

INTERNACIONALIZACIÓN DE LA BANCA ESPAÑOLA: EVOLUCION Y RESULTADOS EN LOS AÑOS NOVENTA

*Esther Sánchez Peinado**

La globalización de la economía ha sido uno de los factores que ha impulsado el proceso de internacionalización de las empresas industriales, al que, posteriormente, se ha unido el sector servicios. Las peculiaridades de dicho sector, así como el dinamismo registrado en el sistema financiero, han motivado que se elija a las entidades bancarias como representantes del fenómeno de la internacionalización a finales del siglo XX. El trabajo se ha centrado en el análisis de la estrategia internacional de los principales bancos españoles por volumen de negocio y presencia exterior: los modos de entrada y principales mercados de destino de la inversión española, así como la relación entre el grado de internacionalización y la rentabilidad de activos. Asimismo, se señalan algunas tendencias observadas en la estrategia internacional de los casos analizados.

Palabras clave: *internacionalización de la economía, sistema bancario, rentabilidad, fusiones y adquisiciones, banca española en el extranjero, España.*

Clasificación JEL: *F15, F21, G21, G23, G34.*

1. Introducción

La actual globalización de la economía está siendo una de las principales fuerzas impulsoras del proceso de internacionalización de las empresas, convirtiéndose éste en uno de los fenómenos que más ampliamente ha sido tratado en la literatura y del cual se han derivado numerosas teorías explicativas. Los sectores industriales de maquinaria, alimentación, muebles, textil,

etcétera, ya han consolidado su presencia en los mercados internacionales, inducidos por el aumento de la competencia derivada de la libertad de comercio exterior y el afán de conquista de nuevos mercados. Si en los sectores industriales la globalización ha sido elevada, el sector servicios tampoco se ha quedado atrás. Uno de los sectores que se ha visto más influido por los cambios del marco competitivo es el sector bancario.

Así pues, el objetivo del presente estudio será analizar el proceso de internacionalización seguido por los bancos españoles, así como los resultados obtenidos por ellos, medidos en términos de «grado o porcentaje de internacionalización» y «rentabilidad de activos» (ROA). Para ello, en primer lugar, se efectuará una revisión de las teorías que

* Departamento de Dirección de Empresas Juan José Renau Piqueras. Facultad de Economía. Universidad de Valencia.

Este trabajo ha sido presentado en el X Congreso Nacional de ACEDE, septiembre 2000. La autora agradece los comentarios sobre este trabajo de la Dra. María Iborra y del Dr. Alex Rialp.

explican la internacionalización de las entidades bancarias, con el fin de presentar una relación de motivos de expansión internacional propuestos desde diferentes enfoques teóricos. Posteriormente, serán analizados los principales mercados de destino de la inversión de los bancos elegidos para el estudio, así como los motivos y los distintos modos de entrada adoptados para su internacionalización. Este análisis nos permitirá realizar una comparación de los procesos de internacionalización seguidos por las entidades bancarias españolas objeto de nuestra investigación.

Debido a los recientes acontecimientos producidos en el sistema bancario español, no se pueden obviar las fusiones entre el Banco Santander y BCH, por un lado, y el BBV y Argentaria, por otro. Se verá cuáles han sido los movimientos internacionales producidos a raíz de estas fusiones y si éstos han supuesto algún cambio en la estrategia de internacionalización de dichas entidades. Finalmente, se realizará un estudio de los resultados obtenidos con la internacionalización, en términos de porcentaje de activos en el exterior y rentabilidad obtenida de los mismos. Este análisis también se hará antes y después de las fusiones producidas a lo largo del año 1999, con el fin de detectar la incidencia, a corto plazo, de las fusiones sobre los resultados de internacionalización de las entidades implicadas. El estudio se completará con la presentación de algunas pautas de comportamiento observadas en los procesos de internacionalización de los bancos españoles analizados.

Para finalizar este trabajo, se señalarán las principales conclusiones obtenidas del seguimiento de la estrategia internacional de los cinco bancos españoles más importantes por volumen de negocio y presencia internacional: Banco Santander, Banco Central Hispano, Banco Bilbao Vizcaya, Banco Popular y Argentaria¹.

2. Teorías explicativas de los motivos de la expansión internacional

El estudio de la internacionalización desde diferentes enfoques teóricos² ha tenido su origen en las empresas industriales, sirviendo, pues, como base para su posterior extensión al sector servicios en general y al bancario en particular. Si bien es cierto que existen escasos trabajos sobre el fenómeno de la internacionalización en el sector servicios, pueden encontrarse en la literatura algunas investigaciones al respecto (McNaughton, 1999; O'Farrell y Wood, 1998; O'Farrell, Wood y Zheng, 1998; O'Farrell, Wood y Zheng, 1996; Lovelock y Yip, 1996; O'Farrell, Moffat y Wood, 1995; Li y Guisinger, 1992; Erramilli, 1991; Erramilli y Rao, 1990). Bajo nuestro punto de vista, las características que definen a los servicios en cuanto a la intangibilidad, heterogeneidad, simultaneidad de producción y consumo y al carácter perecedero de los mismos, obligan a tener en cuenta la dificultad de estandarizar la prestación de un servicio y los problemas para percibir y medir la calidad del mismo, aspectos que, sin duda, condicionarán la formulación de la estrategia internacional de una empresa de servicios.

Dado que el estudio de las teorías de internacionalización en las empresas industriales excedería de los propósitos del presente trabajo, en el Esquema 1 presentamos un resumen de las mismas, así como su extensión al sector bancario.

La primera aproximación a la construcción de un marco teórico sobre el fenómeno de la internacionalización bancaria la encontramos en Aliber (1976), quien distingue dos enfoques de la internacionalización bancaria. En primer lugar, dentro de la Economía Industrial, Aliber señala a los diferenciales entre tipos de interés como la principal fuerza inductora de la estructura adoptada por la banca en los diferentes países. De esta forma, los bancos pertenecientes a los sistemas bancarios más eficientes serán los que, con mayor probabilidad, establecerán filiales en el exterior ya que

¹ Dada la escasez de información sobre el proceso de internacionalización de Argentaria, ésta sólo se analizará en lo que hace referencia al porcentaje de internacionalización y las implicaciones de su fusión con el BBV.

² Una recopilación de las principales teorías sobre la expansión internacional de las empresas aparece recogida en RENAU (1996) y PLA (1998).

ESQUEMA 1

TEORIAS DE INTERNACIONALIZACION

EMPRESAS INDUSTRIALES

Teoría del comercio internacional:

- Diferencias en las dotaciones de factores

Modelos oligopólicos de IDE:

- HYMER: posesión de ventajas específicas de propiedad
Economías de escala
Diferenciación del producto
Ventajas absolutas en costes



IDE

- KNICKERBOCKER: reacción a la estrategia de los rivales
- CAVES:
IDE Horizontal → conocimiento
IDE Vertical → control fuente de recursos

Teoría de internalización:

Imperfecciones de mercados → internalización
Importancia de la información

Teoría ecléctica:

Ventajas de propiedad
Ventajas de internalización
Ventajas de localización

SECTOR BANCARIO

Teoría de la ventaja comparativa:

- Diferenciales de tipos de interés

1. *Teoría de precios en el sector bancario: posesión de habilidades y recursos empresariales*
Tecnología de gestión
Experiencia de dirección
Capacidades comerciales



IDE

2. *Enfoque de expansión defensiva: expansión internacional como respuesta defensiva al entorno*
3. *Enfoque de integración horizontal y vertical:*
Integración horizontal transfronteriza → conocimiento
Integración vertical transfronteriza → continuo flujo de *inputs*, control proceso de producción del servicio

Teoría de internalización:

Imperfecciones de mercados → internalización
Importancia de la información
Importancia del personal de contacto

Teoría ecléctica:

- GRAY Y GRAY (1981):
Ventajas de internalización
Ventajas de localización
- YANNOPOULOS (1983):
Ventajas de propiedad → diferenciación
Ventajas de localización
Ventajas de internalización → información

FUENTE: Elaboración propia.

habrán desarrollado tecnologías de bajo coste para la intermediación bancaria. En segundo lugar, según la Teoría del Comercio Internacional, el libre comercio ocasionará un desplazamiento de fondos hacia las entidades que ofrezcan un mayor tipo de interés a su pasivo y un desplazamiento de las operaciones de endeudamiento hacia las entidades que ofrezcan tipos de interés más bajos, dando lugar a una aproximación de los diferenciales de

tipos de interés entre países. La existencia de diferenciales elevados se explicaría por la existencia de barreras de entrada entre los diferentes sistemas bancarios³. Según Aliber (1984), ambos

³ Esta teoría carece de aplicación al entorno macroeconómico actual, caracterizado por la convergencia generalizada de tipos entre los países de la Unión Económica y Monetaria, por lo que no creemos necesario profundizar en ella.

enfoques son considerados como complementarios para el estudio de la internacionalización bancaria.

Posteriormente, dentro de los modelos oligopólicos de Inversión Directa en el Exterior (IDE), Grubel (1977) trató de justificar la eficiencia de los bancos multinacionales en la posesión de habilidades y recursos empresariales que han sido desarrollados inicialmente en el ámbito nacional y que pueden ser aplicados en los mercados extranjeros a un coste marginal muy bajo. También, bajo los modelos oligopólicos, Brimmer y Dahl (1975) y, posteriormente, Goldberg y Saunders (1981), conciben la multinacionalización y diversificación geográfica de las entidades bancarias como una actuación defensiva ante los cambios del entorno en el que operan. Este último razonamiento puede ser objeto de discusión puesto que en nuestra opinión, y coincidiendo con Martínez Mora (1997), parece no explicar el comportamiento estratégico de la empresa que inicia la inversión, ofreciendo una explicación parcial al proceso de internacionalización. Por último, englobamos en este segundo bloque de teorías el enfoque de la integración horizontal y vertical. Con la integración horizontal transfronteriza, un banco multinacional puede conseguir la localización de la tecnología y el conocimiento en diferentes lugares a un coste marginal muy bajo, debido a la experiencia ya adquirida en el mercado nacional. Es una forma de realizar las mismas operaciones domésticas pero en diferentes países, internalizando las ventajas monopolísticas de los participantes en la integración y explotando las economías de escala generadas (Casson, 1990).

Con la integración vertical transfronteriza, los bancos pretenden internalizar el comercio de productos intermedios bancarios con el fin de controlar todo el proceso de producción del servicio. La integración vertical asegura el continuo flujo de inputs, de tal forma que pueden ser desarrolladas economías de escala en el negocio cambiario, de financiación o dirección del riesgo. De igual modo, un banco multinacional puede alcanzar economías de tamaño mediante la prestación de más de un servicio al mismo cliente o en la misma localización. Sin duda, el

cliente podrá beneficiarse de la mayor gama de servicios ofrecidos por el banco multinacional. Así pues, la integración vertical puede ser considerada tanto una ventaja de propiedad como de internalización (Casson, 1987).

