

Espacio
Multimedia



Área Multimedia
Servicio al Cliente
Reserva
Prestaciones

1 OS

En busca de la máxima
eficiencia
en el servicio al cliente
el primer 1 OS

Caja

negocio

Mercado de capitales

Bankinter ha estado presente en los mercados de renta fija, como creador de mercado de deuda pública y letras y colider en las emisiones del Tesoro Español, así como en el mercado de bonos corporativos, con una mesa de distribución muy activa en todos estos mercados.

El banco ha realizado una gestión activa, cuidadosa y eficaz de la liquidez y el capital, manteniéndose activo en los mercados de capitales europeos de corto y largo plazo siempre que la difícil coyuntura económica lo ha permitido. Esto ha sido posible por la solvencia de Bankinter y su buena imagen entre la comunidad inversora.

El acceso a los mercados de corto plazo se ha realizado, principalmente, mediante el programa de pagarés registrado en la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). El saldo de pagarés mayoristas al 31 de diciembre de 2014 era de 371 millones de euros.

A largo plazo se han emitido 400 millones de euros de cédulas hipotecarias y 500 millones de euros de deuda senior bajo el programa de renta fija registrado en la CNMV.

Por otra parte, durante 2014 se amortizaron dos cédulas hipotecarias por importe de 300 millones de euros.

En emisiones que afectan a los ratios de solvencia, el 21 de enero se amortizaron anticipadamente y de forma parcial varias emisiones de deuda subordinada por importe de 86,3 millones de euros.

Tipo	Fecha emisión	Importe (M€)
Cédula hipotecaria	27/01/2014	200
Cédula hipotecaria	19/05/2014	200
Deuda senior	10/06/2014	500



Inversión crediticia

- Bankinter aumenta la cartera crediticia un 3%, especialmente en empresas, pese al entorno de crisis y el proceso de desapalancamiento de empresas y familias.
- El banco ha triplicado en 2014 el volumen de nueva producción hipotecaria, hasta superar los 1.550 millones de euros.

Inversión crediticia (miles de euros)	31/12/2014	31/12/2013	Miles €	%
Créditos a Administraciones Públicas	1.704.402	2.340.652	-636.250	-27,18
Otros sectores	40.742.322	38.855.799	1.886.523	4,86
Crédito comercial	2.016.997	2.052.599	-35.602	-1,73
Deudores con garantía real	25.353.414	25.269.668	83.746	0,33
Adquisición temporal de activos	0	0	0	n.r
Otros deudores a plazo	9.899.189	8.449.436	1.449.753	17,16
Préstamos personales	5.558.167	4.468.648	1.089.520	24,38
Cuentas de crédito	3.910.827	3.721.439	189.388	5,09
Otros deudores a plazo resto	430.195	259.350	170.845	65,87
Arrendamientos financieros	968.590	796.605	171.985	21,59
Activos dudosos	2.194.167	2.234.395	-40.228	-1,80
Ajustes por valoración	-958.193	-968.822	10.629	-1,10
Otros créditos	1.268.158	1.021.918	246.239	24,10
Total Crédito a la clientela	42.446.723	41.196.451	1.250.273	3,03

Cartera de crédito a empresas

+6,7%
en 2014

En 2014, la situación crediticia ha evolucionado positivamente respecto al año anterior, tanto en lo que hace referencia a las familias -mejora de la contratación de hipotecas residenciales - como en la financiación a las empresas.

En concreto, los créditos sobre clientes alcanzan al cierre de 2014 los 42.446,7 millones de euros, un 3% más que hace un año, siendo una de las

pocas entidades financieras españolas que logra aumentar su cartera crediticia en el ejercicio. Este buen dato es consecuencia, sobre todo, de la buena evolución que, un año más, ha tenido el negocio de Empresas, cuya cartera crediticia es un 6,7%, superior a la de hace un año, hasta alcanzar un volumen de inversión de 18.900 millones de euros. Esta cifra supera en 3.600 millones la cartera de crédito corporativo que el

banco tenía hace cuatro años, lo que contrasta con la contracción de doble dígito que ha experimentado la financiación a empresas en el conjunto del sistema financiero.

La distribución de la cartera crediticia de clientes en los distintos epígrafes ha evolucionado de la siguiente forma:

La estructura de la cartera mantiene una cuota importante en operaciones con garantía hipotecaria con clientes de perfiles económicos de rentas altas, la cual ha mostrado una pequeña reducción inferior a 400 millones de euros sobre el pasado ejercicio. El aumento de las amortizaciones explican esta ligera caída de la cartera hipotecaria pese al fuerte crecimiento experimentado en la concesión de nuevas hipotecas, que se triplicó respecto a 2013, alcanzando un volumen de nueva producción hipotecaria de 1.550 millones.

Por otro lado, Bankinter ha firmado diferentes acuerdos con instituciones nacionales e internacionales a fin de facilitar y abaratar la financiación a las pequeñas y medianas

empresas. En este ejercicio, destacan los siguientes acuerdos:

- **Línea de financiación para las pequeñas y medianas empresas** procedente del Banco Europeo de Inversiones, por un volumen global de 400 millones de euros.
- **Primer acuerdo en Europa con el Fondo Europeo de Inversiones (FEI)** para apoyar la concesión de préstamos a pequeñas y medianas empresas innovadoras. En el marco del programa 'InnovFin', la iniciativa de financiación de la UE respaldada por la Comisión Europea, el banco dará acceso a un total de 200 millones de euros durante los próximos dos años.
- **Alianza con el banco alemán Düsseldorfer Hypothekbank (DHB)** para financiar operaciones inmobiliarias en el sector terciario en los próximos años.
- **Acuerdos con sociedades de garantía recíproca** como Avalmadrid, Avalis o Iberabal destinados a mejorar el acceso a la financiación de las pymes.

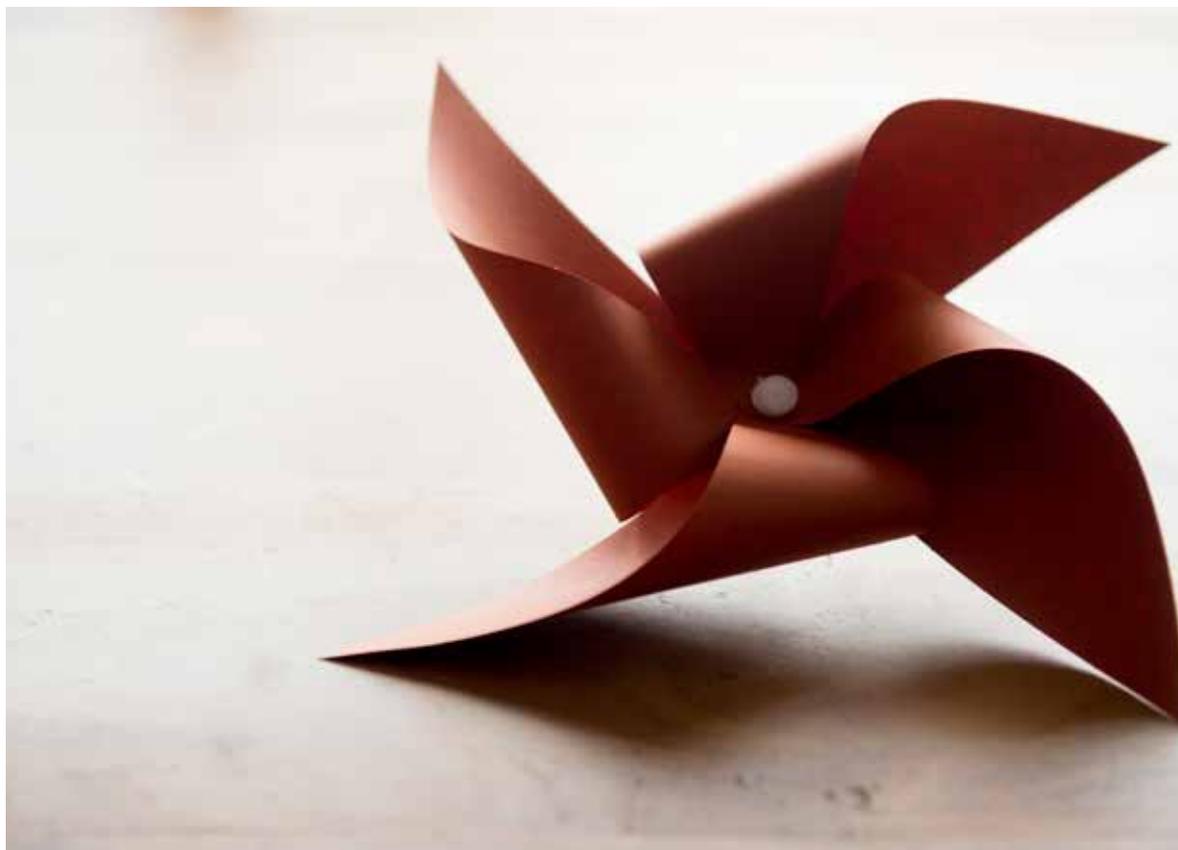


Medios de pago

El parque de tarjetas emitidas ha aumentado un 7% en 2014, superando el millón de tarjetas (incluidas tarjetas del banco y de Obsidiana). El número de operaciones realizadas en comercios alcanzó en el año los 51,5 millones de transacciones, incrementándose en un 11%, mientras que el volumen total ha aumentado un 8%, hasta los 4.509 millones de euros.

En cuanto a la actividad adquirente, continuamos la actividad con negocios y establecimientos con un crecimiento similar al de los últimos años, alcanzando en 2014 un volumen gestionado de 1.414 millones de euros en 26,5 millones de operaciones de compra, que suponen crecimientos porcentuales frente al periodo anterior del 20% y el 15%, respectivamente.

En lo relativo al negocio de cajeros, contamos con un parque de 392 unidades instaladas que han realizado durante este periodo 3,6 millones de operaciones de disposición de efectivo, dispensando a clientes y no clientes un volumen de 538 millones de euros, que representa una variación del 26%.



Otros negocios

Bankinter Gestión de Activos

- El crecimiento de la gestora, muy superior al registrado por el sector, se ha acentuado en 2014.
- La rentabilidad y el servicio al cliente han mejorado tras reforzar el equipo, ampliar la gama de fondos e implantar nuevos controles.

El dinero vuelve a los fondos. La industria de la inversión colectiva ha experimentado una fuerte recuperación en 2014, tendencia que Bankinter Gestión de Activos ha sabido rentabilizar. La entidad ha logrado un incremento del patrimonio bajo gestión en fondos de inversión propios del 20,6%, hasta los 7.233 millones de euros, que le sitúan como la octava gestora de España. Esta senda de crecimiento, en línea con el auge del sector, se inició en 2003 y se ha acentuado en 2014 gracias a que la entidad ha reforzado el equipo y unificado los procesos de toma de decisiones, control y atención al cliente.

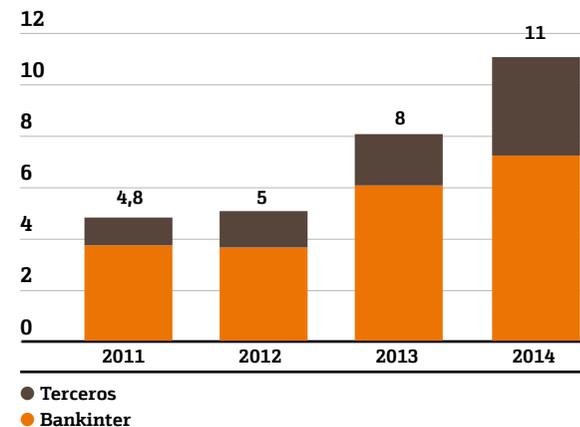
El objetivo de Bankinter Gestión de Activos – premiada como la mejor gestora de España en 2013 por el diario económico ‘Expansión’– es darle al cliente una rentabilidad atractiva y un buen servicio. Por rentabilidad se entiende no sólo intentar ganar el mayor beneficio, sino tener en cuenta también los riesgos asumibles. Por otro lado, no olvidar que el cliente no sólo quiere ganar dinero con sus inversiones. También demanda estar informado puntualmente y asesorado en el día a día.

La actividad de Bankinter Gestión de Activos pivota, fundamentalmente, a través de cuatro categorías de productos:

- **Fondos de inversión.** El patrimonio bajo gestión ha aumentado un 20,6%, hasta los 7.233 millones de euros, fruto de la buena evolución en términos de rentabilidad de los fondos y del trasvase de dinero de los clientes desde los depósitos, que ha perdido atractivo en un entorno con tipos de interés en mínimos históricos.

