

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/canales/1383/>

UNO DE CADA CUATRO GRANDES BANCOS EUROPEOS ES ESPAÑOL

LaBolsa.com

30 de enero de 2006

Una de cada cuatro grandes marcas bancarias de Europa es española, según un estudio elaborado por la consultora Roland Berger Strategy Consultants, que señala que los bancos españoles se han convertido en un referente del sector en Europa.

Las entidades españolas se encuentran en los primeros puestos del ranking mundial por capitalización y alcanzan los mayores rendimientos de capital en comparación con el resto de Europa, ya que se han colocado a la cabeza en rentabilidad y eficiencia. Así, según el estudio, mientras las 20 mayores entidades europeas tienen un ratio de eficiencia (CIR) del 61,3%, los 10 principales bancos españoles alcanzan el 47,4%.

Las claves de estos buenos resultados, según el informe, es su intensa inversión en marketing y comunicación, unida a una acertada segmentación del mercado, una rápida introducción de nuevas tecnologías, la apertura hacia nuevos clientes y una agresiva expansión internacional, que les está permitiendo tomar ventaja a sus competidores.

El informe también apunta a que las elevadas cotas alcanzadas por las entidades españolas se debe a la fortaleza económica del país, que avanza más rápido que la media europea, con un crecimiento del 2,9% del PIB en 2005, frente al 2,7% de Reino Unido y el 2,1% de Francia.

Otro de los motivos de la expansión de la banca es la concentración de la industria y su fuerte competencia, que permite a las entidades cosechar mayores niveles de precios. El nivel de los precios de los servicios bancarios en relación con la renta per cápita en España es el segundo más alto de Europa (0,49%), sólo superado por Italia (0,55%) y muy superior al cosechado por Francia (+,37%) y Reino Unido (+,27%).

Además, el informe señala que otro factor que ha contribuido al progreso bancario español es el crecimiento de la inversión y el consumo privado en los últimos años, superior al de Europa, mientras el nivel de población se ha ido incrementando progresivamente.

De hecho, en España hay ocho marcas bancarias por cada millón de habitantes, frente a las 13 de Italia, las 15 de Francia y las 29 de Alemania. Sólo Reino Unido supera a nuestro país con seis marcas, aunque España gana en rentabilidad por empleado, lo que sumado al poder de la marca, la han permitido alzarse con el liderazgo en Europa.

ORIENTACIÓN AL CLIENTE Y EXPANSIÓN INTERNACIONAL

Según el socio de la consultora Roland Berger, Ricardo Wehrhahm, la estrategia de orientación al cliente ha llevado a las entidades a un fuerte incremento de la inversión en marketing y publicidad durante los últimos años, a la vez "que han desplegado un acertado modelo de gestión construido sobre la base de la orientación al cliente, la venta cruzada de productos, una agresiva expansión internacional y una intensa preocupación por captar nuevos clientes".

Así, los bancos disponen de sofisticados software de gestión de clientes y han extendido la retribución variable que representa entre un 15% y un 45% del sueldo, como fórmula para inyectar una cultura de ventas entre la plantilla.

Esta cultura de ventas ha encontrado una nueva divisa en los inmigrantes, ya que actualmente en España la población inmigrante en España asciende a 3,5 millones de personas (el 8% de la población total) y en 2010 se prevé que alcancen los seis millones (el 18% de la población).

Para captar a estos clientes, los bancos han lanzado nuevos productos de consumo y ofrecen los servicios tradicionales a menores precios, con rebajas que llegan a alcanzar el 50%.