

CONCENTRACION BANCARIA Y COMPETITIVIDAD

Parece haber un acuerdo prácticamente total en que la dimensión de los bancos españoles es pequeña en relación con los europeos. Parece asimismo haber acuerdo sobre la necesidad de modernizar el sistema bancario español cara a la plena integración en el mercado europeo en 1992. Por ello, el tema de la reorganización de nuestra banca, y concretamente el del posible proceso de concentración, está actualmente en el centro de la atención pública.

De ello se ocupa este artículo de **Xavier Vives** que, tras analizar las implicaciones del tamaño de la empresa bancaria, en términos de eficiencia, productividad y acceso a los mercados, y realizar una breve descripción de la evolución reciente y situación actual del sector bancario español, presenta una serie de conclusiones sumamente interesantes sobre los condicionantes a tener en cuenta para una reestructuración que parece inevitable (*).

I. INTRODUCCION

EL proceso de concentración bancaria está en el centro de la atención pública, con el punto de mira puesto en 1992. En este año se pondrá en marcha el mercado integrado europeo y habrá plena libertad de movimiento de capitales y de establecimiento de entidades financieras dentro de la CEE. La dimensión de las entidades españolas es pequeña en relación con las del resto de Europa; recordemos que el mayor banco español en 1986, el Banco Central, tiene una dimensión que no llega a la quinta parte de su homólogo europeo. Preocupa, pues, la posición competitiva de la banca española y la posibilidad de que ésta pueda llegar a ser absorbida por la banca extranjera en el proceso de integración europea.

En este artículo pretendemos dar algunos elementos, basados en la teoría económica y financiera moderna y en estudios empíricos a nivel nacional e internacional, para el análisis de este proceso. Nuestra investigación se fundamenta en desarrollos recientes del análisis de economía industrial adaptado a la especificidad del sector financiero (1). En primer lugar, examinaré las ventajas asociadas al tamaño de la empresa en términos generales y específicos para la empresa financiera: economías de escala y de alcance, poder de mercado y capacidad de innovación. En segundo lugar trataré los incentivos que existen, a nivel privado y público, para consolidar entidades: las estrategias competitivas de la empresa financiera y las consecuencias que se derivan para el bienestar social. En tercer lugar, se repasará brevemente la evolución y perspectivas del sistema

bancario español. Finalmente, se expondrán las conclusiones de nuestra investigación.

II. DIMENSION, FUSIONES Y EFICIENCIA

En esta sección examinaré las implicaciones del tamaño de la empresa bancaria en términos de eficiencia productiva, poder de mercado y capacidad de innovación, a la luz de los conceptos desarrollados por el análisis de economía industrial.

1. Tamaño y eficiencia

Las *economías de escala* consisten en el ahorro de costes que conlleva la producción en masa de un determinado artículo o conjunto de artículos. En esta situación, el coste medio de producción decrece con la cantidad producida. Típicamente esto es debido a la existencia de costes fijos independientes del nivel de producción; a una mayor producción, el coste fijo unitario es menor. Estas economías pueden darse a nivel de *producto*, de *planta* y de *empresa*. En el caso de la empresa bancaria, los productos podrían ser depósitos, créditos y otros servicios financieros más especializados. La planta sería la sucursal bancaria. La especialización de la mano de obra y la introducción de métodos informáticos que requieren una inversión mínima contribuyen a la existencia de economías de escala.

Las *economías de alcance* (*scope economies*) se dan cuando el coste de la producción conjunta de ciertos bienes es menor que la suma de los costes de pro-

ducción de estos mismos bienes de forma separada. Las economías de alcance se deben fundamentalmente a la existencia de costes compartidos en la producción de bienes y servicios. Estas economías pueden darse a nivel de *planta* y de *empresa* (2). Los costes fijos o cuasifijos en instalaciones físicas, costes de procesamiento de datos y de personal se pueden repartir entre más productos si no se trabaja a plena capacidad. La información que se obtiene de los depósitos de un cliente se puede utilizar para evaluar el riesgo que supone para operaciones de crédito. Por otra parte, los clientes se pueden ver favorecidos cuando los servicios que necesitan se los presta la misma entidad ahorrando así costes de transacción.

La ventaja de costes de una planta también puede provenir de la experiencia acumulada en la producción de un determinado servicio. Así, el coste unitario de producción puede depender del nivel total acumulado hasta la fecha por la planta, es decir, de su posición en la *curva de experiencia*. Por ejemplo, el número de créditos hipotecarios concedidos por una determinada sucursal influye en la eficiencia con la que se realiza la operación. Una mayor experiencia conlleva menores costes —y un mejor servicio probablemente. Sucursales de gran volumen producirían más eficientemente y gozarían de *economías de escala dinámicas*. Este fenómeno fue observado sistemáticamente por primera vez en la industria aeronáutica.

En general, las economías asociadas al tamaño no se realizan ilimitadamente, sino que, dadas las instalaciones de la planta, existe un nivel de producción óptimo —de cuentas de una determinada sucursal bancaria, por

ejemplo— a partir del cual los costes unitarios empiezan a crecer.

Las ventajas de la gran empresa bancaria no se agotan con las economías de escala y de alcance a nivel de producto y de planta, sino que se extienden a la operación de sucursales múltiples, diversificación del riesgo, información y publicidad, y comercialización.

La empresa bancaria con *múltiples sucursales —multiplanta—* puede dimensionarlas y repartirlas geográficamente de manera óptima, además de especializarlas en distintos servicios o segmentos del mercado. Así, por ejemplo, algunos bancos comerciales en los EE.UU. están adoptando una estructura de *hub and spoke*, en la que las oficinas centrales se concentran en las operaciones grandes o especializadas que requieren personal muy cualificado y en las transacciones en que las economías de escala son más patentes. Por otro lado, las oficinas periféricas se dedican más a las actividades de banca al por menor, tales como servicios rutinarios a las economías domésticas y préstamos a las pequeñas empresas (3).

La mayor *diversificación del riesgo* que pueden conseguir las grandes entidades financieras constituye una ventaja de costes importante y una garantía contra la quiebra de la institución. La mayor estabilidad y eficiencia de entidades de gran tamaño proviene tanto de una menor variabilidad del pasivo, de los depósitos, que supone un ahorro de los costes de ajuste y financieros para afrontar retiradas de imposiciones, como de un menor grado de incertidumbre asociado a las operaciones activas, al aumentar el número de receptores de crédito y diversificarse su

procedencia geográfica y sectorial. En todos los casos, la reducción del nivel de incertidumbre se obtiene a través del efecto de la ley de los grandes números; así, en los grandes bancos las retiradas de depósitos y las nuevas imposiciones, y los fracasos y los éxitos de los proyectos que han sido financiados tienden a compensarse. Asimismo, es preciso recordar que una de las razones aducidas para explicar las mayores facilidades de financiación concedidas a las grandes empresas es precisamente su mayor capacidad de diversificación junto con la imperfección del mercado de capitales.

La empresa bancaria tiene unas necesidades crecientes de *información* para competir en los mercados actuales. Una gran empresa obtendrá una ventaja en este sentido por dos razones. La primera, por el gasto fijo que representa obtener información —realizar un estudio de mercado, por ejemplo. La segunda, por recibir más señales informativas del mercado debido a su mayor cobertura en términos geográficos de gama de productos, y también por sus mayores posibilidades de conexión con autoridades públicas. Considérese, a título ilustrativo, el caso de un banco con muchas sucursales. Cada director de sucursal aporta información sobre el entorno en que se mueve y las preferencias de sus clientes. Al incrementar el número de sucursales, se aumentan correspondientemente las señales recibidas, y la información agregada de la empresa se hace más precisa.

