



J.L. Martínez
Campuzano
Negocio bancario
P. 20



J.L. Martínez Campuzano

Portavoz de la
Asociación Española
de Banca (AEB)

Negocio bancario



De una reciente encuesta sobre bancos se podía extra-

er dos conclusiones. La primera es la baja valoración generalizada en bolsa del sector en Europa. La segunda probablemente sea la razón de la primera: los bancos se enfrentan a enormes retos que enturbian la certidumbre sobre el futuro que siempre demandan los gestores. Las decisiones de estos estaban divididas sobre el camino que seguir, entre los que primaban lo “barato” y los que aplazaban la decisión por “arriesgada”.

Los retos de nuestras entidades son bien conocidos: la regulación exigente y cada vez más compleja, la anomalía de tipos de interés negativos y la prioridad que marcan los clientes con respecto a la transformación digital. Los bancos deben fijar su estrategia centrándose en la digitalización, pero sobre la base de factores exógenos y cambiantes. Resulta llamativo que las autoridades repitan que uno de los retos de los bancos es la rentabilidad para después tomar medidas que pueden condicionar su mejora. Y sin embargo, la rentabilidad de los bancos ha mejorado de forma consistente en los últimos años. Esto demuestra su capacidad de adaptación y la prioridad que siempre dan a la innovación. Pero aún hay mucho camino por recorrer para que la rentabilidad alcanzada garantice la estabilidad en el futuro. La rentabilidad de la banca no está unida a un modelo específico de negocio. Tener mucho capital tampoco garantiza la recurrencia de los resultados. Cada entidad debe encontrar su propio camino, considerando sus puntos fuertes y sus debilidades. El tamaño adecuado, la competencia en igualdad de condiciones y el talento son el mejor equipaje a la hora de emprender este viaje. Y teniendo en cuenta que la digitalización será imprescindible, lo que obliga a estar abierto a la posibilidad de colaborar con la nueva competencia, que no son bancos. |