

Caracterización del sector bancario en España

FRANCISCO JOAQUÍN CORTÉS GARCÍA*

En la última década la industria bancaria en España ha experimentado importantes cambios en muchos aspectos y ámbitos: en la organización de la producción, en la distribución, en su relación con los mercados de capitales, en la concepción y medición del riesgo, etcétera. Un cambio cuantitativo capital, con importantes derivaciones cualitativas (la concepción del riesgo, la tesorería, la rentabilidad...), ha sido el proceso de desintermediación financiera que ha afectado al sector en nuestro país, especialmente en la segunda mitad de los años noventa, y la aparición de nuevos canales de distribución. En el presente artículo se analizan dichos cambios y las tendencias actuales que están determinando de forma inequívoca el futuro del sector bancario.

Palabras clave: desintermediación financiera, industria bancaria, sector bancario, canales de distribución bancaria, sistema financiero.

Clasificación JEL: G21.

1. Tendencias actuales en la banca

Como es sobradamente conocido, en la industria bancaria española operan tres tipos de entidades, que son los pilares básicos de la intermediación financiera clásica en nuestro ámbito geográfico: bancos, cajas de ahorro y cooperativas de crédito. El proceso de globalización de las economías y de las empresas, la implantación de nuevas conceptualizaciones del riesgo (Basilea II) y la mejora de los instrumentos de medida del mismo, la mejora en la cualificación del consumidor bancario (más exigente e informado), etcétera, son elementos capitales que han propiciado importantes cambios en la producción y en la distribución propias de cada uno de los tipos de entidades, obligando, en muchos casos, a buscar fórmulas de redimensionamiento corporativo a través de fusiones, absorciones, *joint-ventures*, etcétera.

A los tres tipos de entidades en el sector bancario les han afectado los nuevos cambios de forma desigual, tanto cuantitativa como cualitativamente hablando. La gran banca española ha consolidado su expansión internacional a través de un fuerte proceso inversor, tanto territorial como sectorial, si bien el incremento del riesgo país y la difícil situación financiero-monetaria de algunos países latinoamericanos puede afectar a los resultados y a sus planes de inversión internacional. Las cajas de ahorros están creciendo más deprisa que los bancos en los últimos años, encontrándose inmersas paralelamente en un profundo debate sobre su redimensionamiento y su titularidad (privatización). Y, por último, las cajas rurales se están viendo forzadas igualmente a conseguir un redimensionamiento óptimo adecuado a sus propias peculiaridades y a buscar nuevas oportunidades de negocio en una sociedad cada vez menos agraria y en un claro proceso de terciarización.

De forma muy sumaria, y a grandes rasgos, podemos describir las tendencias en el sector bancario del siguiente modo:

* Instituto de Estudios de Cajamar.



COLABORACIONES

- *Entorno de tipos de interés bajos.* Si bien la banca española ha realizado un importante y ejemplar proceso de adaptación a este nuevo escenario a través de la implantación de sistemas de indiciación, tanto en los capítulos de activo como de pasivo, el nuevo escenario ha supuesto la necesidad de implantar cambios en la gestión y en la producción de las entidades financieras.

- *Convivencia con un ciclo económico largo favorable a la expansión del crédito y al decrecimiento de la morosidad y del ahorro.* Este hecho ha provocado la implantación por parte del Banco de España de fondos dotacionales anticíclicos de carácter estadístico con objeto de generar recursos dentro de las entidades para soportar un cambio de ciclo adverso. Aunque en la actualidad las tasas de morosidad se encuentran en mínimos históricos (por debajo del 1 por 100), la fuerte y reciente etapa expansiva de la economía española aconseja extremar la precaución ante un eventual e inopinado cambio de ciclo.

- *Proceso irreversible de desintermediación financiera e incremento de la intermediación por servicios.* No hay un momento en la historia en que la banca haya intermediado más que en la actualidad, pero no se trata de la intermediación financiera clásica (transformación de importes y vencimientos) sino de intermediación por servicios. Prueba de esta tendencia general es el montante por comisiones ingresado (1,5 billones de pesetas) por los cinco principales bancos españoles en 2000 (BSCH, BBVA, La Caixa, Banco Popular y Caja Madrid). La banca está modificando de forma sustancial su papel transformador/intermediador.

- Mayor imbricación, como fruto de los principios de la nueva economía, *entre el capital financiero y el capital industrial* a través de la participación empresarial de la banca en empresas cotizadas y en sociedades y fondos de capital riesgo. Los bancos han sido tradicionalmente los más activos en el ámbito de las participaciones empresariales, no obstante, las Cajas de Ahorros han incrementado sustancialmente dichas participaciones en los últimos años por la convergencia del negocio entre los tres tipos de entidades que constituyen los pilares de la industria bancaria

española. Los sectores más atractivos para la inversión del sector bancario han sido el propiamente financiero, el energético y el de telecomunicaciones. En los dos últimos años esta tendencia se ha ralentizado como motivo del retroceso de las cotizaciones bursátiles y de la explosión de la burbuja tecnológica.