Si se incluyen todos los fondos de inversión comercializados por Bankinter, tanto de su gestora como de otras gestoras internacionales, el patrimonio gestionado al cierre de 2014 alcanza la cifra record de 11.045 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 39% respecto al año anterior. Una señal de identidad de Bankinter es que dispone de una arquitectura abierta que permite la contratación de fondos de inversión de otras 80 gestoras internacionales, siendo de las pocas entidades que mantiene abierta esa oferta a disposición de todos sus

Fondos de inversión (miles de millones de euros)



clientes. El patrimonio procedente de fondos de estas gestoras internacionales experimentó un avance del 78% en el conjunto del año.

■ **Fondos de pensiones.** Bankinter dispone de una amplia oferta de Planes de Pensiones, con los que aumentar el ahorros de cara a la jubilación. En 2014, el patrimonio bajo gestión de este tipo de fondos se ha elevado hasta los 1.936 millones de euros, un 17,3% más respecto al año anterior.

■ Pero, sin duda, los formatos en los que más ha crecido Bankinter son aquellos relacionados con el segmento de clientes de Banca Privada, **sicavs** (sociedades de inversión de capital variable) y **carteras delegadas**, que han registrado crecimientos claramente por encima del sector.

En el caso de las sicavs, Bankinter ha cerrado 2014 con 383 sociedades bajo gestión, 90 más que en 2013, ascendiendo al segundo puesto del sector por número de sociedades, con una cuota de mercado del 11,9%. En lo que respecta a la

gestión delegada, donde totaliza más de 2.600 carteras, el banco es una de las pocas compañías que además de a Banca Privada ofrece este servicio a clientes de otros segmentos minoristas.

Mención especial en este apartado merece la labor comercial de la Red de Agentes de Bankinter y de Banca Partnet, que juegan un papel fundamental para la actividad de Bankinter Gestión de Activos. Un dato que ilustra su creciente importancia: en torno al 18% del patrimonio en fondos de inversión del banco recae en clientes de la Red de Agentes.

Por último, cabe señalar que este año se ha realizado un esfuerzo adicional para adecuar todos los productos y contrataciones a las nuevas exigencias legales fijadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Siempre con el objetivo de lograr una mayor transparencia y adecuarse a los nuevos requerimientos de Cumplimiento Normativo por parte del regulador.

Bankinter Gestión de Activos

7.233

millones de euros administrados

8^a

gestora de España
por volumen de activos

“

Los productos que más han crecido son los ligados al negocio de Banca Privada, como las sicavs y las carteras delegadas”.

Renta variable

- Bankinter registra en 2014 el mejor ejercicio de su historia en el negocio de renta variable.
- El crecimiento de la actividad en la bolsa española, tanto en operaciones al contado como a crédito, destaca entre todas las líneas de negocio.

Un año que ha hecho historia. Entre la amplia gama de productos y servicios que ofrece Bankinter a sus clientes para operar en bolsa, destacan la operativa al contado en el mercado nacional e internacional, así como la inversión en derivados (warrants y futuros). También les brinda la posibilidad de operar a crédito, aprovechando las oportunidades en mercados alcistas y bajistas, o la contratación de una extensa gama de fondos cotizados (ETFs). Asimismo, los inversores tienen a su disposición diferentes herramientas para mejorar la gestión del riesgo: órdenes stop, dinámicas, referenciadas, relacionadas, con condiciones y restricciones, etc.

Con todos estos servicios Bankinter lidera la propuesta de valor ofrecida al inversor minorista y cierra 2014 como el mejor ejercicio de su historia en el negocio de renta variable. Con unos ingresos de 46,7 millones de euros logra incrementar un 24% las cifras del ejercicio precedente. Además, consigue una captación de 10.000 nuevos clientes activos en su broker online -lo que supone un crecimiento del 43% frente al año anterior- y registra una mayor actividad operativa. Así, el volumen negociado a través de Bankinter se incrementa un 38% frente a 2013, cifra especialmente significativa si se compara con el 26% de crecimiento del mercado bursátil español.



Broker online

+43%
respecto a 2013

10.000
nuevos clientes

Volumen negociado por Bankinter

+38%
frente al 26% de crecimiento
registrado por el mercado bursátil
español

Asimismo, el valor nominal de los títulos depositados en Bankinter crece un 33% en ese mismo periodo y el valor efectivo de esas carteras lo hace un 13%, con lo que esto supone de incremento en el negocio de depositaria.

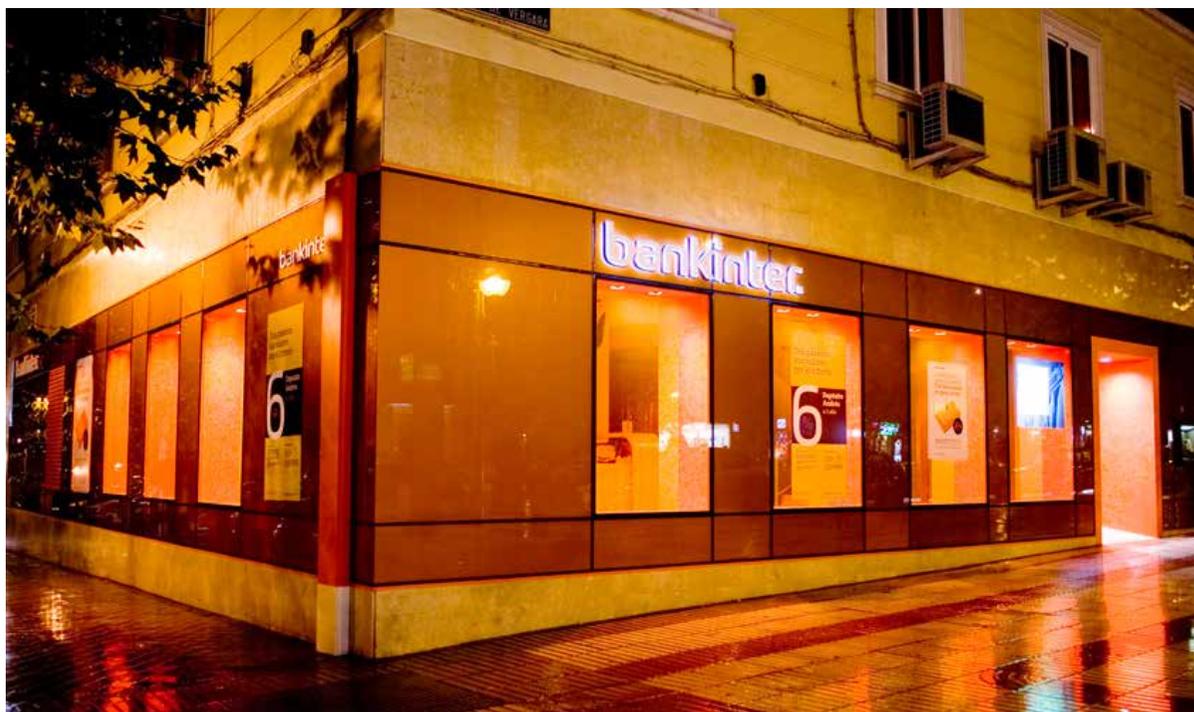
Entre todas las líneas de negocio, el crecimiento ha sido especialmente destacado en la actividad en bolsa española, tanto en operaciones al contado como a través del servicio de operativa a crédito de Bankinter.

Un excelente comportamiento del negocio que se explica por la ampliación de la oferta de productos disponibles en el broker, la nueva versión de broker en el móvil para tablets y smartphones y gracias al intenso esfuerzo formativo llevado a cabo desde el banco para dar a conocer a clientes actuales y potenciales las ventajas y posibilidades de este tipo de inversiones.

El asesoramiento también ha cobrado protagonismo en la oferta, con una gran variedad de informes y recomendaciones que ayudan a los clientes a mejorar la toma de decisiones de inversión. Todo ello, junto a unos precios muy competitivos y una propuesta integral de servicios bancarios y de inversión a disposición del cliente, hacen del broker de Bankinter un servicio líder en el mercado.

'Masterclass Renta Variable'.

Durante 2014 se ha celebrado en 21 ciudades de España el denominado 'Masterclass de Renta Variable', una iniciativa dirigida a clientes actuales y potenciales, con una media de 150 asistentes, en la que se detallaron las perspectivas de mercado del departamento de Análisis de Bankinter y las claves para invertir en renta variable.



Bankinter Consumer Finance

- Bankinter ha sentado las bases para potenciar el negocio de financiación al consumo y convertirlo en una fuente principal de ingresos para la entidad.

Una ayuda en la economía diaria. Bankinter ha intensificado su apuesta por el negocio de financiación al consumo durante 2014, con el objetivo estratégico a largo plazo de convertirlo en una tercera vía de ingresos que se una a la puramente bancaria y a la aseguradora. El hueco que ha quedado con la crisis y las oportunidades de negocio existentes facilitan que Bankinter Consumer Finance -la firma de Bankinter especializada en tarjetas de crédito y préstamos- se consolide en el sector de la financiación al consumo. No sólo reforzando su distribución de tarjetas revolving a través de alianzas estratégicas sino también, de cara al futuro, ampliando su oferta a financiación de automóviles, consumo, puntos de venta y negocio directo.

La principal misión de Bankinter Consumer Finance es atender las necesidades de financiación de los clientes, facilitándoles el pago flexible para la gestión de su economía diaria. Todo ello con el estilo de Bankinter, con innovación, multicanalidad, desintermediando el mercado y poniendo al servicio del cliente la capacidad de trabajar con socios, la flexibilidad y agilidad, el conocimiento y la vocación de largo plazo.

A lo largo de 2014 se ha mantenido una política de gestión del riesgo focalizada en el binomio riesgo-rentabilidad y ajustando el precio de cada oferta en función del perfil del cliente para garantizar así su rentabilidad.

Bankinter ha diseñado una nueva web para su marca Obsidiana (obsidiana.com) e incorporado a su oferta comercial la tarjeta de socios. Además, ha creado la zona privada operativa, pudiendo los clientes firmar sus operaciones a través del móvil con la OTP.

En consecuencia, este año Bankinter Consumer Finance ha visto crecer su base de clientes un 9% frente a 2013, alcanzando al cierre del ejercicio las 512.367 tarjetas emitidas.

La cartera mantiene su calidad y en 2014 la inversión media de clientes se sitúa en 419 millones de euros, creciendo un 9% frente a 2013. En consonancia, el margen bruto también ha crecido un 7% y el coste de la morosidad se mantiene en niveles controlados.

En definitiva, en 2014 se ha diseñado un proyecto para que Bankinter Consumer Finance explote una gran oportunidad de negocio, se anticipe a los grandes y consiga colocarse en los primeros puestos del ranking de esta actividad.



Base de clientes

+9%
respecto a 2013

512.367
tarjetas emitidas

Seguros

Consolidación del negocio. En 2014, los ingresos por comisiones cobradas por Bankinter en su calidad de operador de Banca Seguros - Vinculado han ascendido a 40,7 millones de euros, cifra similar a la del ejercicio anterior. Esto supone la consolidación del negocio de Seguros en Bankinter y responde a las medidas adoptadas a lo largo del ejercicio.

Este año ha dado comienzo la actividad comercial de Bankinter Seguros Generales, que se ha convertido en el principal proveedor de Seguros no Vida para Bankinter. La entidad comercializa seguros de Empresas, Comercios y Oficinas y Decesos. La cartera de productos de la nueva entidad está formada por los seguros Multirriesgo Empresa, Multirriesgo Comercios y Oficinas y diferentes modalidades de pólizas de Decesos (Prima Única, Universal Estándar y Residentes Extranjeros), aunque paulatinamente se han unido nuevos productos, principalmente de Salud. La oferta se distribuye de forma exclusiva a través de la Red de Oficinas de Bankinter, mientras que Mapfre -partícipe al 50,1% de la compañía- se encarga del diseño técnico y de la gestión de las pólizas.

La relación entre Mapfre y Bankinter se inició en marzo de 2007, fecha en la que acordaron el desarrollo conjunto del negocio de seguros de Vida Riesgo, Accidentes, Vida Ahorro y Planes de Pensiones, a través de otra compañía conjunta: Bankinter Seguros de Vida.

En Seguros de Vida se aprecia que la mediación continúa experimentando un fuerte crecimiento de las comisiones, gracias a las líneas de negocio creadas durante los ejercicios anteriores, destacando especialmente los Fondos de Pensiones.

La creación en 2013 de un equipo especial para la retención de seguros ha comenzado, igualmente, a dar sus frutos en 2014. Este equipo está formado por un grupo de personas que estudia de forma particular cada solicitud de baja, ofreciendo a los clientes alternativas de una correcta cobertura para evitar su salida.