Un tercer enfoque utilizado para explicar la internacionalización de las entidades bancarias es la Teoría de Internalización. Ésta se halla inserta en la Teoría de los Costes de Transacción, centrandó el origen de la empresa multinacional en la existencia de fallos de mercado. Su aplicación al sector bancario fue realizada por Rugman (1981), según el cual los bancos multinacionales actúan como vehículos para la internalización de las imperfecciones del mercado. De este modo, las entidades bancarias preferirán reemplazar las transacciones en el mercado para productos intermedios por transacciones internas que les permita reducir costes, proteger el valor de los recursos intangibles, ejercer una mayor flexibilidad en las operaciones bancarias, etcétera. (Kim, 1993). Según la Teoría de Internalización, la decisión de internalizar las transacciones requiere de un análisis previo de los costes y beneficios que ello supone, siendo conveniente la internalización si resulta más económico que la utilización de un mercado externo. En el momento en que dicha internalización de productos intermedios, tales como conocimiento, investigación y otras capacidades específicas de las entidades bancarias, sea realizada traspasando la frontera nacional, se producirá el fenómeno de la internacionalización bancaria.

Algunas de las imperfecciones que se han señalado en la literatura sobre internacionalización bancaria son la regulación, la información y el personal de contacto (Rugman, 1981; Casson, 1990). Por ejemplo, la existencia de restricciones a los movimientos internacionales de capitales favorece que la transferencia de fondos tenga lugar dentro de la organización y, como consecuencia, el establecimiento de oficinas bancarias en el exterior responderá a la internalización de dicha imperfección. De igual forma, la ausencia de un mercado para negociar la información proporcionada por la relación banco-cliente, aconseja la internalización de la misma mediante la presencia de la entidad en las localizaciones de

sus clientes. Otra de las principales ventajas de un banco multinacional es el personal de contacto (Casson, 1990). Mientras que en las empresas industriales, la ventaja monopolística suele estar basada en la propiedad de un producto o en la tecnología de proceso derivada de una labor de I+D protegida por patentes, en los bancos no ocurre así. Generalmente, sus habilidades pueden ser adquiridas contratando a un empleado que haya recibido una adecuada formación. En este sentido, el personal de contacto se convierte en uno de los recursos más valiosos del banco, puesto que representa su equipo de información y, al mismo tiempo, su infraestructura de habilidades, por lo que la presencia física cerca del cliente resultará crucial para reforzar los flujos de información entre ambos (Casson, 1990).

En cuarto lugar, el Paradigma Ecléctico de Dunning, fue aplicado al sector bancario por Gray y Gray (1981) y Yannopoulos (1983)⁴. Los primeros autores parten de la suposición de que un banco con una posición competitiva determinada, posee implícitas determinadas ventajas de propiedad por lo que los factores que determinan la IDE podían reducirse a dos: las ventajas de internalización y las ventajas de localización. Estos autores señalan seis condiciones que dan lugar a la IDE: tres relativas a eficiencias de la internalización y tres referentes a consideraciones específicas de localización. Estas condiciones son (Gray y Gray, 1981, páginas 37):

1. Imperfecciones en los mercados de productos
2. Imperfecciones en los mercados de *inputs*
3. Economías de las operaciones internas
4. Preservación de las cuentas establecidas de clientes
5. Entrada en un mercado altamente creciente
6. Aseguramiento del control sobre las fuentes de materias primas

Las tres primeras consideraciones hacen referencia a ventajas de internalización y las tres últimas a ventajas de localización.

Las economías de escala no fueron consideradas como importantes ventajas de propiedad en los bancos multinacionales, puesto que aparecen agotadas a un tamaño relativamente pequeño y, por lo general, se puede suponer que todos los bancos multinacionales han alcanzado ese tamaño crítico (Gray y Gray, 1981).

Gray y Gray (1981) proponen el seguimiento del cliente nacional en su expansión hacia el extranjero, como la mejor forma de retener, e incluso expandir, la ventaja derivada de la información relativa a la relación banco-cliente. Las indudables ventajas, en términos de costes de información, que poseen los bancos que operan en el exterior con clientes domésticos, así como la no existencia de un mercado externo apropiado donde esta información pueda ser negociada, aconsejan que dicha ventaja se explote internamente. Además, esta ventaja de información puede permitir al banco multinacional hacer frente a las ventajas de las entidades locales que operan en un entorno conocido para ellas.

Posteriormente, Yannopoulos (1983) extendió esta aplicación inicial realizada por Gray y Gray (1981), volviendo a la aportación de Dunning, según la cual la IDE resultaba de la combinación de tres factores: ventajas de propiedad, ventajas de internalización y ventajas de localización. Por un lado, la posesión de *ventajas específicas de propiedad* permite a los bancos compensar las ventajas poseídas por los bancos del mercado de destino relativas al conocimiento del mismo. Una de las más importantes, según dicho autor, es la diferenciación del producto bancario procedente de la importancia de determinadas monedas clave en las finanzas internacionales y de la importancia de la competencia, no basada en precios, en el mercado para productos/servicios bancarios. Por otro lado, Yannopoulos (1983) señala que la conservación de la información del cliente constituye una de las principales fuentes de ventajas de internalización para aquellos bancos que deciden seguir a sus clientes al extranjero, y presenta como ventajas de localización, las derivadas de las diferencias en los sistemas de regulación, la dispersión geográfica de la base de clientes del banco, el acceso a mano de obra cualificada, etcétera.

⁴ Citado en WILLIAMS (1997): «Positive Theories of Multinational Banking: Eclectic Theory versus Internalisation Theory», *Journal of Economic Surveys*, volumen 11, número 1, páginas 71-100.

Por otro lado, Ball y Tschoegl (1982) fueron los pioneros en modelizar la decisión de los bancos de invertir en el exterior a través de variables que, en su mayor parte, son internas a la entidad. Sin embargo, no tienen en cuenta la forma de representación elegida por el banco para operar en el exterior. Sus resultados muestran que la IDE en banca está determinada por el tamaño del banco, su experiencia multinacional, y la distancia entre el país de origen del banco y el país de destino. Con relación al tamaño, hemos de decir que su importancia radica más en su contribución al prestigio del banco que a la existencia de economías de escala. La evidencia empírica en banca apoya esta conclusión, demostrando que las economías de escala se agotan a un tamaño menor que el necesario para alcanzar la multinacionalidad⁵. Por otro lado, la experiencia del banco operando en un entorno multinacional habitualmente se considera como una importante fuente de ventaja de propiedad, en la medida que proporciona al banco una habilidad para adaptarse a las operaciones en diferentes entornos a unos costes relativamente bajos. Por último, conviene señalar la importancia de las ventajas específicas del país, tales como la nacionalidad de origen, que puede proporcionar al banco ventajas de diferenciación del producto, la distancia geográfica respecto a la localización elegida en el exterior, y las diferencias culturales entre consumidores, constituyendo ésta última una importante barrera de entrada en banca multinacional.

Ursacki y Vertinsky (1992) introducen en su investigación la forma de representación elegida por el banco para su expansión internacional. De su estudio se deduce la importancia del tamaño del banco, de su experiencia en operar en un entorno multinacional y de la tecnología específica del país de origen del banco, como determinantes de la expansión de los bancos a través de sucursales. En el caso de oficinas de representación, sólo la experiencia en operar en un entorno multinacional constituye un factor importante para explicar la expansión internacional de los bancos a través de esta forma de representación.

Para finalizar el marco teórico de la internacionalización bancaria, haremos referencia al modelo dinámico de Uppsala, basado en los trabajos de Johanson y Valhne (1977) y Johanson y Wiedersheim-Paul (1975), si bien hemos de mencionar que no hemos encontrado en la literatura aplicación alguna al sector bancario. Sin embargo, efectuaremos una breve introducción al enfoque secuencial puesto que, como veremos posteriormente, algunos procesos de internacionalización de los bancos analizados, parecen ajustarse al mismo. Este modelo centra su estudio en la internacionalización como un proceso secuencial en el cual el compromiso de recursos aumenta conforme se adquiere conocimiento y experiencia del mercado. Por este motivo, las empresas comenzarán su expansión internacional hacia aquellos mercados que presentan similitudes al de origen, hecho que, según este modelo, viene explicado por el concepto de «distancia cultural». El modelo de entrada de una empresa en un mercado está representado por una secuencia escalonada de cuatro etapas: exportación esporádica, exportación vía agentes independientes, filiales de ventas y filiales de producción. El paso de una etapa a otra implica un mayor número de recursos comprometidos y se produce a medida que la empresa va adquiriendo conocimiento sobre el mercado. Como ya hemos comentado anteriormente, la internacionalización de algunas entidades bancarias analizadas parece seguir el modelo secuencial, si bien hemos de señalar como principal limitación del mismo, la dificultad de explicar algunos procesos de internacionalización más rápidos y directos, como los realizados a través de adquisiciones u omisión de algunas de las etapas del proceso.

En este apartado, nuestro objetivo ha sido ofrecer un marco teórico de la internacionalización de la banca, presentando los principales motivos que impulsan la expansión internacional de las entidades bajo diferentes enfoques teóricos. Por tanto, se plantean, a continuación, posibles patrones de comportamiento de la banca española bajo las distintas perspectivas teóricas vistas anteriormente. Se presentan como proposiciones o preguntas de investigación que nos servirán de guía para detectar

⁵ Véase, por ejemplo, GILLIGAN, SMIRLOCK y MARSHALL (1984), KATRISHEN y SCORDIS (1998) y GARCIA ROA (1994).

determinadas pautas de comportamiento en el proceso de internacionalización seguido por los cinco bancos españoles estudiados en el análisis de casos.

Así pues, si los bancos españoles deciden internacionalizarse hacia aquellos mercados extranjeros en los que sus clientes nacionales hubieran establecido operaciones, es decir, como estrategia de seguimiento del cliente nacional, podríamos decir que el proceso de internacionalización de los bancos analizados responde a la Teoría de Internalización. Efectivamente, en este caso la expansión internacional tendría como principal motivación retener, e incluso expandir, la ventaja derivada de la información relativa a la relación banco-cliente.

Por otro lado, si los bancos españoles deciden establecer operaciones en el exterior movidos, principalmente, por las ventajas que les proporcionaría la localización próxima a determinadas áreas geográficas, tanto en términos de información y prestigio, como de sistemas de regulación o lazos comerciales, podríamos concluir que el proceso de internacionalización de los bancos analizados parece explicarse en base a la Teoría Ecléctica.

Y, por último, si los bancos españoles se internacionalizan a aquellos mercados de menor distancia cultural a España (por ejemplo, Latinoamérica, Italia, Portugal...) mediante modos de entrada que supongan un compromiso gradual de recursos, podríamos decir que el proceso de internacionalización de los bancos analizados se ajusta al proceso secuencialista propuesto por el modelo de Uppsala.

A continuación, presentamos en el Esquema 2, un resumen de los principales motivos de internacionalización desde las diferentes perspectivas teóricas, así como algunas de las investigaciones empíricas derivadas de las mismas.

