, they can generate reasonable doubts, perceptions of favoritism, or suspicions regarding their independence. They could also create unconscious biases stemming from relationships established with those involved in their appointment. Consequently, the professional advancement of arbitrators must be carried out in a manner compatible with preserving trust in the arbitral system and with the highest standards of independence, impartiality, neutrality, and the appearance of neutrality.

Keywords

Commercial Arbitration/ International Arbitration / Arbitration in Latin America/– Arbitration Ethics.

I. INTRODUCCIÓN

El arbitraje internacional se ha consolidado como uno de los mecanismos más eficaces para la resolución de conflictos en el ámbito del comercio y la inversión. Su éxito radica, en gran medida, en la confianza que las partes depositan en quienes ejercen la función arbitral. Al momento de seleccionar un árbitro, las partes no solo buscan experiencia y conocimiento especializado, sino también garantías de independencia, imparcialidad y neutralidad, principios esenciales para la preservación y legitimidad del sistema arbitral.

En este contexto, resulta pertinente examinar el proceso de selección de árbitros, caracterizado por la competencia entre profesionales, la importancia de la reputación y la influencia de redes especializadas conformadas por usuarios, firmas de abogados e instituciones arbitrales. La creciente expansión del arbitraje internacional ha venido acompañada de un creciente número de profesionales que aspiran a desempeñarse como árbitros, en donde las oportunidades de designación continúan siendo relativamente limitadas y concentradas. Esta realidad lleva a muchos árbitros a desarrollar estrategias de visibilidad y promoción profesional con el propósito de aumentar sus posibilidades de ser designados.

Si bien la promoción de la trayectoria profesional constituye una práctica legítima, y en muchos casos necesaria, surge una pregunta relevante desde el punto de vista ético y es ¿Hasta qué punto determinadas estrategias de posicionamiento profesional son compatibles con los deberes de independencia, imparcialidad y apariencia de neutralidad que exige la función arbitral? El presente artículo pretende analizar dicha cuestión y reflexionar sobre los límites éticos que deberían orientar la promoción profesional de quienes actúan o aspiran a actuar como árbitros internacionales.

II. EL MERCADO ARBITRAL INTERNACIONAL.

Tomando como referencia la Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional (ICC), una de las instituciones arbitrales más prestigiosas y reconocidas a nivel mundial, y sin que las reflexiones que siguen indiquen una crítica a sus políticas, se pueden advertir ciertas características estructurales del mercado arbitral internacional que merecen atención.

De acuerdo con el informe ICC Dispute Resolution Statistics 2024 (2025), de un total de 1,427 confirmaciones o nombramientos, solo 1,020 árbitros individuales actuaron en los casos de la institución, con lo que el 28% correspondió a designaciones repetidas de árbitros que ya habían sido nombrados alguna vez en el mismo periodo.³ Asimismo,

³ International Chamber of Commerce, ICC Dispute Resolution Statistics 2024 (París: ICC International Court of Arbitration, 2025), https://iccwbo.org/wp-content/uploads/sites/3/2025/06/2024-Statistics_ICC_Dispute-Resolution.pdf.

aunque los árbitros provinieron de 91 jurisdicciones, la distribución geográfica de los nombramientos revelan una concentración significativa: Reino Unido representa el 12,61% de todos los nombramientos, Estados Unidos el 8,06%, Francia el 6,94%, Suiza el 6,80 y Alemania el 5,68%, representando una concentración de 40% del total de los nombramientos en árbitros de solo 5 países. A ello se suma que las mujeres representaron solo el 28,6% de los nombramientos efectuados durante el año.

En dicho documento se puede apreciar que las partes nominaron directamente al 57% de todos los nombramientos arbitrales (820 de 1,427). Aunque esto constituye una manifestación de la autonomía de las partes, en la práctica la selección suele estar influenciada por factores como la reputación, la experiencia previa, la visibilidad profesional, y las redes de relaciones profesionales construidas dentro de la comunidad arbitral. Sin desconocer los esfuerzos realizados por instituciones como la ICC para ampliar la diversidad y el acceso a la función arbitral, estos datos invitan a reflexionar sobre el funcionamiento real del mercado arbitral internacional, las barreras de entrada existentes para nuevos árbitros y los desafíos que el mismo sistema genera para la construcción de reputación y posicionamiento profesional.

