

El autor analiza la situación del sector bancario en España y los desafíos que deben afrontar las entidades en medio de la actual coyuntura.

## Recuperar la rentabilidad: el gran reto del sector bancario



A FONDO

Joaquín Maudos

Ya han empezado a aparecer las secuelas de los tipos cero e incluso negativos del BCE. Además de los ahorradores, otra de las víctimas es el sector bancario, que está viendo caer su margen financiero, perjudicando su rentabilidad. Si a ello se le añaden unas mayores exigencias de capital, no es de extrañar que la mayor parte del sector bancario cotice muy por debajo de su valor en libros. Beneficio a la baja que encima hay que repartir entre muchos más accionistas es un coctel poco atractivo de beber por parte de un potencial inversor en el sector bancario.

**Es sorprendente que el endurecimiento de la regulación no haya reducido la prima que exige el inversor**

**El ajuste de la capacidad instalada del sector bancario en España debe continuar**

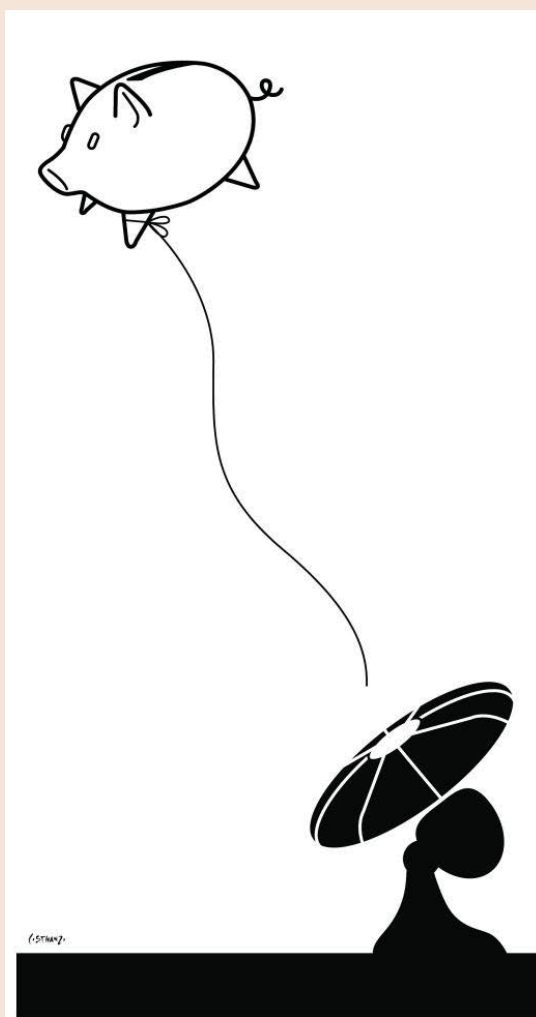
Tras sufrir un inevitable rescate en 2012 y realizar todos los deberes que imponía la asistencia financiera (el famoso memorándum de entendimiento, MoU), además de un profundo saneamiento (equivalente al 28% del PIB) y reestructuración (reducción del 32% de la red de oficinas y del 27% del empleo), el sector bancario español ya está en condiciones de realizar su labor de intermediación, dando el crédito necesario para financiar el crecimiento del consumo y de la inversión. Los datos están ahí: en 2015, el crédito a las pymes en nuevas operaciones ha crecido un

12,8%; en operaciones de más de un millón de euros a las empresas, un 7,8%; en hipotecas, un 33%; y el destinado al consumo, un 20,2%.

Si bien poco a poco se va recuperando el crédito, el aumento de la actividad no se traduce en mayor rentabilidad, ya que el margen en las nuevas operaciones está cayendo por tres motivos: por el impacto negativo de los reducidos tipos de interés de intervención del BCE; por el aplanamiento de la curva de los tipos —es decir, un recorte en el diferencial entre los tipos de interés a largo al que presta la banca y a corto al que se financia—; y por la creciente competencia por dar créditos. Como el margen en nuevas operaciones se redujo en 2015, es de esperar una caída del margen financiero por unidad de activo este año.