3. Estudio de casos

Con el fin de analizar la expansión internacional de las entidades bancarias españolas, recogemos en el Cuadro A1 del Anexo, los métodos de entrada que se han adoptado en los distintos mercados de destino. Posteriormente, será analizado el proceso de

internacionalización, el grado de internacionalización bancaria y la rentabilidad de los activos en el exterior. Con motivo de las fusiones bancarias producidas en 1999, también presentamos en los Cuadros A2 y A3 del Anexo los principales cambios ocurridos en la estrategia internacional de las entidades implicadas.

En este trabajo se ha utilizado la metodología cualitativa⁶ para la recogida y análisis de los datos, procediendo a la aplicación del estudio del caso en el ámbito de la internacionalización de la banca española. El motivo por el que utilizamos esta aproximación empírica reside en el tipo de cuestión a analizar. De acuerdo con Yin (1989), los estudios de casos son preferibles a otras estrategias de investigación en estudios que, como en el nuestro, se analiza el «cómo», es decir, la manera en que se produce un fenómeno, el investigador tiene poco control sobre los acontecimientos, y el centro de atención es un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real. Este estudio corresponde a la tipología de Yin (1989) como descriptivo, puesto que describe el objeto de estudio, al mismo tiempo que analiza e interpreta la información disponible.

La investigación abarca el estudio de los cinco bancos españoles más importantes por volumen de negocio y presencia internacional: Banco Santander, BCH, BBV, Banco Popular y Argentaria. Para el análisis del proceso de internacionalización se han utilizado los informes anuales de las entidades bancarias elegidas para el estudio, el diario *Expansión*, *La Gaceta de los Negocios*, y la siguiente bibliografía: García Canal *et al.* (1998), Grandío *et al.* (1997), Casilda, Lamothe y Monjas (1997), Durán (1997 a y b) y Canals (1996). El análisis de los resultados de la internacionalización (porcentaje de internacionalización y ROA) ha sido realizado en base a los datos que aparecen recogidos en los informes anuales de las entidades bancarias correspondientes a los años 1998 y 1999.

⁶ Para un estudio en profundidad de la utilización del método del caso como técnica de investigación en el ámbito de la organización véase, por ejemplo, RIALP, A. (1998).

ESQUEMA 2

MOTIVOS DE EXPANSION INTERNACIONAL DE LA BANCA

Teoría de base	Motivos de expansión en banca	Estudios teóricos	Investigaciones empíricas
Teoría del comercio internacional	Diferenciales de tipos de interés	Aliber (1976); Aliber (1984)	—
Modelo oligopólico	Defensa frente a la competencia	Brimmer y Dahl (1975)	Goldberg y Saunders (1981); Maza (1994)
	Posesión de habilidades y recursos empresariales (tecnología, experiencia de dirección, capacidades comerciales...) o acceso a los mismos	Grubel (1977)	De la Fuente y Suárez (1996); Bonache y Cerviño (1998)
Teoría de internalización	Diversificación del riesgo	Casson (1990)	Casson (1990) Canals (1996); García Canal <i>et al.</i> (1998)
	Personal de contacto	Casson (1990)	
	«Seguir al cliente nacional»	Rugman (1981); Casson (1990); Kim (1993)	Canals (1996)
Teoría ecléctica	Tamaño del banco	Yannopoulos (1983); Canals (1996); Tschoegl (1987)	Ball y Tschoegl (1982); Ursacki y Vertinski (1992); Durán y Lamothe (1991); Maza (1994); Canals (1996)
	«Seguir al cliente nacional»	Gray y Gray (1981)	Durán y Lamothe (1991); Miller y Parhe (1998)
	Experiencia multinacional	Yannopoulos (1983)	Ball y Tschoegl (1982); Ursacki y Vertinski (1992); Cho (1986)
	Distancia geográfica entre país de origen y país de destino	Yannopoulos (1983)	Ball y Tschoegl (1982)
	Otras ventajas de localización en el país de destino: lazos comerciales, regulación...	Yannopoulos (1983)	Cho (1986); Nigh, Cho y Krishnan (1986)
Modelo secuencial.....	Distancia psíquica/cultural	—	Ball y Tschoegl (1982)
	Experiencia multinacional	—	Ball y Tschoegl (1982); Ursacki y Vertinski (1992)

FUENTE: Elaboración propia.

4. Proceso de internacionalización: métodos de entrada⁷

Banco Popular

El Popular eligió Francia como primer destino de su inversión en el exterior. En dicho mercado, utilizó como método de entrada la creación de una red propia de sucursales, que si bien representa una inversión de recursos importante, el compromiso de recursos es gradual y permite ir adquiriendo conocimiento y experiencia del mercado. La cercanía geográfica al mercado y el seguimiento del cliente nacional que emigraba a Francia pudieron ser algunos de los motivos que guiaron la localización de actividades en este país por parte del Banco Popular.

Posteriormente, el Banco Popular aportó la red de sucursales en Francia para crear, junto con el Banco Comercial Portugués, un nuevo banco francés. Se comprueba que la experiencia y el conocimiento adquiridos del mercado francés permiten al banco incrementar su compromiso de recursos, siendo éste un ejemplo de proceso secuencial de internacionalización.

En el mercado alemán y holandés, el Banco Popular optó por la entrada mediante de alianzas con entidades locales. Comprobamos, pues, que la mayor distancia geográfica con respecto al mercado español y, posiblemente, el mayor desconocimiento del mercado, se ve compensada con la utilización de alianzas que permiten compartir recursos y riesgos con el socio.

A pesar de que el Banco Popular es el único banco, entre los analizados, que tiene una orientación puramente europea, también es necesario señalar que el Popular mantiene una alianza con el Banco Popular Puerto Rico para cubrir las necesidades de los clientes de ambas entidades. De esta manera, consigue compartir recursos y lograr una expansión rápida aprovechando el conocimiento y experiencia del socio local, con independencia del mercado de destino.

Como resumen, puede decirse que el Banco Popular parece haber seguido un proceso secuencial en su internacionalización,

pues la entrada inicial en los mercados la realiza mediante la apertura de sucursales, de tal forma que la experiencia y el conocimiento adquiridos de los mismos le permite ir aumentando gradualmente su compromiso de recursos.

Proceso de internacionalización del BS y BCH: análisis del desarrollo internacional antes y después de la fusión

Santander

La internacionalización del Santander comenzó en los años cincuenta estableciendo oficinas de representación principalmente en Latinoamérica. Uno de los motivos que explicaría que el Banco Santander decidiera extender sus actividades a este mercado podría ser el seguimiento del cliente nacional⁸. El deseo de internalizar el flujo de información que proporciona la relación banco-cliente aconsejaría la localización próxima a éste, coincidiendo, pues, con el planteamiento de la Teoría de Internacionalización y Teoría Ecléctica.

Como ya se ha mencionado anteriormente, la expansión internacional del Santander comenzó en Latinoamérica mediante la apertura de sucursales y oficinas de representación (crecimiento interno), de tal forma que la experiencia y el conocimiento adquiridos del mercado le permitió ir aumentando gradualmente su compromiso de recursos mediante la creación de filiales (crecimiento interno), y mediante adquisiciones de porcentajes mayoritarios de entidades locales y fusiones (crecimiento externo).

Respecto al mercado europeo, el Santander optó por la entrada mediante crecimiento interno (sucursales y oficinas de representación), aumentando, posteriormente, su compromiso de recursos a través de: a) una política de adquisiciones mayoritarias del capital de empresas locales, localizadas en países cercanos geográficamente y con cierto conocimiento de

⁷ El resumen del proceso de internacionalización seguido por las entidades analizadas aparece recogido en el Cuadro A1 del Anexo.

⁸ DURAN y LAMOTHE (1991, página 198) señalan el «seguimiento del cliente nacional» como el principal motivo de multinacionalización de la banca española hasta 1986.

su mercado (Portugal, Italia y Alemania) y, b) el establecimiento de alianzas transnacionales para desarrollar proyectos de gran envergadura (Royal Bank of Scotland y British Telecom).

El desconocimiento del mercado norteamericano ha llevado al Santander a utilizar una estrategia de crecimiento interno con carácter gradual, con el fin de adquirir experiencia en el mercado. De igual forma, ha optado por el establecimiento de una alianza con la entidad aseguradora Metropolitan Life para introducirse rápidamente en el negocio de seguros, compartiendo recursos y riesgos con dicha entidad.

La estrategia en el mercado asiático, también desconocido para la entidad, parece haber seguido una tendencia diferente a la anterior, probablemente motivada por las grandes posibilidades de crecimiento que ofrecen los países emergentes de Asia. En este caso, el Santander ha optado por la creación de filiales para tener la propiedad y gestión de las mismas.

El análisis de la trayectoria internacional del Santander en sus principales mercados de destino de la inversión, parece indicar un proceso secuencial en su internacionalización en la medida en que inicia su expansión hacia los mercados de menor distancia psíquica mediante métodos de entrada que suponen un compromiso gradual de recursos.

Banco Central Hispano

El BCH, a través del Banco Central, también eligió el mercado latinoamericano para comenzar su expansión internacional en los años ochenta. Al igual que el Banco Santander, podríamos decir que uno de los motivos que guió la internacionalización hacia Latinoamérica fue el seguimiento del cliente nacional. En cuanto a los métodos utilizados para su expansión internacional, el Banco Central optó por el uso de métodos que suponen un elevado compromiso de recursos, tales como adquisiciones mayoritarias del capital de entidades locales (crecimiento externo) y la creación de filiales propias (crecimiento interno).

Con posterioridad al nacimiento del BCH, éste continuó enfocando su inversión hacia Latinoamérica utilizando un *hol-*

ding transcontinental «50:50» con el grupo chileno Luksic, para gestionar algunos de los bancos más importantes de Chile, Argentina, Perú y Paraguay.

En el mercado europeo, el BCH ha optado por llevar a cabo una política de alianzas con entidades locales de países cercanos geográfica y culturalmente, como Portugal⁹, Italia, Francia y Alemania. Al igual que en el mercado latinoamericano, el BCH aprovecha los recursos y conocimientos de las entidades locales para penetrar en estos mercados pero, en este caso, sin asumir elevados riesgos y costes.

En el mercado norteamericano, el BCH utilizó como método de entrada el crecimiento interno a través de la creación de sucursales y, posteriormente, a través de la filial propia BCH USA. En este caso, podría decirse que, posiblemente, el desconocimiento del mercado ha llevado al BCH a adoptar una estrategia secuencial de expansión.

En el mercado asiático, la presencia del BCH se limita a sucursales y oficinas de representación.

Del análisis de métodos de entrada en los principales mercados (Latinoamérica y Europa) parece desprenderse que el BCH ha seguido un proceso de «expansión rápida», utilizando el crecimiento externo a través de alianzas para su internacionalización. Sin embargo, en los mercados norteamericano y asiático, la presencia del BCH es minoritaria y se limita a oficinas de representación, sucursales y alguna filial.