La *publicidad* es otro campo en el que se pueden presentar economías de escala. Una campaña, para ser efectiva, necesita superar un umbral mínimo de dimensión. Grandes empresas pue-

den utilizar medios de más impacto, fuera del alcance del resto de competidores. Por ejemplo, un banco de ámbito nacional podrá utilizar propaganda televisiva en los canales principales nacionales, mientras que rivales de ámbito local se verán reducidos a medios no audiovisuales o bien a televisiones de menor audiencia. Sin embargo, quizás el ámbito local permita una publicidad más ajustada a los gustos e idiosincrasia de la población. Por otra parte, la publicidad tiene un componente dinámico puesto que la reputación de un producto tarda tiempo en establecerse. Grandes compañías financieras pueden «acumular» más rápidamente el *stock* de imagen de marca necesario para lanzar con éxito un nuevo producto o servicio. Por otra parte, las empresas multiproducto pueden aprovecharse de la *reputación* adquirida en una determinada línea para promocionar otras con un coste comparativamente menor. Además, la gran empresa financiera tiene ventaja a la hora de establecer una reputación de estabilidad y solvencia si tenemos en cuenta el factor de diversificación del riesgo antes mencionado. Con respecto a la *comercialización*, la importancia de la *red de servicios* —cajeros automáticos, por ejemplo— es muy grande para la banca al por menor. Un gran banco quizá puede resolver el problema por sí mismo, mientras que los más pequeños deberán buscar formas más cooperativas. En términos similares a los presentados, se puede argumentar que la gran empresa tendrá más capacidad de *penetrar mercados extranjeros* debido a sus ventajas en los cambios de publicidad, comercialización y establecimiento de una reputación.

Hasta aquí hemos aportado,

fundamentalmente, argumentos a favor de la gran empresa que nos podrían hacer pensar en una tendencia hacia la expansión sin límite. El hecho de que las plantas o sucursales tengan una dimensión óptima no es un obstáculo a este proceso, puesto que siempre se puede producir la expansión añadiendo oficinas de dimensión eficiente. Además, se puede aducir el principio de que la combinación de dos empresas bajo una misma dirección puede realizar exactamente todas las operaciones que anteriormente se hacían por separado y, además, puede ahorrar costes mediante una *intervención selectiva* en las actividades de las empresas individuales. Sin embargo estas posibilidades de racionalización se ven contrarrestadas por la mayor dificultad de los problemas de control, de gestión y de incentivación que se dan en entidades de mayor tamaño. Estas *deseconomías de la gestión* a gran escala fueron las que motivaron el paso de la forma unitaria a la forma multidivisional (M) en la gran empresa industrial, con General Motors a la cabeza.

Los factores mencionados proporcionan una explicación a nivel teórico de las ventajas asociadas con tamaños grandes; sin embargo, la *contrastación empírica* de este fenómeno no ha sido concluyente. La realización de economías de escala en el negocio bancario se ha visto dificultada por su carácter intensivo en mano de obra. Sin embargo, la introducción de métodos informáticos puede cambiar la situación. En los EE.UU. se han realizado trabajos en este sentido sin haberse llegado a un acuerdo completo entre los especialistas sobre la existencia y dimensión de las economías de escala y de alcance en la industria bancaria.

Estudios recientes, no obstante, tienden a encontrar que las economías de escala se agotan para tamaños pequeños, entidades con depósitos alrededor de 25 millones de dólares. Esta es la conclusión de Benston, Hanweck y Humphrey (1982), y de Gilligan, Smirlock y Marshall (1984); con un enfoque multiproducto en el que los *outputs* del banco son depósitos y créditos, encuentran evidencia de economías de escala para tamaños inferiores a 25 millones de dólares y de *deseconomías de escala* para tamaños superiores a 100 millones de dólares. Para tamaños intermedios, la hipótesis de rendimientos constantes a escala no se puede rechazar. Estos resultados significan que los costes de los bancos se caracterizan por la tradicional forma en U una vez se han fijado las proporciones de los productos. Los autores también encuentran complementariedades importantes en los costes, es decir, confirman la existencia de economías de alcance. Estas son las que dan razón de ser a los grandes bancos. Las *deseconomías de escala* actúan como freno a la expansión, que se ve favorecida por los costes compartidos y la posibilidad de entrar en nuevas líneas de productos y servicios. Este estudio ha sido criticado por Berger, Hanweck y Humphrey (1987), ya que no permite la variación simultánea de la escala y las proporciones de productos. Estos autores, con un nuevo enfoque, no encuentran evidencia de economías de alcance y concluyen que hay pequeñas *deseconomías de escala* y de alcance para los bancos en los EE.UU., del orden del 1 al 3 por 100 de los costes mínimos. Es preciso hacer notar que los estudios mencionados *no* incluyen a los gigantes bancarios. Como vemos, la evidencia es mixta, aunque no parece muy fa-

vorable a la existencia de economías de escala, y controvertida en lo que se refiere a las economías de alcance. No obstante, es preciso recordar que todavía no ha transcurrido un período de tiempo suficiente para acumular datos en la evaluación del impacto de los procesos de informatización en el sector. Más adelante examinaremos la evidencia disponible para el caso español.

2. Poder de mercado

El análisis realizado hasta el momento se ha centrado en las ventajas, en términos de coste o de demanda, que pueden ser atribuidas a la dimensión de la entidad. En la medida en que las entidades de mayor tamaño gozan de ventajas en términos de costes, habrá un incentivo a crecer para las empresas privadas. Un motivo adicional es la consecución de *poder de mercado*, puesto que éste va asociado normalmente a la dimensión de la empresa. Mercados concentrados y con *barreras a la entrada*, en donde unas pocas entidades se reparten el mercado, dan pie a comportamientos no competitivos manteniendo precios a niveles elevados. En el caso de la banca al por menor, por ejemplo, las inversiones en capital físico y en procesos informáticos, junto con la constitución de una red de oficinas que cubre un determinado territorio geográfico y las relaciones de clientela tramadas, forman barreras a la entrada de nuevos competidores. Además, en el caso de competencia entre empresas bancarias multiproducto, la interacción repetida en mercados distintos puede fomentar una actitud cooperativa (*mutual forbearance*) que implique precios colusivos. Tanto modelos teóricos de mecanismos de co-

lusión basados en la teoría de juegos repetidos como el modelo clásico de Cournot abonan esta conclusión (4). Recordemos que, según el modelo de Cournot, el margen relativo del precio de una empresa respecto del coste marginal es proporcional a su cuota de mercado (siendo la constante de proporcionalidad el inverso de la elasticidad de demanda de mercado). Por tanto, empresas mayores gozarán de un *poder de monopolio* más acentuado. Es preciso hacer notar, sin embargo, que la relación entre poder de mercado y dimensión no es unívoca, puesto que puede existir una competencia muy vigorosa entre grandes empresas establecidas en el mercado o bien la competencia potencial puede actuar como mecanismo de disciplina efectivo. Los modelos teóricos de Bertrand y de los mercados impugnables (*contestable markets*) abonan esta posibilidad. Recordemos que, según el dicho de la escuela de Chicago, *two is enough for competition* (5).