El examen comparado de otros sistemas arbitrales conduce a observaciones similares. En el arbitraje internacional de inversiones, por ejemplo, la experiencia del Centro Internacional de Arreglo de Diferencias Relativas a Inversiones (CIADI)⁴ muestra la coexistencia de una amplia base potencial de árbitros con un número más reducido de nombramientos efectivos. Al 30 de junio de 2025, los Paneles de Árbitros y Conciliadores del CIADI incluían 729 personas, mientras que durante el ejercicio fiscal 2025 se registraron 233 nombramientos en casos administrados por el Centro.

La profesora Catherine Rogers⁵ ha destacado que el mercado de árbitros internacionales está marcado por altas barreras de entrada y profundas asimetrías de información⁶, en donde el crecimiento de arbitrajes internacionales intensificó la competencia entre centros de arbitraje, firmas de abogados, universidades, etc., pero no respecto a los árbitros internacionales debido a esas barreras de entrada.

Así, debido a la naturaleza confidencial de la mayoría de los arbitrajes, los usuarios suelen carecer de información objetiva y fácilmente accesible sobre el desempeño de los potenciales árbitros, por lo que frecuentemente recurren a referencias personales y redes profesionales para fundamentar sus decisiones de nombramiento. Según la autora, este fenómeno genera un "cuello de botella en la información" que dificulta que nuevos árbitros puedan darse a conocer o mostrar su reputación en el mercado internacional y limita las oportunidades de visibilidad de candidatos pertenecientes a grupos tradicionalmente menos representados. Como consecuencia, la reputación previa y el acceso a redes de información se convierten en factores especialmente relevantes dentro del proceso de selección arbitral.

Estas características estructurales han dado lugar a importantes debates éticos en la doctrina arbitral contemporánea. En particular, diversos autores han estudiado los fenómenos de los "repeat players" y del "affiliation bias"⁷ (sesgo de afiliación), que se

⁴ International Centre for Settlement of Investment Disputes (ICSID), "Panels of Arbitrators and of Conciliators," consultado el 5 de agosto de 2026, <https://icsid.worldbank.org/es/node/2936>.

⁵ Catherine A. Rogers, "The Key to Unlocking the Arbitrator Diversity Paradox?: Arbitrator Intelligence," Kluwer Arbitration Blog, 27 de diciembre de 2017, <https://legalblogs.wolterskluwer.com/arbitration-blog/the-key-to-unlocking-the-arbitrator-diversity-paradox-arbitrator-intelligence/>.

⁶ Catherine A. Rogers, "The Market for Arbitrators and The Market for Lemons" Kluwer Arbitration Blog, 10 de junio de 2020, <https://legalblogs.wolterskluwer.com/arbitration-blog/the-market-for-arbitrators-and-the-market-for-lemons/>

⁷ Sergio Puig y Anton Strezhnev, "Affiliation Bias in Arbitration: An Experimental Approach," The Journal of Legal Studies 46, no. 2 (2017): 371-398, <https://chicagounbound.uchicago.edu/jls/vol46/iss2/5/>.

refieren, respectivamente, a la reiterada designación de determinados árbitros por los mismos usuarios del sistema y a la posible predisposición, consciente o inconsciente, de favorecer a la parte que realiza la designación. Aunque la repetición de nombramientos no implica por sí sola una falta de independencia o imparcialidad, diversos estudios han señalado que puede crear incentivos que afecten la percepción de neutralidad del árbitro. Por esta razón, los principales instrumentos de ética arbitral han fortalecido los deberes de revelación, transparencia y recusación.

