


# La Internacionalización de la banca española

The internationalization of Spanish banks



74 **Mauro F. Guillén'**  
Director del Lauder Institute  
de la Wharton School  
University of Pennsylvania  
  
guillen@wharton.upenn.edu

Los últimos veinte años han sido cruciales para el desarrollo del sistema bancario español. A mediados de los años ochenta la banca española comenzaba a recuperarse de la crisis que azotó a casi 60 entidades y que puso en apuros al Banco Hispano Americano. (Cuervo 1988). El sistema financiero, la bolsa, el mercado de deuda pública y la política monetaria todavía se encontraban entonces en la edad de piedra en comparación con otros países europeos. En la actualidad, sin embargo, España cuenta con uno de los sistemas financieros, bancarios y bursátiles más eficientes, sólidos y desarrollados del mundo. Los bancos y cajas de ahorro españoles, liderados por el Santander, se han encaramado en los puestos más importantes de los rankings de tamaño, rentabilidad y eficiencia, no solamente en Europa sino en el mundo entero.



**Adrian E. Tschoegl**  
Profesor de la Wharton School  
University of Pennsylvania  
  
tschoegl@wharton.upenn.edu

## Desregulación, Liberalización y Fusiones Bancarias

Los bancos españoles habían operado durante décadas en un ambiente protegido y fuertemente regulado que les permitió disfrutar de márgenes de beneficio muy holgados pero que escondían ineficiencias notables. Los primeros vientos de cambio comenzaron a soplar durante los años ochenta y principios de los noventa con Miguel Boyer y Carlos Solchaga como sucesivos ministros de Economía y Mariano Rubio como gobernador del Banco de España. El primer aldabonazo de reforma se produjo con la creación de un mercado a corto plazo para la deuda pública, que en ese momento se necesitaba para financiar el enorme déficit presupuestario. En 1984 el ejecutivo socialista permitió la entrada de los bancos extranjeros en el contexto de un acuerdo entre el gobierno y los siete grandes bancos. En 1985 el gobierno liberalizó la apertura de sucursales bancarias, una medida que pretendía fomentar la competencia en el mercado. En 1987 suprimió los límites superiores a los tipos de interés, liberalizó las comisiones y redujo los coeficientes de inversión obligatorios. Al año siguiente liberalizó los corretajes en el mercado de valores y liberalizó la entrada de los bancos extranjeros. En 1989 se permitió a las cajas de ahorros abrir sucursales fuera de su provincia de origen. En 1990 el Banco de España redujo el coeficiente de caja obligatorio al 5 por ciento, y lo eliminó a finales de 1992. En 1994 el gobierno aprobó la legislación que concedía al Banco de España su independencia.

CODIGOS JEL:  
F230; M160; G210

Fecha de recepción y acuse de recibo: 2 de octubre de 2007. Fecha inicio proceso de evaluación: 2 de octubre de 2007.  
Fecha primera evaluación: 30 de octubre de 2007. Fecha de aceptación: 29 de noviembre de 2007



### RESUMEN DEL ARTÍCULO

Las últimas dos décadas han supuesto la consolidación de la banca española como una de las más competitivas del mundo. Los grandes bancos-sobre todo el Santander-y las cajas de ahorro han escalado posiciones en los rankings internacionales tanto en términos de tamaño como de rentabilidad. Sobre la base de sus capacidades organizativas, tecnológicas y de marketing, los bancos españoles han extendido sus operaciones por Europa y las Américas. Los grandes retos para el futuro consisten en establecer una presencia en Oriente Medio y Asia, y en explorar las posibilidades de negocio en otros segmentos como la banca de inversión.

### EXECUTIVE SUMMARY

The last two decades have witnessed the consolidation of the Spanish banking sector as one of the most competitive in the world. The largest commercial banks-especially Santander-and the savings banks have climbed positions on the international rankings both in terms of size and profitability. Moreover, they have entered numerous markets in Europe and the Americas based on their organizational, technological, and marketing skills. The great challenges for the future are to establish a presence in the Middle East and Asia, and to pursue growth opportunities in other segments such as investment banking.