Si al recorte de márgenes unimos el hecho de que la banca tiene en sus balances más de 200.000 millones de activos improductivos (entre morosos e inmuebles adjudicados) que no aportan ingresos pero sí costes, aumenta aún más la presión sobre la cuenta de resultados. En este escenario, no hay más remedio que reducir costes y buscar otras fuentes de ingresos.

En torno a todos estos retos a los que se enfrenta la banca se articuló hace escasos días la VII Jornada sobre el sector bancario organizada por el Ivie. El gran reto es recuperar los reducidos niveles de rentabili-



dad, necesarios para hacer atractivo el sector a potenciales accionistas. El escaso *sex appeal* actual se debe tanto a la reducida rentabilidad (4,4% en relación a los recursos propios, ROE, en el negocio en España), como al elevado coste de captar capital, que ahora mismo se estima entorno al 8%. Es sorprendente que el endurecimiento que ha tenido lugar en la regulación exigiendo más capital (y de más calidad) no haya reducido la prima de riesgo que exige el inversor, ya que es de suponer que ahora con más capital el sector es mucho más seguro. Ob-

viamente, el inversor sabe muy bien lo que hace con su dinero, por lo que debe haber otros factores que expliquen la prima de riesgo que actualmente exigen.

El recorte del margen de intereses con el que intermedia la banca obliga a buscar otras fuentes de ingresos distintas al cobro de intereses. No hay más que ver la evolución de la estructura de ingresos de la banca española para constatar la creciente importancia de las comisiones bancarias, que en 2015 aportan el 22% de los ingresos totales netos, 4 puntos porcentuales (pp) más que en 2008.

Por unidad de activo, las comisiones han pasado del 0,35% en 2012 hasta el 0,41% en 2015.

En la vertiente de los costes operativos, a pesar de que han caído un 11% desde 2008, apenas se han reducido por unidad de activo, ya que el balance de la banca española ha “adelgazado” casi un 9% desde entonces. En paralelo, la eficiencia (coste por unidad de margen bruto) ha empeorado 6 pp de 2008 a 2015. En consecuencia, el ajuste de la capacidad instalada debe continuar, ya que, además de necesario, es compatible con el rápido avance de la digitalización bancaria.

### Respuesta a la demanda

La digitalización no es solo una respuesta para reducir costes, sino para satisfacer a la demanda. Además, la exigencia de canales alternativos a la oficina no es sólo una cuestión generacional, sino que también afecta a usuarios “no tan jóvenes”. Y para muestra un botón: según un reciente informe de la Fundación Telefónica, en un sólo año la población de entre 55 y 64 años ha aumentado 9 pp la utilización de Internet y desde 2010 casi 20 pp. Uno de los principales motivos es la utilización de la banca online, que ha aumentado en este grupo en 10 pp el año pasado.

Juntando piezas (márgenes a la baja, presión e incertidumbre regulatoria, desapalancamiento pendiente del sector privado que es un lastre para la reactivación del crédito, etc.), el actual escenario de tipos tan reducidos por las medidas no convencionales del BCE es el argumento perfecto para que los banqueros se quejen de los posibles efectos colaterales de esas medidas; en su caso, sobre la rentabilidad bancaria. El contraargumento fácil es imaginar en qué nivel estaría ahora la rentabilidad de la banca sin esas medidas. Les daré una pista: la prima de riesgo, antes de la actuación del BCE, superó los 600 puntos básicos en España. Creo que eso lo dice todo: sin la actuación de “Súper Mario” la situación económica sería mucho peor, y en consecuencia, la del sector bancario.