El análisis realizado por Mark Egan, Gregor Matvos y Amit Seru ⁸ sobre aproximadamente 9.000 arbitrajes obligatorios en el mercado de valores muestra que los incentivos económicos del sistema arbitral pueden influir de manera significativa en el comportamiento de los árbitros que aún buscan consolidar su posición en el mercado. Debido a que los árbitros solo reciben remuneración cuando son efectivamente designados, existe una intensa competencia por obtener nombramientos y por evitar ser excluidos de futuros procesos de selección. En este contexto, la necesidad de asegurar nuevas designaciones puede llevar a los árbitros a adoptar conductas estratégicas destinadas a resultar más atractivos para quienes ejercen influencia en los nombramientos, especialmente cuando algunas de las partes cuentan con mayores niveles de información sobre el desempeño de los candidatos.

Dichos autores sostienen que esta dinámica puede generar un fenómeno denominado "race to the bottom", mediante el cual los árbitros compiten entre sí para reducir el riesgo de ser descartados por los actores con mayor capacidad de selección. Según el estudio, cuando una de las partes se encuentra relativamente desinformada, algunos árbitros tienen incentivos para alinearse gradualmente con las preferencias del grupo que concentra el poder de nombramiento. Como resultado, cada árbitro busca diferenciarse siendo marginalmente más favorable a dichos intereses que sus competidores, produciendo colectivamente una tendencia sistemática del conjunto de árbitros hacia posiciones más cercanas a los usuarios recurrentes del sistema. Esta investigación constituye una de las evidencias empíricas más relevantes sobre cómo la estructura de incentivos del mercado arbitral puede afectar las decisiones estratégicas de los árbitros y plantea importantes interrogantes sobre los mecanismos necesarios para preservar la independencia y la imparcialidad de la función arbitral.

Los autores no proponen eliminar el arbitraje ni cuestionan la figura del árbitro como tal. Su principal conclusión es que los problemas observados derivan de la asimetría de información en el proceso de selección y de los incentivos creados por la competencia entre árbitros para ser elegidos. Por ello, plantea que una reforma del mecanismo de designación podría producir resultados más equilibrados. En sus simulaciones, los autores concluyen que la selección de árbitros sin intervención directa de las partes mejoraría sustancialmente los resultados para los usuarios menos informados, pues evitaría que quienes cuentan con mayores recursos o experiencia exploten ventajas informativas para escoger árbitros percibidos como más favorables.

Es claro que dicho estudio no se refiere a arbitraje comercial internacional, pero es una evidencia ilustrativa sobre incentivos.

Ahora, la creciente competencia de profesionales interesados en actuar como árbitros internacionales parece superar el número de oportunidades efectivamente disponibles, especialmente en arbitrajes internacionales de alta complejidad, lo que impulsa a muchos profesionales a desarrollar estrategias de promoción personal y de visibilidad en el sistema, y es aquí donde se plantea la cuestión adicional: hasta qué punto las estrategias de promoción profesional de los árbitros, resultan compatibles con los

⁸ Mark L. Egan, Gregor Matvos y Amit Seru. "Arbitration with Uninformed Consumers." *The Review of Economic Studies* 92, no. 6 (2025): 3888-3923. <https://doi.org/10.1093/restud/rdaf010>.

estándares de independencia, imparcialidad y apariencia de neutralidad que sustentan la legitimidad del arbitraje.

III. LOS PRINCIPIOS ÉTICOS EN EL ARBITRAJE INTERNACIONAL

Las directrices de la International Bar Association (IBA) sobre conflictos de intereses establecen que un árbitro debe ser independiente de las partes y permanecer libre de influencias externas durante todo el procedimiento. Asimismo, debe evitar situaciones que puedan generar dudas justificadas sobre su objetividad. Las Directrices complementan estos principios mediante un sistema de listas roja, naranja y verde que permite identificar distintos niveles de riesgo en materia de conflictos de interés en el arbitraje internacional.

De manera similar, el Código de Ética para árbitros en disputas comerciales de la American Arbitration Association (AAA) exige que los árbitros preserven la integridad del arbitraje, eviten conductas que puedan generar apariencias de parcialidad y revelen cualquier circunstancia susceptible de afectar la confianza de las partes.