La *evidencia empírica* sobre la relación entre el grado de concentración y la rentabilidad de las empresas bancarias no ha sido totalmente concluyente en los EE.UU. La estructura del sector bancario americano se caracteriza por un grado de concentración bajo en los mercados nacionales y en las grandes ciudades y elevado en las ciudades pequeñas. Aunque existan estudios que hayan relacionado positivamente la concentración con los precios y medias de rentabilidad de la empresa bancaria —véase el resumen hecho por Rhoades (1977)— éstos han sido criticados, sobre todo por el uso de variables *proxy* poco adecuadas. Una explicación de la falta de asociación entre la rentabilidad

y la concentración del mercado es la tendencia de las empresas que operan en mercados concentrados a incurrir en costes elevados de personal, que suponen una ineficiencia. No obstante, hay autores que mantienen que la relación que se ha de explicar es entre la rentabilidad y la cuota de mercado. Así, una mayor cuota de mercado, obtenida a través de una mayor eficiencia productiva, implica una mayor rentabilidad. Según la hipótesis «poder de mercado» (PM), las empresas en mercados concentrados protegidos con barreras a la entrada tienen capacidad para elevar los precios por encima de los costes marginales. Según la hipótesis «eficiencia diferencial en costes» (EDC), las empresas más eficientes tendrán una mayor cuota de mercado y beneficios más elevados y, en consecuencia, mercados con diferencias de productividad importantes entre empresas tenderán a ser concentrados y a tener beneficios medios altos. Así, por ejemplo, en el caso de la curva de experiencia, empresas con una mayor cuota de mercado tendrán costes más bajos y sus beneficios más elevados no se explican por un mayor poder de mercado. Un problema potencial con esta segunda hipótesis es que la variable cuota de mercado esté capturando el poder de monopolio de empresas con producto diferenciado. Una tercera hipótesis sería pues la de diferenciación del producto (DP). En una regresión entre precio, como variable dependiente, y cuota de mercado y concentración, como variables independientes, la hipótesis PM postularía un coeficiente cero para la cuota de mercado y positivo para la concentración; la hipótesis EDC, coeficientes nulos para las dos variables, y la hipótesis DP, un coeficiente positivo para la cuota de

mercado y cero para la concentración. Smirlock (1985) argumenta empíricamente que la hipótesis «eficiencia diferencial en costes» se cumple en el sector bancario en los EE.UU. y que la rentabilidad se explica por la cuota de mercado de la entidad. Parece sensato concluir, sin embargo, que el número de estudios todavía no es suficiente para inclinar la balanza en favor de una u otra hipótesis (6).

3. Innovación

Las consideraciones anteriores, salvo la curva de experiencia y los efectos perdurables de la publicidad, se enmarcan en un contexto estático en donde los productos y los procesos de producción —la tecnología— de la empresa se consideran dados. Sin embargo, la *innovación* para reducir costes o para introducir nuevos productos está en la base de la estrategia competitiva de cualquier empresa. El proceso de innovación en la industria procede desde la investigación básica al desarrollo con perspectiva comercial pasando por la investigación aplicada, configurando las *actividades de I + D*. En el sector bancario, la innovación comparte elementos comunes con el sector industrial, aparte de sus características específicas. Repasemos brevemente los argumentos generales, avanzados por Schumpeter, que relacionan el tamaño y el poder de monopolio de la empresa con los incentivos a la innovación (7). Las *hipótesis schumpeterianas* serían: las grandes empresas innovan, en términos proporcionales, más que las pequeñas, y el poder de monopolio incentiva la innovación. Veamos cuáles son los argumentos que les dan soporte.

Las grandes empresas tendrán mayores posibilidades de innovación si existen *economías de escala* en las actividades de I + D, ya sea con respecto al mismo proceso o con respecto al tamaño de la empresa. Por ejemplo, el coste de establecimiento de un centro para el diseño de nuevos productos financieros puede resultar aproximadamente fijo en relación a la producción de resultados. Por otro lado, y relacionado con consideraciones anteriores, una gran empresa puede *diversificar* los proyectos y disminuir su exposición al riesgo. Debemos hacer notar, sin embargo, que este argumento descansa en la imperfección del mercado de capitales. Este mercado puede ser incapaz de diversificar el riesgo que conllevan los proyectos de I + D debido a un problema de información asimétrica: los inversores no tienen posibilidad real de evaluar la probabilidad de éxito de un proyecto determinado. La contrapartida a estos factores viene dada por la mayor *flexibilidad* que pueden presentar las empresas pequeñas para innovar, ya que su personal no está sujeto a trabas burocráticas y está mejor motivado. En este sentido, es conocido el problema que tienen algunos grandes laboratorios y centros de investigación de empresas para retener al personal que han formado, puesto que existen grandes incentivos a establecerse por cuenta propia.

Existen tres argumentos que asocian el poder de monopolio de una empresa con mayores incentivos a la innovación. El primero se basa en el problema de la *apropiabilidad* de los resultados de las actividades de I + D. Este problema puede ser particularmente grave en lo que respecta a la innovación en servicios

financieros. Una empresa que controla, o que cree poder controlar, el mercado en principio tendrá más facilidad para explotar sin peligro de imitación las innovaciones realizadas. En este sentido, la expectativa de conseguir monopolizar el mercado sirve de acicate al esfuerzo en I + D. El segundo se refiere al mayor incentivo a la innovación que tiene un monopolio precisamente para mantener su poder de mercado. El tercero considera las mejores posibilidades de financiación, autofinanciación por ejemplo, y de asignación de recursos, debido a la holgura en términos organizativos que posee una empresa monopolística. Es preciso hacer notar, sin embargo, que, salvado el problema de la apropiabilidad, las presiones que ejerce un mercado competitivo pueden ser el estímulo más eficaz a la actividad innovadora. En todo caso, los argumentos anteriores no pueden sustituir a un análisis riguroso.

Estas observaciones generales no nos deben hacer olvidar que el proceso innovador presenta características propias en el sector financiero. Es obvio que las actividades de I + D de las empresas bancarias no necesitan de laboratorios de investigación de elevado coste. No obstante, la innovación en la gestión, en el *software* del proceso informático y el desarrollo de nuevos productos y servicios necesitan de grupos especializados. La innovación financiera se ha presentado como reductora de costes con el proceso de informatización y como introductora de nuevos productos. La renovación tecnológica ha supuesto una mejora notable en el tratamiento de la información, la automatización de tareas repetitivas y la introducción del autoservicio. Estos

cambios se han dado en un marco de desregulación y de inflación en donde la banca comercial ha tenido que salir de sus líneas tradicionales —depósitos y préstamos— para hacer frente al proceso de desintermediación y a los nuevos competidores, tales como compañías de seguros, fondos de inversión y asesorías de valores (8). Los papeles tradicionales de las entidades financieras han quedado obsoletos en un marco menos regulado. La experiencia internacional demuestra que las regulaciones del sector financiero —limitando los tipos de interés y segmentando el mercado— han servido durante mucho tiempo para aminorar la rivalidad entre las instituciones financieras y configurar un sector de elevada rentabilidad. Una vez desaparecidas estas restricciones, las entidades financieras tienden a configurarse como empresas *multiproducto* en las que depósitos y créditos de tipo tradicional en un banco comercial conviven con cuentas de mercado monetario, pólizas de seguro, gestión de valores, créditos hipotecarios y servicios de asesoría personal, configurando la noción de *supermercado financiero*. Con respecto a las relaciones con las empresas, los servicios de asesoría, gestión de tesorería y apoyo a las emisiones de pagarés de empresa (*commercial paper*) se han multiplicado. En este contexto, es preciso destacar que las entidades gigantes no han sido las primeras introductoras de las innovaciones en general. Por ejemplo, Merrill Lynch (banca de inversión) fue la introductora de la exitosa cuenta global *Cash Management Account* (cartera de valores/cheques/tarjeta de crédito). Las cuentas de mercado monetario fueron introducidas por la banca comercial como respuesta a los fondos

de inversión. Por otra parte, las innovaciones en el proceso de datos y en las transacciones —cajeros automáticos, por ejemplo— constituyen un ahorro importante de costes que requiere entidades de un tamaño mínimo. En contraste con otros sectores —en donde el balance de los estudios empíricos tiende a desestimar la hipótesis que da una ventaja a las grandes empresas en las actividades de I+D, aunque se reconoce que un grado moderado de concentración y de barreras a la entrada favorece a la innovación—, todavía no se dispone de suficientes estudios empíricos que relacionen la capacidad de innovación con el tamaño o la concentración en el sector financiero. Por consiguiente, todas las observaciones hechas deben ser tomadas como provisionales y sujetas a revisión.

