

Goirigolzarri: “Los bancos tenemos que escuchar lo que la sociedad nos pide y explicarle la utilidad de lo que hacemos”

El presidente de Bankia, José Ignacio Goirigolzarri, afirmó hoy que la banca española está en una situación de clara mejoría pero tiene por delante dos retos principales: su rentabilidad y su reputación.

“La sostenibilidad de un proyecto está, ni más ni menos, en que la sociedad lo encuentre útil, en que la sociedad quiera que existamos”

“Los bancos debemos tener una tolerancia cero hacia las malas prácticas o los comportamientos impropios”

“Ningún resultado ni ningún objetivo puede justificar la transgresión de los principios”

“Bancos no rentables o con rentabilidad insuficiente son una rémora para la sociedad”

“Hasta mayo, hemos duplicado el volumen de nuevo crédito a pymes y autónomos”

La respuesta al reto del mundo digital “debe partir de una única referencia: el cliente, sus necesidades y su evolución”

Sobre el primero de los aspectos, resaltó que "la banca española tiene una rentabilidad sobre fondos propios en el entorno del 4% o el 5%, muy alejado de su coste de capital, que es, en definitiva, el rendimiento que un inversor exige para comprar acciones".

Y este reto de rentabilidad "se agudiza si consideramos que la banca está sumida en una reglamentación que le requiere crecientes niveles de capital", apuntó Goirigolzarri. Explicó que "incrementar la rentabilidad en un entorno de tipos históricamente bajos y de desapalancamiento de la economía no es una tarea fácil".

Superar este reto, añadió el presidente de Bankia, "va a requerir de un excelente control del coste de riesgo, de la morosidad, además de una mejora constante del ratio de eficiencia".

La banca debe demostrar a la sociedad su utilidad

Sobre el segundo reto, el de la reputación, Goirigolzarri indicó que le otorga una "gran importancia" y aseguró que la banca tiene que "ocuparse" en hacer frente al mismo, "escuchando lo que la sociedad nos pide y explicando lo que hacemos, su utilidad", porque "la sostenibilidad de un proyecto está, ni más ni menos, en que la sociedad lo encuentre útil, en que la sociedad quiera que existamos".

En opinión del presidente de Bankia, la primera tarea que debe acometer la banca es "quitarse las mochilas del pasado". Para ello son necesarios varios pasos: por un lado, "reconocer los errores cometidos", y por otro, fijar una "clara línea de diferenciación con el pasado y siendo proactivos en la puesta en conocimiento de supervisores y órganos judiciales de operaciones no ortodoxas".

En tercer término, debe definirse "un código de valores auténtico" y ser "intolerante" con la transgresión de los mismos. Y, finalmente, "en un mundo en que se justifican los medios para obtener los fines, dejar claro que los cómo son tan importantes como los qué, o, dicho de otra forma, que en la organización resulte evidente que ningún resultado ni ningún objetivo puede justificar la transgresión de los principios".

"El sector y las entidades deben hacer un esfuerzo, y no es sencillo, de cambio de percepción", al tiempo que debe existir una "tolerancia cero hacia las malas prácticas o los comportamientos impropios", aseguró el presidente de Bankia.

"Este ejercicio de definición de un nuevo marco es necesario. Creo que el sector lo ha realizado o está en proceso y, desde luego, en Bankia llevamos más de tres años haciéndolo", afirmó Goirigolzarri.

Reconoció, no obstante, que esta actuación no es suficiente, pues la banca debe también hacer ver a la sociedad que "un sistema financiero sólido es necesario para asegurar un crecimiento sostenible de la economía, que es el medio para que los ciudadanos tengan un mejor nivel de vida. En definitiva, que somos útiles a la sociedad".

"Sin un sistema financiero sólido, la economía no se puede financiar y el efecto en la creación de riqueza es inmediato", advirtió el presidente de Bankia, quien recordó su experiencia en la crisis de las economías latinoamericanas en los años 90.

Goirigolzarri argumentó que "un sistema financiero sólido pasa por ser rentable, porque si la rentabilidad está por debajo del coste de capital que requieren los inversores, el sistema será débil, estará infracapitalizado, no podrá incrementar sus carteras de créditos y, por tanto, no podrá financiar a su economía, siendo un freno a su desarrollo".

Bancos no rentables son una rémora

"Por tanto", añadió, "y este es un concepto muy importante, una sociedad no debe pensar que los bancos no deben ganar dinero. Bancos no rentables o con rentabilidad insuficiente como para atraer

capital son una rémora para una sociedad. Y a esto no hay alternativas", remarcó.

"Llevo casi 40 años trabajando en banca. He trabajado directamente en muchos países, y no conozco ningún banco público en banca comercial de tamaño significativo que, conducido como instrumento de política económica, sea sostenible en el tiempo. A veces pienso que tenemos una memoria frágil. Pensemos qué era Bankia y cuál era su gobierno corporativo hace tres años", recordó.