Por lo que se refiere al patrimonio gestionado por Bankinter en Fondos de Pensiones y EPSV, este se ha incrementado en 286 millones de euros durante 2014, hasta los 1.936 millones, gracias a una intensa actividad de captación (+198 millones de euros netos) y al buen trabajo de la gestora.

La entidad comercializa 19 fondos de pensiones individuales, dos fondos pertenecientes al sistema de empleo y un EPSV al que están adheridos un total de nueve planes de previsión, uno menos que en 2013.

Por tipo de activos, la composición de la cartera es muy equilibrada y se ha reposicionado en función del perfil inversor de los clientes. Un 30,58% de la cartera es renta variable; un 26,22%, renta fija a corto plazo; un 24,49%, renta fija garantizada; y el restante 18,7% está invertido en fondos mixtos y de renta fija a largo

“

La oferta de Seguros no Vida se ha ampliado con la creación de una nueva compañía”.

Bankinter Luxembourg

'Bankinter Luxembourg' ha vivido en 2014 el año de su consolidación tras su puesta en marcha en 2013. La primera filial del banco fuera de España está especialmente enfocada a fortalecer el liderazgo y el posicionamiento estratégico de la entidad en el negocio de Banca Privada. La presencia en uno de los principales centros financieros internacionales, como es Luxemburgo, permite a Bankinter aumentar su conocimiento del funcionamiento de los mercados internacionales, incorporar nuevas prácticas, disponer de una perspectiva directa del mercado europeo y satisfacer las necesidades de un segmento de clientes que requiere, cada vez más, propuestas financieras globales.

La filial luxemburguesa ha permitido a Bankinter captar nuevos clientes, fundamentalmente internacionales. Al cierre de 2014, cerca del 66% de los fondos de clientes depositados en Bankinter Luxembourg procedían de otras entidades. De cara al futuro, Bankinter quiere seguir creciendo tanto en número de clientes como en activos bajo gestión, y completar la propuesta de valor del banco en el ámbito de la estructuración de grandes patrimonios y la gestión de activos.



Gneis

- Gneis ha dado este año un salto cualitativo con nuevas tareas y procesos, consolidándose como la empresa de servicios tecnológicos y operativos de Bankinter.
- La participación en mercados internacionales aporta conocimiento y experiencia y permite rentabilizar los activos mediante la prestación de servicios a otras compañías.

Después de cuatro años de evolución, 2014 ha servido para que Gneis Global Services consolide su rol como la empresa de servicios tecnológicos y operativos del Grupo Bankinter, motivo por el cual ha cambiado su marca, pasando de ser 'Gneis, una idea Bankinter' a ser 'Gneis, una compañía Bankinter'.

Su misión, maximizar el valor creado para el accionista del Grupo a través de la prestación de servicios operativos y tecnológicos de primera calidad, da este año un salto cualitativo tanto por la agilidad con la que desde Gneis se prestan los servicios, como por la escalabilidad de los mismos, incorporando al portfolio existente nuevas tareas y procesos.

Adaptando la organización a las necesidades. Conseguir cumplir con la misión propuesta requiere una adaptación organizativa que ponga el foco en la prestación de servicios y en el control. Por ello, la compañía ha adaptado su organigrama, pensado e implementado para esta nueva estructura que no sólo permite continuar la evolución hacia empresa de servicios que comenzó en el año 2010, sino que significa una apuesta por el control operativo y tecnológico.

Con una cartera de servicios en crecimiento. Con el objetivo de buscar la máxima eficiencia y las máximas sinergias entre las empresas del Grupo, en 2014 se han ampliado los servicios que se realizan tanto para Bankinter como para sus filiales. Especialmente con la incorporación de dos nuevas empresas, Bankinter Luxemburgo y Mercavalor, en las que Gneis ha llevado a cabo un papel muy importante, haciéndose cargo de la implantación tecnológica y operativa en la compañía.

Del mismo modo, ha continuado incorporando y dando servicios a Bankinter, en línea con la estrategia de impulsar la rentabilidad y eficiencia del Grupo.

Y generando valor al Grupo. Durante este año, Gneis ha consolidado su actividad con compañías del sector de la distribución, seguros y banca en España, Perú y Chile. Ha trabajado en áreas de tecnología con soluciones de relación con clientes (CRM), multicanalidad, firma biométrica y almacenamiento seguro (StoneCloud). En definitiva, ha capitalizado su experiencia aportando valor a compañías en sectores o mercados que encuentran en esas capacidades

“

Mención especial requiere la firma de la alianza entre Gneis y Telefónica para la comercialización del producto GEM, la plataforma de mensajes cortos”.

un complemento adecuado para acelerar sus estrategias de evolución tecnológica.

La participación en mercados internacionales supone un aporte adicional de conocimiento y experiencia, que permite incrementar la capacidad diferencial de Gneis. A la vez se consigue rentabilizar los activos mediante la prestación de servicios a estas compañías.

Mención especial requiere la firma de la alianza entre Gneis y Telefónica para la comercialización del producto GEM, la plataforma de mensajes cortos.

Y este trabajo ha tenido su reconocimiento en los premios y nominaciones concedidas.

La revista Actualidad Económica entregó en marzo los premios a 'Las 100 Mejores Ideas del Año', que reconocen a todas aquellas empresas y personas que lanzan cada año al mercado español productos y servicios que mejoran la vida de sus clientes así como la cuenta de resultados de las compañías. Gneis fue reconocida por su Firma Biométrica Digital.

La revista *Computing*, líder del sector de las Tecnologías de Información, entregó en abril sus premios, que reconocen el esfuerzo de las compañías y profesionales usuarios en el ámbito de la Innovación y las Tecnologías de la Información. El director general de Gneis-Grupo Bankinter, fue galardonado por su contribución al sector TIC en su 'Trayectoria Profesional'.

La solución de Firma Biométrica de Bankinter fue nominada Finalista para la 17ª edición de los Annual Financial World Innovation Awards. La solución fue elegida como una de las cinco *Most innovative application of technology* a nivel mundial, compitiendo con soluciones equivalentes de empresas de EEUU, Singapur, Sudáfrica, Israel, Turquía, Malta, India y Reino Unido.



Línea Directa

- La aseguradora, en constante crecimiento, vuelve a registrar un fuerte incremento tanto en pólizas como en cuota de mercado.
- Línea Directa sube nueve puestos en Merco 2014 y se consolida como una de las compañías españolas con mejor reputación.
- La Fundación Línea Directa nace del firme compromiso de la compañía con la seguridad vial.
- El Programa 'SUMA en Línea' es el primer plan de la compañía enfocado a fidelizar a los más de dos millones de clientes del grupo asegurador.

Crecimiento en todos los ramos. Línea Directa Aseguradora, participada al 100% por Bankinter, es la compañía líder en venta directa de seguros en España, con una cuota de mercado cercana al 60% entre las compañías de directo. Además de mantener el ritmo de crecimiento más alto del sector, registra uno de los mejores Índices de Satisfacción, consolidándose como un referente en calidad, rentabilidad y generación de empleo, con una plantilla de casi 2.000 profesionales y una cartera de clientes que, al final del pasado ejercicio, superó los 2,2 millones de pólizas.

Línea Directa opera en los ramos de Autos y Hogar y se caracteriza por utilizar el teléfono e Internet como únicas formas de distribución de sus productos, lo que le permite ofrecer a sus clientes servicios de alta gama a precios muy competitivos. En este sentido, su modelo de negocio, directo y sin intermediarios, se basa en el contacto directo con el cliente, en la prudencia en la selección de riesgos y en una gran fortaleza comercial, lo que le ha aportado una gran flexibilidad operativa en un momento económico muy complejo.

Por líneas de negocio, Hogar, que se mueve en un mercado inmobiliario estancado y con un producto tradicionalmente ligado a las hipotecas, ha experimentado un fuerte crecimiento, superando las 300.000 pólizas, mientras que en el ramo de Autos, Línea Directa logra recuperar el crecimiento en primas, tras varios años de decrecimiento sectorial causado, en gran medida, por el trasvase de coberturas y por el desplome de las ventas de vehículos nuevos.

Por su parte, Penélope Seguros, un producto pensado para mujeres, y Nuez, una marca que está revolucionando la venta de seguros por Internet y redes sociales, se han consolidado como motores de crecimiento del Grupo, aportando especialización, diversificación y flexibilidad a la cartera de productos de la compañía. Además, Nuez se ha consolidado como líder sectorial en redes sociales, superando los 200.000 seguidores en Facebook y casi 30.000 en Twitter.

“

Línea Directa se consolida como la empresa líder en la venta directa de seguros de coches, motos, hogar y flotas de empresas”.



Un referente en reputación. Por tercer año consecutivo, Línea Directa se ha afianzado como una de las empresas con mejor reputación de España, según el informe MERCO Empresas 2014, alcanzando el puesto 55º y ascendiendo nueve posiciones respecto a 2013. De esta forma, gracias a sus resultados financieros, a sus prácticas responsables y a su estrategia de comunicación, la compañía también confirma su línea ascendente en este ranking, en el que ha escalado 27 puestos en tan sólo dos años.

Por sectores, la empresa también sube un puesto, alcanzando el cuarto lugar del ranking entre las compañías de seguros, consolidándose como la compañía que más crece en el ramo de Autos. Además, en opinión de los periodistas de información económica, Línea Directa es la décima empresa con mejor reputación de nuestro país con independencia de su sector de actuación, protagonizando una subida de 10 puestos respecto a la edición anterior.

Miguel Ángel Merino, nuevo CEO del Grupo Línea Directa. En el mes de enero de 2014, el Consejo de Administración de Línea Directa Aseguradora nombró a Miguel Ángel Merino Consejero Delegado de la compañía, reconociendo así su labor como Director General del Grupo asegurador, cargo que venía desempeñando desde octubre de 2010.

En sus cuatro años al frente de Línea Directa, Miguel Ángel Merino ha impulsado una estrategia basada en la innovación, la calidad y la apuesta por las personas, lo que ha permitido a la compañía incrementar su cartera de clientes en más de 400.000 pólizas.

Miguel Ángel Merino ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional en Línea Directa Aseguradora, compañía a la que se incorporó en 1995 como Director del área de Gestión de Accidentes, formando parte del reducido grupo de personas que participó en la creación y puesta en marcha de la compañía.

Plan de Fidelización 'Suma en Línea'. Línea Directa ha creado el primer plan enfocado a fidelizar a los más de dos millones de clientes que el grupo asegurador tiene en España. Asociado a la tarjeta SUMA, una tarjeta de puntos totalmente gratuita, con la que se pueden ir acumulando puntos por aquellos gastos derivados del vehículo, como el repostaje de combustible, las reparaciones, el mantenimiento del coche o la ITV, entre otros, los clientes podrán pagar menos en la renovación de su seguro.

Los partners de primer nivel con los que cuenta la aseguradora para esta iniciativa son CEPSA, Norauto o Midas.

Una Fundación a favor de la seguridad vial

Línea Directa ha puesto un broche de oro a su firme compromiso con la seguridad vial, que impulsa y desarrolla desde su nacimiento en 1995, con la creación de la Fundación Línea Directa. Bajo el lema 'Por la Seguridad Vial. Aquí y Ahora', su principal objetivo es promover los hábitos de conducción segura en la sociedad y reducir a cero los fallecidos en la carretera.

La Fundación centra su actividad en cuatro líneas de actuación: la divulgación, la investigación, la formación y la acción social, siempre con el denominador común de la Seguridad Vial. Estas líneas se concretan en diferentes acciones, como la celebración y organización del Premio Periodístico de Seguridad Vial, la creación del Premio Emprendedores y Seguridad Vial, la elaboración de potentes estudios que permiten analizar diversos aspectos de la conducción, la realización de Cursos de Conducción dirigidos a todo aquel que quiera mejorar y potenciar sus aptitudes al volante, y la publicación de un Calendario Solidario en favor de alguna asociación o fundación que actúe en pro de la seguridad en carretera.

En su Patronato cuenta con importantes personalidades de la política, la empresa y los medios de comunicación, como Pedro Guerrero, Presidente de Bankinter; Pere Macias, Presidente de la Comisión de Seguridad Vial del Congreso de los Diputados; Pere Navarro, Ex Director General de Tráfico; o Matías Prats, periodista y presentador de informativos de Antena 3 TV.

Banca Privada

- El esfuerzo tanto cualitativo como cuantitativo que ha realizado Bankinter se ha traducido en una mejora de todos los ratios de este segmento.
- El patrimonio bajo gestión de los clientes de Banca Privada asciende a 23.094 millones de euros.