- Existencia de un consumidor bancario con una *mayor cultura financiera*, con un consumo más racional y planificado (ciclo vital del ahorro) y más exigente en el nivel y la calidad en los servicios bancarios.

- *Fuerte vinculación del sector con las nuevas tecnologías de la información.* El producto bancario es hoy un producto esencialmente tecnológico. La banca es en la actualidad, ante todo, un proveedor de soluciones tecnológicas para sus usuarios (conexiones particulares a Internet, correo, etcétera). La tecnología en banca ha pasado de ser un elemento imprescindible para alivio de las tareas recurrentes y de poco valor añadido (*back office*), a ser una auténtica oportunidad de negocio. La tecnología, ante la imparable eclosión de la nueva economía, ha dejado de ser un *input* para convertirse en un *output*.

- *El sector bancario, asimismo, está orientando su producción hacia otros productos parabancarios* en un claro proceso planificado de diversificación productiva (seguros, viajes, asesoramiento, inmuebles...). En este sentido, el papel alcanzado por la *banca-seguros* ha sido fundamental, sobre todo por el grado de maduración adquirido. Si hasta hace poco la banca era concebida como un medio extraño para la contratación de seguros, en la actualidad, ante el nuevo consumidor financiero, parece el medio natural de venta de este tipo de productos parabancarios.



COLABORACIONES

CUADRO 1
CUOTAS DE MERCADO EN EL SECTOR BANCARIO

	Cajas	Bancos	Resto
Depósitos	52	42	6
Créditos.....	40	50	10
Hipotecas	52	41	7
Fondos Inv.	24	72	4
Valores	38	60	2
Oficinas	46	44	10

En porcentaje. Datos referidos al año 2000.
Fuente: D.E.

2. La desintermediación en la banca

El papel de las entidades financieras ha experimentado importantes modificaciones en la década de los noventa, siendo el proceso de desintermediación financiera el que más ha incidido en esta transformación. El papel intermediador/transformador de la banca se ha visto sensiblemente reducido, y no solamente por el capítulo de sus débitos (expansión de los fondos de inversión, fondos de pensiones, etc.) sino que también, como contrapartida razonable, por el capítulo de los créditos (*titulización*). No obstante, la banca no ha perdido negocio en este proceso, sino que, por el contrario, ha abierto nuevas posibilidades de negocio a través de otro tipo de intermediación (no financiera): la intermediación por servicios y la intermediación tecnológica. Se puede decir que la desintermediación financiera ha hecho aún más imprescindible el papel y la función de las entidades financieras en el conjunto de la economía.

CUADRO 2 EVOLUCION DE LA DESINTERMEDIACION FINANCIERA			
	Bancos	Cajas	Total
1992	36,7	18,5	31,1
1994	51,1	26,1	43,2
1996	80,2	37,1	64,5
1998	141,9	68,6	116
2000 (*)	95,5	43,2	78,5

Porcentaje de fondos sobre depósitos a plazo.
(*) Septiembre.
Fuente: D.E./Ahorro Corporación.

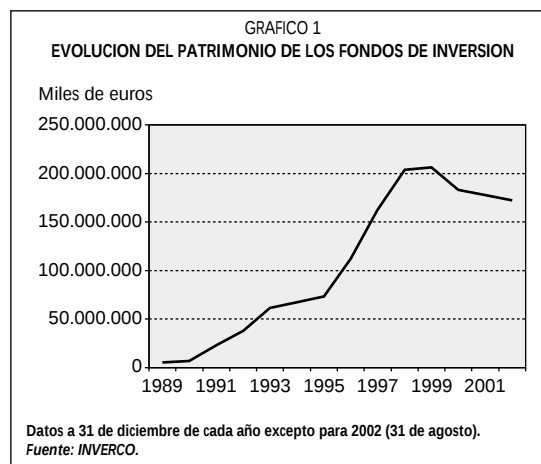
Según los principales analistas, en los últimos años se han producido cuatro procesos básicos de desintermediación en el ámbito bancario que han modificado de forma sustancial este negocio en muchos de sus aspectos esenciales, afectando a los márgenes (cuentas de explotación), a los recursos gestionados (balance) y al negocio de clientes (*marketing*):

- *1º Proceso.* Por un lado aparece la desintermediación financiera a través de la maduración del proceso de comercialización de los fondos de inversión en España en detrimento del pasivo convencional. La causa principal en los noventa fue la caída de las tasas de remuneración de los depósitos ante el proceso de convergencia nominal de nuestro país con la media de los países europeos en un marco de estabilidad monetaria sin precedentes.