"Debemos transmitir con claridad que el sistema financiero es clave para el futuro de una sociedad, un sistema financiero que debe ser rentable porque debe prestar un servicio excelente a los consumidores. Un sistema financiero transparente, con valores bien definidos, que no solo no se contraponen con la economía real, sino que tiene en ella su base y, de hecho, está a su servicio, lo que le obliga a una permanente escucha", incidió Goirigolzarri.

La banca, agregó, "encuentra justificación en el servicio a los clientes, porque sin clientes no hay puestos de trabajo ni sueldos ni legitimidad. Creo que es una realidad posible, de la que no estamos alejados hoy, pero que debemos trasladarla a la sociedad con realismo y transparencia, y también con convicción".

Sobre la situación de Bankia, Goirigolzarri explicó que "dista mucho de la que teníamos hace tres años. Hemos mejorado claramente", tras lograr una generación de capital de 4.000 millones de euros de forma orgánica, contar con un "excelente" ratio de eficiencia, que es "clave" para el futuro, una rentabilidad en línea para lograr el objetivo de tener un 10% al final de este año, aprobar el pago del primer dividendo de la historia de la entidad o tener abierto el acceso a los mercados, lo que permitió al Gobierno iniciar el proceso de recuperación de las ayudas inyectadas al banco.

El doble de crédito a pymes y autónomos

Pero esa mejora no esconde que "tenemos muchos retos, muchos de ellos comunes al resto del sector". El primero, explicó, es generar más ingresos, "lo que pasa por incrementar nuestra cartera de créditos", y en el caso de Bankia con especial atención al segmento de pymes y autónomos.

"El año pasado ya empezamos a mostrar brío en la concesión de nuevo crédito a pymes y autónomos, y en los cinco primeros meses de 2015 hemos duplicado el volumen de concesiones respecto a 2014".

Junto a la necesidad de obtener mayores ingresos, el segundo reto es la eficiencia. Para Goirigolzarri, "es el principal reto estratégico de nuestro sector". Y el primer aspecto sobre el que trabajar lleva a una "reducción radical del coste de nuestros procesos", un elemento en el que la tecnología "juega un papel clave", como lo ha jugado en el pasado. Por ejemplo, cada empleado gestiona hoy el triple de volumen de negocio que hace 20 años, y sin la tecnología esto no sería posible.

El segundo vector estratégico, detalló el presidente de Bankia, es la multicanalidad, que es una realidad presente que irá a más en el futuro. "Nosotros tenemos hoy un tercio de nuestros clientes que son multicanal, de los cuales el 42% se relacionan con el banco casi exclusivamente a través de canales distintos a las oficinas".

La velocidad de este cambio "dependerá del interés de los clientes. Son ellos quienes, con sus cambios de hábitos, marcarán el ritmo. Los bancos lo que debemos hacer es escuchar al cliente y acompañarnos a su ritmo".

A su juicio, "los vencedores serán aquellas entidades que, respondiendo a las demandas crecientes de los clientes en los canales virtuales, sepan adaptar sus redes tradicionales, combinar la multicanalidad y hacerse un hueco en la mente de los consumidores con ofrecimientos inteligentes y puntuales de productos y servicios en los canales convencionales y no convencionales".

"No debemos olvidar que hoy el 86% de las personas de la banca trabajan en oficinas y en la red se concentra el 60% de los gastos generales. Es una realidad de la que uno no se puede escapar hablando solo de la virtualidad".

Las personas, clave para diferenciar buenas y malas entidades

La banca debe poner en valor esa capacidad instalada, ese es su gran reto para los próximos años, y no debe ser vista como una "rémora, sino como la base de una oferta competitiva", defendió. Esta es la razón -añadió- por la que Bankia le está dedicando un importante esfuerzo a la segmentación de la red, con iniciativas innovadoras como las oficinas ágiles, las oficinas de asesoramiento, los centros de recuperaciones o el desarrollo de la figura del gestor personal remoto para aquellos clientes que prefieren el canal no presencial, "pero que quieren poder interactuar con personas cuando lo entiendan oportuno".

"A todo esto nos enfrentamos cuando hablamos de la transformación del sector, y no a la pregunta binaria de Internet sí o no. La realidad y el reto que tenemos por delante son mucho más complejos. El futuro será más digital y menos físico, pero la cuestión es el timing".

"La respuesta debe partir de una única referencia: el cliente, sus necesidades y su evolución", aseveró Goirigolzarri. "En el futuro, por mucha virtualización a la que asistamos, tengo claro que las personas seguirán siendo clave. La clientela va a querer aprovecharse de las facilidades de la tecnología, pero va a requerir también de una relación personal que tendrá su máximo valor en la asesoría y contratación de productos. Y en ello las personas seguirán jugando un papel clave en la diferenciación entre buenas y malas entidades".

Datos de contacto:

Bankia

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Finanzas](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>