**Catedrático de Economía en la Univ. de Valencia, director adjunto del Ivie y colaborador de Cunef**

## Expansión

DIRECTORA ANA I. PEREDA

DIRECTORES ADJUNTOS: Manuel del Pozo y Martí Saballs

SUBDIRECTOR: Pedro Biurrun

Redactores Jefes: Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Tino Fernández, Estela S. Mazo, Javier Montalvo, Emelma Viana, José Oriñuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Clara Ruiz de Gaura (Nueva York)

Empresas: Yvonna Blanco / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Especiales Sorsoles García Pindado  
Emprendedores / Jurídico Sergio Saiz / Andalucía Simón Orribia / Comunidad Valenciana Julia Brines  
País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abela Chas / Bruselas Miquel Rog / Diseño César Galera / Edición Elena Sacanala

MADRID: 28033. Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta. Tel. 91 443 50 00. Expansión.com 902 99 61 11. / BARCELONA: 08080. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. Tel. 93 496 24 00. Fax: 93 496 24 05. / BILBAO: 48009. Plaza Euzkadi, 5. planta 10. sector 1. Tel. 94 473 91 00. Fax: 94 473 91 58. / VALENCIA: 46004. Plaza de América, 2.1.ª planta. Tel. 96 337 93 20. Fax: 96 351 81 01. / SEVILLA: 41011. República Argentina, 25. 9.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax: 95 427 25 01. VIGO: 36202. López de Neira, 3. 3.ª. Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Fax: 986 43 81 99. / BRUSELAS: Tel. (32) 2311932. NUEVA YORK: Tel. +1 303 5862461. Móvil: 639 88 52 02. / LONDRES: Tel. 44 (0) 20 77825331.

DIFUSIÓN CONTROLADA POR



Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323



Unidad Editorial

PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO

VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI

DIRECTOR GENERAL: Javier Cabrero

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES: Aurelio Fernández

DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD: Jesús Zaballa

PUBLICIDAD: DIRECTOR DE PUBLICIDAD ÁREA PRENSA: Gonzalo Casas / DIRECTOR DEL ÁREA DE PUBLICIDAD DE EXPANSIÓN: Miguel Suárez  
COORDINACIÓN: Esteban Garrido. Tel. 91 443 52 98. Fax: 91 443 56 47. / MADRID: Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta. 28033 Madrid. Tel. 91 443 50 00.  
BARCELONA: Jefe de Publicidad: Daniel Choucha. Paseo de Gracia, 11. Escalera A. 5.ª planta. 08080 Barcelona. Tel. 93 496 24 57. Fax: 93 496 24 20.  
BILBAO: Marta Meler Gines. Plaza Euzkadi, 5. planta 10. sector 1. 48009 Bilbao. Tel. 94 473 91 43. Fax: 94 473 91 56. / VALENCIA: Marcos de la Fuente.  
Plaza de América, 2.1.ª planta. 46004 Valencia. Tel. 96 337 93 27. / ANDALUCÍA: Pilar Carrozza. Avda. República Argentina, 25. 9.ª P.B. 41011 Sevilla.  
Tel. 95 499 14 40. Fax: 95 427 25 01. / GALICIA: Manuel Carrera, C/ López de Neira, 3. pl. 3.º ofc. 303. 36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax: 986 43 81 99.  
ZARAGOZA: Alvaro Cardemil. Avda. Pablo Gargallo, 100. 50006 Zaragoza. Tel. 976 40 50 53.

COMERCIAL: SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27.1.ª planta, 28033 Madrid. Tel. 902 123 124.  
TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS: 902 99 99 46. / DISTRIBUYE: Logintegral 2000. S.A.U. Tel. 91 443 50 00. www.logintegral.com  
RESÚMENES DE PRENSA: Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1. Ley 23/2006): Accesorios, TMS Solares, My News y Factiva.  
IMPRESIÓN: RECOPYRINT IMPRESIÓN, S.L. Tel. 612 73 20. Fax: 91 692 13 74

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.