4. Fusiones y acuerdos

Las economías asociadas al tamaño se pueden realizar mediante el crecimiento interno de la empresa o bien mediante *acuerdos o fusiones* con otras entidades. No obstante, es preciso hacer notar que el proceso de absorción o fusión se puede justificar, independientemente de la consecución de economías al nivel de las empresas fusionadas, cuando la entidad absorbida está gestionada ineficazmente. En este caso, es de esperar que el valor de mercado, la cotización de las acciones de la empresa mal gestionada, sea inferior a su valor potencial real y, por tanto, existen incentivos a que otras empresas con mayor capacidad de gestión traten de obtener el control y realicen plenamente el potencial de la empresa. Las empresas también pueden llegar a acuerdos

para la coordinación y realización conjunta de determinadas actividades sin que ello implique fusionarse. El caso típico son *joint ventures* entre empresas, en particular en actividades de I + D en la industria. En el sector financiero, estos casos de cooperación incluyen créditos sindicados y explotación conjunta de redes informáticas.

III. INCENTIVOS PRIVADOS E INTERES PUBLICO

En la medida en que las entidades de mayor tamaño gocen de ventajas en términos de costes, habrá un incentivo a crecer para las empresas privadas. Un motivo adicional es la consecución de *poder de mercado*, puesto que éste va asociado normalmente a la dimensión de la empresa. En general, la estrategia de toda empresa privada es precisamente crear «imperfecciones» en el mercado, tales como ofrecer un producto diferenciado, para así poder explotar una situación de monopolio relativo.

En términos abstractos, las empresas tienen a su disposición dos grandes *estrategias competitivas*: liderazgo en costes y diferenciación del producto.

De acuerdo con la primera, la empresa intentará producir a un coste más bajo que los competidores mediante el desarrollo de tecnologías e inversiones que abaraten el proceso de producción y la explotación de las economías de gran tamaño. La empresa también puede intentar aprovecharse de la curva de experiencia e intentar mantener un coste más bajo que los competidores manteniendo siempre una producción acumulada superior. Esta

era la estrategia recomendada por el Boston Consulting Group. Una cuota de mercado mayor suponía una ventaja en costes, al estar la empresa situada en una posición más favorable en la curva de experiencia.

De acuerdo con la segunda, la empresa intentará crear una posición de monopolio relativo introduciendo una «imperfección» en el mercado, al diferenciar su producto. De esta manera, la empresa percibirá una elasticidad de demanda finita y obtendrá un cierto poder de mercado. El esfuerzo en I + D para introducir nuevos productos, y los gastos de publicidad para crear la imagen y dar a conocer el producto, además de consolidar la reputación de la firma, serán cruciales a este respecto.

En la búsqueda del beneficio, la empresa intentará crear *barreiras a la entrada* en sus líneas de actividad. Toda inversión de la empresa, ya sea en capacidad productiva, I + D o publicidad, puede tener un componente estratégico de protección defensiva de su mercado, e incluso de ataque ofensivo a las posiciones de las firmas rivales. Así, por ejemplo, la empresa bancaria puede constituir una red de oficinas que no deje «hueco» para posibles competidores en el negocio al por menor. En términos similares, la creación de una imagen de marca y reputación que cree lealtad en los consumidores supone una desventaja para los entrantes potenciales. La innovación de la empresa financiera puede tener el objetivo de hacer aumentar los costes o colocar en situación desventajosa a las firmas rivales. Este es el caso del diseño de cajeros automáticos incompatibles, que reducen el mercado potencial de los competidores y pueden llegar a prevenir su entrada en el mer-

cado. Sin barreras a la entrada, una empresa bancaria multiproducto será viable competitivamente solamente si no existe un conjunto de empresas que pueda producir los mismos productos a un coste menor. Si este conjunto alternativo de empresas existiera, podría capturar el mercado del banco original ofreciendo unos precios más atractivos.

En el sector bancario, la revolución que ha supuesto el proceso de liberalización, de desintermediación y de creación de nuevos y poderosos instrumentos financieros a nivel internacional ha hecho surgir estrategias competitivas que rompen con los moldes preestablecidos. Entre ellas destaca la noción de «supermercado financiero», a la que hemos aludido anteriormente, según la cual la empresa bancaria o financiera debe ofrecer toda una gama de servicios y productos diferentes para satisfacer a la clientela (desde distintos tipos de cuentas de depósito, gestión de cartera hasta asesoramiento financiero). En los EE.UU. se calcula que aproximadamente la mitad de las familias con ingresos elevados muestran su preferencia por confiar sus asuntos financieros a una sola institución. De acuerdo con este análisis, empresas financieras tan distintas como Citicorp (banca comercial), Merrill Lynch (banca de inversión), Prudential-Bache (seguros) y American Express (tarjetas de pago y viajes) parecen seguir este camino para hacer frente al nuevo marco competitivo (9). El éxito de los nuevos productos de estas compañías parece fundamentarse más en la innovación financiera que en el tamaño de la empresa. Esta afirmación se corrobora al considerar el impacto comercial internacional de entidades cuyo tamaño está lejos

de los gigantes financieros mundiales, tales como la banca de inversión americana y algunos *merchant banks* ingleses. Por ejemplo, la mayor banca de inversión (*investment bank*) americana, Merrill Lynch, tenía en 1983 unos activos totales aproximados de 26.000 millones de dólares, mientras que Citicorp multiplicaba con creces esta cifra. En términos esquemáticos, la industria bancaria americana se divide en tres grandes grupos, dejando aparte las instituciones de ahorro. El primero lo constituyen los grandes bancos comerciales —que se están diversificando hacia actividades de banca de inversión—; el segundo, bancos regionales pequeños con una tasa de crecimiento muy elevada y rentabilidad, en general, superior al primer grupo, y, finalmente, los bancos con problemas, fundamentalmente en el Suroeste (10). De esta situación destaca la mayor rentabilidad del grupo segundo, de bancos pequeños.

La competitividad a nivel internacional en el sector financiero se puede obtener a través de la innovación. Simplificando un poco podríamos decir que existen dos estrategias para asegurar una presencia en condiciones no desventajosas en los mercados financieros internacionales. La primera se basaría en la dimensión de la entidad, y trataría de agotar las economías de escala y de alcance, intentando obtener una posición ventajosa mediante una política de ocupación exhaustiva de todos los espacios del mercado, tanto en actividades de banca al por mayor como al por menor. En este caso, el concepto novedoso de «supermercado financiero» y el concepto, más tradicional en el continente europeo, de «banco universal» se llevarían hasta sus últimas consecuencias.

La segunda estrategia se basaría en la especialización en un segmento del mercado en donde la empresa tenga una ventaja comparativa, en cuyo caso la dimensión de la empresa no es un factor crítico.