Otras reformas suponían una mayor integración bancaria en Europa. En 1989 la Comisión Europea aprobó una nueva directiva bancaria por la que se creaba un "pasaporte europeo," que suponía que un banco autorizado para operar en un país miembro podría abrir sucursales en los otros sin necesidad de autorización administrativa. En 1991 el gobierno liberalizó los flujos de capital transfronterizos. A principios de 1993, y de conformidad con las reglas europeas sobre el mercado único, se liberalizaron totalmente los mercados y transacciones de capital. Aunque España había negociado un periodo de transición de siete años para su sector bancario, se empezó a ver rápidamente que los bancos españoles tenían pocas oportunidades de sobrevivir en un mercado europeo unificado a menos que aprendieran a competir y que aumentaran de tamaño (Pérez 1997; Guillén 2005).

La desregulación y liberalización bancarias indujo una verdadera revolución en lo que se refiere a innovación bancaria, con el lanzamiento de nuevos productos y servicios, estrategias de segmentación de mercado e inversiones en tecnologías de la información. Nuevos productos como los certificados de depósito, planes de pensiones, fondos de inversión, tarjetas de crédito y seguros empezaron a formar parte de un renovado esfuerzo de marketing para ofrecer una gama completa de servicios a los clientes. Los bancos modernizaron también la forma de relacionarse con sus clientes mediante los cajeros automáticos, la banca telefónica y la televisión interactiva. Invirtieron también en tecnologías de la información, sistemas de control, gestión de riesgos e intercambio electrónico de datos. Asimismo, redoblaron sus esfuerzos en marketing haciéndolo más sofisticado, gastando grandes sumas en el lanzamientos de productos específicos y en transmitir al cliente una identidad corporativa unificada (Casilda Béjar 1997: 82-88).

Debido a los amplios y un tanto inesperados cambios políticos, competitivos y tecnológicos que tuvieron lugar desde mediados de los años ochenta, no es de extrañar que los bancos empezaran a tratar de posicionarse, embarcándose algunos de ellos en los primeros conatos de consolidación sectorial (Tortella 2001; González Urbaneja 1993). La fallida OPA hostil del Bilbao sobre Banesto en 1987 precipitó otros movimientos corporativos tales como la fusión Bilbao-Vizcaya (BBV) en 1988, los problemas de Banesto y su ulterior adquisición por el Santander en 1994, y el endurecimiento de la competencia comercial entre los grandes bancos, y entre los bancos y las cajas de ahorro (Berges 2003). El Santander fue el banco que con mayor agresividad tomó la iniciativa en este nuevo entorno competitivo, lanzando en 1989 la supercuenta, una cuenta corriente de alta remuneración que producía el 11 por ciento para saldos iguales o superiores a 500.000 pesetas (la inflación ascendía al 6,8% ese año). Esta acción desencadenó la llamada guerra del pasivo. En 1990 el BBV lanzó su libretón, o cuenta corriente con premio, un contraataque innovador que más tarde resultó ser de gran valor para la expansión de los bancos españoles en

*El Santander fue el banco que con mayor agresividad tomó la iniciativa en este nuevo entorno competitivo, lanzando en 1989 la supercuenta, una cuenta corriente de alta remuneración.*

Latinoamérica (Guillén y Tschoegl 2002). En 1991 el Santander recuperó la iniciativa al lanzar un producto que crecería en popularidad durante la década de los noventa, el fondo de inversión. Unos cuatro meses más tarde el BBV respondió con un producto similar. La guerra del activo comenzó en 1993 cuando el Santander lanzó la superhipoteca, un préstamo hipotecario con una tasa de interés nominal de un 12 por ciento, cuando los otros bancos cobraban el 14 por ciento. En 1994 introdujo el primer préstamo personal (Guillén y Tschoegl 2007; Martín Aceña 2007).

La segunda oleada de fusiones bancarias se verificó durante el mes de mayo de 1991, el más intenso en la historia de la banca en España. El 4 de mayo se anunció la fusión de varios bancos públicos, entre los que se incluía el Banco Exterior de España, para formar el conglomerado Argentaria, un banco que sería privatizado por el gobierno en varias fases a partir de 1993. Once días más tarde el Central se fusionaba con el Hispano Americano, que arrastraba dificultades financieras desde principios de los años ochenta, creándose el Banco Central Hispano (BCH).