Un puntal estratégico para la entidad. Bankinter ha realizado un esfuerzo de mejora en Banca Privada a lo largo de 2014. En primer lugar, ha reforzado la plantilla de banqueros privados, que asciende a 205. Pero además de cuantitativamente, el equipo ha mejorado a nivel cualitativo gracias a un ambicioso plan de formación que incluye rotaciones internas para mejorar los conocimientos de los empleados del área. La formación es intensiva y continua en cuestiones como gestión y asesoramiento, fiscalidad, cumplimiento normativo, de producto...

Bankinter también ha lanzado una batería de productos específicos para los clientes de este segmento, que ha registrado un buen comportamiento desde un punto de vista comercial y en términos de rentabilidad. Además, en la gestora Bankinter Gestión de Activos se ha

constituido un equipo centrado en las inversiones de esta tipología de clientes.

Como consecuencia de este esfuerzo, el número de captaciones ha aumentado un 31%, hasta las 5.239, y el patrimonio bajo gestión ha alcanzado los 23.094 millones de euros, tras crecer un 26% en el ejercicio. Los recursos y la inversión medios han registrado incrementos del 28% y el 7%, respectivamente.

Asimismo, durante 2014 Bankinter ha consolidado su posición de liderazgo en el ranking de sociedades de inversión de capital variable (sicavs) con 383 sociedades gestionadas, que le sitúan como la segunda firma del sector, con una cuota de mercado del 11,9%. Esto significa que prácticamente una de cada tres nuevas sicavs constituidas en el año han sido de Bankinter.

Índice de Calidad de Servicio

35,2
NPS semestral

“

La calidad percibida es muy satisfactoria y responde a los valores diferenciales que ofrece el banco”.

	2014	2013	% Dif.
Captaciones de clientes	5.239	4.007	30,7%
Recursos medios controlados (millones euros)	13.206	10.328	27,9%
Recursos medios típicos (millones euros)	6.223	5.343	16,5%
Inversión media (millones euros)	2.369	2.213	7,0%

Estas cifras confirman el éxito de la transformación de este segmento iniciada en 2012. Inmerso ya en este proceso, el banco es consciente de la solidez de su modelo y aspira a convertirse en la mejor entidad de Banca Privada de España.

La mejora en el índice de Calidad del Servicio, por su parte, denota que la percepción de los clientes respecto al servicio recibido es altamente satisfactoria y responde a los valores diferenciales de Bankinter en Banca Privada:

- Sentido amplio de la responsabilidad para asesorar a los clientes.
- Una plantilla muy implicada con el banco.
- Reconocimiento de marca, imagen de solvencia y seguridad.
- Gran implicación de la Alta Dirección.
- Gestión de reporting muy potente.
- Procesos de selección rigurosos para captar los mejores banqueros privados del país.
- Profesionales muy centrados en el análisis de los mercados.
- Área fiscal con una calidad e implicación excelentes.



2º

Ranking de sicavs

383

sociedades gestionadas

11,9%

cuota de mercado

Banca Personal

- El esfuerzo comercial y la mejora de la calidad del servicio han permitido incrementar un 14% el ritmo de captación, hasta lograr 26.781 nuevos clientes.
- Los clientes activos crecen un 12% con respecto al año anterior.
- La cartera de cuentas nómina aumenta un 18% y la producción hipotecaria en términos de volumen aumenta un 219% respecto a 2013.
- Los saldos en productos de inversión delegada crecen un 210%.

El segundo segmento más numeroso. Banca Personal ha visto cómo en 2014 despertaba el negocio hipotecario tras varios años de crisis y se frenaba la caída en la inversión, lo que se ha traducido en importantes crecimientos tanto de los recursos controlados (13,7%) como de la inversión media (1,3%). El esfuerzo comercial y la mejora de la calidad del servicio se han traducido en un aumento del 14% en el número de clientes captados en el año, hasta los 26.781 nuevos clientes. Este segmento se consolida como el segundo más importante del banco por número de clientes activos.

La atención personalizada es seña de identidad de Banca Personal, área para la que Bankinter analiza las necesidades particulares de los clientes, adapta los productos a cada perfil y ayuda a gestionar y organizar la planificación financiera.

A partir del conocimiento y experiencia adquirida en la exitosa transformación de Banca Privada se concluyó que ese bagaje se podría aprovechar para satisfacer las necesidades detectadas en una tipología de clientes que demandaban mayor atención a partir del conocimiento, y crecer así con fuerza en un segmento de negocio de rentas medias-altas y altas en el que Bankinter históricamente ha tenido una presencia significativa.

Con la transformación de esta división, que se prolongará a lo largo 2015, Bankinter busca acercar al cliente de Banca Personal lo mejor de Banca Privada. Para lo cual se está realizando un esfuerzo inversor significativo en tecnología, en desarrollo de nuevos productos y en formación de los profesionales de este segmento.

La coyuntura es favorable para crecer en este segmento, debido a la reestructuración del sector que ha disminuido el número de entidades con presencia activa en este negocio; a la reactivación del mercado hipotecario y la mayor demanda de asesoramiento y productos de inversión por parte de los clientes en un entorno de tipos cero.

Evolución nuevas hipotecas

+219%
respecto a 2013

	2014	2013	% Dif.
Captaciones de clientes	26.781	23.542	13,8%
Recursos medios controlados (millones euros)	12.172	10.705	13,7%
Recursos medios típicos (millones euros)	7.720	7.131	8,3%
Inversión media (millones euros)	7.266	7.176	1,3%

“

Bankinter quiere acercar al cliente de Banca Personal lo mejor de Banca Privada”.

Particulares

- El año 2014 ha sido uno de los más relevantes en cuanto a captación de nuevos clientes (32.259), que se ha aumentado un 38%.
- Los recursos medios controlados de este segmento ascienden a 4.474 millones de euros, un 15% más que en 2013.

Buenos clientes en términos de riesgo. Al cierre de 2014, Bankinter contaba con unos recursos medios controlados en este segmento de 4.474 millones de euros y una inversión media de 14.140 millones de euros, cifras que convierten la Banca de Particulares en una de las principales áreas de actividad de la entidad. 2014 ha sido uno de los mejores ejercicios de su historia en lo que a captación de nuevos clientes se refiere (32.259, lo que supone un 38% más respecto a los clientes captados el año anterior) gracias a la demanda de productos como la cuenta nómina o la hipoteca. La contratación de nuevas hipotecas por parte de clientes de la red de Particulares ha registrado un crecimiento del 252%, hasta los 542 millones de euros en 2014.

Los recursos típicos medios, por su parte, también han aumentado con fuerza, un 14%, hasta los 3.529 millones de euros. En cambio, por productos, se ha registrado una ligera disminución del 3% en el volumen de depósitos en un contexto de retribución al pasivo históricamente baja.

Los dos pilares sobre los que se asienta la estrategia de Particulares son, por un lado, la captación vinculada, gracias a la cual Bankinter garantiza una relación duradera en el tiempo. Por otro, los productos relacionados con la financiación al consumo, como las tarjetas de crédito y los préstamos al consumo. Este tipo de productos está orientado a los clientes, pero la intención del banco de cara al futuro es extender su comercialización también entre los no clientes.

	2014	2013	% Dif.
Captaciones de clientes	32.259	23.382	38,0%
Recursos medios controlados (millones euros)	4.474	3.882	15,2%
Recursos medios típicos (millones euros)	3.529	3.102	13,7%
Inversión media (millones euros)	14.140	14.765	-4,24%

Evolución nuevas hipotecas

542

millones de euros

+252%

respecto a 2013

(154 millones de euros)

Evolución nuevas cuentas nómina

31.281

vs 31.150 en 2013, +0,4%

Clientes extranjeros

- La captación de clientes extranjeros aumenta un 54% en el ejercicio 2014

Banco y vivienda en España. El segmento de Extranjeros comprende a aquellos clientes con una nacionalidad distinta a la española que solicitan financiación para comprar una residencia en España y demandan servicios especializados. Es un negocio que Bankinter gestiona de forma diferencial en la costa mediterránea, Baleares y Canarias.

Los recursos medios controlados de este segmento ascienden a 232 millones de euros y la inversión media se eleva a 601 millones. El margen ha mejorado un 6% respecto a 2013 y las captaciones, un 54%. Tradicionalmente este segmento ha sido menos volátil que el de Particulares. En los peores momentos de la crisis, se contrajo de forma mucho menos acentuada que el negocio nacional, y ahora la recuperación está siendo mayor.

En este segmento resulta clave la situación de los países de origen. Los clientes británicos, por ejemplo, más activos en el pasado por la fortaleza de su moneda frente al euro, han dejado paso a alemanes, nórdicos y franceses. Destaca el aumento experimentado en la demanda por parte de estos últimos como consecuencia de cambios legales que penalizan fiscalmente a los titulares de una segunda residencia en suelo francés.

Para los extranjeros también es vital la calidad del servicio. Con el fin de ofrecer una correcta atención a esta tipología de clientes, Bankinter dispone de una plantilla altamente formada, con conocimientos de idiomas y cercanía a las necesidades específicas de clientes no nacionales.

	2014	2013	% Dif.
Captaciones de clientes	2.796	1.819	53,7%
Recursos medios controlados (millones euros)	232	196	18,4%
Recursos medios típicos (millones euros)	209	177	18,1%
Inversión media (millones euros)	601	628	-4,1%

“

Bankinter dispone de una plantilla competente para cubrir las necesidades específicas de los clientes no nacionales”.



Banca de Empresas

- Banca Corporativa continúa con una clara estrategia de financiación a sus clientes: las empresas.
- El banco ha superado los 1.800 millones de euros en crédito a empresas vinculados a la línea de financiación del BCE
- La capacidad de adaptación y la creación de nuevos productos a medida de las necesidades de sus clientes son las principales fortalezas de Bankinter en este segmento.

Mayor captación y de buen rendimiento. El año 2014 se ha caracterizado por una mejoría de la situación económica, aunque a nivel nacional la reactivación de las principales variables macroeconómicas no se ha traducido todavía en una mayor demanda de crédito de las empresas en su conjunto. En este contexto de desapalancamiento, Bankinter ha conseguido ser uno de los pocos bancos que ha aumentado su cartera crediticia a empresas.

Dentro de esta coyuntura, el segmento de Banca Corporativa ha continuado con una clara estrategia de crecimiento en la financiación de sus clientes a través de la concesión de facilidades crediticias, tanto para la operativa diaria como para proyectos de inversión a largo plazo y, especialmente, para acompañar a las empresas en sus procesos de internacionalización.

Bankinter, que en los últimos años ha ido contracorriente del fenómeno generalizado en el sector de contracción del crédito, ha conseguido cumplir con sus objetivos de aumento

de la financiación a empresas. En concreto, la inversión crediticia a empresas ha crecido un 6,7% en el conjunto del año, hasta alcanzar los 18.892 millones de euros.

Una buena muestra de este dinamismo en este segmento de negocio es el éxito comercial cosechado por el crédito especial que el banco lanzó en el mes de julio, anticipándose varios meses al resto del sector, vinculado a la línea de financiación del BCE. Desde su lanzamiento en verano y hasta finales de diciembre, Bankinter concedió más de 4.950 préstamos y créditos a empresas por un volumen total de 1.814 millones de euros.

De todas estas operaciones, un 83% han sido suscritas con clientes de los segmentos de medianas y pequeñas empresas. Asimismo, el 39% de las operaciones se ha realizado con clientes nuevos, constituyéndose como una de las principales vías de captación de empresas que hasta el momento no operaban con el banco.

Cabe destacar no solo el mayor volumen de captación en el año sino también el buen rendimiento del mismo y la drástica reducción, por importe de 131 millones de euros, en el impacto negativo de la morosidad empresarial sobre la cuenta de resultados.

La propuesta de valor de Bankinter en este segmento continúa basándose en la multicanalidad y en la calidad del servicio, con una mejora constante de los niveles de satisfacción percibidos por los clientes. Reflejo de este exitoso modelo relacional con las empresas es el fuerte crecimiento experimentado en el volumen de transacciones realizadas de confirming (+13% frente a una caída del 5% en el sector), factoring nacional (+11% frente al 8% de caída en el sector) o en la tramitación de los pagos de impuestos de las empresas (+17% frente al 4% del sector).

Corporativa. Bankinter siempre se ha centrado en ayudar a las grandes empresas, que se engloban en este segmento de clientes, a cumplir sus objetivos, colaborando en su internacionalización y acompañándolas allí donde sea necesario.