Hasta el momento no hemos entrado en consideraciones sobre la conveniencia de fomentar entidades financieras de gran tamaño desde una *perspectiva pública*. Podemos distinguir argumentos a favor y en contra de la existencia de grandes empresas financieras tomando como criterio el bienestar social. El primer argumento positivo se basa en la *realización de economías* asociadas a empresas de grandes dimensiones, a las que hemos aludido anteriormente. No obstante, los incrementos en la eficiencia de las empresas financieras pueden no redundar en beneficio del público si se ven acompañados por un *incremento de la concentración* y del poder de mercado de los grandes grupos. Los estudios de economía industrial —referidos a sectores no financieros— señalan, en general, que los mercados están más concentrados que lo necesario desde el punto de vista técnico (11). En mercados dominados por unos pocos competidores, destaca la posibilidad de llegar a acuerdos colusivos, sean éstos explícitos o tácitos, que restringen el funcionamiento competitivo del mercado. Por otro lado, la existencia de mecanismos de apoyo institucional a los bancos que tienen dificultades, en los que la autoridad pública se erige en prestador en última instancia, comporta que exista un incentivo para las entidades financieras a tomar posiciones demasiado arriesgadas. La cuestión del «riesgo moral» (*moral hazard*) en la terminología anglosajona. En el caso de que

las inversiones den resultado, el beneficio será para el banco; en caso contrario, el erario público se hará cargo del problema. Entidades de gran tamaño pueden tener entonces incentivos a mantener una cartera demasiado arriesgada, puesto que saben que la autoridad pública no las dejará «caer» en caso de dificultades, por los efectos que se generarían en el conjunto de la economía (no hace falta forzar la imaginación para encontrar ejemplos recientes de este tipo de comportamiento en nuestro país).

Un factor que juega a favor del proceso de concentración es la posibilidad que da a las empresas gestionadas más eficientemente para hacerse con el control de empresas con problemas de dirección y gestión, como ya hemos mencionado anteriormente. El resultado es un ahorro de recursos reales y un incremento del bienestar social siempre que no aumente el poder de monopolio en el mercado como consecuencia de la absorción. Las absorciones actúan, pues, como un *mecanismo de disciplina* externo de la gestión y dirección de la empresa.

Hemos argumentado cómo el gran tamaño de la empresa y el poder de monopolio que le puede ir asociado tiene efectos negativos para la eficiencia estática de los mercados. Una fusión entre empresas puede disminuir los costes de producción, pero a la vez puede elevar los precios, debiéndose determinar qué efectos predominan en el cómputo total de bienestar. La valoración social de la fusión se complica al tener en cuenta las implicaciones para la eficiencia dinámica del tamaño y el poder de monopolio.

Las fusiones entre empresas, en cualquier sector, pueden mejorar la eficiencia económica en

el proceso de innovación, al ayudar a paliar el problema de apropiabilidad de sus resultados, evitar la duplicación del esfuerzo en I + D —puesto que su resultado es un bien público, es socialmente improductivo que distintas empresas sigan el mismo camino y obtengan la misma conclusión—, aprovechar las complementariedades y experiencias distintas de grupos de investigación de orígenes diversos, realizar economías de escala y diversificar el riesgo más efectivamente. Los posibles efectos no deseables de las fusiones son provocar la ineficiencia dinámica en el proceso de innovación, bien aminorando su ritmo al evitar la confrontación competitiva en el mercado, si no existe amenaza de entrada, o bien innovando demasiado rápidamente como medio de prevenir la entrada en el mercado, reforzar el poder de monopolio en el mercado del producto e innovar con el único propósito de dejar a los rivales en desventaja sin proporcionar beneficios reales a los consumidores. Es importante notar que todos estos efectos, tanto los positivos como los negativos, se pueden derivar de las fusiones o de los acuerdos de cooperación en I + D entre empresas sin que necesariamente se llegue a la formación de una empresa. En el caso de acuerdos se debe añadir un efecto positivo potencial: el incremento de competencia en el mercado del producto al aumentar el número de empresas que tienen acceso a la innovación y que sin el acuerdo de cooperación no hubieran podido costear el proceso de innovación. Con respecto a los negativos, algunos quedan aminorados, en particular el posible reforzamiento del poder de monopolio en el mercado del producto, puesto que las empresas ahora actúan independientemente a este nivel. No se puede

descartar, sin embargo, que los acuerdos de I + D faciliten el acuerdo en precios. Ordover y Willing (1985) concluyen que si el acuerdo de I + D no facilita la colusión a nivel del mercado del producto, entonces acelera el proceso innovador e incrementa el grado de competencia en el mercado si los participantes en el acuerdo se enfrentan fundamentalmente a la competencia en I + D de rivales externos, más que entre ellos mismos. Por otra parte, si los participantes tienen más que perder como consecuencia del resultado de sus esfuerzos individuales que del de retrasarse con respecto al resto de las empresas del mercado, entonces el acuerdo de I + D puede retardar el proceso de innovación.

Las consideraciones hechas en este apartado ponen de manifiesto la complejidad del análisis coste/beneficio a nivel público en lo que respecta la conveniencia de favorecer entidades de gran tamaño. A los argumentos presentados habría que añadir dos más. En primer lugar, el posible *interés estratégico* que, desde el punto de vista de un estado puede tener el contar con entidades financieras de gran tamaño y competitivas a nivel internacional. En este sentido, entidades nacionales de mayor tamaño pueden tener una capacidad de resistencia mayor a intentos de absorción, «tiburoneo» en el argot financiero de moda, por parte de empresas extranjeras (12). En segundo lugar, la *concentración del poder económico* que suponen las grandes empresas puede no ser deseable desde un punto de vista global, dada la correlación existente entre poder político y poder económico. La libertad de elección y de oportunidades que sustentan el proceso democrático puede verse ame-

nazada por las acciones de los grandes grupos económicos y financieros. Históricamente, el origen de la legislación *antitrust* en los EE.UU., en el siglo XIX, y en Europa, en el proceso de formación del Mercado Común, está ligado a un intento de difusión del poder económico privado y de protección de la libertad individual.

IV. EL SECTOR BANCARIO ESPAÑOL

Hasta el final de los años setenta el sistema bancario español se configura como un sistema cerrado, protegido de la competencia externa y poco innovador, fuertemente regulado y controlado por los grandes bancos. El grado de coordinación y de concertación de las políticas de los grandes bancos ha sido muy elevado, manteniendo sus dirigentes una conocida reunión semanal para tratar aspectos de interés común sobre la marcha del negocio bancario. Se puede decir que los grandes bancos han dominado el panorama financiero e industrial español durante mucho tiempo. La contrapartida para el Estado ha sido que han proporcionado financiación barata a proyectos públicos mediante los coeficientes de inversión obligatoria. El resultado es un sector poco eficiente, con costes de transformación elevados, pero de rentabilidad alta, debido a la falta de competencia efectiva y a la protección del mercado. La posición del sector era realmente cómoda, puesto que conseguía su *input* principal, el dinero de los depósitos, prácticamente a precio cero, dado el bajo nivel de sofisticación del sistema fi-

nanciero y de los agentes individuales.

Esta situación es incompatible con la apertura al mercado internacional y la integración en la CEE. El proceso liberalizador ha sido lento durante un dilatado período de tiempo, acelerándose recientemente. La Ley de Ordenación Bancaria de 1962 permitió la creación de bancos nuevos e introdujo los bancos industriales, iniciando un proceso de disminución de la concentración bancaria.

La evolución del sistema bancario en España, desde los años cincuenta hasta principios de los ochenta, se ha caracterizado por una disminución del nivel de concentración. Este fenómeno se dio con particular fuerza en los años sesenta debido, fundamentalmente, al rápido crecimiento de los bancos de tamaño medio, que implicó un decremento en el grado de desigualdad de la distribución por tamaños de las entidades bancarias. La disminución del grado de concentración se explica entonces no por un incremento del número de bancos, de hecho éste disminuyó ligeramente en el período mencionado, sino por un reparto más igualitario, en términos relativos, del mercado (13). A este proceso se ha añadido recientemente la irrupción de la banca extranjera desde 1978. Existe un consenso en que la banca extranjera, a pesar de las limitaciones legales a su actuación, ha constituido un elemento innovador y dinamizador del sistema financiero español. Según el protocolo de adhesión a la CEE, el Estado español podrá controlar en el período transitorio el establecimiento de instituciones bancarias, y también el ritmo de incremento del número de oficinas y del porcentaje máximo de financiación ajena en

el mercado interior de las entidades extranjeras, hasta alcanzar la liberalización total en 1992.