BSCH

El 15 de enero de 1999 se procedió a la fusión del Banco Santander y el BCH, dando lugar a una entidad con una importante presencia, tanto a nivel nacional como internacional. A continuación, se señalan los cambios más importantes producidos en la estrategia internacional de la nueva entidad resultante (véanse Cuadros A2 y A3 del Anexo).

⁹ Portugal se ha convertido en un mercado objetivo para el grupo fusionado BSCH. La alianza con el financiero portugués Antonio Champalimaud, firmada en junio de 1999, apunta hacia esta tendencia.

En Latinoamérica, el BSCH ha roto la alianza que mantenía con el grupo chileno Luksic, procediendo a la compra del 50 por 100 del *holding* que estaba en manos del socio latinoamericano. Esto ha supuesto para el BSCH un aumento en la participación de capital de los bancos pertenecientes al *holding*: Banco de Santiago de Chile, Bancosur de Perú, Banco Asunción de Paraguay y Banco Tornquist de Argentina.

Por otro lado, desde que se produjo la fusión del BS y del BCH hasta la actualidad, la nueva entidad se ha dedicado a consolidar sus inversiones en la zona mediante una política de expansión moderada (crecimiento interno). Como aspectos más relevantes conviene, destacar que, tras la fusión, la nueva entidad parece apostar por la utilización de fusiones y adquisiciones frente a las alianzas estratégicas que venían siendo empleadas, sobre todo por el BCH, para su expansión en Latinoamérica. Durante 1999 y 2000, el BSCH ha procedido a la fusión de las dos filiales argentinas que el BS y el BCH tenían en su etapa por separado, a la fusión de las dos filiales brasileñas del BS y a la adquisición del 85 por 100 del Banco de Caracas de Venezuela, producida en octubre del 2000. En el negocio de pensiones privadas, el BSCH ha optado, claramente, por la adquisición de gestoras locales como forma de lograr una penetración rápida en el negocio.

En Europa, el BSCH ha roto la alianza que mantenía con el Banco Comercial Portugués (BCP), pero, al contrario de lo que ha sucedido en Latinoamérica, en Europa sí ha optado por el uso de alianzas estratégicas como forma de crecimiento. La elevada competencia existente en el mercado europeo lleva asociado un mayor riesgo en la expansión, motivo por el que, previsiblemente, el BSCH ha decidido aprovechar recursos y habilidades de un socio local para la penetración en países como Portugal (alianza con el financiero Champalimaud) y Francia (alianza con Société Générale). En el resto de países europeos, la estrategia del BSCH ha consistido en incrementar las participaciones que ya tenía en entidades locales, tales como la alemana Commerzbank, la italiana San Paolo-IMI, la francesa Société Générale y el apoyo financiero a la OPA de su socio inglés Royal Bank of Scotland sobre el Natwest.

Proceso de internacionalización del BBV: análisis del desarrollo internacional antes y después de la fusión con Argentaria

Banco Bilbao Vizcaya

El BBV es la primera entidad bancaria española que comienza su internacionalización. En efecto, el Banco Bilbao establece una sucursal en París a principios del siglo XX, siendo progresiva su expansión a otras plazas financieras internacionales. La elección de los mercados de destino de la inversión puede responder, entre otros motivos, al deseo de aprovechar las ventajas que proporciona la localización próxima a estas áreas, en términos de prestigio e información, coincidiendo con el planteamiento de la Teoría Ecléctica.

Así pues, para el inicio de la internacionalización, el BB y el BV optaron por métodos de crecimiento interno basados en la apertura de sucursales en los principales centros financieros internacionales. El nacimiento del BBV en 1988 supuso un nuevo impulso a la orientación internacional llevada a cabo hasta el momento por ambas entidades. Desde entonces, los mercados de destino de la inversión internacional del BBV han sido Latinoamérica y Europa.

En Latinoamérica, la expansión se inició con una presencia minoritaria a través de contactos con entidades y en el establecimiento de oficinas de representación. A pesar de la escasa experiencia en el mercado, el BBV continuó su expansión utilizando, principalmente, estrategias de crecimiento externo por medio de adquisiciones de paquetes de control mayoritarios de entidades locales, con el fin de hacerse con la gestión de las mismas. De esta forma, el Grupo BBV consigue una rápida expansión utilizando el conocimiento y experiencia del socio local. La creación de filiales propias también ha sido utilizada como método de expansión internacional en dicha área de mercado.

Por otro lado, el Grupo BBV parece haber llevado una estrategia más «prudente» en Europa, optando por la apertura de sucursales y oficinas de representación en los principales centros financieros

y por la creación de filiales propias en los mercados más cercanos geográficamente (como es el caso de Portugal) y en los países de tránsito fiscal como Suiza. En el área de seguros y fondos de pensiones, hay que destacar la alianza que mantiene con la aseguradora francesa AXA.

En el resto de mercados (americano, asiático y africano), la presencia del BBV se limita a sucursales y oficinas de representación, lo cual nos indica que en los mercados desconocidos para la entidad, adopta procedimientos que suponen menor riesgo y coste para la misma.

Del análisis de métodos de entrada utilizados para la expansión internacional, puede deducirse que el BBV sigue un proceso secuencial de internacionalización en sus mercados de destino, si bien es necesario destacar la mayor rapidez con la que efectúa su expansión en Latinoamérica mediante métodos que suponen un alto compromiso de recursos, probablemente como consecuencia de la afinidad cultural y de idioma existente con dicho mercado.

BBVA

En octubre de 1999 fue anunciada la fusión del BBV y Argentaria. A pesar de que esta fusión no ha supuesto cambios significativos en la estrategia internacional, a continuación se resumen los hechos más relevantes producidos durante 1999 y 2000 (véanse Cuadros A1 y A2 del Anexo).

Al igual que el BSCH, el BBVA ha optado por las fusiones y adquisiciones como estrategias de crecimiento externo en Latinoamérica. Ha procedido a la fusión de sus filiales en Venezuela y a la adquisición de gestoras de pensiones locales en Argentina, México y Chile, aprovechando de éstas el conocimiento del mercado, así como las capacidades y habilidades necesarias para desarrollar el negocio de pensiones.

En Europa, el BBVA ya contaba con una importante presencia, heredada de la estrategia internacional llevada a cabo por el BBV en años anteriores. Durante 1999 y antes de la fusión en octubre, el BBV llevó a cabo una política de consolidación de las inversiones mediante crecimiento interno, y como movimiento

significativo sólo cabe destacar la adquisición del 3,75 por 100 de Crédit Lyonnais, lo que, a su vez, le ha supuesto la adquisición de la red de oficinas de banca minorista que tenía la entidad francesa en Portugal. Tras su fusión con Argentaria, el BBVA ha estado negociando una posible alianza con el italiano Unicredito que al final ha acabado, en abril del 2000, con la venta, por parte del italiano, del porcentaje de participación que poseía del BBVA, evidenciando la ruptura definitiva entre ambas entidades.

A continuación, presentamos, en el Esquema 3, un resumen de la estrategia internacional de los bancos analizados. Posteriormente, procederemos a analizar los resultados obtenidos de los procesos de internacionalización, tanto en términos de porcentaje de internacionalización, como en términos de rentabilidad de activos.

5. Porcentaje de internacionalización y rentabilidad en el exterior

Antes de la fusión

En este apartado, pretendemos determinar cuál de las entidades analizadas es la que presenta un mayor grado de internacionalización bancaria y conocer la situación internacional de partida de las cuatro entidades bancarias que se han visto envueltas en procesos de fusión durante 1999: Banco Santander, BCH, BBV y Argentaria. Para ello, en el Cuadro 1 recogemos la proporción de activos en el exterior, en 1998, de cada entidad bancaria.

Observamos que, aún bajo la suposición de que el Banco Santander no tiene ningún activo en el exterior de un área distinta a la comercial, ésta sería la entidad bancaria más internacionalizada de entre las analizadas, con un porcentaje de internacionalización superior al 31,3 por 100 (véase Cuadro 1). El Banco Bilbao Vizcaya es el segundo banco más internacionalizado con un 30,57 por 100 de sus activos totales localizados en el exterior. Le siguen Argentaria, BCH y el Banco Popular, siendo este último el banco con menor proporción de activos en el exterior (6,03 por

ESQUEMA 3

RESUMEN DE LA ESTRATEGIA INTERNACIONAL

	Banco Popular	Banco Santander	BCH	BBV
Métodos de entrada para inicio de expansión	Crecimiento interno (sucursales)	Crecimiento interno (sucursales y oficinas)	Crecimiento interno (sucursales) y externo (alianzas)	Crecimiento interno (sucursales y oficinas)
Proceso	Secuencial	Secuencial	Expansión rápida	Secuencial
Métodos de entrada para posterior expansión en Latinoamérica.....	No tiene presencia	Sucursal/filial crecimiento interno y externo	Adquisición/alianzas	Sucursal/filial crecimiento interno y externo
Métodos de entrada para posterior expansión en Europa.....	Sucursal/filial crecimiento interno y externo	Sucursal/filial crecimiento interno y externo	Adquisición/alianzas	Sucursal/filial crecimiento interno y externo
Posibles motivos inicio expansión internacional.....	Dist. geográfica y seguimiento del cliente nacional	Seguimiento cliente nacional	Seguimiento cliente nacional	Ventajas localización

CUADRO 1

**PORCENTAJE DE INTERNACIONALIZACION BANCARIA
(En millones de pesetas)***

	Santander**	BCH	BBV	Popular	Argentaria
Activos en el extranjero.....	8.075.290	1.700.000	6.815.422	242.521	1.700.595
Activos del grupo	25.798.566	14.431.916	22.294.001	4.019.256	11.622.982
% de internacionalización bancaria	31,3	11,78	30,57	6,03	14,63

NOTAS: * Activos exteriores sobre activos totales

**Datos a 31-12-98 Debido a la presentación de la información de balance del Banco Santander, sólo es posible calcular el porcentaje de internacionalización del área comercial, para el resto, no disponemos de información sobre el montante de activos que tiene localizados en el exterior. Sin embargo, en el *Informe Anual* de 1998, se especifica que el Santander tiene activos del área mayorista localizados en el exterior, por lo que el porcentaje de internacionalización siempre será superior al calculado anteriormente (31,3 por 100) al tener en cuenta la cifra real de activos exteriores del Grupo Santander.

100). Es importante destacar la gran disparidad existente en el grado de internacionalización bancaria de las principales entidades que componen el sistema bancario español.

En el apartado de la rentabilidad obtenida de las inversiones en el exterior (véanse Cuadros 2 y 3), obtenemos un dato sig-

nificativo. A pesar de que el Banco Santander es la entidad más internacionalizada de entre las analizadas, no es la que obtiene una mayor rentabilidad de sus inversiones en el exterior. Curiosamente, es el BCH, entidad con la que se fusionó en enero de 1999, la que mayor beneficio obtiene de su inver-

CUADRO 2

**RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN EN EL EXTERIOR
(En millones de pesetas)***

	Santander	BCH	BBV	Popular	Argentaria
Activos extranjero (B. Comercial)	8.075.290	1.217.133	6.815.422	n.d.	n.d.
BAI extranjero	81.702	27.924	26.211	n.d.	n.d.
ROA en extranjero 1998 (BAI extranjero/activo extranjero) .	1,01	2,29	1,3	n.d.	n.d.

