

labolsa.com

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/foro/mensajes/124862666370838200/>

LA ÉTICA DEL SECTOR FINANCIERO

[SAFIR] | 18:44, 26/Jul 2009 |

La ética del sector financiero

REGGY DE FENIKS

Durante los últimos meses, la confianza del consumidor en las empresas de servicios financieros se ha deteriorado en todo el mundo. La moralidad del sector está gravemente cuestionada, por lo que bancos y aseguradoras tendrán que explorar la vía de la ética como una de las claves fundamentales para el futuro del sector financiero.

¿Qué es ético? En conversaciones con las empresas de servicios financieros se ve claro que el término «ética» es motivo de reflexión. Un importante banco asegura haber obtenido entre un 25% y un 30% de beneficio en los últimos años. En un momento dado, esto se convierte en «normal», pero ahora el Consejo se da cuenta de que resulta muy dudoso que lo sea. ¿Pero qué es normal? ¿Qué es ético? ¿El 10%? ¿El 15%? ¿El 20%?

¿Qué debe hacerse si la ética entra en conflicto con los objetivos empresariales?. Al final, los fondos de inversión tienen que ser iguales y, de hecho, superiores a los de sus competidores. ¿Qué pasa si no lo consigues con «durabilidad»? Por ejemplo, no trabajas con bonos del Estado de EEUU porque con ellos se financia directa o indirectamente la industria de armamento, pero ¿y si por eso eres menos rentable?

Un factor que lo complica todo es que el término «ética» significa diferentes cosas para diferentes culturas y organizaciones e, incluso, personas. Las inversiones éticas en Alemania están relacionadas sobre todo con la sostenibilidad, y en Francia con las condiciones laborales.

En Holanda, la Asociación de la Banca Neerlandesa ha instado recientemente a insuflar una mentalidad ética en el personal bancario, forzándoles a tomar juramento antes de comenzar a trabajar en el sector.

Algo parecido al juramento hipocrático de la medicina.

En España, la ética ha sido tradicionalmente un aspecto importante para las Cajas, lo que se ha concretado en el gasto de una parte importante de sus beneficios en organizaciones benéficas y proyectos sociales.

Tras la crisis crediticia, y con todos los informes relativos a los beneficios desproporcionados de los bancos y las aseguradoras en los últimos años, los consumidores comienzan a buscar más y se vuelven más exigentes. Está muy bien que se gasten tanto dinero en proyectos sociales, pero ¿cómo es que llegan a obtener tantos beneficios?

Algunos bancos y aseguradoras esperan que la memoria colectiva olvide la actual crisis dentro de un par de años, y que para entonces podamos volver a esperar que todos los productos estructurados presenten mejores cifras. Pero sería una lástima limitarnos a esperar a que pase la crisis crediticia, confiar en que los clientes se olviden de todo lo que ha pasado y no hacer nada al respecto.

Existe, claramente, el riesgo de que la ética no sea más que cirujía plástica. De este modo, el sector perdería una auténtica oportunidad de introducir profundos cambios en el cuerpo y alma de los servicios financieros. Para insertar la ética en el ADN de una empresa hay que empezar por seleccionar el talento según este criterio y, una vez contratado el personal, ponerlos a prueba y someterlos a valoración de forma continuada.

Recientemente, la web Trendwatching.com ha observado la existencia de una nueva mentalidad en todo el mundo: la generación G (donde la «G» significa «generosidad»). Debido a la recesión y al enfado de la gente con los codiciosos, «generosidad» y «compartir» son conceptos que poco a poco van imponiéndose en la mentalidad social y empresarial.

La prueba de que la ética puede ser una mentalidad empresarial y al mismo tiempo tener un gran éxito está

en España. En la Banca Cívica de Caja Navarra los consumidores pueden decidir a qué proyectos quieren que vaya el dinero de la CAN. Más de 500.000 clientes han pensado en unos 3.500 proyectos diferentes. El hecho de que la CAN tenga un crecimiento del 40% en el extranjero es una prueba adicional del éxito de la mentalidad ética.

Están surgiendo nuevas propuestas éticas para los clientes de banca en todos los mercados. Un ejemplo es la nueva compañía de seguros online Inshared, creada recientemente por la aseguradora neerlandesa Achmea, con el tema «Todos ganamos», que aboga por la transparencia financiera total y por la redistribución de la mayoría de los beneficios entre los clientes. El principio es fomentar una conducta más prudente al volante. Cuantos menos daños tenga que pagar la compañía, mejor.

Estos ejemplos de éxito demuestran que la ética puede y debe desempeñar un papel fundamental para recuperar y conservar la confianza del cliente y en «el futuro del sector financiero». No sólo por su parte cosmética, sino sobre todo mediante una demostración de comportamiento ético en todo lo que se hace. Reggy de Feniks y Roger Peverelli son consultores de estrategia y autores de los libros El futuro de las finanzas y Finanzas frescas.