FARRER & Co

**INSIGHT**

*De-banking*: la amenaza oculta

**10.10.2023**



No es la primera vez que Nigel Farage acapara la atención mediática: esta vez, ha anunciado que el banco privado Coutts, perteneciente al grupo NatWest, le ha sometido a una acción de *de-banking*, es decir, le ha retirado el acceso a sus servicios bancarios. El término *de-banking* se utiliza cuando un banco o una institución financiera interrumpe unilateralmente su relación comercial con un cliente sin previo aviso. A nivel interno, los bancos califican esta decisión como *de-risking*.

La polémica de Farage ha puesto de manifiesto la tendencia de los bancos a retirar el acceso a sus servicios a personas que, por lo general, aunque no siempre, poseen un alto poder adquisitivo (HNWI, por sus siglas en inglés) y defienden posturas políticas, sociales y personales que consideran inaceptables. En una época en la que es prácticamente imposible operar sin acceso a una cuenta bancaria, el *de-banking* tiene consecuencias muy graves y constituye una penalización extrema, ya que no existe ningún proceso, justo o no, para impugnar la decisión.

**El auge de los procesos de cumplimiento**

Hace tiempo que los bancos se reservan el derecho de cerrar las cuentas de sus clientes. Esto sucede, por ejemplo, cuando hay indicios razonables de actividades ilícitas, blanqueo de capitales o financiación del terrorismo. Los bancos también cierran cuentas cuando se les ha proporcionado información falsa o en caso de que su personal haya sido objeto de algún tipo de abuso. Esto es, por supuesto, completamente comprensible.

Sin embargo, a finales de la década de 2010, los bancos comenzaron a realizar comprobaciones rutinarias de diligencia debida sobre clientes HNWI, recurriendo a búsquedas en línea, proveedores de bases de datos e investigadores externos para reducir posibles daños a su reputación. Era habitual que, oculta entre sus términos y condiciones, figurara una cláusula (que ahora parece haberse eliminado de la mayoría, sino de todos, los contratos de los bancos de consumo del Reino Unido) que establecía que el banco podía cerrar una cuenta si continuar con el servicio representaba un riesgo para su reputación; además, no estaba obligado a justificar su decisión.

Aunque hay un conjunto limitado de situaciones en las que un banco está legalmente obligado a no informar a un cliente sobre las razones por las que ha realizado una acción de *de-risking*, el hecho de no dar explicaciones se ha convertido en una práctica común, independientemente de si el banco tiene la obligación legal de hacerlo o no.

A pesar de la eliminación de la cláusula relacionada con la reputación hace unos años, las prácticas de investigación de diligencia debida y cierre de cuentas bancarias sin que medien explicaciones ni procesos de impugnación siguen siendo frecuentes. En la actualidad, los bancos se apoyan en una serie de principios contractuales para cerrar cuentas, especialmente cuando existe el riesgo de que el cliente ponga al banco en una situación de infracción legal, incumplimiento de regulaciones, códigos u otras obligaciones, o cuando el mantenimiento de la cuenta pueda llevar al banco a recibir sanciones por parte de gobiernos, organismos reguladores o autoridades encargadas de hacer cumplir la ley. Se trata de una disposición lo suficientemente laxa y amplia como para que los bancos, en la práctica, dispongan de un amplio margen de discrecionalidad, especialmente cuando se niegan a justificar sus actuaciones.

**Información errónea**

El problema que enfrentan los clientes es que los procesos de diligencia debida de los bancos a menudo presentan errores. Suelen asumir que la información que encuentran en Internet y la que aparece en los informes de las bases de datos es precisa, exhaustiva y actualizada. Sin embargo, esto no suele ser así. Después de muchos años en el sector, podemos afirmar que los bancos no tienen en cuenta lo que leen, en parte porque carecen de los conocimientos necesarios para hacerlo.

Las bases de datos no son fiables porque elaboran sus informes a partir de fuentes en línea de acceso abierto. Ya hemos hablado anteriormente de las medidas que puede tomar si figura en una de estas bases de datos.

**Reputación: el activo invisible**

El *de-banking* acarrea consecuencias nefastas tanto para los HNWI como para las empresas. Dificulta actividades rutinarias como el pago de facturas, la transferencia de fondos o el cobro de salarios; además, entorpece las operaciones empresariales cotidianas y frena el desarrollo del comercio internacional.

