

# FINANZAS & MERCADOS

## BBVA lanza su plan comercial para captar un millón de clientes en 2022

**EN ESPAÑA/** El banco inicia otra edición del programa 'Invita a un Amigo', con el que premiará a los clientes que atraigan nuevos usuarios a la cuenta digital e impulsen la captación de nóminas y tarjetas.

M. Martínez. Madrid

BBVA activa la maquinaria comercial para alcanzar uno de los grandes compromisos que ha asumido: atraer al grupo 10 millones de clientes hasta 2024, de los que 3,6 millones se sumarán en España. Para lograr esta meta, la filial española tendría como objetivo la captación de más de un millón de clientes este año, tras cerrar 2021 con un récord de 720.000 nuevos usuarios.

El grupo potenciará su actual caja de herramientas. Por una parte, mantendrá el foco en la captación por canales digitales con la *Cuenta Online* como buque insignia. Otro eje será el armazón de herramientas y funcionalidades digitales, que se va a enriquecer. Incluye el servicio *Cambio de Banco*, que fue utilizado por 140.000 clientes el pasado año, o la aplicación de banca móvil, abierta a no clientes.

A su vez, BBVA impulsará los planes de recompensa, tanto para nuevos clientes como para incentivar que los actuales atraigan negocio. Dentro de este capítulo, la entidad lanza este lunes una nueva edición del *Plan Invita a un Amigo*, que estará vigente hasta el 31 de marzo.

### Bonificaciones

El banco puso en marcha estos premios en febrero del año pasado y va a incrementar las bonificaciones. Entregará 35 euros a cada cliente que consiga incorporar un *amigo* que contrate la cuenta online y la tarjeta *Aqua* de débito. Se mantiene el tope de 10 amigos, lo que sitúa la recompensa máxima en 350 euros. Hasta ahora, el premio era de 5 euros por cliente (50 euros). El reembolso que percibirán los nuevos clientes no sufre cambios: 15 euros si realizan una compra con tarjeta por un importe igual o superior.

El nuevo plan mantiene los incentivos en nóminas. Actualmente, el cliente recibe 50 euros por cada nuevo usuario que domicilie sus ingresos (10 amigos como tope) y el particular que llega al banco obtiene 100 euros.

“En 2022 vamos a continuar apostando por la estrategia de *Open Market* que tan buenos resultados nos ha da-

**El cliente de BBVA recibirá 35 euros por cada nuevo usuario que contrate el 'pack' de cuenta y tarjeta**

**BBVA ha captado más clientes en canales digitales que en la red los dos últimos meses**

do en los últimos años, especialmente en 2021. Impulsaremos el *Plan Invita a un Amigo* y a lo largo del año llegarán otras novedades, muchas de ellas de la mano de importantes *partners*”, explica Leyre Baltza, directora de Open Market en BBVA España.

La entidad ha captado 18.400 nuevos clientes desde que lanzó el *Plan Amigo* en febrero y se han registrado 45.000 *padrinos*.

Por lo que se refiere al catálogo de productos, la *Cuenta Online* y el *Préstamo Rápido Online* serán clave.

La cuenta digital sin comisiones ni exigencias de vinculación se ha convertido en el producto estrella de BBVA. Se lanzó en 2015 y acaba de superar el millón de clientes. El crédito exprés, que empezó a comercializarse en 2019, está acelerando el negocio de consumo. BBVA ha ido encadenando sucesivas campañas para promocionar este préstamo, que actualmente y hasta el 9 de febrero se puede contratar a precios rebajados.

Ambos productos están contribuyendo al impulso que viene registrando la captación de negocio vía online. La mitad de los nuevos clientes ya elige las alternativas remotas para darse de alta y los dos últimos meses BBVA ha sumado más clientes por canales digitales que en la red física.

El foco en la captación se está complementando con la estrategia de vinculación para preservar la rentabilidad. Según datos de BBVA, el 70% de los nuevos clientes está fidelizado a los seis meses de llegar al banco, a través de la domiciliación de ingresos recurrentes o el uso continuado de la tarjeta, entre otros.



Carlos Torres, presidente de BBVA.

### JÓVENES

BBVA logró captar digitalmente el pasado año 137.000 clientes jóvenes, un perfil estratégico. Del total de nuevos clientes que se unen a la entidad, los usuarios con edades comprendidas entre 18 y 29 años ya representan más del 35%.

### EL NEGOCIO DE BBVA EN ESPAÑA

Datos a septiembre de 2021.

Préstamos (mill. de €)	165.900
Depósitos (mill. de €)	199.600
Empleados (nº)	27.387
Oficinas (nº)	2.106
Eficiencia (%)	49,3
Morosidad (%)	4,1

Expansión

Fuente: BBVA

### La banca renueva su escaparate comercial

La banca renueva su escaparate comercial coincidiendo con el inicio de año. CaixaBank acaba de lanzar su propuesta *MyHome*, en la que agrupa una batería de productos para la vivienda (hipotecas, créditos para reformas, seguros de hogar y alarmas). Para fomentar la contratación, CaixaBank, que hasta ahora no había

sido especialmente activo en la batalla de los incentivos, ofrece premios de hasta 500 euros. Santander también está remunerando con hasta 100 euros la domiciliación de nóminas y sigue teniendo como eje la *Cuenta One*. La entidad rebajó en verano la exigencia de vinculación de este producto, al ampliar su

foco hacia la captación de clientes. Bankinter tiene como gran reclamo comercial la estabilidad de condiciones de su cuenta nómina, que se mantendrán a futuro, según ha reiterado esta semana el banco. Sabadell trabaja en una renovación de su propuesta para particulares, que incluirá una nueva cuenta digital.



Emilio Botín O'Shea, presidente de Rentamarkets.

### Rentamarkets se transforma en el banco Miraltabank

R. Lander. Madrid

Rentamarkets, la *boutique* de inversión fundada por uno de los hijos de Emilio Botín, se transforma en banco. La entidad canalizará todos sus servicios de banca de inversión y de financiación alternativa a través de Miraltabank, que acaba de recibir la autorización correspondiente del BCE y del Banco de España.

“La entidad ampliará sus servicios a las áreas de financiación y actividad crediticia ofreciendo soluciones novedosas y continuará prestando servicios de banca de inversión, gestión de activos e intermediación con una sólida apuesta por la tecnología”, anuncia Emilio Botín en una carta enviada a clientes.

“Esta nueva etapa como Miraltabank no es más que una evolución natural del proyecto que fundamos José Rodríguez, Ignacio Fuertes, Ángel Fernández-Pola y yo en 2010. A partir de nuestra experiencia en los mercados decidimos crear lo que iba a ser una firma especializada en renta fija y divisas. A lo largo de esta década hemos ido ampliando las parcelas de negocio y además estamos renovando los servicios de nuestro *bróker*”, explica.

Al principio Rentamarkets solo daba servicio a institucionales. Pero su potencia de fuego cambió en 2017, cuando se hizo con el negocio minorista de Ahorro Corporación.

Actualmente la firma tiene en gestión y asesoramiento 900 millones de euros.

Comercializa fondos de inversión propios (Rentamarkets Sequoia y Narval), carteras de fondos y da acceso a fondos de gestoras internacionales.

El año pasado fichó como asesor sénior de inversiones a Pedro Dañobeitia, jefe de Banca Privada de Sabadell.