Las principales instituciones arbitrales internacionales siguen la misma línea. La Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional (ICC), el Swiss Arbitration Centre, la Cámara de Comercio de Lima, la Corte de Arbitraje de Madrid y el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá imponen a los árbitros obligaciones permanentes de independencia, imparcialidad y revelación de circunstancias relevantes.

El denominador común de todos estos instrumentos es que el árbitro no solo debe ser independiente e imparcial, sino que debe evitar circunstancias que generen cualquier tipo de duda justificada sobre esa independencia e imparcialidad. La cuestión ética no solo se limita a determinar si existe una influencia real, sino también a establecer si determinadas conductas pueden generar razonablemente una apariencia de parcialidad. La confianza pública en el arbitraje depende tanto de la ausencia real de sesgos como de la percepción de neutralidad. Ese es el criterio a utilizar para analizar los mecanismos de promoción que se mencionan a continuación.

IV. MECANISMOS DE PROMOCIÓN DE LOS ÁRBITROS

Lo anterior invita a reflexionar sobre el funcionamiento real del mercado arbitral, las barreras de acceso que enfrentan los nuevos árbitros y los incentivos que genera el propio sistema para la construcción de reputación y visibilidad profesional. En un contexto en el que las oportunidades de designación son relativamente escasas frente al número de profesionales que aspiran a desempeñar la función arbitral, la visibilidad dentro de las redes de usuarios recurrentes del arbitraje adquiere una importancia significativa.

Dado que las decisiones de nombramiento suelen estar influenciadas por el conocimiento previo, la reputación y las referencias profesionales, muchos árbitros buscan posicionarse ante quienes intervienen habitualmente en estos procesos, especialmente firmas de abogados, departamentos jurídicos corporativos e instituciones arbitrales, ya sea que tengan listas públicas de arbitraje, o que designen árbitros de manera privada, en donde es usual que las personas que se inscriban en las listas de arbitraje presenten sus credenciales, indicando experiencia y trayectoria profesional.

En la práctica, ello ha llevado a un crecimiento de las estrategias de promoción profesional, networking y desarrollo de relaciones dentro de la comunidad arbitral. Bajo esta lógica, quienes logran consolidar presencia y reconocimiento dentro de determinadas redes profesionales pueden acceder a ventajas competitivas relevantes frente a otros candidatos con similares credenciales académicas o técnicas. Así, esta realidad resulta especialmente compleja para los árbitros emergentes, quienes deben

superar importantes barreras de entrada para obtener sus primeras designaciones y construir la reputación necesaria para competir en un mercado donde la experiencia previa constituye uno de los principales criterios de selección.

4.1 La promoción de árbitros: una zona gris de la regulación arbitral

Curiosamente, los principales códigos éticos y reglamentos arbitrales contienen disposiciones detalladas sobre conflictos de interés, pero dedican escasa atención a la promoción profesional de los árbitros.

Ni las Directrices IBA ni la mayoría de los reglamentos institucionales prohíben expresamente que los árbitros desarrollen actividades de marketing profesional. De hecho, actividades como participar en conferencias, publicar artículos académicos, enseñar en universidades o intervenir en eventos especializados son las prácticas amplias y generalmente aceptadas. Estas actividades contribuyen al debate académico y permiten que el mercado conozca las capacidades y experiencia de los potenciales árbitros. En consecuencia, constituyen formas legítimas de construcción de reputación profesional.

Sin embargo, aparecen dificultades cuando la promoción deja de estar basada en la producción académica o profesional y pasa a fundamentarse en relaciones directas con quienes controlan los nombramientos.

En algunos mercados arbitrales se observa la realización de visitas a firmas de abogados, reuniones privadas, desayunos estratégicos u otras actividades diseñadas específicamente para captar futuras designaciones arbitrales. Aunque estas conductas generalmente no infringen de manera expresa una norma ética vigente, sí generan interrogantes sobre su compatibilidad con los principios de independencia e imparcialidad.

