

Conferencia | Emilio Botín, presidente de Banco Santander, equiparó ayer en Zaragoza los valores que se inculcan en la Academia General Militar a los que él imprimió al banco en los ochenta, cuando decidió situarlo en la élite financiera

La estrategia militar del Santander

Emilio Botín, presidente de Banco Santander, explicó ayer ante un centenar de caballeros y damas cadetes de la Academia General Militar de Zaragoza (y representantes aragoneses del mundo académico, económico y del Ejército), la estrategia seguida en los últimos treinta años por la entidad financiera que lidera, estrategia que ha llevado al banco a los primeros puestos del ranking financiero mundial.

Con su conferencia, Botín inauguró la primera jornada organizada por el Centro Universitario de la Defensa (CUD), un centro de formación de oficiales del Ejército de Tierra. Y quizá imbuido por el ambiente castrense que impregnó todo el acto, Botín pronunció un discurso plagado de referencias y símiles militares, que él aplicó a la actividad financiera. «En nuestra historia hemos seguido (y mantenemos en la actualidad) principios muy similares a los que inspira la estrategia y la actuación de las Fuerzas Armadas a las que ustedes representan», comenzó el presidente de Banco de Santander quien, para ilustrar esta afirmación habló, a continuación, de planificación estratégica, intendencia, retaguardia, planificación táctica, ofensivas aplastantes, de cubrir flancos, de sacrificio y disciplina, retirada de tropas o de volver a los cuarteles de invierno. Términos que, a buen seguro, resultaron familiares a los asistentes, y que Botín utilizó pa-



Emilio Botín, en el centro de la foto, en la Academia General Militar de Zaragoza, ayer. JOSÉ MIGUEL MARCO

ra detallar las tres claves que, en su opinión, han hecho de Banco Santander lo que es hoy día: apostar por ser fuertes en España para ser fuertes fuera; convertirse en el primer banco de Iberoamérica y aspirar a ser el primer banco europeo. Para lograrlo, se echó mano de dos de sus fortalezas: «La primera -dijo-, el mejor ejército: nuestra red comercial en España. Una red profesional, disciplinada, conocedora del terreno y después-

ta siempre a afrontar las batallas más duras, convencida de su capacidad para lograr el éxito. La segunda, un sólido modelo de negocio que prestaba especial atención a la prudencia en riesgos. Siempre hemos tenido presente -recordó Botín- que los bancos quiebran por asumir riesgos excesivos y que nunca hay que bajar la guardia».

Principales hitos

Botín explicó los hitos más importantes en estos años, desde el diseño y lanzamiento de la 'Supercuenta', una auténtica revolución en el mercado financiero español de principios de los noventa, hasta la puja por Banesto (que el Santander se quedó en 1994), la fusión con el Central Hispano (en 1999) o más próximos en el tiempo, su desembarco en Iberoamérica o su entrada en Reino Unido, Alemania o Polonia.

«En Banco Santander lo tenemos muy claro: para ganar hay que tener voluntad de vencer»,

afirmó Botín, quien se mostró convencido de que el Santander nunca hubiera conseguido estos objetivos sin mantener sus valores: máxima atención a los clientes, generación de valor para el accionista, una cultura corporativa basada en los más altos principios éticos, la mejor logística, una marca potente y reconocida y «una sólida retaguardia (basada en fortaleza de capital y en la disciplina financiera)» para resistir «los asedios más fuertes».

Con todo, Emilio Botín aseguró que la estrategia seguida les ha permitido destacar como «ganadores en la reciente crisis económica y financiera mundial».

Por último, se refirió a Universidad (la mayor red de universidades de habla hispana y portuguesa), un proyecto que calificó de estratégico para el banco, que se creó hace diez años y que hoy celebra en Zaragoza su XI Junta General de Accionistas en la Universidad de Zaragoza.

BEGOÑA TRAVESÍ