La decisión del gobierno de Aznar de realizar todas las reformas necesarias para que España formara parte de la Unión Monetaria Europea como miembro fundador en 1999 tuvo consecuencias inmediatas. La consolidación del sector bancario se convirtió aún más en una prioridad. Después de meses de negociación, el BCH y el Santander anunciaron su fusión en enero de 1999, ocupando los presidentes de ambos bancos el cargo de co-presidentes de la nueva entidad. Como la mayoría de las fusiones "entre iguales," el período subsiguiente fue problemático (Walter 2004). La guerra entre las dos facciones duró unos tres años, terminando con la salida del SCH de los principales ejecutivos del antiguo BCH. El BBV obviamente se sintió presionado a replicar de alguna manera a las actuaciones del Santander, tal y como predice la teoría oligopolística de la competencia de mercado. En octubre de 1999 anunció su fusión con Argentaria-para entonces ya totalmente privatizado-para crear el BBVA (Guillén y Tschoegl 2007).

### Crecimiento Internacional

Quizás el cambio más significativo en el sector bancario español se refiere al enorme crecimiento internacional de los dos grandes grupos y sobre todo del Santander. Gracias a las fusiones y a las inversiones en el extranjero, los bancos españoles han crecido con mayor rapidez que sus competidores extranjeros. A finales de 1985, seis meses antes del ingreso de España en la Unión Europea, solamente un banco español se encontraba entre los 100 mayores del mundo, el Central, ocupando precisamente el puesto número 100. (Banesto ocupaba el puesto 101.) Veinte años más tarde, Santander se había convertido en el décimo banco del mundo, y en el primero de la zona euro. Otras cuatro entida-

#### PALABRAS CLAVE

Banca; internacionalización, estrategia competitiva.

#### KEY WORDS

Banking; internationalization; competitive strategy.

des españolas se encaramaron también entre los 100 primeros: BBVA (31), La Caixa (68), Caja Madrid (80) y Banco Popular Español (91).

El crecimiento internacional de la banca española ha seguido varias pautas perfectamente predecibles. En un principio, buscaron establecerse en las principales plazas financieras internacionales y siguieron a sus clientes abriendo oficinas de representación. El crecimiento a través de adquisiciones de bancos comerciales en América Latina primero, y Europa y Estados Unidos más adelante, vino determinado por la caída de los márgenes en España, la saturación del mercado, la competencia oligopolista y la amenaza competitiva proveniente de los bancos de otros países europeos (Guillen y Tschoegl 2000; Smith y Walter 2003; Tschoegl 1987; Walter 1988).

Salvo alguna incursión minoritaria y puramente financiera en Europa o Estados Unidos, la primera oleada de expansión internacional de los bancos españoles se produjo en América Latina. Esta región ofrecía desde mediados de los años ochenta varios atractivos importantes. En primer lugar, se trataba de mercados en proceso de desregulación, liberalización y privatización, por lo que se presentaban nuevas oportunidades para adquirir bancos. En segundo lugar, los márgenes netos de intermediación oscilaban entre el 5 por ciento en México y el 9 por ciento en Argentina, muy por encima de la media en España y el resto de Europa. Además, se trataba de mercados ineficientes, con costes operativos medios entre el 3 por ciento de Chile y el 8,5 por ciento de Argentina, en un momento en que la media del sistema bancario español era del 2,5 por ciento. En tercer lugar, los mercados bancarios latinoamericanos estaban poco desarrollados, con una proporción de personas con cuenta bancaria, tarjeta de crédito o préstamos muy reducida. Y en cuarto lugar, las afinidades culturales y del idioma facilitaban enormemente la entrada de los bancos españoles, la transferencia de productos y técnicas comerciales, y la expatriación de directivos (Guillén y Tschoegl 2007).