La creciente competencia por acceder a un número limitado de nombramientos arbitrales ha llevado a una mayor interacción entre árbitros y grandes firmas de abogados, actores que desempeñan un papel relevante en los procesos de selección de árbitros. Powerhouse Mediation⁹, destaca que la construcción de relaciones profesionales con firmas de abogados y otros participantes del mercado puede contribuir al desarrollo de una práctica arbitral exitosa, ampliar la visibilidad y credibilidad profesionales y generar nuevas oportunidades profesionales en el ámbito del arbitraje.

Sin embargo, desde una perspectiva de ética arbitral, cabe preguntarse si determinadas formas de networking orientadas específicamente a obtener futuras designaciones podrían generar percepciones de cercanía o dependencia respecto de quienes intervienen en los procesos de nombramiento. Esta cuestión, aunque no es abordada expresamente por PowerHouse Mediation, merece una reflexión adicional a la luz de los principios de independencia e imparcialidad que caracterizan la función arbitral. Si bien la interacción profesional con firmas de abogados no es incompatible con la función arbitral, existe el riesgo de que los árbitros desarrollen una dependencia económica o reputacional respecto de quienes tienen capacidad para influir en futuros nombramientos.

En consecuencia, la búsqueda legítima de visibilidad puede generar dudas sobre la independencia o la apariencia de imparcialidad del árbitro, especialmente cuando las relaciones son particularmente estrechas o reiteradas. Por ello, la cuestión ética no radica en la existencia de contactos profesionales, sino en garantizar que estos no

⁹ Kristi Paulson, "Building a Successful Arbitration Practice: Marketing and Business Development Skills," PowerHouse Mediation, consultado el 30 de julio de 2026, <https://powerhousemediation.com/building-a-successful-arbitration-practice-marketing-and-development-skills/>.

comprometan, ni siquiera en apariencia, los principios de independencia, imparcialidad y neutralidad que constituyen la base de la legitimidad del arbitraje.

4.2 Análisis de las principales estrategias de promoción arbitral

La promoción profesional no es, en sí misma, incompatible con la función arbitral. Como ocurre en cualquier actividad profesional especializada, los árbitros necesitan que el mercado conozca su experiencia, conocimientos y trayectoria para poder ser considerados en futuros nombramientos. Sin embargo, la particularidad del arbitraje radica en que quienes ejercen esta función no prestan un servicio de representación de intereses, sino que desempeñan una función decisoria que exige los más altos estándares de independencia, imparcialidad y neutralidad. Por esta razón, el análisis ético de las actividades de promoción no debe centrarse únicamente en su licitud formal, sino también en los efectos que pueden producir sobre la confianza y la percepción de independencia del árbitro.

Esta exigencia encuentra fundamento en los principales instrumentos de ética arbitral. Las Directrices de la IBA¹⁰ sobre Conflictos de Interés disponen expresamente que todo árbitro debe ser independiente e imparcial al momento de aceptar su nombramiento y permanecer así hasta la terminación definitiva del procedimiento arbitral. Asimismo, se considera que existen dudas justificadas cuando un tercero razonable concluiría que el árbitro podría verse influenciado por factores distintos a los méritos de la controversia. De manera similar, el Código de Ética para Árbitros en Disputas Comerciales de la American Arbitration Association (AAA)¹¹ y la American Bar Association (ABA) dispone que los árbitros deben preservar la integridad y la equidad del proceso arbitral y evitar conductas que puedan comprometer la confianza de las partes en su neutralidad. Aunque estos instrumentos regulan principalmente conflictos de interés y deberes de revelación, los principios que contienen resultan igualmente relevantes para valorar las actividades de promoción profesional.

Algunas formas de promoción profesional son generalmente consideradas compatibles con dichos principios. Entre ellas se encuentran la publicación de libros y artículos especializados, la participación en actividades académicas, la docencia universitaria, la intervención en congresos y seminarios abiertos al público, así como la participación en asociaciones profesionales relacionadas con el arbitraje. Estas actividades permiten difundir conocimiento, enriquecen el debate jurídico y ofrecen a los usuarios del arbitraje elementos objetivos para valorar las capacidades de un potencial árbitro. Además, al desarrollarse en entornos académicos o institucionales abiertos, no suelen generar relaciones privilegiadas con quienes intervienen directamente en los procesos de designación.