La liberalización en el establecimiento de sucursales de 1974, junto con los límites existentes a los tipos de interés, produjo una expansión muy importante de las oficinas bancarias, debido a que el coste de los depósitos era muy bajo. El número de oficinas pasó de 9.093 en 1976 a 16.471 en 1986 (14). El proceso de liberalización de los tipos de interés empezó en 1969, fue consolidado en los Pactos de la Moncloa de 1977 y recibió un impulso fundamental en 1981, hasta la liberalización total de 1987. Es curioso que este proceso haya ido por delante de la liberalización de los coeficientes de inversión obligatoria. Los bancos no pueden optimizar sus inversiones debido a los coeficientes, pero en cambio deben intentar ofrecer los mejores términos posibles a los depositantes.

El estudio realizado por Fanjul y Maravall (1985, cap. 3) sobre la existencia de *economías de escala* en el sector bancario, con datos de 1979, no ha sido concluyente, siguiendo pautas similares a estudios en otros países. Sin embargo, no se han detectado deseconomías de escala y, por el contrario, se han encontrado rendimientos crecientes respecto a algunas variables, como el valor medio de los depósitos y el número de cuentas por oficina, y constantes respecto a otras, como el número de oficinas. En un contexto de tipos de interés regulados se explica entonces la política de expansión de oficinas, al tratar de maximizar las entidades financieras la captación de recursos, tal como hemos explicado anteriormente. Sería necesario realizar más estudios con un enfoque multiproducto para

profundizar en la existencia de economías de escala y de alcance en el sector bancario español, sobre todo a partir de la desregulación de tipos de interés y del desarrollo del proceso de informatización.

Según el estudio coordinado por Castells (1986) sobre el estado de las nuevas tecnologías en España, la incidencia de la *automatización* en la operativa bancaria se está produciendo, de momento, mucho más en el interior de la oficina que en el exterior con el autoservicio. Por otra parte, los autores encuentran un grado de informatización muy desigual. Una jerarquía, con los bancos más tecnificados a la cabeza, sería: Santander, Bilbao, Hispano-Americano, Central, Banesto, Vizcaya y Popular. Sin embargo, el estudio afirma que «no son los bancos más informatizados los que tienen mayores beneficios por empleado, sino aquellos de menor dimensión» (pág. 220). El proceso de informatización está más avanzado en las cajas de ahorros, y éstas están mejorando sus resultados económicos en

mayor medida que los bancos en términos de producción y rentabilidad (véase el cuadro n.º 1). Los autores creen que la reestructuración que suponen las nuevas tecnologías presenta más problemas en las organizaciones mayores.

La evidencia de la relación entre *tamaño y rentabilidad* en el sector bancario español no favorece a las grandes entidades. Aparte de la observación de Castells, el estudio de Lafuente y Salas (1983), con datos de los años setenta, y en lo que se refiere a bancos, tiende a encontrar una relación negativa entre tamaño e índices de rentabilidad. Por otra parte, si nos restringimos a los siete grandes, excluyendo al Banco Exterior, el cuadro n.º 2 nos proporciona la rentabilidad neta sobre fondos propios y nos indica, en términos impresionísticos, que los bancos mayores no tienden a tener una rentabilidad mejor, puesto que el *ranking* por activos totales en 1986, y según la revista *Dinero*, es: Central, Banesto, Bilbao, Hispano, Santander, Vizcaya y Popular.

CUADRO N.º 1

RESULTADOS ECONOMICOS. TASAS DE VARIACION 83/79

	Producción TV 83/79	Rentabilidad TV 83/79 rentabilidad (a)	Beneficios TV 83/79 beneficios empleado (b)
Banesto	209	74	187,1
B. Central	251	81	192,8
B. Hispano	205	101	202,8
B. Bilbao	227	86	205,9
B. Vizcaya	226	106	233,3
B. Santander	246	92	232,1
B. Popular	224	139	241,7
C. Pensiones	260	111	171,7
Caja Madrid	313	124	175,1
Caixa Barna	306	319	257,3

(a) Rentabilidad = Beneficio neto/Recursos propios.

(b) Beneficios netos.

Fuente: Castells (1986), pág. 219.

CUADRO N.º 2
RENTABILIDAD DE LOS FONDOS PROPIOS
 (En porcentaje de beneficio neto sobre fondos propios medios)

	1986	1985	1984
1. Popular	20,07	19,02	12,87
2. Vizcaya	18,44	15,01	13,54
3. Bilbao	17,42	14,01	12,14
4. Santander	15,48	13,82	11,78
5. Central	14,58	11,28	10,90
6. Hispano	10,27	8,61	0,13
7. Banesto	—	12,64	11,95
MADIA SIETE GRANDES ...	12,83	13,07	10,52

Fuente: Dinero, 30-6-1987.

Asimismo, en el cuadro número 3 vemos que la posición en el *ranking* nacional de rentabilidad bruta sobre fondos propios de los siete grandes no es espectacular.

¿Cuál es la posición relativa del sector bancario español en relación al europeo? No hay duda de que la dimensión de la banca española es sustancialmente inferior a la europea, por no decir la japonesa o la gran banca americana. El cuadro n.º 4 nos presenta las instituciones bancarias españolas,

junto con algunos destacados bancos internacionales, que aparecen en el *ranking* de los 500 primeros bancos de *The Banker* para 1986. Observamos que el Banco Central —el mayor español en 1986, ocupando el lugar 103 en el mundo y el 47 en Europa— es más de cinco veces inferior, en términos de activos, que el mayor europeo, el *Crédit Agricole* de Francia, y más de ocho veces menor que el mayor del mundo, el *Dai-Ichi Kangyo Bank* de Japón. Sin embargo, en relación al PIB de cada país, los grandes bancos

españoles son comparables, por ejemplo, a los alemanes o italianos. El mayor banco de cada uno de estos países representa entre el 11 y 14 por 100 del PIB respectivo.

España tiene, después de la expansión producida a partir de 1974, el número de oficinas bancarias más elevado de toda la CEE, del orden de 16.000. Solamente el Reino Unido se le acerca. El número de habitantes por oficina, 2.000 aproximadamente, es solamente inferior en Luxemburgo y Dinamarca. Alemania e Italia, por ejemplo, tienen del orden de 10.000 habitantes por oficina. Estas oficinas son de escasa productividad, como lo atestigua el hecho de que el volumen de créditos concedidos por oficina sea el más bajo de la Comunidad: cinco veces inferior a Francia o el Reino Unido, por ejemplo. También la relación de créditos por empleado es de las más bajas. La mitad que en Alemania, Francia o el Reino Unido. Asimismo, los costes de transformación de la banca española son superiores a los de la europea. En 1986 éstos se situaban

CUADRO N.º 3
RENTABILIDAD BRUTA DE LOS FONDOS PROPIOS

ACTIVO TOTAL		Nombre del banco	FONDOS PROPIOS		BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS RESPECTO FONDOS PROPIOS	
Ranking	A1 31-12-86 (mill. ptas.)		A1 31-12-86 (mill. ptas.)	Ranking	%	Ranking
1	2.619.043	Central	143.563	1	18,54	50
2	2.464.954	Español de Crédito	142.319	2	—	—
3	2.200.819	Bilbao	109.510	5	22,80	41
4	2.110.097	Hispano Americano	113.253	3	11,50	75
5	2.109.793	Exterior de España	—	—	—	—
6	2.048.250	Santander	113.176	4	20,77	46
7	1.695.868	Vizcaya	98.668	6	24,42	37
8	1.062.227	Popular Español	63.522	7	28,80	27

Fuente: Dinero, 30-6-1987.

