

> 7 de octubre de 2026 a las 0:00



Peio Belausteguigoitia, responsable de BBVA en España.

BBVA dice que tiene en los seguros la mayor oportunidad para crecer

Matteo Allievi. Madrid

BBVA ve en el negocio de seguros la mayor oportunidad de crecimiento para los próximos años en España. El responsable del banco en España, Peio Belausteguigoitia, reconoció ayer que es el segmento en el que la entidad tiene un mayor margen de mejora respecto a la estrategia que ha desarrollado en otras áreas del negocio. “Es donde tenemos mayor *gap* (en experiencia del cliente) y donde más queremos crecer”, apuntó el banquero ayer.

El grupo parte de una penetración todavía limitada entre su propia base de clientes: solo el 21% tiene algún seguro con BBVA. Belausteguigoitia destacó que el 79% restante constituye una base potencial sobre la que aumentar la contratación.

El banco tiene con el negocio de vida dentro de la propia entidad y con acuerdos en no vida. En este último segmento, tiene una alianza con Sanitas en seguros de salud, vigente desde 2006, y la *joint venture* con Allianz para el resto de no vida, lanzada en 2020.

Según los datos mencionados por Belausteguigoitia, las primas en el segmento de no vida crecieron a un ritmo del 18% entre 2021 y 2025, frente al 7% del sector, mientras que su contribución a los resultados ha registrado una tasa de crecimiento anual compuesta del 17% desde 2021.

BBVA considera que la evolución de la experiencia del cliente será clave para impulsar el crecimiento.

El banco pretende reducir las tasas de fuga, habituales en el sector, con el objetivo de elevar las renovaciones.

Entre las vías que plantea, figura mejorar la gestión de los siniestros mediante la apli-

cación del banco, con un único tramitador y seguimiento del proceso por parte del cliente.

En paralelo, el banco pone a las empresas y al negocio de consumo en el centro de su estrategia. En 2025, lideró la captación en pymes, ya que una de cada cuatro se abrió una cuenta nueva con BBVA. En los últimos cinco años, la entidad elevó en 250 puntos básicos su cuota de mercado en empresas y en 260 puntos básicos en consumo.

Otra área en el foco en la actual hoja de ruta es la banca patrimonial. En España, BBVA tiene 201.000 clientes en banca privada y un 46% más de banqueros que en diciembre de 2020.

La entidad potenciará su propuesta en este segmento con el apoyo de la inteligencia artificial (IA), que permitirá extender las capacidades de asesoramiento y simplificar las tareas.

Estrategia en IA

En la sesión con analistas de ayer, inaugurada por el presidente Carlos Torres, el banco ilustró la evolución de su estrategia en IA. Tras una primera etapa, denominada Los Ocho, en la que ha puesto los cimientos de un nuevo ecosistema con seis robots y dos pilares tecnológicos, ahora BBVA entra en una nueva ola, El Marco, donde busca desplegar, escalar y gobernar esos agentes (ver páginas 18 y 19).

Los primeros casos de uso de la IA ya muestran avances. En España, los asistentes filtran más de la mitad de las conversaciones que reciben los gestores en la aplicación, según explicó el responsable global de AI Transformation de BBVA, Antonio Bravo.