Más compleja resulta la evaluación de actividades orientadas específicamente al fortalecimiento de relaciones con potenciales nominadores. En esta categoría pueden ubicarse reuniones privadas con firmas de abogados, visitas institucionales destinadas a promover la disponibilidad de una persona para actuar como árbitro, eventos cerrados dirigidos exclusivamente a determinados usuarios del arbitraje, patrocinios selectivos o actividades de networking estructuradas con la finalidad principal de obtener futuras designaciones. Aunque estas conductas no suelen estar expresamente prohibidas por los reglamentos arbitrales, sí presentan un riesgo evidente de generar percepciones de

¹⁰ International Bar Association, IBA Guidelines on Conflicts of Interest in International Arbitration (Londres: International Bar Association, 2024).

¹¹ American Arbitration Association y American Bar Association, Code of Ethics for Arbitrators in Commercial Disputes (Nueva York: American Arbitration Association y American Bar Association, 2004), https://icdr.org/sites/default/files/document_repository/Commercial_Code_of_Ethics_for_Arbitrators.pdf.

cercanía o dependencia respecto de quienes poseen capacidad de influir en futuros nombramientos.

La cuestión ética central no radica tanto en la existencia de relaciones profesionales, inevitables en una comunidad arbitral relativamente reducida, sino en la naturaleza y finalidad de dichas relaciones. Cuanto más específica sea la actividad para promover futuros nombramientos y cuanto más reducido sea el grupo de potenciales nominadores al que se dirige, mayor será el riesgo de afectar la apariencia de independencia que debe caracterizar a la función arbitral. Esta preocupación resulta coherente con la doctrina desarrollada alrededor de fenómenos como los *repeat players*, el *affiliation bias* y los conflictos de interés derivados de relaciones reiteradas entre árbitros y determinados usuarios del sistema arbitral.

En consecuencia, puede proponerse un criterio general de evaluación ética: las actividades de promoción profesional serán más compatibles con la función arbitral en la medida en que se encuentren orientadas a difundir conocimientos, experiencia y contribuciones intelectuales ante la comunidad jurídica en general, y menos compatibles cuando su finalidad principal sea influir en personas o entidades con capacidad directa para generar futuros nombramientos. Bajo esta lógica, la cuestión no consiste en prohibir toda forma de promoción profesional, sino en establecer límites que permitan preservar la confianza en la independencia, imparcialidad y neutralidad de quienes ejercen la función arbitral. Como ocurre con los conflictos de interés tradicionales, la pregunta relevante no es únicamente si existe una influencia real sobre el árbitro, sino si un observador razonable podría percibir que dicha influencia existe. Esa apariencia de independencia constituye, en última instancia, uno de los pilares esenciales de la legitimidad del arbitraje internacional.

4.3 ¿Es ético que los árbitros visiten firmas para ser nombrados?

A mi juicio, existen razones sólidas para considerar que esta práctica es éticamente cuestionable. En primer lugar, la función arbitral no es equiparable a la prestación ordinaria de servicios jurídicos. Un abogado puede legítimamente promocionar sus servicios porque representa intereses particulares. El árbitro, por el contrario, ejerce una función jurisdiccional basada en la neutralidad frente a las partes.

En segundo lugar, las visitas organizadas a firmas de abogados tienen como objetivo precisamente influir en quienes, en muchos casos, recomendarán o propondrán futuros nombramientos arbitrales. Aunque no exista un acuerdo explícito ni una promesa de designación, la proximidad creada por estas interacciones puede generar percepciones de afinidad o cercanía profesional incompatibles con la imagen de completa neutralidad que debe proyectar un árbitro.

En tercer lugar, estas prácticas pueden profundizar los problemas ya identificados por la literatura sobre *repeat arbitrators* y dependencia de redes profesionales. En lugar de favorecer procesos de selección basados en mérito, experiencia y diversidad, tienden a reforzar círculos cerrados de relaciones personales.