CUADRO N.º 4

ACTIVOS Y DEPOSITOS DE LOS GRANDES BANCOS

PUESTOS 1986		Banco y oficina central	Activos (*) (cuentas de orden excluidas)	Total depósitos (*)
Mundial	Europeo			
1		Dai-Ichi Kangyo Bank (Tokyo)	240.742	186.932
6		Citicorp (New York)	191.355	114.689
9	1	Crédit Agricole (Paris)	154.407	131.712
10	2	Banque Nationale de Paris (Paris)	141.871	120.292
12	3	Crédit Lyonnais (Paris)	132.076	113.780
14	4	Deutsche Bank (Frankfurt)	131.808	81.356
17	5	National Westminster Bank (London)	122.862	107.285
18	6	Barclays (London)	116.380	96.275
20	7	Société Générale (Paris)	116.013	97.834
24		Bank America Corp (San Francisco)	102.204	82.205
26	8	Dresdner Bank (Frankfurt)	101.185	62.161
28	9	Union Bank of Switzerland (Zurich)	93.278	81.079
41	15	Banca Nazionale del Lavoro (Roma)	72.695	38.567
47	18	Algemene Bank Nederland (Amsterdam)	66.908	58.571
60	26	Générale de Banque (Bruselas)	55.734	52.047
93	41	Creditanstalt-Bankverein (Viena)	32.480	30.097
103	47	Banco Central (Madrid)	28.195	25.151
104	48	Skandinaviska Enskilda B. (Stockholm)	28.018	20.387
127	57	Banco Hispano Americano (Madrid)	22.512	17.885
129	58	Banco de Bilbao (Bilbao)	21.904	18.435
131	59	Union Bank of Finland (Helsinki)	21.834	17.696
132	60	Banco Español de Crédito (Madrid)	21.798	18.134
137	63	Banco de Santander (Santander)	20.946	18.526
139	64	Banco de Vizcaya (Bilbao)	20.793	18.545
141	65	National Bank of Greece (Athenas)	20.466	17.232
149	66	Banco Exterior de España (Madrid)	19.141	16.468
214	74	Copenhagen Handelsbank (Copenhagen)	13.178	11.341
221	78	Banco Popular Español (Madrid)	12.592	10.982
232	84	Bank of Ireland (Dublin)	11.852	10.529
246	89	Caixa Geral de Depositos (Lisboa)	10.876	8.815
250	90	Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Madrid	10.515	8.781
486	94	Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Barcelona	3.880	3.538
494	96	Caja de Ahorros de Zaragoza, Aragón y Rioja (Zaragoza) ...	3.817	3.476
500	99	Banco de Sabadell (Sabadell)	3.712	3.109

(*) En millones de dólares.

Fuente: The Banker, julio de 1987.

ligeramente por debajo del 3 por 100 del activo total medio, mientras que en Europa se sitúan en torno al 2 por 100. La tendencia para la banca española es a la reducción de costes; en 1978 los costes de transformación estaban al nivel del 3,5 por 100. Sin embargo, el margen de intermediación y la rentabilidad de los bancos españoles son, en general, superiores a los de los bancos europeos. Así, según datos de 1983, la rentabilidad media sobre

recursos propios de la gran banca española era cercana al 12 por 100, mientras que la de Alemania, Bélgica, Francia e Italia oscilaba alrededor del 7 por 100, y la del Reino Unido era del 10 por 100 (15). El margen de intermediación de la banca española (diferencia entre el coste y el precio del dinero) está cerca del 4,5 por 100 sobre activos, mientras que en Alemania o Francia, por ejemplo, es inferior al 3 por 100 (16).

El sector bancario español se configura, pues, en términos relativos, como un sistema poco eficiente e innovador, pero rentable. La explicación está en que hasta fechas recientes el grado de competencia ha sido bajo, debido a la regulación (como los límites a los tipos de interés), la protección del mercado español y los acuerdos implícitos y explícitos de los grandes bancos.

V. CONCLUSIONES

Parece haber un acuerdo sobre la necesidad de modernizar todo el sistema bancario español para hacer frente a la plena integración del mercado europeo en 1992. La pregunta crucial es cuál es la estrategia óptima para las entidades españolas, a fin de conseguir un nivel competitivo internacional. La respuesta, simple en teoría, es que cada empresa debería buscar su ventaja comparativa y actuar en consecuencia. ¿Es preciso para ello consolidar entidades, a fin de crear empresas bancarias de tamaño comparable a las de nuestros competidores en la CEE?

Los criterios expuestos anteriormente pueden servir de pauta para el análisis. Recapitulando brevemente:

1. *El gran tamaño de la empresa financiera no es una condición ni necesaria ni suficiente para asegurar su competitividad en el mercado internacional.* La evidencia teórica y empírica abonan esta conclusión. No es una condición suficiente, basta recordar a título de ejemplo los problemas del Bank of America. No es necesaria, el caso de la banca de inversión americana y de algunos *merchant banks* británicos lo demuestra. No hay que obsesionarse por los *rankings* de tamaños. Conseguir clasificar a una empresa financiera entre las 50 primeras a nivel mundial o entre las 30 primeras a nivel europeo no es garantía de competitividad.

2. *No existe una vía única para competir en los mercados financieros a nivel internacional.* Una empresa puede encontrar su ventaja comparativa en la especialización en un segmento

del mercado, en una estrategia de «supermercado financiero», o bien en una versión moderna del «banco universal». La última opción requerirá un tamaño mínimo que puede ser importante, pero no ocurre necesariamente así en el caso de las dos anteriores.

3. *Una dinámica innovadora y una gestión eficaz son condiciones necesarias para asegurar la competitividad de la empresa financiera.* Para competir directamente en precios, se necesita reducir los costes de transformación para mantener el margen de intermediación, bien a través del proceso informático bien realizando economías de alcance mediante la expansión en líneas no tradicionales del negocio bancario. Para competir diferenciando el producto, se trata de desarrollar innovaciones financieras de alto valor añadido que generen comisiones por los servicios prestados. En cualquier caso, la capacidad de gestión y la innovación de proceso o de producto son esenciales.

El debate sobre el tamaño en España tiene antecedentes en el diseño de la política industrial en la Europa de la postguerra. Después de la segunda guerra mundial, se pensaba que las empresas europeas necesitaban incrementar su tamaño para competir eficazmente con el coloso americano, y por ello se inició una verdadera oleada de fusiones comparable al gran proceso de consolidación de finales del siglo XIX en la economía norteamericana. El resultado ha sido una equiparación de los tamaños de las grandes empresas europeas con los de las americanas. Sin embargo, existe el convencimiento de que la industria europea sufre todavía una desventaja comparativa con respecto a la americana, por no decir la japo-

nesa, después de la experiencia de la crisis económica. La razón está en la menor capacidad de adaptación ante circunstancias cambiantes, que las empresas europeas muestran en una menor capacidad de innovación —que implica un menor desarrollo de los sectores tecnológicamente punteros—, en una mayor rigidez en el funcionamiento de los mercados y en el proceso de entrada y salida, y en problemas de gestión de la gran empresa. Estas consideraciones se pueden extender, con matices, al sector bancario. Buena parte de la innovación financiera se ha originado en los EE.UU. En cierto sentido, la posición de España con respecto a Europa ahora es similar a la europea con respecto a los EE.UU. anteriormente. El tamaño de la gran empresa española es claramente inferior al europeo, y existe la percepción de que se deben equiparar para garantizar la competitividad de España, tanto en el sector industrial como en el financiero. La experiencia industrial europea sugiere que el proceso de concentración no es suficiente para lograr el objetivo deseado.