Tras unos años de cierre de los mercados financieros y falta de liquidez, en 2014 ha llegado un aluvión de financiación por parte del BCE. Al mismo tiempo se ha abaratado la financiación mayorista, lo que ha llevado a numerosas instituciones privadas, principalmente compañías grandes e incluso medianas, a emitir su propia deuda en los mercados después de seis años de parálisis.

Dentro del proceso de desapalancamiento de estas compañías centrado en mejorar su tesorería y abrirse a nuevos mercados, Bankinter ha realizado un gran esfuerzo en adaptarse a sus necesidades ofreciéndoles productos a medida de sus nuevas necesidades. Durante 2014, por ejemplo, se ha estrenado una nueva plataforma de seguimiento comercial que ha permitido una aproximación más fiel a la realidad diaria de cada compañía. Un proyecto que culminará en los próximos años con el lanzamiento de un proceso de gestión totalmente renovado.

Corporativa	2014*	2013	% Dif.
Captaciones de clientes	1.917	2.050	-6,5%
Recursos medios controlados (millones euros)	6.629	6.761	-1,9%
Recursos medios típicos (millones euros)	6.346	6.480	-2,1%
Inversión media (millones euros)	11.202	10.834	3,4%

*datos afectados por resegmentación de clientes tras la nueva definición Europea de Pymes.



Medianas y pequeñas empresas. En 2014, Bankinter ha vuelto a dejar patente su compromiso con el desarrollo económico de las pequeñas y medianas empresas. Facilitar su financiación aportando recursos en condiciones favorables, en plazos más largos, con flexibilidad en los desembolsos o tipos de interés reducidos, ha sido una constante a lo largo del ejercicio. Es importante que las entidades financieras, sobre todo aquellas que se encuentran en una mejor situación de solvencia, participen de forma activa, junto a las instituciones públicas y los reguladores, en propiciar el flujo del crédito a las empresas, para que estas puedan financiarse a un nivel competitivo similar al de sus homólogas europeas, hasta conseguir entre todos la tan necesaria reactivación económica.

Para lograrlo, durante el ejercicio Bankinter ha firmado acuerdos de financiación con distintos organismos nacionales e internacionales. Así, por ejemplo, ha sido la primera entidad del país en llegar a un acuerdo con el Fondo Europeo de Inversiones (FEI) para financiar a pymes innovadoras, y ha sellado otro acuerdo similar con el Banco Europeo de Inversiones (BEI) para financiar, por importe de 400 millones de euros, proyectos de inversión promovidos por pymes (hasta 250 empleados) y empresas de mediana dimensión (hasta 3.000 empleados) en el sector industrial y de servicios. En esa misma línea de ayuda a las pymes, el banco ha alcanzado acuerdos similares con el Instituto de Crédito Oficial (ICO) y con las sociedades de garantía recíproca. Y todo ello en un entorno en el que continúa la reducción en el volumen global del crédito de las entidades financieras al sector empresarial español.

Pequeñas y medianas empresas	2014	2013	% Dif.
Captaciones de clientes	16.269	13.142	23,8%
Recursos medios controlados (millones euros)	5.489	4.903	11,9%
Recursos medios típicos (millones euros)	4.811	4.314	11,5%
Inversión media (millones euros)	7.690	6.841	12,4%

Financiación en grandes y medianas empresas

+6,8%
pese al entorno de crisis
y bajo crecimiento



Banca de Inversión

- Bankinter se ha convertido en la entidad de referencia en el segmento del mid market español.
- La fortaleza de su balance, fruto de una larga trayectoria de prudencia crediticia y adecuada gestión de los riesgos, supone una gran ventaja competitiva en un entorno complejo como el actual.
- El área de Banca de Inversión es pionera en el sector financiero a la hora de impulsar la financiación a empresas a través de canales alternativos al tradicional crédito bancario.
- En el ámbito de Mercado de Capitales, Bankinter ha participado en las operaciones de mercado minorista más importantes de 2014, tanto de renta fija como de renta variable.

Rigor y solidez. El excelente posicionamiento competitivo de Bankinter en el sector financiero español, gracias a la fortaleza de su balance, que es fruto de una larga trayectoria de prudencia crediticia y adecuada gestión de los riesgos, ha permitido que, en sólo tres años, el servicio de Banca de Inversión se haya convertido en el referente del mercado para el segmento de pequeñas y medianas empresas.

Ante un contexto económico marcado por la incertidumbre y la volatilidad, los clientes industriales y financieros demandan cada vez más y mejores servicios de asesoramiento. Esta necesidad, junto a una confianza adquirida a través de la relación a largo plazo que caracteriza a los clientes de la entidad, ha permitido a Bankinter convertirse en un proveedor integral de servicios financieros.

Además, la sólida apuesta de Bankinter por los segmentos de Banca de Empresas y Banca Privada le ha otorgado un acceso privilegiado al cliente susceptible de recibir servicios de Banca de Inversión.

La propuesta de Bankinter en Banca de Inversión se agrupa en tres grandes áreas: asesoramiento en fusiones y adquisiciones, asesoramiento en operaciones de mercado de capitales y financiación estructurada y alternativa, lo que ha permitido cubrir toda la gama de actividades relacionadas con estas áreas.

bankinter.
Banca de Inversión

“

50 años de buena gestión del riesgo de crédito se traducen en una tasa de mora del 4,7%”.

Asesoramiento en fusiones y adquisiciones. Durante 2014, Bankinter Banca de Inversión ha cerrado tres operaciones dentro del segmento de mercado en el que es líder, el denominado mid market, en las que ha intermediado entre 300 y 400 millones de euros. Un gran resultado si se tiene en cuenta el complejo contexto actual de mercado.

En el ámbito del **Mercado de Capitales**, ha participado en las operaciones de mercado minorista más importantes de 2014. En renta fija, Bankinter ha estado presente en las emisiones de deuda realizadas por las autopistas y ha liderado operaciones de emisión en el mercado MARF. Por la parte de renta variable, Bankinter ha estado presente en la emisión realizada por Endesa, la mayor Oferta Pública de Venta (OPV) de acciones desde 2007, y en 2015 participa en la de Aena.

Por último, en el ámbito de la **Financiación Estructurada**, Bankinter se ha convertido en una entidad de referencia en el mercado español, liderando y participando en múltiples operaciones de financiación de proyectos industriales, adquisición de compañías, adquisición de activos, etc. Para ello ha invertido en 2014 en torno a 700 millones de euros hasta acabar el año, con un saldo vivo de unos 800 millones, y con el objetivo de invertir otros 650-700 millones de euros en 2015.

Bankinter Banca de Inversión está siendo pionera en el sector financiero a la hora de impulsar la financiación a empresas a través de canales alternativos al tradicional crédito bancario. El acuerdo con la aseguradora Mutua Madrileña, destinado a la financiación de empresas españolas, así como la operación suscrita con el banco alemán DHB para financiar operaciones inmobiliarias en el sector terciario (oficinas, naves industriales, parques logísticos...), son una muestra de su decidida apuesta por la desintermediación en el mid market español. Ambas alianzas vienen a complementar el acuerdo estratégico alcanzado con Magnetar hace ya dos años.

La entidad se anticipa una vez más en el mercado español a una tendencia con creciente arraigo en otros países, fundamentalmente en EE UU, donde la financiación no bancaria de las empresas llega a alcanzar hasta el 80% de sus necesidades de financiación.

El mid market tiene una rentabilidad muy superior pero también un mayor riesgo. El inversor institucional necesita un ojeador que le acompañe en el análisis de una empresa que no cotiza y Bankinter es el compañero de viaje ideal porque tiene los mejores clientes de cada sector industrial, los más leales -algo que demuestra el tener la menor tasa de abandono- y, sobre todo, porque es el mejor gestor de riesgo de crédito que hay en España, como lo avala una tasa de mora del 4,7% en el entorno actual.

Operaciones de asesoramiento en fusiones y adquisiciones

4

en 2014, intermediando entre 300 y 400 millones de euros



Negocio internacional

- Bankinter se ha adaptado al cambio experimentado por el tejido empresarial español en su salida al exterior.
- Infraestructuras, transporte ferroviario, energía, industria, alimentación y distribución son los sectores más activos.

Un puente al exterior. Desde que estallara la crisis económica, el sector exterior ha sido la única fuente de crecimiento estable de la economía española. La debilitada demanda interna, junto a un consumo doméstico y una inversión empresarial en mínimos, han obligado a las empresas a buscar negocio en el extranjero.

En el periodo comprendido entre 2007 y 2014, las exportaciones han pasado de representar el 17% del PIB al 34%. Un crecimiento que ha venido acompañado de un incremento de la base exportadora, diversificación geográfica de las ventas y una mayor demanda de servicios. Esta nueva situación, a la que Bankinter se ha adaptado en los últimos años, se centra en productos de riesgo fuera de balance, como los siguientes:

- **Avales:** el banco garantiza el pago de los compromisos y obligaciones que la empresa ha adquirido ante terceros en el exterior.

- **Créditos documentarios de importación:** es un medio de pago para importadores en el que Bankinter es intermediario entre las partes y se compromete a pagar en la forma pactada al exportador si éste cumple los requisitos establecidos por el importador.

- **Créditos documentarios de exportación:** es un medio de cobro en virtud del cual un banco extranjero, por orden de su cliente, se compromete a pagar, aceptar o negociar documentos que le sean presentados, a través de Bankinter, por cuenta de uno de sus clientes (beneficiario).

Bankinter ha detectado que cada vez más compañías están demandando cambiar financiación por líneas de garantías bancarias, un producto que les permite salir al exterior y llevar a cabo sus proyectos de internacionalización. La buena imagen exterior de calidad crediticia y solvencia de Bankinter le otorga una ventajosa capacidad en la emisión de garantías internacionales frente a la mayoría de la banca europea.

“

Cada vez son más las compañías que demandan sustituir financiación por líneas de garantías bancarias, un producto que les permite llevar a cabo sus proyectos de internacionalización”.

Estrategia. Consciente de que tres cuartas partes de la exportación española la generan unas 250 empresas, Bankinter está redoblando esfuerzos y medios para acompañarlas en sus proyectos internacionales en diversos mercados exteriores.

Bankinter ha centrado sus esfuerzos en los sectores de infraestructuras, transporte ferroviario, energético, químico, industria alimentaria y distribución, bienes de equipo y maquinaria pesada, automovilístico, textil, calzado y juguetes, así como en las regiones de Oriente Próximo (AVE a la Meca, metro de Riad), Europa, EEUU, Canadá, Latinoamérica y África.

Un trabajo que ha redundado en la creación de marca fuera de España, logrando relaciones bilaterales sólidas con entidades bancarias extranjeras para poder dar el mejor servicio a sus clientes allí donde quieran abrir sus negocios. Una situación donde la mejora de rating de Bankinter ha jugado un papel determinante.

“

Tres cuartas partes de la exportación española la generan sólo 250 empresas y Bankinter quiere acompañarlas en sus proyectos internacionales”.