NOTAS: *Datos a 31-12-98
n.d.: no disponible.

FUENTE: *Informes Anuales de 1998.*

sión en el exterior, pudiendo ser éste uno de los atractivos de la fusión para el Santander. Por otro lado, resaltar que el BBV tiene una importante proporción de activos en el exterior, de los cuales obtiene un rentabilidad que le hace situarse en el segundo lugar de rentabilidad de la inversión extranjera (ROA).

El Banco Popular y Argentaria representan las entidades menos internacionalizadas y con menor rentabilidad de la inversión en el exterior. Son entidades que centran sus esfuerzos en la actividad nacional y que, en el caso del Popular, le permite situarse a la cabeza de las entidades que trabajan con mejores ratios de rentabilidad en España.

Tras la fusión

A continuación, veremos cuál es la situación de las entidades bancarias, en términos de grado de internacionalización y rentabilidad de activos, tras las fusiones producidas durante 1999.

Como se puede comprobar en el Cuadro 4, el porcentaje de activos exteriores del BSCH respecto al total ha aumentado, de 1998 a 1999, en un 5,59 por 100, mientras que en el BBVA este aumento ha sido tan sólo del 0,31 por 100. Esto muestra que el BSCH ha seguido una política más activa de inversión en el exterior que el BBVA, situándose de nuevo a la cabeza de las entidades españolas más internacionalizadas.

Haciendo un análisis detallado de los informes anuales,

CUADRO 3

**ORDENACION DE ENTIDADES
POR % DE INTERNACIONALIZACION
Y ROA EN EL EXTERIOR**

% de internacionalización	ROA en el exterior
Banco Santander	BCH
BBV	BBV
Argentaria	Banco Santander
BCH	Argentaria
Banco Popular	Banco Popular

comprobamos que gran parte del aumento del porcentaje de internacionalización del BSCH se debe al área de banca comercial en el extranjero, puesto que es la que más ha aumentado su peso de entre todas las áreas de la nueva entidad¹⁰. Concretamente, los activos en el extranjero del área comercial representan, en 1999, un 46,93 por 100 del total del área, frente a un 42,35 por 100 en 1998 (véase Cuadro 5). Sin embargo, este incremento contrasta con la disminución en el

¹⁰ Según datos del informe anual de 1999, los activos del área de Banca Comercial en el extranjero respecto al activo total de la entidad, han experimentado un incremento del 3,12 por 100 en relación al año anterior. En otras áreas, el aumento ha sido bastante menor (el 0,28 por 100 en Gestión de activos y Banca Privada, el 2,58 por 100 en Actividades Corporativas) y en el resto han disminuido (-0,59 por 100 en Banca Minorista España y el -1 por 100 en Banesto).

CUADRO 4

PORCENTAJE DE INTERNACIONALIZACION BANCARIA*
(En millones de euros)

	Santander + BCH		BBV + Argentaria	
	1999	1998	1999	1998
Activos en el extranjero**	78.018,1	58.561,1	50.076	42.032
Activos del grupo	256.438,5	235.804,7	238.166	202.911
% de internacionalización bancaria	30,42	24,83	21,02	20,71
Incremento/disminución % internacionalización bancaria		5,59		0,3

NOTAS: *Activos exteriores sobre activos totales

** Los datos del Informe anual del BSCH sólo reflejan los activos del área comercial localizados en el exterior, no pudiendo conocer el montante real de activos exteriores de otras áreas. En el caso del BBVA, se especifica que los activos de la entidad en el exterior están recogidos en las áreas denominadas BBVA América y BBVA Europa, correspondiendo éstos, en su mayoría, a banca comercial.

FUENTE: Informe Anual 1999.

ROA del área comercial en el extranjero, cifrada en un 0,05 por 100 respecto al ROA de 1998 (véase Cuadro 6). Aunque, a simple vista, esta disminución no parece importante, sí es significativa en la medida que demuestra que la mayor inversión del BSCH en el exterior respecto al año 1998 no se ha visto recompensada con una mayor rentabilidad de la misma.

Como datos significativos, remarcar que, en 1999, casi la mitad de los activos del área comercial (46,93 por 100) se encuentran en el exterior y que la rentabilidad que obtiene el BSCH de los activos del área comercial en España (Minorista España + Banesto) es del 3,09 por 100, superior al 1,1 por 100 que obtiene de los activos localizados en el exterior (banca comercial en el extranjero) (véase Cuadro 6).

El análisis de la información del BBVA y su posterior comparación con el BSCH, también nos permite obtener interesantes conclusiones. Como ya ha quedado reflejado anteriormente, durante 1999, el BBVA ha seguido una política de inversión en el exterior bastante conservadora. Con relación al año anterior, los activos del grupo en el exterior respecto al total tan sólo han aumentado en un 0,31 por 100, correspondiendo el 0,18 por 100 a la actividad del BBVA en el mercado americano y el 0,13 por 100 al mercado europeo (véase Cuadro 7). Puesto que en el *Informe Anual* de 1999 se especifica que los activos exteriores

CUADRO 5

PORCENTAJE DE INTERNACIONALIZACION BANCARIA EN EL AREA COMERCIAL DEL BSCH*
(En millones de euros)

	Santander + BCH	
	1999	1998
Activos en el extranjero área comercial.....	78.018,1	58.561
Activos del grupo en el área comercial	166.239,8	138.268,3
% de internacionalización bancaria en área comercial.....	46,93	42,35
Incremento/disminución % internacionalización		4,58

NOTA: *Activos exteriores sobre activos totales

FUENTE: Informe Anual 1999.

se engloban en las áreas BBVA América y Europa, y éstas hacen referencia, básicamente, a banca comercial, procedemos a calcular el porcentaje de activos exteriores respecto al total del área comercial. Comprobamos que más del 40 por 100 de los activos de banca comercial se encuentran en el exterior, reflejando el elevado grado de internacionalización de la misma (véase Cuadro 8).

Al contrario de lo que sucedía en el BSCH, el ligero aumento

CUADRO 6

RENTABILIDAD DE LA INVERSION EXTRANJERA DEL BSCH
(En millones de euros)

	Banca minorista España		Banesto		Banca comercial en el extranjero	
	1999	1998	1999	1998	1999	1998
Total activos.....	48.447,5	43.023,8	39.774,2	36.683,3	78.018,1	58.561,1
BAI.....	1.085,3	911,9	339,2	254,7	858,6	674,9
ROA (BAI/activos) (%).....	2,24	2,12	0,85	0,69	1,1	1,15
Incremento/disminución ROA (%).....		0,12		0,16		(0,05)

FUENTE: Informe Anual 1999.

CUADRO 7

PORCENTAJE DE INTERNACIONALIZACION BANCARIA DEL BBVA
Activos exteriores sobre activos totales
(En millones de euros)

	Total grupo		BBVA América		BBVA Europa	
	1999	1998	1999	1998	1999	1998
Activos en el extranjero	50.076	42.032	46.608	39.342	3.468	2.690
Activos totales del grupo	238.166	202.911	238.166	202.911	238.166	202.911
% de internacionalización bancaria.....	21,02	20,71	19,56	19,38	1,45	1,32
Incremento/disminución % internacionalización bancaria.....		0,31		0,18		0,13

FUENTE: Informe Anual 1999.

del porcentaje de internacionalización bancaria del BBVA respecto al año 1998 sí se ve recompensado con un aumento en la rentabilidad de los activos (ROA), cifrado en un 0,19 por 100 (véase Cuadro 9). Así pues, a pesar de no experimentar un notable aumento en el porcentaje de activos en el extranjero respecto al total (0,31 por 100), el BBVA ha conseguido mejorar la rentabilidad de los activos obtenida en el año anterior. Esta mejora corresponde íntegramente al aumento de la rentabilidad de los activos invertidos en Europa. En efecto, mientras que en América, la rentabilidad de los activos disminuye en un 0,79 por 100 respecto al año 1998, en Europa esta rentabilidad aumenta en un 0,98 por 100 .

Como datos significativos, conviene señalar que la rentabili-

CUADRO 8

PORCENTAJE DE INTERNACIONALIZACION BANCARIA EN EL AREA COMERCIAL DEL BBVA
Activos exteriores sobre activos totales
(En millones de euros)

	BBV + Argentina	
	1999	1998
Activos en el extranjero área comercial.....	50.076	42.032
Activos del grupo en el área comercial.....	124.668	106.276
% de internacionalización bancaria en área comercial	40,16	39,55
Incremento/disminución % internacionalización.....		0,61

FUENTE: Informe Anual 1999.

CUADRO 9
RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DEL BBVA
(En millones de euros)

	Banca comercial en España		BBVA América		BBVA Europa	
	1999	1998	1999	1998	1999	1998
Total activos	74.592	64.244	46.608	39.342	3.468	2.690
BAI.....	1.215	1.089	246	515	24	(8)
ROA (BAI/activos) (%)	1,62	1,69	0,52	1,31	0,69	(0,29)
Incremento/disminución ROA (%).....	(0,07)	(0,79)	0,98			
Total		0,19				

FUENTE: Informe Anual 1999.

dad que obtiene el BBVA de los activos del área comercial española es del 1,62 por 100, no siendo muy superior al 1,21 por 100 que obtiene de los activos localizados en el exterior (BBVA América y Europa). A diferencia del BSCH, no existen diferencias muy significativas entre la rentabilidad que obtiene de los activos domésticos y los exteriores.

La mayor vocación europea del grupo BBVA puede ser uno de los factores que ha contribuido a la obtención de un mejor resultado exterior que el BSCH. Veamos, a continuación, las inversiones llevadas a cabo, durante 1999, por las dos entidades en sus principales mercados de inversión (Latinoamérica y Europa) para conocer posibles motivos de la obtención de estos resultados.

La fusión de dos entidades fuertemente implantadas en Latinoamérica, como lo eran el Banco Santander y el BCH, ha dado lugar a una entidad con una gran parte de los activos exteriores localizados en esta zona. A pesar de los intentos de eliminar duplicidades, la estrategia latinoamericana seguida por el BSCH ha consistido en la ruptura del *holding* transcontinental con el grupo chileno Luksic y la compra del 50 por 100 del mismo. Esto ha supuesto un aumento de la participación del BSCH en los bancos pertenecientes al *holding* latinoamericano.

En Europa, la estrategia del BSCH ha sido más prudente en la medida que ha optado por incrementar las participaciones minoritarias que ya poseía con entidades locales. Sin embargo,

a pesar del buen funcionamiento de la economía europea, estas acciones no han sido suficientes para contrarrestar los malos resultados obtenidos en Latinoamérica. En el 2000, el BSCH parece inclinarse al establecimiento de alianzas estratégicas con los países vecinos en busca de mejores resultados: alianza con el financiero Champalimaud en Portugal y alianza comercial con Société Générale en Francia.