En un primer momento los bancos españoles realizaron inversiones en algunos de los países más pequeños de América Latina, que fueron los pioneros a la hora de abrir sus sectores bancarios a la inversión extranjera: Chile, Uruguay, Puerto Rico. Ya en los años noventa se realizaron las primeras inversiones en México, Argentina, Venezuela, Perú y Brasil, entre otros. Al final de este proceso de expansión, el Santander se había convertido en el mayor banco de la región, gracias a sus propias inversiones y a las heredadas del Banco Central Hispano tras la fusión de ambas entidades (véase la Tabla 1). El Santander adquirió 28 bancos por un montante total de 28.000 millones de dólares. El BBVA compró 34 bancos pagando unos 8.000 millones de dólares. El Popular, Sabadell y Caja Madrid también han realizado adquisiciones en América Latina, aunque mucho más selectivas (véase la Tabla 1).

Durante los años noventa el BBVA y el Santander realizaron adquisiciones en los mismos mercados, replicando sus respectivos movimientos: Argentina,

Colombia, México, Puerto Rico y Venezuela. Durante los años noventa, sin embargo, los dos bancos han seguido caminos diferentes. El Santander ha crecido más en Chile y Brasil mientras que el BBVA se ha hecho fuerte en México. Los dos grandes bancos han seguido estrategias distintas en el mercado estadounidense. El Santander ha tomado participaciones minoritarias en dos ocasiones: la primera en los años ochenta en el caso de First Fidelity y la segunda en 2005 con Sovereign Bank. También ha adquirido una financiera a la compra de automóviles. El BBVA ha perseguido obtener sinergias con su fuerte presencia en México, donde controla el segundo banco del país. En 2004 realizó varias compras de bancos pequeños en Tejas y California y el año pasado adquirió un banco mucho mayor, Compass. El Sabadell también ha entrado en el sector bancario estadounidense mediante la compra de un pequeño banco de la Florida.



**Tabla 1. Principales Adquisiciones Parciales o Totales de los Bancos Españoles (desde 1980)**

País	Santander	BBVA	Popular	Sabadell	Caja Madrid
<b>Europa</b>					
Bélgica	1999				
Alemania	1987				
Italia	1997				
Noruega	2004				
Polonia	2003				
Portugal	1999	1991	2002		
Rusia	2006				
Reino Unido	2004				
<b>EEUU</b>	2005 <sup>b</sup>	2004		2007	
<b>América Latina</b>					
Argentina	1996	1996			
Bolivia *	1998				
Brasil	1997	2003 <sup>b</sup>			
Chile	1982	1998			
Colombia	1997	1996			
Cuba				1995 <sup>a</sup>	1998 <sup>a</sup>
R. Dominicana				1999 <sup>b</sup>	
México	1992	1991		1998 <sup>b</sup>	
Panamá	*	2000		*	
Paraguay	*	2000			
Perú	*	1998			
Puerto Rico	1987	1982			
Uruguay	1982	1996			
Venezuela	1996	1996			
<b>Asia</b>					
China		2006 <sup>b</sup>			
Hong Kong		2006 <sup>b</sup>			
<b>Africa</b>					
Ángola	2006 <sup>a</sup>				

Notas:

\* El banco realizó una adquisición total o parcial que luego fue vendida.

<sup>a</sup> Joint venture.

<sup>b</sup> Participación minoritaria.

Fuente: Guillén y Tschoegl, Santander, el banco (Madrid: LID Editorial, 2007).

*El gran salto en Europa se produjo en 2004 con la adquisición de Abbey National Bank en el Reino Unido.*

El Banco Santander también ha tenido una presencia en Europa desde hace años. En el centro, Norte y Este de Europa ha realizado numerosas adquisiciones de financieras al consumo, desde Bélgica a Rusia y desde Italia a Noruega. En Portugal tiene una presencia más amplia en banca minorista. El gran salto adelante se produjo en el año 2004 con la adquisición de Abbey National Bank en el Reino Unido, convirtiéndose en uno de los diez mayores grupos bancarios del mundo. Mientras tanto, BBVA y Popular no han podido lograr una presencia comparable.

La banca española todavía carece de una presencia importante en el resto del mundo, es decir, Africa, Asia, Oriente Próximo y la región del Pacífico. En 2006 el BBVA tomó participaciones minoritarias en sendos bancos chino y de Hong Kong, mientras que el Santander estableció una presencia compartida en Angola y está considerando entrar en China.