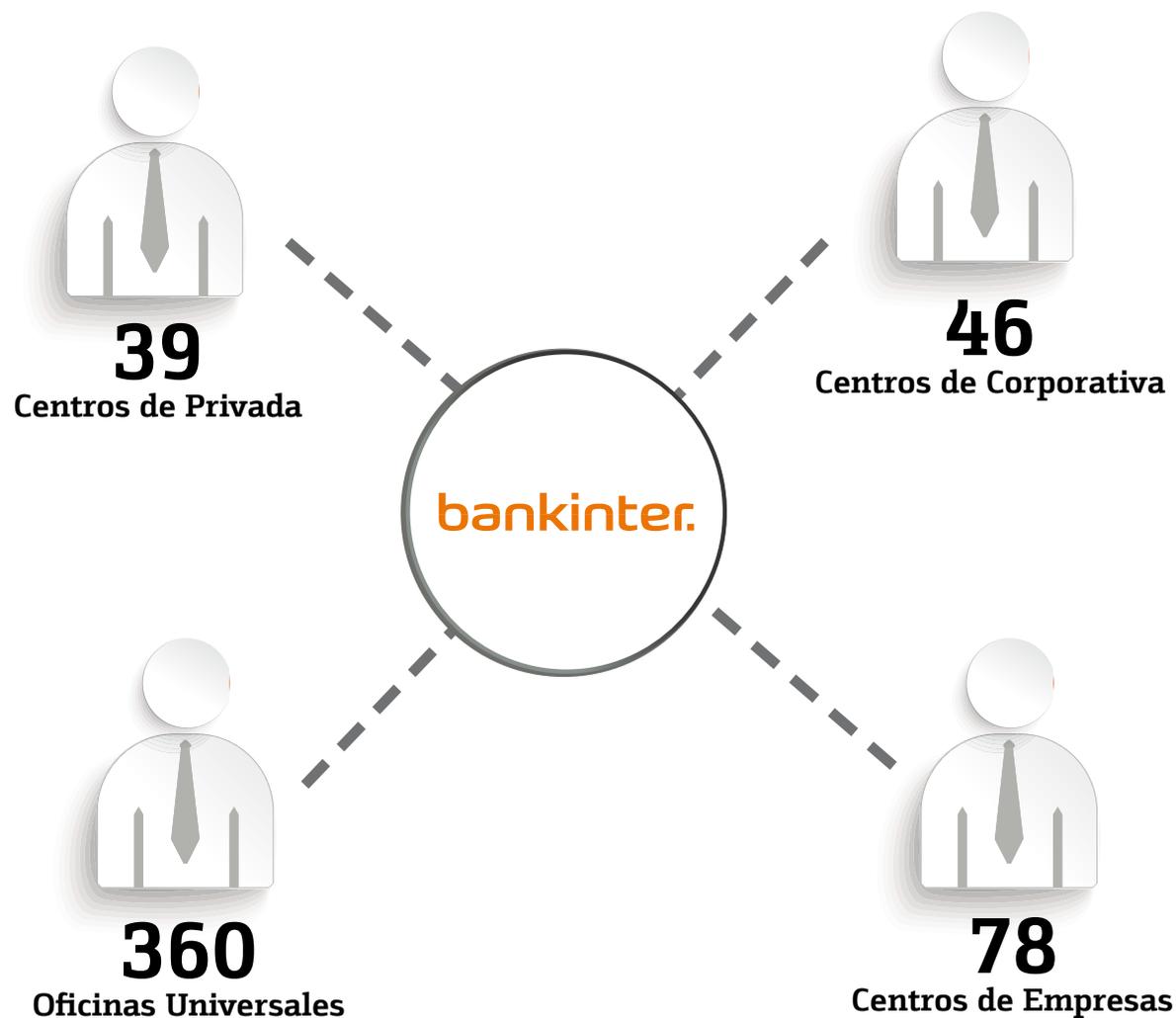


Oficinas

- Bankinter ha completado el proceso de renovación de la marca de sus oficinas.
- La Red cuenta con 523 centros distribuidos por toda la geografía nacional.

Llegamos más lejos para estar más cerca del cliente. Con la evolución tecnológica, una parte cada vez mayor de la relación entre Bankinter y el cliente se realiza a distancia. En este nuevo contexto, la oficina se presenta como un lugar para el asesoramiento más personalizado y profundo, un lugar donde se ofrece el mayor nivel de valor añadido. Para evaluar la calidad del servicio, el área de Auditoría del banco ha auditado 120 unidades de negocio de la Red de Oficinas en 2014, lo que representa un 24,79% sobre el total de oficinas universales, centros de empresas y centros de Banca Corporativa (484).

La Red de Oficinas dispone, además, de un protocolo comercial como marco de referencia para desarrollar un estilo comercial propio y diferenciador, que haga tangibles los valores de la entidad en la relación con clientes y potenciales clientes.



El banco dispone de diferentes tipos de oficinas:

Oficinas Universales. La gestión de los clientes del banco y la captación de nuevos clientes, tanto físicos como jurídicos, se realiza en la Red de Oficinas. Bankinter ha completado en 2014 el proceso de renovación de la marca en estos centros, ubicados en núcleos de población medios y grandes, dotándolos de una imagen más moderna y funcional. Todas las oficinas universales cuentan con un especialista de Banca Personal y Particulares.

Del total de 360 oficinas de la Red, el 98,30% dispone de cajero, alcanzando al cierre del ejercicio los 356 instalados (en la oficina principal de Madrid y en la sucursal principal de Alcobendas hay dos cajeros, respectivamente).

Banca de Empresas. Los centros de empresas son aquellos dedicados a las compañías medianas y suelen estar ubicados en polígonos industriales con el objetivo de prestar una mejor atención comercial. Bankinter cerró 2014 con 78 oficinas de este tipo, distribuidas en las nueve organizaciones territoriales (sin contar con Madrid Corporativa, que sólo tiene plantilla de Banca Corporativa) que componen el banco y que cuentan con una plantilla de 212 especialistas, a los que hay que añadir otros 236 especialistas de Banca Empresas distribuidos en las Oficinas Universales.

Banca Corporativa. Las empresas de mayor tamaño y las grandes corporaciones son atendidas en los 46 Centros de Corporativa con los que cuenta Bankinter, distribuidos entre las 10 organizaciones territoriales. Estos centros cuentan con una plantilla de 186 empleados, además de haber dos especialistas más en la sucursal principal de Guadalajara y al de Ciudad Real.

Banca Privada. Las necesidades específicas del segmento de Banca Privada están cubiertas con los 39 centros especializados que Bankinter tiene en las principales ciudades de España y con los 192 especialistas que trabajan en dichos centros.

La Oficina Sostenible

Uno de los proyectos incluidos en el Plan de Sostenibilidad es el de la Oficina Sostenible, una sucursal - laboratorio de pruebas, en la que el banco consulta las soluciones y tecnologías más eficientes, medioambiental y socialmente, para poder exportarlas al resto de oficinas de la Red.

Esta oficina tiene en cuenta en su diseño, en su funcionamiento y en la definición de sus espacios, criterios de eficiencia económica y medioambiental (medición, control, reducción y compensación de las emisiones generadas), así como de accesibilidad para cualquier tipo de cliente, independientemente de sus capacidades físicas o de edad.

Se ha llevado a cabo una reforma integral de las instalaciones, donde se han tenido en cuenta los más altos estándares de accesibilidad, los exigidos por la Norma UNE 170001, de manera que se consideran todos los aspectos para cubrir las necesidades de cualquier discapacidad. Todas estas mejoras convirtieron en su momento a este inmueble en la primera oficina bancaria con certificado de accesibilidad universal según la Norma UNE 170001.

En el ámbito medioambiental, Bankinter ha llevado a cabo una medición exhaustiva de la 'Huella de Carbono' de la oficina, gestionando al detalle las emisiones de CO₂, tanto directas como indirectas e inducidas, producidas por su actividad: desde los consumos de energía, agua y materiales, el uso de mobiliario y equipos informáticos, hasta los derivados de los desplazamientos de los empleados.

Red a distancia

- La intensificación de la labor comercial de las Redes a distancia les ha llevado a un crecimiento del 2%, rompiendo la tendencia de años anteriores.

Nexo de unión entre la oficina física e Internet. Las Redes a distancia han sufrido una gran transformación desde 2010, potenciándose una actividad comercial proactiva orientada tanto a resultados como al cliente. En el área de Gestión, denominada antes Banca Telefónica, esta estrategia ha dado sus frutos en 2014, con un crecimiento del 2% sobre el ejercicio precedente, revirtiendo la inercia de caída de años anteriores. Esta plataforma genera ahora ingresos muy superiores a los costes necesarios para su mantenimiento.

Desde el llamado 'Contact Center', se ha intensificado la labor comercial proactiva, sin afectar a la calidad del servicio e informando al cliente de las ofertas comerciales más alineadas con su perfil y comportamiento 24 horas al día, 365 días al año. La relación, además, ya no se circunscribe al teléfono sino que se amplía también al correo electrónico.

El servicio se presta desde instalaciones de Bankinter en España y siempre con profesionales de la región. Suele ser, con Internet, el canal con mayor calidad percibida por los clientes, con una media anual de 81,47 puntos de ISN.

Tutelas a distancia

El cliente ya no necesita un lugar físico para encontrarse con el banco. Ahora demanda que la entidad esté presente en el correo y el teléfono. Para atender al cliente desde cualquier Red a distancia, Bankinter cuenta con equipos especializados, tutores a distancia que gestionan a los clientes existentes, ofreciéndoles productos y servicios adecuados a su perfil. Es una de las apuestas más relevantes del banco, hasta el punto de que los clientes tutelados a distancia en el segmento de Particulares ascienden ya al 50%.

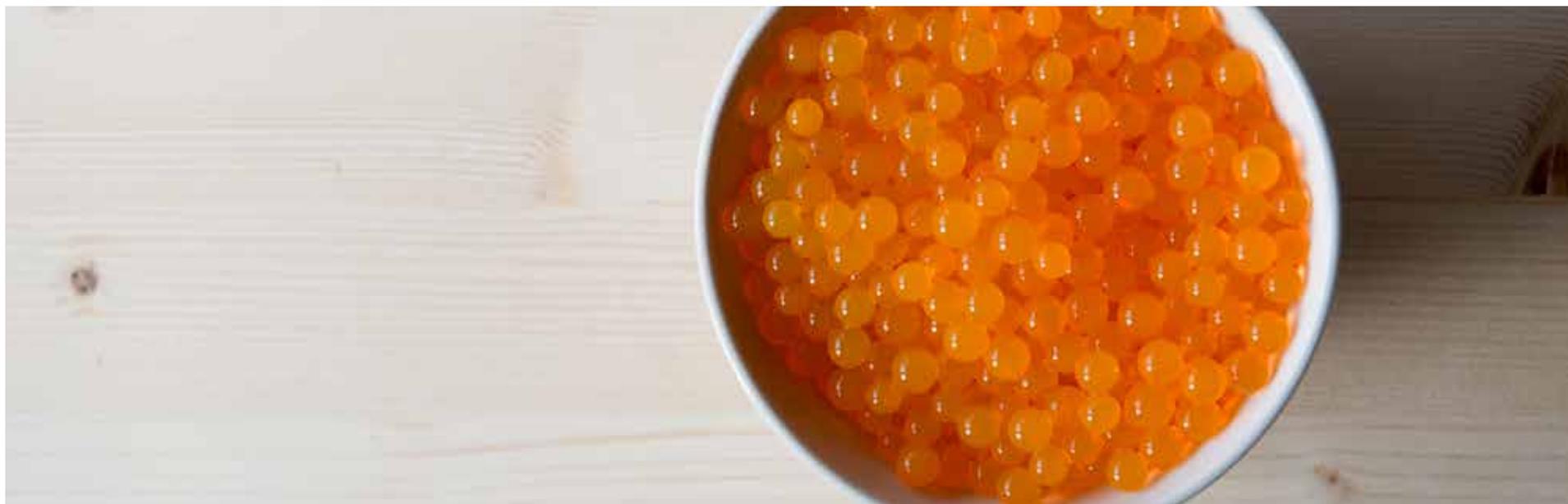
El servicio, que se presta a los segmentos de Particulares, Banca Personal, Banca Partnet y a la Red de Agentes, logra un alto nivel de eficiencia, apoyado en el sistema CRM del banco. CRM es el área responsable de conocer al cliente, sus necesidades, sus preferencias y todos aquellos aspectos relevantes. Apoyado en datos, en interacción con la red comercial y en la construcción de modelos predictivos, el CRM de Bankinter supone una ventaja competitiva para la entidad y recibe, año tras año, reconocimiento internacional.

Nivel de recomendación

23,37%
en diciembre de 2014

A continuación, horarios y teléfonos de contacto:

Servicio	Horario	Teléfono
Atención a clientes de B. Personal, Privada y Finanzas	8.00 a 22.00 horas de lunes a sábado (excepto fiestas nacionales)	
Particulares	9.00 a 18.00 de lunes a viernes (excepto fiestas nacionales)	902 132 313
Especialistas Seguros	9.00 a 18.00 de lunes a viernes (excepto fiestas nacionales)	
Atención en inglés	9.00 a 18.00 de lunes a viernes (excepto fiestas nacionales)	902 888 835
Apoyo Servicio Atención al Cliente	9.00 a 18.00 de lunes a viernes (excepto fiestas nacionales)	900 802 081
Servicio de asistencia técnica web (particulares.com)	8.00 a 22.00 horas de lunes a viernes, y sábados de 9.00 a 15.00 horas (excepto festivos nacionales)	902 365 563
Especialistas Bolsa e Inversión	8.00 a 22 horas de lunes a viernes (incluidos festivos nacionales si hay mercados)	902 131 114
Especialistas Negocio Internacional	8.00 a 18.00 de lunes a jueves y viernes de 8.00 a 17.00	902 882 000
Banca Telefónica Empresas	Agosto de 8.00 a 15.00 horas de lunes a viernes (excepto fiestas nacionales)	902 888 855
Servicio de asistencia técnica web (empresas.com)		902 365 656
Servicio de Videollamada en lengua de Signos	09.00 a 14.00 horas de lunes a viernes	bankinter.com



Multicanalidad

- Bankinter ha mejorado el broker online, habilitando la operativa de renta variable desde tablets y smartphones.
- Internet es el canal que más crece en captación de nuevos clientes y se mantiene como el más utilizado.