- *2º Proceso.* Paralelamente se desarrolla otro fenómeno desintermediador a través de los procesos de financiación empresarial mediante los mercados de capitales, bien vía empréstito (grandes empresas), bien vía *titulización* (grandes y pequeñas empresas).

- *3º Proceso.* Asimismo se produce una paulatina eliminación de personal en operaciones clásicas de *back office*. El perfil del nuevo empleado de banca es menos administrativo y más administrativo-comercial.

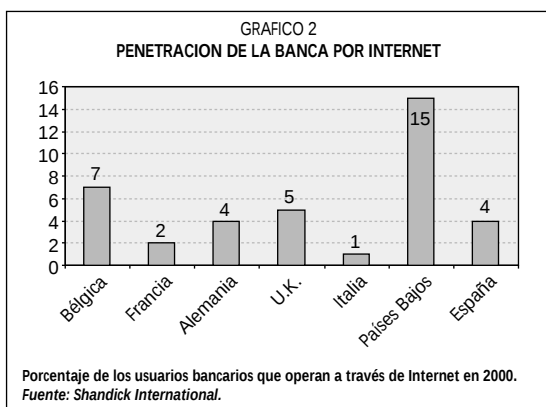
- *4º Proceso.* Y, por último, se produce la aparición de canales de distribución alternativos, básicamente Internet y la banca *on-line*, que permiten el acceso más directo al cliente a través de técnicas de marketing relacional (CRM) o *marketing one to one*.



COLABORACIONES

3. La importancia de Internet para la banca

En la actualidad, entre el 70 y el 80 por 100 del negocio bancario total del España se genera en las oficinas bancarias convencionales. No obstante, para el año 2005, se estima que esta cifra quedará reducida al 60 por 100, discurriendo el resto a través de los canales de distribución alternativos/complementarios tales como la banca telefónica o Internet. Según la consultora Shandwick International, a principios de la presente década, sólo el 4 por 100 de los españoles hacía uso de los servicios de la banca por Internet. En España, el 66 por 100 de la población bancarizada descartaba utilizar la banca por Internet por diferentes motivos: desconfianza, falta de cultura tecnológica...

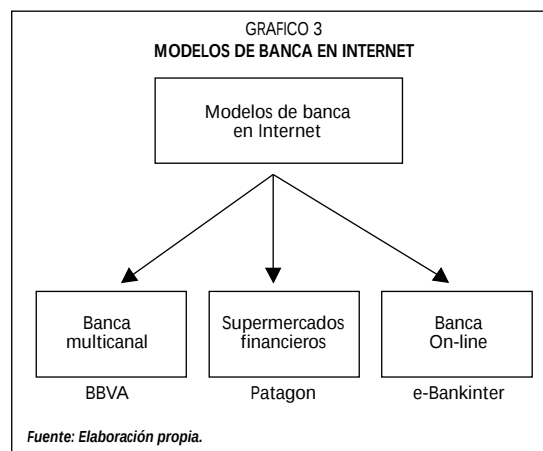


El papel fundamental de la banca en Internet, aún está por determinar. Los servicios de comunicación y contratación de los productos bancarios tradicionales a través de este canal han alcanzado un nivel de maduración considerable. No obstante, aún queda el reto de abordar definitivamente el comercio electrónico en un país en el que no se han cumplido ni con mucho todas las expectativas que se habían asociado a este tipo de negocio. Si ir más lejos, en España sólo seis compañías no financieras que superaron en 2000 la cifra de los 1.000 millones de pesetas de facturación por comercio electrónico (Iberia fue la primera al vender unos 300.000 billetes de avión el año pasado). No obstante, la banca tendrá un papel capital en su implantación y maduración a medio término. Este papel fundamental en el nuevo canal (Internet), en unos años, será el de creación y mantenimiento de espacios confirmatorios (*confirming*), de seguridad y confianza que permitan la realización de transacciones fiables y seguras para todas las partes contratantes en el negocio electrónico, que no necesariamente ha de ser comercio. La banca se convertirá en el gran fedatario en Internet, no pareciendo extraño en un futuro que se le conceda públicamente este papel. Y ello porque la banca se ha convertido en un sector de confianza para el usuario.

4. Modelos de banca en Internet

En la actualidad se puede decir que, de forma muy simplificada, existen tres modelos de banca operando en Internet en España: la banca multicanal, los supermercados financieros y la banca on-line. A corto plazo parece que la banca multi-

canal es la fórmula más exitosa ante la falta de masa crítica de clientes, las necesidades de inversión en nuevas tecnologías y la incertidumbre de la seguridad en la red. En los últimos meses se está apreciando una importante tendencia a convertir Internet, por parte de las entidades financieras, no ya en un canal sino en una auténtica oportunidad de negocio creíble. Si hasta ahora la mayoría de las entidades financieras concebían Internet, de forma muy pasiva, más como un escaparate para mostrar su imagen corporativa que para hacer negocio, en la actualidad la tendencia es mucho más proactiva en la medida en que la mayoría de las entidades que han apostado con firmeza por el canal pretenden convertir la pantalla del ordenador en una auténtica «pantalla de explotación» (es lo que se ha venido a denominar *teoría de las pantallas de explotación*), generadora de negocio y de contratación de productos y servicios, toda vez que los productos financieros está dejando de ser «productos de contrato» para pasar a ser percibidos por el usuario como «productos de consumo».