Así pues, el BSCH ha apostado por la inversión en Latinoamérica durante 1999, por lo que el mal funcionamiento de la economía de algunos países latinoamericanos puede haber perjudicado seriamente a la rentabilidad total obtenida por el BSCH de los activos invertidos en el exterior.

En cambio, la fusión del BBV y Argentaria no ha supuesto duplicidades en el continente latinoamericano, puesto que Argentaria únicamente estaba implantada en el negocio de pensiones privadas. Así pues, su fusión no ha contribuido a aumentar de manera significativa la presencia de la nueva entidad en la zona. Además, la estrategia del BBV y Argentaria en Latinoamérica, durante 1999, ha consistido en la adquisición de gestoras para el negocio de pensiones y en la consolidación de las inversiones realizadas en banca comercial los años anteriores. En Europa, el BBV ya contaba con una importante presencia antes de la fusión con Argentaria, por lo que, durante 1999, la estrategia ha consistido en consoli-

dar las inversiones europeas. Ha sido la buena rentabilidad obtenida de los activos invertidos en Europa por el BBVA lo que ha contrarrestado los malos resultados en América ocasionados, entre otros motivos, por el mal funcionamiento de la economía.

6. Conclusiones

Para finalizar, se resumen, de manera breve, las principales conclusiones obtenidas de la investigación, así como la limitación de nuestro estudio y las futuras líneas de investigación.

En cuanto a las principales conclusiones de la investigación, se destaca la existencia de una gran variedad de teorías o enfoques parciales que han analizado diferentes aspectos de la internacionalización bancaria. Se constata cómo hay teorías que se ajustan mejor a la realidad internacional de determinados bancos, pudiendo constituir una muestra de que es posible hablar de explicaciones parciales desde las diferentes teorías de internacionalización.

A partir del seguimiento de la estrategia internacional de los bancos españoles elegidos para el estudio, creemos conveniente subrayar algunas cuestiones relevantes de los procesos de internacionalización llevados a cabo.

En primer lugar, se señala que el principal mercado del Banco Santander, BCH y el BBV es el mercado latinoamericano. En Europa, los países más cercanos geográficamente y con cierta proximidad cultural a España (Francia, Portugal, Italia y Alemania), son los principales países de destino de la inversión. Los mercados norteamericano y asiático constituyen mercados aún desconocidos para las entidades bancarias españolas, hecho que justifica la elección, por parte de los bancos analizados, de métodos de crecimiento que suponen un menor compromiso de recursos.

En segundo lugar, se destaca la gran disparidad existente en el grado de internacionalización bancaria de las entidades que componen el sistema financiero español. En 1998, el BS y el BBV contaban con un 30 por 100, aproximadamente, de sus activos totales localizados en el exterior, seguidos a gran dis-

tancia del BCH y del Banco Popular, éste último con apenas un 6 por 100 de internacionalización. Tras las fusiones de 1999, el BSCH se sitúa claramente como la entidad nacional más internacionalizada, muy por encima de su inmediato seguidor, el BBVA, y deja desbancado al Popular en lo que a orientación internacional se refiere.

En tercer lugar, hay que resaltar que la internacionalización de las entidades españolas se ha producido en momentos muy diferentes en el tiempo. El BBV fue el primer banco que inició su internacionalización con la apertura de una sucursal en París en 1902. El Banco Santander inició su expansión internacional en Latinoamérica en los años cincuenta y el Banco Popular lo hizo en Francia en los años sesenta. A diferencia del resto de entidades, el BCH no contó con presencia internacional hasta los años ochenta, lo cual supone un retraso con respecto a la primera entidad española que se internacionalizó de más de tres cuartos de siglo.

Por otro lado, creemos necesario señalar la importante presencia de la banca española en Latinoamérica. El BSCH ocupa el primer lugar del *ranking* de bancos con presencia en la zona en países como Chile, Argentina y Bolivia, el segundo lugar en países como Chile, Argentina y Puerto Rico y el tercer lugar en países como Venezuela, Uruguay y México, éste último tras la compra del 100 por 100 del grupo financiero mexicano Serfin, en mayo del 2000. La presencia del BBVA en Latinoamérica es más reducida que la del BSCH. Así, por ejemplo, ocupa el primer lugar del *ranking* de bancos con presencia en la zona únicamente en Venezuela, el segundo lugar en Argentina y el tercer lugar en Perú y Paraguay. Con esto queremos remarcar la trascendencia de la banca española en el sistema bancario latinoamericano frente a otras entidades locales e incluso norteamericanas, que, a pesar de ser altamente competitivas, tienen una presencia poco significativa.

Asimismo, es necesario señalar que la oleada de fusiones de entidades españolas producida durante 1999, no ha sido un hecho aislado dentro del panorama bancario internacional. En efecto, cabe destacar la fusión del Deutsche Bank y el Dresdner Bank en Alemania; la fusión del BNP y Parisbas Soc. Générale

en Francia, situándose en primer y tercer lugar, respectivamente, en el *ranking* de bancos mundiales; o la fusión de Citicorp, el segundo banco comercial de EE UU, y el grupo asegurador y de inversión Travelers. La dimensión y la necesidad de reducir costes de explotación parecen cobrar un papel estratégico clave en un entorno caracterizado por la globalización, la homogeneización de las necesidades de los clientes y la intensificación de la competencia.

También queremos destacar la creciente importancia de las cajas de ahorro en el sistema financiero español. A pesar de que se está produciendo un proceso de acercamiento con la banca privada, especialmente en el ámbito operativo, en aspectos tales como la capacidad innovadora, el nivel tecnológico, el tipo de actividades desarrolladas, etcétera, lo cierto es que las cajas de ahorro y los bancos privados todavía mantienen importantes diferencias en el ámbito institucional, obra social, derechos de propiedad y en la imposibilidad, por parte de las cajas de ahorro, de incrementar su tamaño en base a la captación de recursos propios en los mercados de capitales. Este último hecho unido a la ventaja competitiva de las cajas de ahorro basada, principalmente, en su carácter territorial, hacen que la estrategia de internacionalización de estas entidades esté menos desarrollada en España en comparación con la banca privada.

Por último, a partir del análisis de la estrategia internacional de los bancos elegidos para el estudio, hemos desarrollado algunas pautas de comportamiento común referentes a la internacionalización de los mismos.

1. La primera pauta de comportamiento observada es la existencia de una cierta relación de implicación entre los mercados de destino de la inversión y los métodos de entrada adoptados para la expansión internacional. En los países de menor distancia psíquica¹¹, por ejemplo países latinoamericanos y países europeos como Portugal, Francia y Alemania, se observa el uso

generalizado de métodos de entrada que suponen un mayor compromiso de recursos como fusiones y adquisiciones de entidades locales; la utilización de alianzas estratégicas para desarrollar conjuntamente proyectos de gran envergadura, compartir recursos o simplemente para intercambiar acciones; y, por último, el uso de filiales propias, tanto adquiridas como de nueva creación. Por otro lado, en los países de mayor distancia psíquica para España, debido al desconocimiento de sus mercados, se observa el recurso generalizado en las participaciones minoritarias en el capital de empresas locales y apertura de oficinas de representación, es decir, métodos que suponen un menor compromiso de recursos. Por último, la presencia en los principales centros financieros internacionales suele estar materializada a través de sucursales bancarias.

2. En segundo lugar, observamos una cierta relación de implicación entre las fuerzas impulsoras de la internacionalización y los métodos de entrada adoptados para llevarla a cabo. De este modo, el desarrollo interno, suele ser el procedimiento más utilizado para estar presente en los principales centros financieros internacionales o en aquellos países en los que existe una importante presencia de clientes españoles. Asimismo, puede decirse que el método más utilizado para la transferencia de recursos, tangibles e intangibles, y capacidades entre unidades operativas de distintos países, son las alianzas estratégicas. Por último, el procedimiento más usado para adquirir una determinada dimensión y lograr una penetración rápida en el mercado, suele ser la realización de fusiones o adquisiciones de entidades locales.

Es necesario decir que las conclusiones obtenidas de la investigación empírica no pueden ser generalizadas a cualquier entidad bancaria española, puesto que han sido seleccionados los cinco bancos más importantes de España en términos de negocio bancario y de presencia internacional. Así pues, se necesitaría efectuar un análisis más riguroso de las distintas entidades que componen el sistema financiero español para poder obtener conclusiones sobre la realidad de la internacionalización bancaria española.

A pesar de la limitación anteriormente señalada, es posible

¹¹ Nos referimos básicamente a la distancia por razones culturales, siendo conscientes de que existen otros muchos factores que definen la distancia psíquica como el sistema político, el nivel de educación, las prácticas directivas, etcétera.

vislumbrar futuras líneas de investigación, por lo que a continuación se señalan aquéllas que creemos son de vital importancia para un estudio en profundidad de la estrategia internacional del sector servicios.

3. Creemos necesario el desarrollo de un modelo explicativo de la internacionalización bancaria española, no sólo a partir del seguimiento internacional de los bancos, sino también a partir de técnicas cuantitativas y cualitativas que permitan la obtención de información relativa a aspectos específicos de la estrategia adoptada.

4. En el análisis de la estrategia internacional de los cinco bancos seleccionados, hemos realizado un breve apunte sobre la rentabilidad de las inversiones en el exterior. Las limitaciones derivadas de la información disponible, así como de la utilización exclusiva del ratio ROA para analizar la rentabilidad de las inversiones en el exterior, nos lleva a plantear, como futura línea de investigación, el estudio de los resultados obtenidos de la internacionalización teniendo en cuenta otros factores que pueden incidir en la mayor o menor rentabilidad de los activos en el exterior (ciclo económico, finalidad de la inversión, factores políticos, entre otros).