Cada vez menos presencia física y más conexión a distancia. Bankinter se adapta al comportamiento de los clientes y a su necesidad de recibir una respuesta instantánea a través de la multicanalidad, entendida como la opción que tiene un cliente de empezar a interactuar con el banco a través de un determinado canal y saltar a otro sin que se pierda información ni que esto suponga para él un esfuerzo añadido.

El canal que más ha crecido en captación de nuevos clientes ha sido Internet, lo que le mantiene como el más utilizado, concentrando un 47,70% del total de las transacciones realizadas por los clientes. Para el resto de canales, un 11,16% de las operaciones se realizaron a través del móvil y un 4,31% desde Banca Telefónica.

El porcentaje de clientes activos del banco que son activos en el canal Internet sube año tras año. El año 2014 cerró con una cuota de penetración del 62,91%

Por segmentos, la cuota alcanza el 59,06% en Particulares; el 67,48% en Banca Privada; y el 63,67% entre los clientes de Banca Personal.



Web

La web de Bankinter (bankinter.com) es una herramienta de gestión e información para todos los grupos de interés del banco. A lo largo de 2014 ha mejorado su usabilidad y completado la oferta de servicios.

El banco ha diseñado e implantado un nuevo proceso de alta de clientes de cuenta nómina más ágil en el marco del impulso del negocio a través de los canales digitales.

También ha puesto a disposición de los clientes un nuevo servicio gratuito, denominado 'Inversión a medida', que ofrece una propuesta de inversión personalizada ajustada tanto a las preferencias del cliente como a su perfil de riesgo. Incluye el seguimiento de las inversiones contratadas, notificando al cliente, mediante avisos por SMS o correo electrónico, los cambios o ajustes que se recomiendan dependiendo del momento concreto del mercado.

Ir a web de
bankinter



Broker online

El broker de Bankinter (broker.bankinter.com) ofrece una amplia gama de productos y servicios para que los clientes operen en bolsa al contado, con derivados, ETF's, etc. Además, los inversores tienen a su disposición diferentes herramientas para mejorar la gestión del riesgo: órdenes stop, dinámicas, referenciadas, relacionadas, con condiciones y restricciones, etc.

Bankinter ha completado la propuesta de valor del broker online mediante:

- Inclusión de nuevos productos cotizados, como los Bonus, Discounts, InLine, Stay y Turbos, productos que se emiten como Warrants.
- Implantación de la nueva aplicación del broker, que completa la ya existente e incluye la posibilidad de realizar operaciones de compraventa en bolsa desde tablets y smartphones.

Ir a broker
online



Empresas

Bankinter también ha llevado a cabo iniciativas para mejorar la calidad del servicio ofrecido a las personas jurídicas, es decir, las empresas. En empresas.bankinter.com se han producido novedades como:

- Incorporación del tratamiento de la Gestión de discrepancias en la apertura de un crédito documentario.
- Adaptación a la normativa SEPA: altas de domiciliaciones, avisos al receptor de un adeudo y adaptación en la consulta de recibos.

Ir a web
empresas



“

En la web, el banco ha diseñado e implantado un nuevo proceso más ágil de alta de clientes de cuenta nómina”.

Redes Sociales

- El número de seguidores y la interacción con los usuarios de las Redes Sociales de Bankinter se han disparado en el año fruto de una mayor proactividad en la comunicación online y un aumento de la calidad de la información emitida.
- Bankinter es el banco español más eficiente por número de seguidores en Twitter y Facebook en relación a los activos que gestiona.

Una comunidad cada vez más grande. Bankinter ha dado un gran paso adelante en la gestión de las redes sociales a lo largo de 2014. Si en 2013 inició un plan enfocado al negocio para explotar todo el potencial de este canal, los últimos 12 meses han servido para profundizar en esa estrategia. Las Redes Sociales forman ya parte del ADN del banco, que ha conseguido integrar este canal de comunicación corporativa en el día a día de la actividad bancaria.

A través de las distintas redes sociales en las que está presente (Twitter, Facebook, LinkedIn...), la entidad monitoriza la información online que le resulta de interés, comunica sus contenidos relevantes, enfoca su actividad al negocio, realiza labores de atención al cliente, mejora la reputación online, capta talento y ayuda a la creación de marca de la compañía. En definitiva, Bankinter utiliza las redes sociales para estrechar la relación con los clientes y con todas las áreas del banco, además de acelerar el crecimiento del negocio.



52.844

fans, +109% vs 2013



9.126

seguidores, +62% vs 2013



36.141

seguidores, +48% vs 2013

blog

846.018

visitas, x 5,6 veces vs 2013

Los datos avalan el buen desempeño de Bankinter en estos nuevos entornos. La mayor actividad de comunicación en estos canales digitales se ha traducido en un incremento del 109% en el número de fans en Facebook, hasta los 52.844. Bankinter ha sido la entidad que más ha crecido en número de seguidores en esta red social. En Twitter, por su parte, los seguidores han aumentado un 48%, hasta los 36.141, consolidándose como la firma con mayor número de seguidores del panorama financiero español. En LinkedIn, también ha aumentado la presencia, un 62%, y llegan ya a los 9.126. El uso que el banco hace de esta última red de carácter profesional ha sido puesta como ejemplo por la propia LinkedIn en sus campañas de buenas prácticas.

Mención especial merece nuevamente el Blog de Bankinter, que en los últimos cinco meses del año ha conseguido consolidar su audiencia por encima de las 80.000 visitas mensuales. En el conjunto del año, la cifra de visitas se acercará a las 846.018, según Google Analytics, lo que supone multiplicar por 5,6 veces las conseguidas en 2013. El interés de los distintos

contenidos que ofrece el blog, que ayudan al público a tomar decisiones financieras más informadas y a comprender mejor el entorno económico en el que vive, le ha valido además a Bankinter la designación, en los premios Digital Communications Awards, celebrados en Berlín, como uno de los cinco mejores Blogs corporativos de Europa.

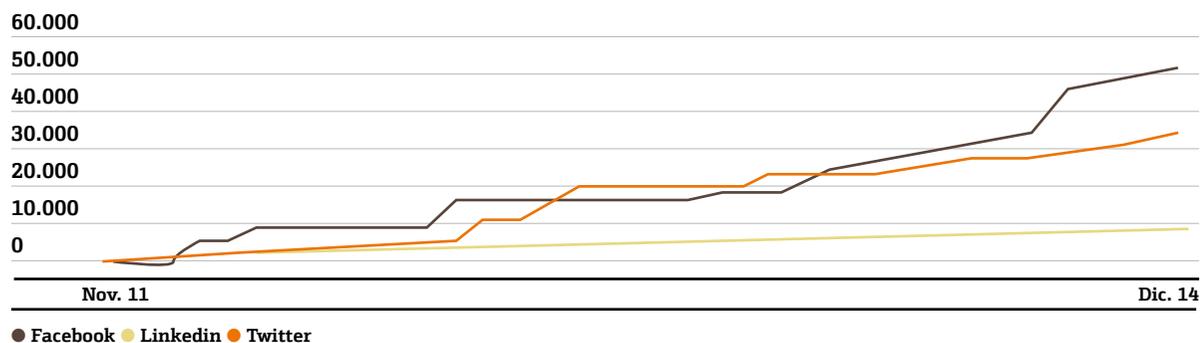
Entre los contenidos generados por el Blog de Bankinter cabe destacar la información de actualidad que elabora diariamente el equipo de análisis del banco, en la que ofrecen desde consejos de inversión a análisis de compañías cotizadas, pasando por comentarios a noticias de interés económico e informes sobre variables financieras (como, por ejemplo, la evolución del precio de la vivienda).

Esta estrategia ha convertido a Bankinter en la entidad cotizada española con mejor ratio seguidores/activos gestionados en España (millones de euros), según los datos de las propias redes sociales y la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Campaña Facebook

Además de alcanzar la final de los Digital Communications Awards con su Blog, otra de las campañas de Bankinter que mayor interés ha despertado en las redes sociales fue su acción '¿Aprobarías un examen de 4º de Primaria?'. Con la idea de engarzar con la responsabilidad social corporativa, el banco llevó a cabo una campaña de formación económica en colegios a través de consolas Nintendo. Los propios empleados del banco se desplazaban a los colegios y, ante alumnos de 4º de primaria, conectaban aspectos que habían visto en el juego con conceptos económicos y financieros. El objetivo era fomentar entre los escolares valores de cultura financiera (trabajo, ahorro...). Posteriormente, el banco trasladó esa acción a las redes sociales planteando un juego en el que se pedía a la comunidad que intentase aprobar un examen con preguntas reales de 4º de primaria. La acción tuvo una participación superior a las 10.000 personas en apenas un mes.

Nº seguidores de Bankinter en las redes sociales (Seguidores)



Red de Agentes

- La incorporación de 100 nuevos agentes ha permitido a Bankinter captar 1.230 millones de euros de patrimonio.

El mejor ejercicio de la historia de la Red. El modelo de negocio de la Red de Agentes de Bankinter, una de las más importantes del país, está basado en una asociación entre el banco y profesionales altamente cualificados, ligados al mundo financiero y el asesoramiento. Bankinter y el agente comparten los márgenes generados por las operaciones financieras sin incurrir en los costes de una oficina tradicional.

Creada para potenciar el negocio y la rentabilidad del banco, tradicionalmente esta Red estaba centrada en la banca de Particulares y el negocio hipotecario. Pero en 2010 se decidió un nuevo enfoque estratégico y se reorientó hacia la Banca Privada.

La apuesta del banco por este negocio ha llevado en 2014 a la incorporación de 100 nuevos agentes, lo que ha permitido captar más de 1.230 millones de euros de patrimonio bajo gestión (fondos de inversión, renta fija y renta variable). En cuanto a la contribución a las distintas áreas de negocio, la Red de Agentes representa el 14% de Banca Privada, con un incremento neto de patrimonio (sin tener en cuenta variaciones de mercado) superior a 1.300 millones (37% del total del banco). En fondos de inversión, la cifra se eleva a más de 1.900 millones de euros, el 17,2% del total; 78 sicavs, el 22% del volumen total gestionado; y en renta variable, el 9% del total, en torno a 1.500 millones de euros.

Convención de agentes

Los 100 mejores agentes de Bankinter se reúnen cada año en unas jornadas que en esta ocasión contaron con la presencia de la Consejera Delegada y de otros tres miembros del Comité de Dirección del banco. La cita de 2014 supuso una magnífica ocasión para escuchar de primera mano las apuestas financieras de algunas de las principales gestoras internacionales, así como la visión sobre el futuro de los mercados que tiene el departamento de análisis de Bankinter.

	2014	2013	% Dif.
Captaciones de clientes	4.703	2.302	104,3%
Recursos medios controlados (millones euros)	3.357	2.360	42,3%
Recursos medios típicos (millones euros)	1.191	1.010	17,9%
Inversión media (millones euros)	1.609	1.643	-2,1%

Banca Partnet

- Banca Partnet es una de las áreas más innovadoras y eficientes de Bankinter, un modelo de negocio único basado en la alianza entre el banco y sus socios.
- El área ha potenciado la actividad en Banca Privada y Banca Corporativa.

Banca Partnet es una forma innovadora y poco convencional de relacionarse con el cliente.

Es un modelo de negocio único en la banca, que consiste en la constitución de alianzas entre el banco y sus empresas partners, o socios, que luego se materializan en la apertura de oficinas virtuales. El banco aporta la tecnología y productos financieros a medida para los empleados, asociados, clientes y proveedores del socio; y la empresa, con la que comparte beneficios mediante un acuerdo, facilita el acceso de Bankinter a potenciales clientes.

Herencia de lo que antes se conocía como Banca Virtual -nacida hace 23 años como una primera experiencia con Accenture- y rebautizada hace dos años como Banca Partnet (término que aúna las palabras partner y network), es una red

complementaria a la Red de Oficinas, siendo la segunda más importante por volumen de negocio después de esta última y por delante de la Red de Agentes. Su gran fortaleza son los acuerdos de larga duración firmados con las principales empresas españolas y multinacionales extranjeras con presencia en España, entre las que destacan, Atresmedia, Accenture, Mediaset, Meliá, Cepsa, EY, McKinsey, IBM o HP.