El crecimiento internacional del Santander y del BBVA ha venido marcado por la audacidad y la velocidad en la toma de decisiones a la hora de realizar adquisiciones. A menudo se les ha criticado por pagar unas primas excesivas. Sin embargo, las inversiones han sido generalmente rentables y les han permitido afrontar con una dimensión óptima la integración de los mercados financieros europeos. Además, los dos grandes bancos han sabido diversificar geográficamente sus riesgos (García-Herrero y Vázquez 2006). Sin lugar a dudas, la expansión internacional de la banca española pasará a la historia como uno de los episodios más brillantes de la empresa española en su conjunto (Guillén 2005).

**Tabla 2. Tasa de retorno total para el accionista, en términos de moneda local, para los mayores bancos del mundo y varios bancos españoles, ordenados según su capitalización bursátil al final de 2006 (en porcentajes)**

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
CitiGroup		10,2	-1,7	32,6	-18,6	74,7	25,0	62,9	-15,4	97,7	46,3
Bank of America	-2,0	-16,7	64,3	74,1	-48,3	85,0	30,6	-1,4	-4,4	59,8	44,4
HSBC	-4,8	2,5	34,7	-24,9	100,6	61,4	113,5	-25,2	45,0	46,0	
JP Morgan Chase & Co.	-1,7	-45,5	59,0	4,3	-62,4	105,0	88,1	7,4	-6,5	68,8	56,9
Mitsubishi UFJ	29,3	43,6	39,3	0,5	-34,5	24,9	-10,1	15,0	-7,6	-0,4	-6,8
UBS	18,7	-45,5	10,4	60,4	-36,7	37,5	18,2	90,2	-20,6	7,5	-7,9
Royal Bank of Scotland	14,8	26,6	3,1	58,8	-18,9	7,2	38,4	126,8	-10,1	54,8	0,5
Wells Fargo	22,5	6,6	36,0	45,5	-3,4	81,9	21,5	15,9	-1,2	46,0	35,6
<b>Santander</b>			25,8	-14,5	-18,6	-9,8	12,4	59,3	-6,8	25,9	41,4
BNP Paribas									-12,9	-8,2	-6,5
ING						28,2	78,8	-7,4	36,6	49,9	
Wachovia	15,1	-16,5	18,1	-2,8	-20,5	104,9	50,4	-2,1	4,3	39,9	37,5
Mizuho Financial Group	20,1	49,9	24,0	-1,6	-33,8	24,1	-30,4	6,4	6,7	8,5	-17,4
<b>BBVA</b>			-0,1	-35,9	15,9	-9,0	41,3	7,5	39,2	65,5	
Deutsche Bank	-11,1	-51,2	49,5	50,8	-26,9	14,8	-1,0	40,1	-17,0	-2,8	8,4
Crédit Agricole											
ABN AMRO						43,7	30,8	48,0	-11,3	27,8	60,1
<b>Banco Popular Español</b>			28,7	5,5	5,4	19,6	8,9	55,0	1,7	48,4	17,6
<b>Banesto</b>			9,3	3,1	-37,1	0,7	-24,9	10,1	-42,2	-9,2	19,6

