

Banco Santander resalta la estrategia "clara y planificada" para convertirse en líder mundial



Botín pronunció la conferencia "La estrategia de Banco Santander"

El presidente de Banco Santander, Emilio Botín, afirmó que la estrategia clara y planificada de la entidad a lo largo de los últimos años les ha permitido destacarse "como ganadores en esta crisis mundial". Botín hizo un repaso a la historia del banco en una conferencia en el Centro Universitario de Defensa de Zaragoza.

A.M.V.

El presidente de Banco Santander, Emilio Botín, aseguró el pasado

miércoles, 11 de mayo, que la forma de actuar de la entidad financiera "siempre ha estado guiada por una estrategia muy clara, planifi-

cada y detallada". Una estrategia que, en palabras de Botín, "nos ha permitido destacarnos como ganadores en esta crisis económica y financiera mundial".

El presidente de la entidad financiera hizo estas declaraciones durante su intervención en el Centro Universitario de la Defensa de Zaragoza (CUD) que celebró su primera jornada, con el lema "El CUD en la Sociedad", en la Academia General Militar.

Con este encuentro, el Centro Universitario de la Defensa inició un ciclo de jornadas con la periodicidad anual, con el objetivo de darse a conocer a la sociedad, informar de su misión y cómo la va desarrollando. impartió la conferencia "La estrategia de Banco Santander" y compartió con los asistentes su experiencia al frente de la entidad desde los años 80, cuando era un banco pequeño, el séptimo de España. En la actualidad, Banco Santander es el primero de la zona euro y el décimo del mundo por valor en bolsa, y ha sido el tercer banco del mundo en los últimos cuatro años por resultado.

Botín afirmó que su "estrategia ha

ido encaminada con el objetivo de ser el primer banco comercial del mundo". Tres fases han definido la estrategia: "La primera, ser fuertes en España para ser fuertes fuera"; la segunda, dijo, convertirse "en el primer banco de Iberoamérica", y la tercera, "ser también el primer banco europeo".

Botín recordó que Banco Santander cambió el modelo de la banca comercial en la España de los 80

Además, recordó cómo Banco Santander "cambió el modo de hacer banca comercial en la España de los 80", para lo que planificaron todos los detalles, lanzaron una potente campaña de publicidad y renovaron la imagen de las oficinas, lo que dio como resultado que doblaran su cuota de mercado, "y los depósitos e imposiciones aumentaron más de un 70%". Años después, la entidad adquirió Banesto, que les "proporcionó masa crítica", y supieron

"aprovechar las grandes oportunidades y retos que suponía nuestra permanencia en la Unión Europea".

DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA.

Según Emilio Botín, "el modelo de expansión internacional de Banco Santander ha seguido siempre unos criterios claros y bien definidos: concentrarnos en pocos países, aprovechar nuestras ventajas competitivas, adquirir la mayoría del capital de entidades a las que podamos aportar valor".

En este sentido, el banco dio sus primeros pasos en Iberoamérica, que "siempre fue una pieza clave para Banco Santander", y con la que "hemos tenido siempre un compromiso firme y de largo plazo, tanto en los momentos buenos como en los malos".

"Tras afianzarnos en Iberoamérica, y hacer de Brasil un elemento fundamental en nuestra estructura, apostamos por Europa", añadió. Seis años después de la compra de Abbey, Reino Unido aporta al grupo bancario el 18% de su beneficio. El banco avanza en otros países de la zona euro, como Alemania o Polonia. •