Mientras el debate continúa, sus implicaciones inmediatas nos ofrecen una lección crucial sobre la importancia del activo invisible, a menudo ignorado, que es la reputación financiera. Los HNWI se enfrentan a consecuencias como la reducción del acceso a productos financieros competitivos hasta la cautela de los inversores, junto con el escrutinio por parte de reguladores y autoridades fiscales. Es evidente que la situación de Farage refuerza la idea de que preservar la reputación financiera es tan vital para la riqueza como la gestión de los activos tangibles.

La riqueza personal y la reputación profesional están estrechamente ligadas. Una gestión financiera poco ética y transparente, ya sea deliberada o involuntaria, puede ocasionar graves pérdidas de prestigio tanto a nivel personal como profesional. En el caso de que se perciban irregularidades financieras en su contra, incluso la persona más respetada puede encontrarse inmersa en una vorágine de interrogantes y observar cómo su imagen ante la opinión pública se deteriora.

Recursos para los afectados por el *de-banking*

Enfrentarse a una acción *de-banking* puede ser desalentador. Sin embargo, tanto particulares como empresas cuentan con recursos para hacer frente a esta decisión o mitigar sus consecuencias.

**Recurrir a la vía legal**

Aunque es posible impugnar la decisión de un banco alegando incumplimiento de contrato o discriminación (por ejemplo, si se cierra una cuenta a causa de las opiniones políticas de una persona), la realidad es que, en la práctica, las acciones legales entabladas contra un banco no suelen prosperar. Es más, generalmente los bancos no reconocen que una cuenta se ha cerrado de forma incorrecta y se muestran reacios a dar información sobre los motivos del cierre, aunque en los términos establecidos se indique lo contrario. En todo caso, optar por esta alternativa implicará una importante inversión de recursos financieros, jurídicos y tiempo. Por otro lado, apostar por un banco distinto resultará más práctico y productivo.

**Financial Ombudsman**

Los clientes que consideren que sus cuentas bancarias han sido cerradas injustamente tienen derecho a presentar una queja ante el Financial Ombudsman. Mediante este organismo pueden entablarse procedimientos de resolución de conflictos que suelen involucrar negociaciones o mediaciones y que, en muchos casos, conducen a la revocación de la acción de *de-banking*. Sin embargo, la eficacia de las actuaciones y el tiempo que requiere resolver el problema por esta vía suscitan grandes dudas sobre esta figura.

**Proveedores especializados**

Existen instituciones financieras especializadas en brindar servicios a HNWI y personas políticamente expuestas, con un enfoque particular en comprender sus necesidades específicas y ofrecer servicios especializados. De esta manera, las probabilidades de tomar una decisión adversa disminuyen.

**Servicios bancarios alternativos**

Tanto individuos como empresas pueden aprovechar el creciente mercado de la tecnología financiera. Los bancos en línea, los servicios de pago y las plataformas de criptomonedas imponen requisitos menos estrictos y pueden ofrecer un respiro a aquellos afectados por el *de-banking*.

**Solucionar el problema de fondo**

Cuando sea posible, lo más sensato es abordar directamente el problema que ha llevado al banco a tomar su decisión. Esto pasa por comprender en qué radica el mismo (algo evidente en algunos casos) para que, una vez identificado, pueda solucionarse o mitigarse a través de recursos en línea o con la ayuda de proveedores de bases de datos. Este enfoque puede implicar trabajar con distintos especialistas, como investigadores, expertos en comunicación y optimización de motores de búsqueda, para mejorar el perfil de la persona o empresa afectada.

**Cartas de patrocinio**

Con frecuencia, se nos solicita que proporcionemos explicaciones a las instituciones financieras sobre por qué no deberían creer todo lo que leen sobre un cliente. Este paso suele ser crucial al solicitar la apertura de una nueva cuenta, pero antes de poder emitir legítimamente una carta de este tipo, necesitamos realizar una serie de averiguaciones.