Finalmente, desde la perspectiva de la apariencia de imparcialidad, resulta difícil explicar por qué una persona llamada a decidir de manera neutral controversias entre partes privadas debería realizar actividades comerciales dirigidas específicamente a abogados encargados de designar árbitros.

Otros autores podrían sostener que estas actividades constituyen formas legítimas de interacción profesional propias de cualquier mercado especializado y que, por sí mismas, no comprometen la independencia arbitral. Desde esta perspectiva, el problema no sería la existencia de contactos profesionales sino la ausencia de mecanismos adecuados de transparencia y revelación.

V. CONCLUSIÓN: NO SOLO HAY QUE SERLO SINO TAMBIÉN PARECERLO

La ética del arbitraje internacional se ha construido históricamente sobre los principios de independencia, imparcialidad y transparencia. Si bien los reglamentos e instrumentos internacionales regulan ampliamente los conflictos de interés tradicionales, aún existe un vacío normativo respecto de las formas contemporáneas de promoción de árbitros.

Ante la dificultad de los árbitros internacionales para darse a conocer, debido a las altas barreras de entrada, y la creciente competencia por los nombramientos, algunos profesionales recurren a estrategias de promoción más directas, incluyendo visitas a firmas de abogados y actividades orientadas específicamente a obtener futuras designaciones. Aunque estas conductas no suelen estar expresamente prohibidas, sí pueden afectar la percepción de independencia e imparcialidad que constituye el principal activo del arbitraje.

Por ello, resulta razonable sostener que los árbitros deberían promoverse principalmente a través de su trabajo académico, experiencia profesional, calidad de sus decisiones y participación en foros públicos abiertos, evitando actividades dirigidas específicamente a quienes controlan los nombramientos. La legitimidad del arbitraje depende no solo de que los árbitros sean imparciales, sino también de que no existan dudas razonables sobre dicha imparcialidad.

En consecuencia, las visitas a oficinas de abogados y conductas similares deberían ser objeto de especial cautela y de estándares más exigentes de transparencia e independencia.

BIBLIOGRAFÍA

- American Arbitration Association y American Bar Association. Code of Ethics for Arbitrators in Commercial Disputes. Nueva York: American Arbitration Association y American Bar Association, 2004. https://icdr.org/sites/default/files/document_repository/Commercial_Code_of_Ethics_for_Arbitrators.pdf.
- Egan, Mark L., Gregor Matvos y Amit Seru. "Arbitration with Uninformed Consumers." *The Review of Economic Studies* 92, no. 6 (2025): 3888-3923. <https://doi.org/10.1093/restud/rdaf010>.
- International Bar Association. IBA Guidelines on Conflicts of Interest in International Arbitration. Londres: International Bar Association, 2024.
- International Chamber of Commerce. ICC Dispute Resolution Statistics 2024. París: ICC International Court of Arbitration, 2025.
- International Centre for Settlement of Investment Disputes (ICSID). "Panels of Arbitrators and of Conciliators." Consultado el 5 de agosto de 2026. <https://icsid.worldbank.org/es/node/2936>.
- Paulson, Kristi. "Building a Successful Arbitration Practice: Marketing and Business Development Skills." PowerHouse Mediation. Consultado el 30 de julio de 2026. <https://powerhousemediation.com/building-a-successful-arbitration-practice-marketing-and-development-skills/>.
- Puig, Sergio, y Anton Strezhnev. "Affiliation Bias in Arbitration: An Experimental Approach." *The Journal of Legal Studies* 46, no. 2 (2017): 371-398.

- Rogers, Catherine A., "The Key to Unlocking the Arbitrator Diversity Paradox?: Arbitrator Intelligence," Kluwer Arbitration Blog, 27 de diciembre de 2017, <https://legalblogs.wolterskluwer.com/arbitration-blog/the-key-to-unlocking-the-arbitrator-diversity-paradox-arbitrator-intelligence/>.
- Rogers, Catherine A., "The Market for Arbitrators and The Market for Lemons" Kluwer Arbitration Blog, 10 de Junio de 2020, <https://legalblogs.wolterskluwer.com/arbitration-blog/the-market-for-arbitrators-and-the-market-for-lemons/>