El análisis del sistema bancario español aconseja prudencia a la hora de lanzarse a un proceso de fusiones. Una fusión se puede justificar en términos de una estrategia de formación de un banco «global» en el proceso competitivo internacional, o bien en términos de una renovación de la gestión de entidades con problemas en este aspecto. Sin embargo, la consideración de las fusiones como *la vía universal* a la competitividad para los grandes bancos españoles no parece razonable, dada la evidencia expuesta en este trabajo. Por otra parte, el proceso de consolidación de la gran banca en España

conllevaría la elevación del grado de concentración en el mercado hasta límites muy elevados, que probablemente serían denunciados por las autoridades de defensa de la competencia de la CEE. ¡Se ha llegado a hablar de operaciones que darían a una macroentidad el 50 por 100 del mercado! El problema de poder de monopolio es particularmente acusado en el caso de la banca al por menor, debido a las barreras a la entrada existentes en este sector. En otras palabras, la consolidación de la banca española no comportaría una disminución del grado de competencia de la banca al por mayor en Europa, incluso lo podría aumentar, pero ciertamente existiría el peligro de monopolización en la banca al por menor en España, dependiendo de las dificultades de expansión encontradas por la banca extranjera. Esta problemática apunta a la necesidad de mantener un grado de competencia elevado en el mercado interno al mismo tiempo que se dota a las entidades españolas de la capacidad necesaria para competir en el mercado internacional. El instrumento idóneo parecen ser los *acuerdos o asociaciones* entre empresas que les permitan competir en condiciones favorables en el extranjero, sin que esto implique que estas mismas empresas no compitan en el mercado interno. Los acuerdos, por ejemplo, pueden ser tanto para desarrollar innovaciones como para explotarlas y comercializarlas conjuntamente, y para hacer frente a demandas de crédito de grandes clientes. Los acuerdos para penetrar mercados exteriores no tienen por qué restringirse a entidades españolas. De hecho, una asociación con algún banco extranjero puede ser la solución óptima para competir eficazmente a nivel internacional. Estas con-

sideraciones nos llevan a la formulación de la siguiente recomendación con respecto a la política pública.

Reconociendo que no existe un camino único para establecer una posición competitiva, aquellos procesos de fusión que comporten la realización de economías de escala o de alcance y una gestión más eficiente de la empresa financiera han de ser bienvenidos, siempre que no vayan asociados a una disminución del grado de competencia en el mercado. En caso de peligro para el grado de competencia, debe primarse la vía de los acuerdos o asociaciones entre empresas para competir efectivamente en el mercado internacional.

Los ingredientes del análisis están sobre la mesa, el resto debe ser prospectiva basada en un cuidadoso estudio empírico de la situación española. Sin entrar en ello, podemos aventurar la hipótesis de que solamente las empresas que racionalicen costes y tengan una política de innovación, dentro de una estrategia global consistente que anticipe las condiciones del nuevo marco competitivo, sobrevivirán como entidades independientes.

NOTAS

(*) El autor agradece a Jean Dermine una provechosa conversación sobre el tema que nos ocupa.

(1) En Vives (1988) he desarrollado un análisis paralelo del proceso de concentración industrial. Los dos trabajos tienen una base conceptual común. Para comodidad del lector, reproducimos en las secciones II y III del presente trabajo, con ilustraciones del sector financiero, el marco teórico de referencia presentado en el análisis industrial.

(2) Baumol *et al.* (1982) contiene un tratamiento técnico de las estructuras de coste multiproducto.

(3) Véase Ballarín (1985), cap. IX.

(4) Vives (1987) contiene una exposición introductoria de la aplicación de la teoría de juegos al análisis de economía industrial.

(5) La versión moderna corresponde a los mercados impugnables. Véase Vives (1986) para una revisión de los modelos teóricos que dan soporte tanto a la escuela de Chicago como a la visión tradicional en economía industrial, asociada a J. Bain.

(6) El contraste de estas hipótesis en sectores no financieros arroja un saldo débilmente favorable a la primera, aunque la evidencia recogida por el proyecto PIMS en los EE.UU. tiende a favorecer a la segunda en mercados con producto homogéneo. Véase Scherer (cap.

9, 1980) y Vives (1986) para una discusión más detallada.

(7) Un análisis más detallado, aplicado a sectores no financieros, se encuentra en Vives (1988).

(8) Véase Ballarín (1985), caps. 5 y 6.

(9) Véase Ballarín (1985), cap. V.

(10) Véase *The Economist*, 21 de marzo de 1987.

(11) Véase Vives (1988).

(12) Sin embargo, una vez consumada la absorción por parte de un grupo extranjero de una entidad de mayor tamaño el incremento de cuota de mercado en manos foráneas es también mayor. La batalla por la Société Générale de Banque de Bélgica refleja claramente esta problemática.

(13) Véase Fanjul y Maravall (1985), cap. 2.

(14) Véase *The Economist*, 22 de agosto de 1987.

(15) Véase Cuervo, Parejo y Rodríguez (1987), cap. 11, en donde también se proporciona una comparación a nivel de cajas de ahorros.

(16) Según datos aportados por el Ministro de Economía y Hacienda, Carlos Solchaga, el pasado diciembre en su intervención en la Comisión de Economía del Congreso.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BALLARÍN, E. (1985), *Estrategias competitivas para la Banca*, Ariel.

BAUMOL, W.; PANZAR, J., y WILLING, R. (1982), *Contestable Market and the Theory of Industry Structure*, Harcourt-Brace-Jovanovich.

BENSTON, G. J.; HANWECK, G. A., y HUMPHREY, D. B. (1982), «Scale economies in banking: A restructuring and reassessment», *Journal of Money, Credit, and Banking*, 14, págs. 435-456.

BERGER, A. N.; HANWECK, G. A., y HUMPHREY, D. B. (1987), «Competitive viability in banking: Scale, scope and product mix economies», *Research papers in banking and financial economics* (Federal Reserve Board, Washington, D.C.).

CASTELLS, (1986), *El desafío tecnológico: España y las nuevas tecnologías*, Alianza Editorial (texto sintetizado).

CUERVO, A.; PAREJO, J. A., y RODRIGUEZ, I. (1987), *Manual de sistema financiero: Instituciones, mercados y medios en España*, Ariel Economía.

FANJUL, O., y MARAVALL, F. (1985), *La eficiencia del sistema bancario español*, Alianza Universidad.

GILLIGAN, T.; SMIRLOCK, M., y MARSHALL, W. (1984), «Scale and scope economies in the

multi-product banking firm», *Journal of Monetary Economics*, 13, págs. 393-405.

LAFUENTE, A., y SALAS, V. (1983), «Concentración y resultados de las empresas en la economía española», *Cuadernos Económicos del ICE*, números 22/23.

ORDOVER, J., y WILLING, R. (1985), «Antitrust for High-Technology Industries. Assessing Research Joint Ventures and Mergers», *Journal of Law and Economics*.

PORTER, M. (1985), *Competitive Advantage*, The Free Press.

RHOADES, D. (1977), «Structure-Performance Studies in Banking: A Summary and Evaluation», S.E.S., n.º 92, Federal Reserve Board.

SCHERER, F. M. (1980), *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton Mifflin.

SMIRLOCK, M. (1985), «Evidence of the (Non) Relationship between Concentration and Profitability in Banking», *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 17, n.º 1.

VIVES, X. (1986), «Competencia estratégica en la teoría de la Organización Industrial», *Revista Española de Economía*, vol. 3, n.º 1.

— (1987), «Economía Industrial y Teoría de Juegos», Conferencia de Apertura y presentación, Terceras Jornadas de Economía Industrial, FEP, de próxima aparición en *Investigaciones Económicas*.

— (1988), «Concentración empresarial y competitividad ante 1992», de próxima aparición en *Economía Industrial*.