Referencias bibliográficas

- [1] ALIBER, R. Z. (1976): «Towards a Theory of International Banking», *Economic Review*, primavera, páginas 5-8.
- [2] ALIBER, R. Z. (1984): «International Banking: A Survey», *Journal of Money, Credit and Banking*, volumen 16, número 4, páginas 661-678.
- [3] BALL, C. A. y TSCHOEGL, A. E. (1982): «The Decision to Establish a Foreign Bank Branch or Subsidiary: An Application of Binary Classification Procedures», *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, volumen 17, número 3, páginas 411-425.
- [4] BANCO POPULAR (1998 y 1999): *Informes Anuales*.
- [5] BANCO SANTANDER (1998 y 1999): *Informes Anuales*.
- [6] BBV (1998 y 1999): *Informes Anuales*.
- [7] BCH (1998 y 1999): *Informes Anuales*.
- [8] BONACHE, J. y CERVIÑO, J. (1998): «El papel de la visión directiva en la internacionalización de la empresa: una aplicación empírica», *ESIC MARKET*, número 100, segundo cuatrimestre, mayo-agosto, páginas 123-140.
- [9] BRIMMER, A. y DAHL, F. (1975): «Growth of American International Banking: Implications for Public Policy», *Journal of Finance*, volumen 30, páginas 341-363.
- [10] CANALS, J. (1996): *Bancos universales y diversificación empresarial*. Alianza Economía, Madrid.
- [11] CASILDA, R.; LAMOTHE, P. y MONJAS, M. (1997): *La banca y los mercados financieros*, Alianza, Madrid.
- [12] CASSON, M. C. (1987): *The Firm and the Market: Studies on Multinational Enterprise and the Scope of the Firm*, Basil Blackwell Ltd. Oxford.
- [13] CASSON, M. C. (1990): «Evolution of Multinational Banks: A Theoretical Perspective», en M. C. CASSON [ed.]: *Banks as Multinationals*, Geoffrey Jones, Routledge.
- [14] CHO, K. R. (1986): «Determinants of Multinational Banks», *Management International Review*, volumen 26, número 1, páginas 10-23.
- [15] DE LA FUENTE, J. M. y SUAREZ, I. (1996): «Estructura de recursos e internacionalización de la empresa bancaria española», *Revista Asturiana de Economía*, número 5, páginas 63-114.
- [16] DURAN, J. J. (1997a): *Multinacionales españolas I. Algunos casos relevantes*, Ediciones Pirámide, Madrid.
- [17] DURAN, J. J. (1997b): *Multinacionales españolas II. Nuevas experiencias de internacionalización*, Ed. Pirámide, Madrid.
- [18] DURAN, J. J. y LAMOTHE, P. (1991): «El proceso de internacionalización de la banca española», *Información Comercial Española, Revista de Economía*, número 692, abril, páginas 187-203.
- [19] ERRAMILLI, M. K. (1991): «The Experience Factor in Foreign Market Entry Behavior of Service Firms», *Journal of International Business Studies*, volumen 22, número 3, páginas 479-501.
- [20] ERRAMILLI, M. K. y RAO, C. P. (1990): «Choice of Foreign Market Entry Mode by Service Firms: Role of Market Knowledge», *Management International Review*, volumen 30, número 2, páginas 135-150.
- [21] GARCIA CANAL, E.; LOPEZ DUARTE, C.; RIALP, J. y VALDES, A. (1998): «Las estrategias de cooperación como medio de internacionalización: experiencias de las empresas españolas», *Documento de Economía Industrial*, número 9, Centre d'Economia Industrial (CEI), Barcelona.
- [22] GARCIA ROA, J. (1994): *Las Cajas de Ahorros españolas: cambios recientes, fusiones y otras estrategias de dimensionamiento*, Editorial Civitas. Madrid.
- [23] GILLIGAN, T.; SMIRLOCK, M. y MARSHALL, W. (1984): «Scale and Scope Economies in the Multi-Product Banking Firm», *Journal of Monetary Economics*, número 3, páginas 393-405.
- [24] GOLDBERG, L. G. y SAUNDERS, A. (1981): «The Growth of Organizational Forms of Foreign Banks in the U.S.», *Journal of Money, Credit and Banking*, volumen 13, número 3, páginas 365-374.

- [25] GRANDIO, A. *et al.* (1997): *Mercados financieros*, McGraw Hill, Madrid.
- [26] GRAY, J. M. y GRAY, H. P. (1981): «The Multinational Bank: A Financial MNC?», *Journal of Banking and Finance*, número 5, páginas 33-63.
- [27] GRUBEL, H. (1977): «A Theory of Multinational Banking», *Banca Nazionale del Lavoro, Quarterly Review*, diciembre, páginas 349-363.
- [28] GRUPO ARGENTARIA (1998 y 1999): *Informes Anuales*.
- [29] JOHANSON, J. y VALHNE, J. E. (1977): «The Internationalization Process of the Firm. A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments», *Journal of International Business Studies*, volumen 8, primavera-verano, páginas 23-32.
- [30] JOHANSON, J. y WIEDERSHEIM-PAUL, F. (1975): «The Internationalization of the Firm: Four Swedish Case Studies», *Journal of Management Studies*, volumen 12, número 3, octubre, páginas 305-322.
- [31] KATRISHEN, F. A. y SCORDIS, N. A. (1998): «Economies of Scale in Services: A Study of Multinational Insurers», *Journal of International Business Studies*, volumen 29, número 2, páginas 305-324.
- [32] KIM, T. (1993): «International Banking», en T. KIM [ed.]: *International Money and Banking*, Routledge.
- [33] LI, J. y GUISSINGER, S. (1992): «The Globalization of Service Multinationals in the Triad regions: Japan, Western Europe and North America», *Journal of International Business Studies*, volumen 23, número 4, páginas 675-696.
- [34] LOVELOCK, C. H. y YIP, G. S. (1996): «Developing Global Strategies for Service Business», *California Management Review*, volumen 38, número 2, invierno, páginas 64-86.
- [35] MARTINEZ MORA, C. (1997): *Causas de internacionalización de las empresas: un estudio aplicado a pequeñas y medianas empresas de la provincia de Alicante*, Instituto de Cultura «Juan Gil-Alber» (Diputación provincial de Alicante), Alicante.
- [36] MAZA, S. (1994): «Internacionalización de la banca española. Alianzas y acuerdos de colaboración», *Información Comercial Española. Revista de Economía*, número 735, noviembre, páginas 104-118.
- [37] MILLER, S. R. y PARKHE, A. (1998): «Patterns in the Expansion of U.S. Banks' Foreign Operations», *Journal of International Business Studies*, volumen 29, número 2, segundo trimestre, páginas 359-390.
- [38] McNAUGHTON, R. B. (1999): «Transaction Cost Analysis and the Methodology of Foreign Market Entry Mode Studies», *Journal of International Business Studies*, volumen 31, número 4, abril, páginas 575-596.
- [39] NIGH, D.; CHO, K. R. y KRISHNAN, S. (1986): «The Role of Location-related Factors in US Banking Involvement Abroad: An Empirical Examination», *Journal of International Business Studies*, volumen 17, número 3, páginas 59-72.
- [40] O'FARRELL, P. N.; MOFFAT, L. y WOOD, P. A. (1995): «Internationalisation by Business Services: A Methodological Critique of Foreign Market Entry Mode Choice», *Environment and Planning*, volumen 27, número 5, páginas 683-697.
- [41] O'FARRELL, P. N. y WOOD, P. A. (1998): «Internationalization by Business Service Firms: Towards a New Regionally Based Conceptual Framework», *Environment and Planning*, volumen 30, páginas 109-128.
- [42] O'FARRELL, P. N.; WOOD, P. A. y ZHENG, J. (1998): «Regional Influences on Foreign Market Development by Business Service Companies: Elements of a Strategic Context Explanation», *Regional Studies*, volumen 32, número 1, febrero, páginas 31-48.
- [43] O'FARRELL, P. N.; WOOD, P. A. y ZHENG, J. (1996): «Internationalization of Business Services: An Interregional Analysis», *Regional Studies*, volumen 30, número 2, abril, páginas 101-118.
- [44] PLA, J. (1998): *La estrategia internacional. Un análisis de su implementación en la empresa española*. Tesis doctoral del Departamento Dirección de Empresas. Juan José Renau Piquer. Universitat de València.
- [45] RENAU, J. J. (1996): «El porqué, el cómo y el dónde de la internacionalización de la empresa», *Revista Asturiana de Economía*, número 6, páginas 41-62.
- [46] RIALP, A. (1998): *El método del caso como técnica de investigación y su aplicación al estudio de la función directiva*, ponencia presentada en el IV Taller de Metodología ACEDE, Arnedillo, La Rioja.
- [47] RUGMAN, A. M. (1981): *Inside the Multinationals. The Economics of Internal Markets*, Croom Helm. London.
- [48] TSCHOEGL, A. E. (1987): «International Retail Banking as a Strategy: An Assessment», *Journal of International Business Studies*, volumen 19, número 2, páginas 67-88.
- [49] URSACKI, T. y VERTINSKY, I. (1992): «Choice of Entry Timing and Scale by Foreign Banks in Japan and Korea», *Journal of Banking & Finance*, volumen 16, número 2, páginas 405-422.
- [50] WILLIAMS, B. (1997): «Positive Theories of Multinational Banking: Eclectic Theory versus Internalisation Theory», *Journal of Economic Surveys*, volumen 11, número 1, páginas 71-100.
- [51] YIN, R. K. (1989): *Case Study Research. Design and Methods*. Sage Publications, Newbury Park.

ANEXO

Actividad internacional de la banca española

CUADRO A1

ESTRATEGIAS INTERNACIONALES DE LOS BANCOS ESPAÑOLES

Santander	BCH	BBV	Banco Popular
<p>Años 50 2 oficinas representación en Latinoamérica Oficina de representación en Londres</p> <p>Años 60 Filiales nueva creación en Latinoamérica</p> <p>Años 70 Bancos y oficinas de representación en Latinoamérica Sucursales en Londres, París, Frankfurt y Nueva York</p> <p>Años 80 Europa (1987): - Adquisiciones (50 por 100 CC-Bank y Visa) - Alianzas (Royal Bank) EE UU: - Sucursales y oficinas de representación - Alianza con Metropolitan Life Asia-Pacífico: - Acuerdos con Nomura Securities (Japón)</p> <p>Años 90 Europa: - Adquisiciones (BCI de Portugal, 50 por 100 de CC-Bank) - Alianzas (BT, proyecto IBOS) - participaciones minoritarias Latinoamérica: - Adquisiciones (Banco Interandino, Banco Mercantil, Orígenes y Claridad...) y fusiones. EE UU: - Adquisiciones (First Fidelity) y participaciones minoritarias Asia-Pacífico: - Oficinas de representación y participaciones mayoritarias</p>	<p>El Banco Central y el Banco Hispano no contaban con presencia internacional con anterioridad a los años 80.</p> <p><i>Banco Central:</i></p> <p>Años 80 Adquisición de participaciones mayoritarias de entidades locales de Latinoamérica Filial de nueva creación en Perú</p> <p><i>Banco Hispano Americano:</i> No contaba con presencia internacional antes de la fusión con el Central.</p> <p><i>A partir de la fusión de Central e Hispano (1991):</i></p> <p>Europa: - Alianzas con intercambio de participaciones en Italia, Alemania, Portugal y Francia - Filial con dominio del 100 por 100 en Bélgica - Participaciones minoritarias en el resto de Europa Latinoamérica: - <i>Holding</i> bancario con entidades locales EE UU: - Sucursal - Filial con dominio del 100 por 100 Asia-Pacífico: - Oficinas de representación y sucursales</p>	<p><i>Banco Bilbao:</i></p> <p>1902 Sucursal en París</p> <p>Años 40 Oficinas en París y Londres Inicio de contactos con bancos de EE UU y Sudamérica</p> <p>Años 60 y 70 Oficinas y tomas de participaciones minoritarias en Europa</p> <p>Años 80 Sucursales en las principales plazas financieras</p> <p><i>Banco Vizcaya:</i></p> <p>Años 60 y 70 Oficinas en principales plazas financieras Oficinas en Latinoamérica (México) y EE UU (Nueva York)</p> <p><i>A partir de la fusión de BB y BV (1988):</i> Europa: - Filial propia en Portugal y Suiza - Oficinas de repres. y sucursales en resto de Europa Latinoamérica: - Paquetes de control mayoritario - Adquisición de gestoras de pensiones - Filiales de nueva creación EE UU: - Sucursal - Filial con dominio del 100 por 100 Asia-Pacífico: - Oficinas de representación</p>	<p>Años 60 Desarrollo de red sucursales en Francia</p> <p>Años 80 Alianzas con entidades alemanas y holandesas.</p> <p>Años 90 Europa: - Alianzas en Alemania, Holanda y Francia Latinoamérica: - Alianza en Puerto Rico</p>

FUENTE: Elaboración propia, a partir del diario *Expansión* y los *Informes Anuales* de las entidades bancarias.

