

*Las opiniones, posiciones y conclusiones expresadas en los documentos publicados comprometen exclusivamente a sus autores y no representan una posición oficial de FELABAN respecto a los temas tratados en los mismos.*

## **REFLEXIONES SOBRE LA BANCA, EL DIRECTIVO Y LA GLOBALIZACIÓN**

**Ramón Casilda Béjar**

- 1) La Banca ha dejado de ser un negocio intensivo en “capital”
- 2) La Banca ha pasado a ser un negocio intensivo en “conocimiento”.
- 3) La Banca ha pasado a ser un negocio intensivo en tecnología, que moldea su negocio: costes, productividad, servicio.
- 4) La Banca no actúa en un espacio cerrado, regulado y acotado, sino abierto, desregulado e inestable: global.
- 5) Los mercados financieros están liberalizados, lo que provoca una intensa competencia en todas las direcciones y una presión sobre los costes que incentivan las innovaciones financieras y los procedimientos.
- 6) El negocio se encuentra sin “fronteras” definidas entre lo bancario, lo financiero y lo comercial. Acertar en alinearse con estas tendencias genera importantes negocios adicionales.
- 7) La cultura financiera de los clientes aumenta sin cesar, lo provoca más movilidad y demanda más calidad y actualización de conocimientos.

- 8) Las nuevas corrientes socio-culturales determinan cambios impensables. Quien se anticipe a estos es el ganador... durante un breve tiempo.
- 9) Los nuevos y cambiante hábitos y preferencias de los clientes y consumidores en general producen más competitividad y exigen más innovación.
- 10) La competencia en precios es determinante, por ello, la calidad y eficiencia en el servicio es el ancla para la fidelización de los clientes.
- 11) Los clientes demandan atención personalizada y soluciones integrales lo que aumenta los costes, pero se obtienen más beneficios ... a largo plazo.
- 12) La competencia es a todos los niveles: sectorial y extra-sectorial, profunda y extensa. Es como una nube de puntos donde no existe el centro. Hay que ganarlo permanentemente.
- 13) Las personas son el centro del negocio independientemente de su capacidad económica. Los valores culturales en alza.
- 14) La calidad permite mejorar el servicio, pero además, ahorra costes, aumenta la productividad y con ella la competitividad.
- 15) La figura del “Directivo” es determinante en cada escalón de la organización: la suma de las partes, es superior al todo.
- 16) Para luchar en el campo de batalla diario, que no admite ni tregua ni error, se hace “vital” contar con una Formación y Capacitación permanente.
- 17) La Formación debe estar en consonancia con la población, entorno y territorio donde se opera.
- 18) Estructuras organizativas horizontales benefician la imagen de modernidad, comunicación e innovación, siempre que se

cuenta con el talento pertinente y sea aceptada naturalmente, de lo contrario, representan un sobre coste y un vacío que es difícil de llenar. Se producen demasiados ruidos que distraen a la organización.

19) Asegurarse que se ponen en práctica los “nuevos” conocimientos, estimulan a las personas a continuar formándose. Es la piedra angular para medir su eficiencia en ambas direcciones: banco – cliente.

20) El liderazgo del Directivo produce valor desde sus conocimientos, sus valores y sus habilidades personales que son aceptados o rechazados por la organización. El líder es la consecuencia, no la imposición de la “jerarquía”. Se puede ser buen “jefe”, pero no buen líder.

21) El Directivo líder, no es el que más conocimientos “acumula”, sino el que mejor los emplea, trasmite y aprovecha.

22) El Directivo global, además de dominar y comprender las diferentes áreas del negocio, debe abarcar el todo, así sabrá anticiparse en cada momento respecto a las áreas y la influencia del todo en las partes.

23) La globalización considera que además de ser un líder o reconocido Directivo en las relaciones locales, además debe ser capaz de mantener, administrar y ampliar una red viable de relaciones internacionales.

24) Las organizaciones cada vez en mayor medida son más sensibles, espirituales y comprensivas, a la vez que más duras, materialistas y pragmáticas. Es la complejidad de los mercados.

25) La Banca ha sido, es y será nuestro sacerdote a la hora de confiarle nuestro dinero. Nuestro médico a la hora de resolvernos nuestros problemas. La cuestión es saber reconocer, sin equivocarnos, como es el sacerdote, y como es

el médico. Si nos preguntamos ¿porqué, porqué ...? nos habremos acertado.