**Tabla 2. continuación**

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	1991-2006	2003-1996	
CitiGroup	79,7	-6,8	70,1	23,5	0,0	-23,9	41,6	2,7	4,6	19,6	26,4	16,1
Bank of America	27,3	1,3	-14,0	-4,5	42,7	14,5	20,1	21,5	2,4	20,7	19,1	15,9
HSBC	18,5	4,7	74,2	8,9	-18,0	-2,5	50,3	13,0	-2,4	19,4	26,1	18,6
JP Morgan Chase & Co.	25,5	32,8	11,7	-10,0	-17,4	-30,7	60,3	10,0	5,7	25,6	21,6	23,7
Mitsubishi UFJ	-16,0	-34,6	22,3	-19,7	-1,3	-26,1	30,7	25,1	55,2	-7,6	0,2	23,7
UBS	83,1	2,4	3,9	28,6	-5,0	-17,6	29,9	15,7	35,3	21,5	16,7	25,4
Royal Bank of Scotland	42,3	28,3	17,4	57,0	8,3	-8,7	14,8	10,1	3,8	18,4	22,1	11,7
Wells Fargo	82,1	5,0	3,3	40,7	-20,2	10,3	29,5	9,0	4,5	16,8	21,0	14,5
<b>Santander</b>	88,0	14,2	34,1	3,3	-15,5	-28,2	48,6	0,3	26,0	30,8	16,7	25,2
BNP Paribas	65,1	46,7	34,1	4,9	11,1	-20,2	33,7	11,4	32,9	26,2	11,4	25,7
ING	40,9	36,9	18,2	44,3	-30,5	-41,5	21,6	26,9	38,3	19,1	18,3	26,3
Wachovia	42,2	22,1	-43,5	-9,8	16,1	19,5	31,8	16,8	4,3	12,0	17,6	15,8
Mizuho Financial Group	-53,6	-21,5	60,3	-14,9	-62,1	-57,9	192,7	59,9	82,6	-8,8	-3,7	67,1
<b>BBVA</b>	114,6	36,4	7,5	13,9	-10,6	-32,4	23,9	22,8	19,1	24,4	19,8	22,6
Deutsche Bank	79,9	-21,9	75,6	7,3	-9,5	-43,7	53,5	1,4	29,0	27,4	10,3	26,5
Crédit Agricole						-16,4	39,2	24,5	21,9	23,6	5,0	27,1
ABN AMRO	44,7	2,6	42,3	1,3	-21,8	-9,6	26,1	11,2	19,3	16,1	18,4	18,1
<b>Banco Popular Español</b>	71,6	2,5	3,0	17,4	2,0	8,7	25,3	5,7	9,4	36,9	19,3	18,7
<b>Banesto</b>	49,3	24,7	40,2	-8,9	-3,6	-43,5	39,4	13,9	23,5	36,3	3,8	27,9

Notas:

Los datos para Mitsubishi UFJ en 2001 y años anteriores se refieren a Bank of Tokyo-Mitsubishi.

Los datos para Mizuho Financial Group en 2000 y años anteriores se refieren a Dai-ichi Kangyo Bank.

Fuente: Datastream International a través de Wharton Research Data Services.

81

## Eficiencia y Rentabilidad

Los bancos españoles destacan en el contexto internacional por su eficiencia operativa. El Popular y el Sabadell suelen estar entre los mejor gestionados del mundo. El Santander y el BBVA también obtienen niveles de eficiencia destacados en comparación con sus competidores internacionales de tamaño similar. En 2006 sólo dos bancos entre los diez mayores del mundo-el HSBC y el Bank of America-tenían una relación coste-ingreso más baja que el Santander, que se situaba en el 53 por ciento. El BBVA alcanzaba un nivel de eficiencia superior, el 48 por ciento y el Popular, que es uno de los bancos más eficientes del mundo, un impresionante 39 por ciento. Algunos de los principales rivales europeos obtienen relaciones coste-ingreso superiores al 60 por ciento (por ejemplo Barclays o ING) o incluso del 70 por ciento (Deutsche).

Los grandes bancos españoles también están bien situados en términos de rentabilidad. La Tabla 2 refleja la tasa de remuneración al accionista de los principales bancos del mundo y de cuatro bancos españoles. La tasa se calcula de la siguiente manera. Primero se calcula el aumento en el valor de mercado de las acciones entre principios y finales de cada año. A esta cantidad se suman los dividendos y cualquier otro pago realizado ya sea a tenor de una reducción del valor nominal de las acciones o de un aumento en la autocartera. Después se restan los ingresos por ampliaciones de capital y por la conversión de bonos





convertibles. La cantidad resultante se divide por la capitalización en bolsa a principios de año y se multiplica por cien para que la tasa quede expresada en forma de porcentaje.

Los bancos españoles han obtenido tasas de retorno para el accionista comparativamente elevadas desde 2003. Con anterioridad a esa fecha, su participación en numerosos procesos de fusión y absorción de otros bancos ha tendido a deprimir sus tasas de retorno. Por ejemplo, la rentabilidad de la acción Santander se caracteriza por una cierta volatilidad inter-anual, atribuible sobre todo a la crisis de argentina (2001-2002) y a la adquisición del Abbey en 2004. Quizás lo más significativo es que durante 2006 el banco se situó en los primeros puestos del ranking de rentabilidad, al igual que los otros grandes bancos españoles.