ANEXO (Continuación)
Actividad internacional de la banca española

CUADRO A2

PRESENCIA DE BSCH Y BBVA EN LATINOAMERICA ANTES Y DESPUES DE LA FUSION

País	Banco Santander Central Hispano (BSCH)		Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)	
	Anterior a 1999	Años 1999-2000 (Fusión en enero de 1999)	Anterior a 1999	Años 1999-2000 (Fusión en octubre de 1999)
Argentina.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 42,6 por 100 de Banco Río de la Plata, gestoras Orígenes AFJP y Claridad AFJP. • BCH: oficina representación en Buenos Aires, 50 por 100 Banco Tornquist (del grupo OHCH) y 9,9 por 100 de Banco de Galicia. 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % de Banco Tornquist. • Fusión de Banco Río de la Plata y Banco Tornquist en enero de 2000. • OPA sobre Banco Río de la Plata para controlar el 80 por 100 en febrero del 2000. 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación y 59,7 por 100 del Banco Francés del Río de La Plata. • Argentaria: gestora Siembra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición del 100 por 100 de la gestora Consolidar, en mayo 1999. • Adquisición de Corpbanca, que se ha integrado al Banco Francés.
México	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 71 por 100 del Banco Santander Mexicano y gestora AFORE Santander Mexicano. • BCH: oficina representación y 8,28 por 100 del grupo financiero Bital. 		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación, 67,1 por 100 de BBV-México y gestora BBV-Probursa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compra, en marzo 2000, del Grupo Financiero Bancomer, y posterior fusión con la filial BBVA-Probursa.
Colombia.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 100 por 100 de Banco Santander Colombia. • BCH: oficina representación 	Adquisición del 100 por 100 de la gestora Davivir y el 75 por 100 de Colmena en octubre 1999.	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación, 56,1 por 100 del Banco Ganadero. 	
Chile.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 85 por 100 de Banco Santander Chile, gestoras Summa y Bansander. • BCH: <i>holding</i> OHCH al 50 por 100 con el grupo chileno Luksic, 22 por 100 Banco Santiago (del grupo OHCH), gestora Quálitas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruptura alianza con Luksic • Compra del 50 por 100 del <i>holding</i> OHCH de Luksic en abril 1999. • 43,5 por 100 de Banco Santiago. 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación, 44 por 100 del Banco BHIF 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición del 100 por 100 de Corp Group Pensiones (controla el 50,7 por 100 de AFP Provida), en mayo de 1999. • Incremento de la participación en BHIF hasta un 53,3 por 100.
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 100 por 100 de Banco Santander Brasil, 76 por 100 de Banco Noroeste. • BCH: sucursal y 2 oficinas de representación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fusión del Banco Santander Brasil y Banco Noroeste en 1999. • Adquisición del 97 por 100 del Grupo Financiero Meridional en enero 2000. 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación y 100 por 100 de BBV-Brasil. 	
Perú.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 100 por 100 Banco Santander Perú, Santander Seguros de Vida y AFP Nueva Vida Perú. • BCH: 45 por 100 de Bancosur (del grupo OHCH). 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición del 100 por 100 de la gestora Unión en octubre 1999. • 88,6 por 100 de Bancosur. • Fusión Bancosur y BS Perú 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación, 38,7 por 100 de Banco Continental y gestora AFP Horizonte. 	

ANEXO (Continuación)
Actividad internacional de la banca española

CUADRO A2 (continuación)

PRESENCIA DE BSCH Y BBVA EN LATINOAMERICA ANTES Y DESPUES DE LA FUSION

	Banco Santander Central Hispano (BSCH)		Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)	
	Anterior a 1999	Años 1999-2000 (Fusión en enero de 1999)	Anterior a 1999	Años 1999-2000 (Fusión en octubre de 1999)
Puerto Rico.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 79 por 100 de Banco Santander Puerto Rico. • BCH: 100 por 100 de BCH International. 		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: sucursal y 100 por 100 BBV-Puerto Rico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de The Capital Markets Corporation (intermediación de activos financieros), en octubre de 1999.
Uruguay	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 100 por 100 de Banco Santander Uruguay. 		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: 59,67 por 100 del Banco Francés Uruguay. 	
Venezuela.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 98 por 100 de Banco de Venezuela. • BCH: oficina de representación. 	Adquisición del 85 por 100 del Banco de Caracas en octubre de 2000.	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación, 51,44 por 100 del Banco Provincial, 47,25 por 100 del Banco de Lara y el 45,63 por 100 del Banco de Occidente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fusión del Banco de Occidente y del Banco Popular y de los Andes con el Banco Provincial.
Bolivia	<ul style="list-style-type: none"> • BCH: 90 por 100 de Banco Santa Cruz. 		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación y gestora Provisión-BBV. 	
Paraguay.....	<ul style="list-style-type: none"> • BCH: 39 por 100 de Banco Asunción (del grupo OHCH). 	<ul style="list-style-type: none"> • 77,76 por 100 del Banco Asunción. 		
Resto Latinoamérica.....	Oficinas representación en Panamá, Rep. Dominicana, Ecuador y Grand Caymán.		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: 100 por 100 de BBV-Panamá, oficinas representación en Rep. Dominicana, Costa Rica, Guatemala y Cuba. 	

FUENTE: Elaboración propia, a partir del diario *Expansión* y los *Informes Anuales* de las entidades bancarias.

ANEXO (Continuación)
Actividad internacional de la banca española

CUADRO A3

PRESENCIA DE BSCH Y BBVA EN EUROPA ANTES Y DESPUES DE LA FUSION

	Banco Santander Central Hispano (BSCH)		Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)	
	Anterior a 1999	Años 1999-2000 (Fusión en enero de 1999)	Anterior a 1999	Años 1999-2000 (Fusión en octubre de 1999)
Alemania.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 100 por 100 de CC-Bank y Direkt Bank. • BCH: alianza con Commerzbank y participación del 3 por 100. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de participación en Commerzbank a un 4,83 por 100, en enero del 2000. 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina de representación. 	
Italia.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 5,19 por 100 de San Paolo-IMI. • BCH: sucursal, alianza con Generali (51 por 100 de Central Hispano Vida, 51 por 100 de Central Hispano Pensiones, alianza con Estrella para seguros específicos) y participación del 2,1 por 100 en Generali. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de participación en San Paolo-IMI hasta un 6 por 100, en marzo de 1999, y hasta un 6,9 por 100, en agosto de 1999. 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: sucursal y participación del 10 por 100 de Banca Nazionale del Lavoro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Negociación, en febrero del 2000, de alianza con Unicredito con posible intercambio accionarial del 5 por 100. • En abril del 2000, Unicredito vende el 1,2 por 100 que poseía del BBVA, evidenciando la ruptura de la posible alianza entre ambas entidades.
Portugal.....	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 82 por 100 de Banco de Comercio e Industria (BCI). • BCH: alianza con el Banco Comercial Portugués (BCP) y participación del 13,8 por 100 en BCP. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ruptura de alianza con BCP, en mayo de 1999. • Alianza definitiva, en noviembre de 1999, con el financiero Champalimaud, que supone la adquisición de los bancos Totta & Açores y Crédito Predial Portugués. • Compra, en abril de 2000, del 94,38 por 100 de Totta y el 70,57 por 100 de Predial. 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: 100 por 100 de BBV-Portugal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de la red de oficinas de banca minorista en Portugal de Crédit Lyonnais. • Fusión de las sociedades de valores Midas Invetimentos y BBV Interactivos.
Francia.....	<ul style="list-style-type: none"> • BCH: sucursal y alianza con Societé Générale (SG) con participación del 1,2 por 100 en SG. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de participación en SG hasta un 1,9 por 100, en mayo de 1999, hasta un 2,9 por 100 en junio de 1999 y hasta un 5,06 por 100 en septiembre de 1999. • Alianza comercial (gestión activos, servicios financieros, banca inversiones, minorista e Internet) con SG, en febrero del 2000, con participación del 7 por 100 en SG. • En abril del 2000, SG y BSCH negocian la fusión de la banca de inversión y la mayorista. 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: sucursal, participación cruzada del 1,6 por 100 con la aseguradora AXA y 30 por 100 de la <i>joint-venture</i> AXA Aurora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquisición del 3,75 por 100 de Crédit Lyonnais, en el primer semestre de 1999.

ANEXO (Continuación)
Actividad internacional de la banca española

CUADRO A3 (continuación)

PRESENCIA DE BSCH Y BBVA EN EUROPA ANTES Y DESPUES DE LA FUSION

	Banco Santander Central Hispano (BSCH)		Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)	
	Anterior a 1999	Años 1999-2000 (Fusión en enero de 1999)	Anterior a 1999	Años 1999-2000 (Fusión en octubre de 1999)
Reino Unido	<ul style="list-style-type: none"> • BS: Alianza con Royal Bank of Scotland (RBS) y participación del 9,58 por 100 . • BCH: sucursal y 50 por 100 de Hispano Commerzbank Gibraltar. 	<ul style="list-style-type: none"> • OPA de RBS sobre el Nat-west en noviembre de 1999. En febrero del 2000, el RBS resulta ganador de la OPA y la participación del BSCH en la nueva entidad oscilará en torno al 7 por 100-10 por 100. 	<ul style="list-style-type: none"> • BBV: sucursal. 	
Suiza	<ul style="list-style-type: none"> • BS: 100 por 100 de Banco Santander Suiza. • BCH: 2 oficinas representación. 		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina representación y 100 por 100 de BBV Privanza Bank. 	
Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> • BCH: sucursal y 100 por 100 BCH Benelux. 		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: 4 oficinas de representación. 	
Gibraltar.....	<ul style="list-style-type: none"> • BCH: sucursal. 		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: 100 por 100 de BBV-Privanza y BBV-Privanza Internacional. 	
Rusia	<ul style="list-style-type: none"> • BCH: oficina de representación 		<ul style="list-style-type: none"> • BBV: oficina de representación. 	
Andorra.....			<ul style="list-style-type: none"> • BBV: 30,33 por 100 de Banc Internacional d'Andorra y 30,33 por 100 de Banca Mora. 	

FUENTE: Elaboración propia, a partir del diario *Expansión* y de los *Informes Anuales* de las entidades bancarias.