**Proteger, preservar y fortalecer la reputación financiera**

Entonces, ¿cómo pueden los HNWI protegerse de una suerte similar? La respuesta se encuentra en tres puntos estrechamente relacionados entre sí:

* Es evidente que para protegerse de un problema hay que evitar que surja; en estos casos, los bancos suelen optar por reducir sus niveles de riesgo. Sin embargo, ponerlo en práctica resulta más sencillo de decir que de hacer. En cualquier caso, si surge un problema, es crucial limitar el alcance del relato y, por ende, su impacto. Esto puede implicar tomar decisiones para salvaguardar la reputación de los bancos en relación con asuntos como la evasión fiscal, las inversiones en paraísos fiscales y la identidad de los socios y asociados. La protección pasa por instaurar sistemas de transparencia que sienten los cimientos de una buena reputación. Estos sistemas exigen mantener registros exhaustivos, cumplir diligentemente con las obligaciones de información y permitir el escrutinio de las operaciones realizadas. En última instancia, esto demanda trabajar con instituciones financieras, asesores e inversiones de confianza que puedan resistir las inspecciones de los organismos reguladores.
* Para preservar la reputación, es fundamental adherirse a prácticas éticas y comprometerse plenamente con la legalidad en los procesos financieros. Los HNWI, conscientes de su impacto financiero y del escrutinio adicional al que están sometidos, deben tomar decisiones que los protejan en situaciones de exposición; revisar regularmente su presencia en línea para prever posibles problemas; abordar de manera activa los problemas cuando sea posible (existen muchas opciones disponibles); y promover proactivamente un perfil en línea auténtico que refleje fielmente a la persona y sus intereses.
* Para fortalecer la reputación financiera, no es suficiente con evitar los escándalos. Es necesario comprometerse activamente en actividades que generen una visibilidad positiva. La inversión ética, la filantropía y el liderazgo en responsabilidad financiera pueden posicionar a los HNWI como ejemplos de integridad financiera. Estas medidas pueden funcionar como un seguro contra una avalancha de críticas que podría perjudicar la reputación de un cliente. Sin embargo, es fundamental evitar ser percibidos como hipócritas.

**Perspectivas de futuro**

El aumento de las acciones de *de-banking* observado en los últimos años es un claro recordatorio del delicado equilibrio entre la riqueza y la reputación. Para los HNWI, proteger, preservar y fortalecer su reputación financiera es esencial para asegurar su futuro financiero.

Estamos a la espera de la nueva normativa que el Gobierno establecerá; sin embargo, es importante tener en cuenta que un cambio en el ejecutivo también podría influir en la aparición de dicha normativa y, en consecuencia, en su contenido. A pesar de ello, muchos particulares seguirán enfrentándose al desafío del *de-banking*. Por otra parte, aquellos que logren anticiparse a este riesgo estarán en una mejor posición para evitarlo desde el principio y también para responder en caso de que se enfrenten a esta situación.

El presente artículo es un resumen general de lo dispuesto en la legislación aplicable. No debe sustituir al asesoramiento jurídico que pudiera recibir en función de sus circunstancias personales.

© Farrer & Co LLP, octubre 2023

¿Necesita más información?

[CONTÁCTENOS](mailto:enquiries@farrer.co.uk)

Los autores

**Julian Pike**

Socio

La labor de Julián en el ámbito de la gestión de la reputación es sumamente reconocida gracias a su vasta experiencia en el sector deportivo, donde trabaja con numerosos organismos nacionales, clubes emblemáticos y deportistas de alto nivel.

[Página de perfil de Julian](https://www.farrer.co.uk/people/julian-pike/) [Envíele un correo](mailto:julian.pike@farrer.co.uk)

+44 (0)20 3375 721

**Oliver Lock**

Asociado sénior

Oliver ofrece asesoramiento personalizado e innovador en materia de gestión de la reputación a grandes patrimonios, plataformas de inversión, organizaciones benéficas, sociedades y directivos. En particular, orienta a profesionales del sector del entretenimiento y marcas de lujo para gestionar y responder a situaciones delicadas que puedan suponer un riesgo para su reputación.

[Página de perfil de Oliver](https://www.farrer.co.uk/people/oliver-lock/)

[Envíele un correo](mailto:oliver.lock@farrer.co.uk)

+44 (0)20 3375 7201





© Farrer & Co LLP 2024. Todos los derechos reservados.

Farrer & Co LLP está habilitada y regulada por la Solicitors Regulation Authority (número de identificación: 447822).