### Mirando al Futuro

La banca española ha demostrado tener una gran capacidad de adaptación a los cambios políticos, económicos, regulatorios y tecnológicos. Disfruta no solamente con unos balances y cuentas de resultados saneadísimos sino también con una diversificación geográfica de sus operaciones bastante atractiva para el accionista. Además, cuenta con una dirección profesionalizada y ha desarrollado capacidades tecnológicas y de marketing que le permiten competir con los mejores bancos del mundo.

Los grandes bancos españoles quizás se enfrentan a dos retos cardinales de cara al futuro. En primer lugar, cuentan con una posición fuerte en algunos países europeos y en América Latina, y una incipiente presencia en los Estados Unidos. Sin embargo, tienen una presencia puramente testimonial en Oriente Próximo y Asia, es decir, las regiones del mundo que más crecen. Hasta ahora han realizado inversiones en las economías más similares a la española, sin aventurarse demasiado en áreas culturales y económicas más distantes. El segundo reto se refiere a la diversificación de sus líneas de actuación hacia actividades de mayor valor añadido tales como la banca de inversión. El futuro desarrollo de la banca española vendrá marcado por su capacidad de entretarse a estos retos.

---

### REFERENCIAS

Berges, Angel. 2003. "Bancos y cajas: Estrategias divergentes." Pp. 321-343 en 1987-2003: Integración económica y financiera de España, editado by AFI. Madrid: Analistas Financieros Internacionales (AFI).

*La banca española ha demostrado tener una gran capacidad de adaptación a los cambios políticos, económicos, regulatorios y tecnológicos.*

- Casilda Béjar, Ramón. 1997. *La banca española: Análisis y evolución*. Madrid: Pirámide.
- Cuervo, Alvaro. 1988. *La crisis bancaria en España, 1977-1985*. Barcelona: Ariel.
- García-Herrero, Alica, and Francisco Vázquez. 2006. "International Diversification Gains and Home Bias in Banking." Documento de Trabajo. Banco de España y Fondo Monetario Internacional.
- González Urbaneja, Fernando. 1993. *Banca y poder*. Madrid: Espasa Hoy.
- Guillén, Mauro F. 2005. *The Rise of Spanish Multinationals: European Business in the Global Economy*. Cambridge: Cambridge University Press. Trad. al castellano, Marcial Pons, 2006.
- Guillén, M. y A. E. Tschoegl. 2000. "The Internationalization of Retail Banking: The Case of the Spanish Banks in Latin America." *Transnational Corporations* 9 (3):63-97.
- \_\_\_\_\_. 2002. "Banking on Gambling: Banks and Lottery-Linked Deposit Accounts." *Journal of Financial Services Research* 21(3):219-231.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Santander, el Banco*. Madrid: LID Editorial.
- Martín Aceña, Pablo. 2007. *Banco Santander: 150 años de historia, 1857-2007*. Madrid: Banco Santander.
- Pérez, Sofía. 1997. *Banking on Privilege: The Politics of Spanish Financial Reform*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Smith, R. C., y I. Walter. 2003. *Global Banking*. Oxford: Oxford University Press.
- Tortella, G. 2001. "Bank Mergers and Consolidation in Spanish History." Pp. 18-49 en *A Century of Banking Consolidation in Europe*, editado por Manfred Pohl, Teresa Tortella and Herman van der Wee. Aldershot, Reino Unido: Ashgate-European Association of Banking History.
- Tschoegl, A. E. 1987. "International Retail Banking as a Strategy: An Assessment." *Journal of International Business Studies* 19 (2):67-88.
- Walter, Ingo. 1988. *Global Competition in Financial Services*. Cambridge, MA: Harper and Row.
- \_\_\_\_\_. 2004. *Mergers and Acquisitions in Banking and Finance*. Oxford: Oxford University Press.
- WRIGHT, A. (2002): "Technology as an Enabler of the Global Branding of Retail Financial Services", *Journal of International Marketing*, Vol. 10, nº 2, pp. 83-98.

---

## Notas

<sup>1</sup> Autor de contacto: The Lauder Institute The Wharton School; Lauder-Fischer Hall, room 212 ; 256 South 37<sup>th</sup> Street; Philadelphia, PA 19104-6330 (USA)