



Santander aspira a igualar los seguros al negocio bancario

La compañía pone el foco en España, Brasil y México para crecer en esta área. **PÁG. 12**





Santander aspira a alcanzar en seguros una cuota de mercado igual a la del banco

Pone el foco en crecer en España, Brasil y México con el acento en vida y pensiones

Aitor Caballero Cortés MADRID.

Banco Santander pretende igualar su poderío en su negocio tradicional con el de seguros en los principales mercados en los que opera. Así lo explicó Héctor Grisi, el CEO de la compañía, en la última rueda de prensa de los resultados del grupo hasta marzo: "La realidad es que si ves la cuota de mercado de Santander en cada uno de los países en los que estamos, primordialmente España, Portugal y en Latinoamérica en México y Brasil, en la parte de seguros tenemos una cuota menor", añadió, aunque sin especificar una fecha concreta para el objetivo.

Por ello, el banquero quiere poner el foco en esta pata de negocio para tratar hasta "doblar" el mercado de seguros con su estado actual. La entidad está centrándose en el mercado español, donde en la gran mayoría de indicadores está siempre entre los tres primeros, rondando cuotas medias del 18% en créditos y depósitos según Fitch.

Pero en seguros aún está muy lejos de esos niveles. A cierre de 2025, Santander contaba con una cuota de mercado del 3,5% entre seguros de vida y no vida, según Icea, incluyendo los datos de sus alianzas con Mapfre y Aegon. Bien es cierto que esta aumenta hasta el 6,59% si se acota solo al ramo de vida y sube hasta el 7,55% en ahorro gestionado. El recorrido para ocupar una porción de mercado de seguros similar al bancario pasaría por triplicar las primas actuales en el caso del ramo de vida conforme a los datos estancos a diciembre de 2025. En esa fecha, Santander Seguros, la filial 100% en propiedad del banco, registró unas primas de 2.149 millones y fue quinta en el ranking, por detrás de CaixaBank, Sabadell (con Zurich), Mapfre y BBVA.

Si comparamos con otros países, las distancias pueden ser incluso



La sede de Banco Santander. EE

En España, alcanzar cuotas de seguros similares a la bancaria supondría triplicar el negocio

mayores, como es el caso de México. Aquí el banco es el segundo más importante tras BBVA, acumulando hasta el 14% del mercado en ac-

tivos. Sin embargo, el mercado de seguros es uno de los más competidos y cuenta con jugadores locales muy fuertes como GNP, que aglutinan más del 13% de las primas. A esto hay que sumarle actores norteamericanos como MetLife y otros actores europeos, como Allianz, Axa, la propia Mapfre o BBVA, que ocupa el segundo lugar.

En Latinoamérica, Santander opera de la mano de Zurich tanto para seguros de vida y de no vida. Aquí, la alianza agrupa aproximadamen-

te algo más de un 4% de cuota, muy lejos de ese 14% que tiene en el negocio bancario.

En Brasil las diferencias son menores, pero porque el mercado más competido aquí es el bancario. Santander es, tanto en activos como en depósitos y créditos, la quinta entidad financiera. En la primera de las mediciones agrupa el 7,24% del mercado, según el regulador brasileño, consolidándose como la primera entidad extranjera. En seguros está ubicada en el mismo lugar, con una

cuota superior al 5% de la mano de su socia Zurich.

Oportunidades en vida

Donde Santander ve más opciones de crecimiento es en el negocio financiero de seguros, en vida y pensiones. Es por ello que anunció en su día del inversor la creación de la plataforma Santander Retirement Solutions, que tiene como meta cubrir las necesidades que tienen las personas que van a jubilarse o ya lo están. Aquí el banco englobará todos los servicios de vida, pensiones, salud y asistencia. Además, es donde el banco ha ido haciendo operaciones inorgánicas, como su entrada en Viridium, la quinta compañía en seguros de vida en Alemania, o compras de entidades más pequeñas, como Principal Financial Group en Chile.

Para potenciar la parte de seguros, el Santander también trabaja en un proceso de *reskilling* con sus trabajadores. Grisi mencionó en la rueda de prensa del grupo que uno de los vectores de crecimiento en la venta de seguros es el reposicionamiento del personal destinado a comercializar productos, eliminando tiempo y tareas dedicadas a apartados operacionales. "En países donde estamos más avanzados con este plan, como Portugal, hasta el 90%

En Portugal, los empleados dedican hasta el 90% del tiempo a la atención al cliente

de a lo que se dedican nuestros empleados es a atender al cliente. En España todavía estamos entre el 55% y el 60%", reveló Grisi.

Por último, el factor de la inteligencia artificial será otro de los impulsores del crecimiento del Santander en seguros, gracias a "la adaptación a nivel individual de las necesidades de cada cliente", explicó el consejero delegado. En este contexto, en España se está trabajando principalmente en salud, impulsando la propuesta de valor y la accesibilidad.