En España la entidad financiera mejor posicionada en el canal es e-Bankinter, en la medida en que ha basado su estrategia de negocio en los dos últimos años en orientar firmemente su producción hacia Internet y a la innovación en productos y servicios bancarios (subastas de depósitos bancarios a tipos muy por encima de los del mercado interbancario, el integrador de cuentas...). No obstante no existe ninguna división de Internet de entidades financieras españolas en la actualidad que esté dando beneficios por sí misma, y todo



COLABORACIONES

ello a pesar de que el coste de una transacción bancaria en una oficina es ochenta veces superior al coste de la realizada a través de Internet. Este hecho demuestra que Internet no es un mero canal de distribución bancaria (ahorro de costes) sino que es un importante elemento generador de negocio (satisfacción de nuevas necesidades del consumidor financiero) que está por descubrir.

5. El futuro de la red de oficinas

Los cambios en los hábitos del consumidor financiero y los nuevos canales de distribución en banca están planteando de forma irrevocable la «reinención» de la oficina bancaria. A todas luces, ésta no va a desaparecer, pero sí es probable que se convierta más en un centro de negocios y de asesoramiento financiero a clientes. Dado el alto grado de bancarización de la población española, que tradicionalmente ha sido utilizado de forma defensiva frente a las incursiones de la banca extranjera, la tendencia a medio término se orienta más hacia la saturación tecnológica de las oficinas que al cierre de las mismas. Además, se extenderá una figura que en España ha pasado desapercibida y que de forma genérica *denominamos punto de venta financiero*: modelo intermedio entre la pequeña oficina bancaria tradicional y el cajero automático. Se trata de un sistema de *vending* financiero, o kiosko financiero, totalmente automatizado y multifuncional, ubicado en zonas de gran tránsito de personas (aeropuertos, estaciones de servicios, huecos de fachadas de edificios privados...) y, obviamente conectado a la red.

A medio término y dado el nivel de penetración bancaria en nuestro país, el número de oficinas convencionales experimentará un profundo proceso de racionalización y optimización que afectará tanto al segmento de bancos como al de cajas de ahorros y cooperativas de crédito. Por consiguiente, se contendrá el crecimiento de ofi-

cinas pero se incrementará el número de *puntos de venta financieros*, más flexibles y operativos, y menos gravosos para las entidades en términos de costes. Los motivos vinculados a este fenómeno serán distintos para bancos y para cajas. Los primeros porque han optado y optarán por oficinas grandes y por la estrategia de deslocalización/desucursalización progresiva; y las segundas por los problemas generados en sus estructuras de costes a raíz de su crecimiento basado en la sistemática apertura de oficinas.

Esta maduración de la oficina/sucursal bancaria concebida más como un centro de negocios permitirá la maduración del sistema tradicional de agentes, siendo complementado paulatinamente por el sistema de franquicia (ejemplo: Deutsche Bank), más orientado al cliente, a la creación de servicios de valor añadido y a la optimización de la red bancaria. Si hace unos años este sector había considerado que el sistema de franquicia no era de aplicación a la banca, en la actualidad la tendencia está siendo la contraria, sobre todo por la nueva concepción de la oficina bancaria. A medio término la distribución bancaria minorista va a ser uno de los sectores más dinámicos en el ámbito de la franquicia.



COLABORACIONES

Bibliografía

1. ABREU, J. M. (2000): *Sobre los fundamentos del dinero y la banca*, Madrid, Dykinson.
2. AA.VV. (2002): *El riesgo en la industria bancaria*, Almería, Instituto de Estudios de Cajamar.
3. AA.VV. (1997): *La banca y los mercados financieros*, Madrid, Alianza.
4. BUENO, E. y RODRIGUEZ, J. M. (1997): *La banca del futuro*, Madrid, Pirámide.
5. FAINE, I. y TORNABELL, R. (1992): *Una nueva forma de hacer banca*, Barcelona, Ariel.
6. RIO BARCENA, J. (1997): *Los productos bancarios*, Madrid, Pirámide.
7. SANCHEZ GUZMAN, J. R. (1997): *Marketing bancario*, Madrid, Civitas.
8. SMITH, R. C. (1991): *La banca comercial*, Barcelona, Grijalbo.



INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA en INTERNET



www.revistasICE.com