En 2014, se han alcanzado las 398 'oficinas partnet', sucursales que no tienen una estructura física, con el consiguiente ahorro de costes, pero sí son reconocidas por el Banco de España y operan como cualquier otra oficina del banco. Cuentan ya con 33.506 clientes activos y aportan el 5% del margen bruto del banco.

Este área de negocio ha jugado un papel importante en el crecimiento de Banca Privada, tras incrementar un 19% el patrimonio gestionado. Este segmento de clientes se confirma como uno de los pilares de la red de Banca Partnet.

	2014	2013	% Dif.
Número de oficinas Partnet	398	369	7,9%
Captaciones de clientes	2.272	1.616	40,6%
Recursos medios controlados (millones euros)	2.762	2.229	23,9%
Recursos medios típicos (millones euros)	1.821	1.516	20,1%
Inversión media (millones euros)	1.815	1.827	-0,7%



Marketing

- Bankinter ha vuelto a apostar por los medios de comunicación masivos.
- Se ha intensificado la actividad con un aumento de la presencia digital y de las acciones de marketing directo.

El área de Marketing lidera los proyectos de investigación de mercado que permiten conocer los cambios que continuamente se producen en el comportamiento del consumidor y dar así una mejor respuesta a las necesidades financieras de los clientes actuales y potenciales. Esa labor facilita la construcción del posicionamiento publicitario de Bankinter, función esencial en la estrategia comercial del banco.

El esfuerzo en investigación realizado en 2013 ha permitido a Bankinter intensificar su actividad en esta área durante 2014, diseñando y desarrollando la estrategia y las acciones de marketing más adecuadas para conseguir los objetivos comerciales definidos.

A lo largo del último ejercicio, Bankinter ha intensificado su actividad de marketing apostando por una vuelta a los medios masivos: televisión, prensa, radio o la presencia en eventos deportivos de máxima audiencia, como la Copa del Rey de fútbol o la Supercopa de España. También se ha producido un considerable incremento de la presencia online, especialmente en vehículos de comunicación de marketing de rendimiento como buscadores o marketing de afiliación. Del mismo

modo, han aumentado las actividades en medios directos, con lanzamientos como promociones MGM (promoción member get member), así como la realización de eventos diversos y la cuarta edición de la gira anual, en esta ocasión protagonizada por Inma Shara, el Coro Góspel de Philadelphia y la Orquesta Sinfónica Nacional Checa.

En línea con lo anterior, la medición de la eficiencia y eficacia de estas iniciativas se ha visto potenciada y ha sido posible gracias a la mejora de los sistemas y control del resultado de las campañas mediante la construcción de modelos econométricos que permiten calcular el retorno de la inversión publicitaria (ROI) y la optimización del mix de medios utilizado.

Fruto de todas estas iniciativas, y como resultado de la ejecución de la campaña de publicidad de Cuenta Nómina, Bankinter ha sido premiado con el oro a la eficacia comercial en la categoría especial de investigación de los prestigiosos premios de la Asociación Española de Anunciantes a la eficacia publicitaria 2014 en su XVI edición. Es la primera vez que una de nuestras campañas de publicidad ha sido premiada a nivel nacional

con este importante galardón. En estos premios Bankinter competía en lista corta con otras 59 campañas de otros 30 anunciantes.

Los Premios a la Eficacia son los únicos galardones en España que reconocen los resultados conseguidos gracias a la publicidad, y sitúan la eficacia como auténtico fin de la actividad publicitaria. Estos premios son los más valorados por los anunciantes españoles y los únicos que premian en nuestro país las mejores estrategias de las marcas en el diseño e implementación de sus campañas de comunicación comercial y la demostración de los resultados obtenidos, ya sea en términos de ventas, notoriedad, investigación etc.

El fortalecimiento del área de Marketing, con una nueva estructura, incorporaciones y procesos, ha posibilitado aumentar el apoyo en el lanzamiento de nuevos productos y servicios, proporcionando material para su comercialización y realizando campañas en medios masivos y directos para la captación, retención y vinculación de clientes.

Calidad

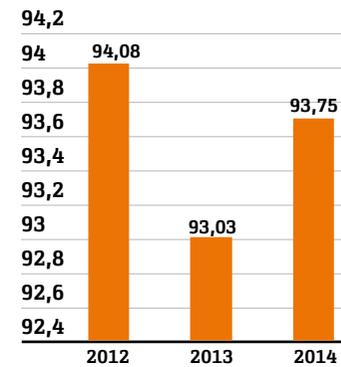
La misión. El área de Calidad tiene como misión evaluar continuamente la calidad que percibe el cliente en su relación con el banco para identificar acciones de mejora y promover su implantación en la entidad. Con este fin, Bankinter pregunta a sus clientes por su experiencia en las distintas redes y plataformas para orientar la mejora de la calidad de servicio en lo que es más relevante para el cliente. Además, se realizan encuestas periódicas de satisfacción de las oficinas con los Servicios Centrales a fin de tener un pulso permanente de los niveles de calidad y mejorar los procesos internos que más influyen a la hora de dar un buen servicio a la red comercial.

La Red de Oficinas también dispone, adicionalmente, de indicadores para mejorar su actuación comercial mediante evaluaciones continuas del servicio y atención comercial basadas en la técnica de mystery shopping.

La evolución de la calidad objetiva en la red comercial es muy positiva tanto en la atención telefónica como en la atención comercial en la visita a la oficina, mejorando los niveles de actuación comercial del año anterior.

Proyecto - Indicadores de calidad. Con el objetivo de buscar la excelencia y ofrecer a sus clientes el máximo nivel de calidad, Bankinter abordó en 2014 un profundo cambio en su modelo de calidad adoptando la Recomendación (NPS) como indicador de la opinión de los clientes sobre la calidad que reciben del banco. El NPS (Net Promoter Score) es un índice que mide la disposición de los clientes a recomendar una compañía en función de su experiencia con la entidad en una escala de 0 a 10, que es más sencilla para el cliente, clasificándolos en promotores, neutros y detractores. El índice se calcula restando al porcentaje de clientes promotores el de clientes detractores. El NPS del banco se sitúa a finales de 2014 en un 11,2% y refleja una valoración muy positiva de la entidad por sus clientes.

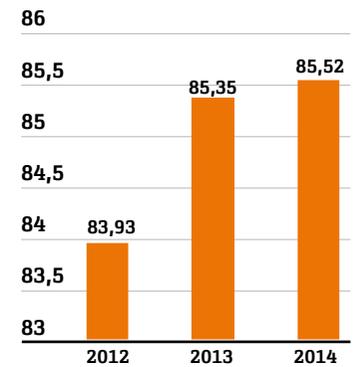
Atención telefónica: grado de cumplimiento del Protocolo



Acumulado

Fuente: MDK Investigación de Mercados

Atención presencial: grado de cumplimiento del Protocolo



Acumulado



Experiencia de cliente basada en la multicanalidad. En Bankinter la combinación de personas y tecnología es clave para lograr la excelencia en su relación con el cliente. Conocer y comprender cuál es su experiencia en los canales a distancia (teléfono e Internet) o presenciales (oficinas y agentes) permite al banco incorporar mejoras que hagan fácil la relación con la entidad, como iniciar la contratación de un producto en un canal y terminarla en otro distinto, posteriormente (fondos y depósitos en este momento). Los resultados en términos de NPS, o nivel de Recomendación, muestran una elevada percepción de los clientes respecto a la calidad de servicio que reciben del banco:

NPS por canales a distancia, presencial y gestor personal:

Proyectos concretos. Con el fin de mejorar la experiencia de cliente se han desarrollado en 2014 diversas iniciativas orientadas a hacerle más fácil y cómoda su operativa con el banco:

- Rediseño del proceso de alta presencial de nuevos clientes en oficinas, con el objetivo de que sea más rápida y sencilla.
- Nueva aplicación del Broker para dispositivos móviles que permite al cliente acceder a toda la información bursátil y operar.
- También se ha iniciado el desarrollo de la nueva Banca Móvil, que incorpora nuevas funcionalidades y mejoras en la navegación.

NPS web empresas

37,8%

NPS web particulares

48,0%

NPS oficinas

27,2%

NPS gestor

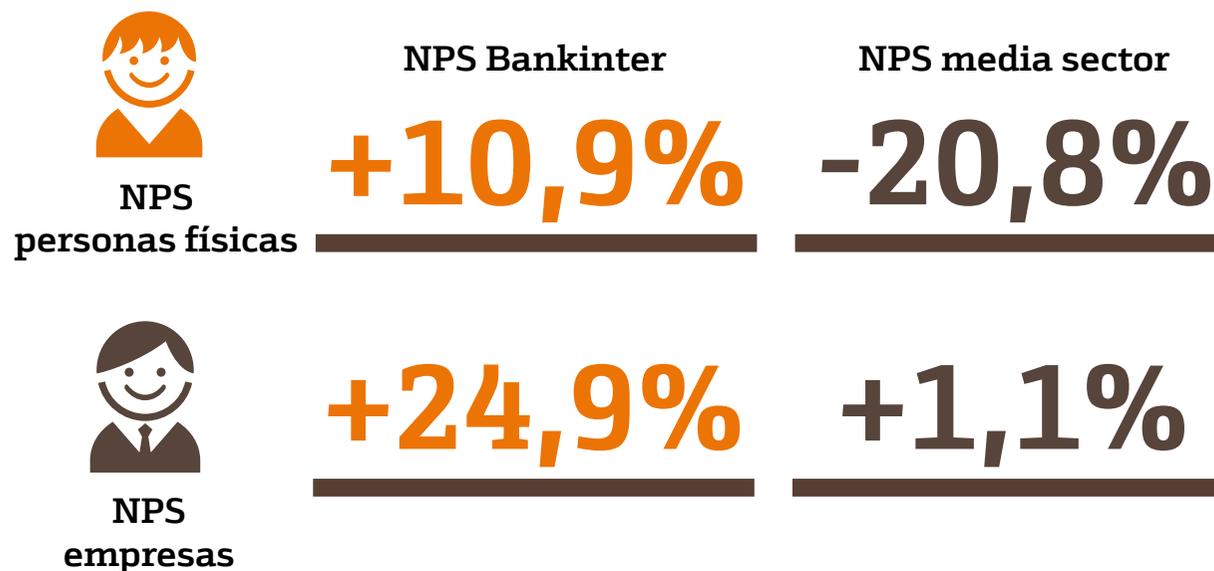
47,8%

Resultados respecto al sector financiero

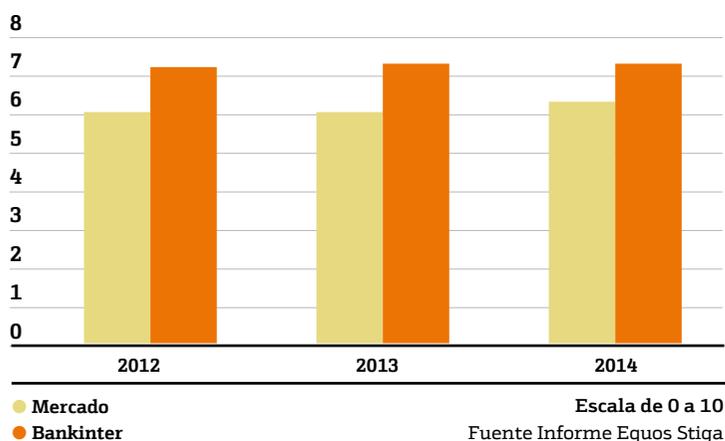
1. Recomendación de clientes: Para el banco también resulta esencial conocer su posición respecto al resto de entidades del sector financiero español. Los estudios de mercado que realiza una empresa independiente muestran que el banco ofrece un nivel de calidad muy superior a la media del mercado que ha ampliado en 2014,

Tanto en los segmentos de personas físicas (gap de 31,7 puntos de NPS respecto al mercado) como en los segmentos de banca de empresas, donde es líder del sector (con un gap de 23,8 puntos de NPS respecto a la media de mercado):

2. Calidad objetiva en la Red Comercial: En el estudio EQUOS RCB que realiza Stiga sobre las Redes Comerciales de Oficinas de las principales entidades financieras españolas mediante la técnica de mystery shopping (pseudocompras), Bankinter mantiene un excelente posicionamiento, con una diferencia de un punto respecto al sector.



Calidad objetiva en redes comerciales bancarias (Escala de 0 a 10)



Servicio de Atención al Cliente (S.A.C.)

Los clientes de Bankinter pueden dirigir todas sus quejas y reclamaciones sobre el banco al Servicio de Atención al Cliente, que tiene como objetivo garantizar la adecuada atención, resolución y comunicación al cliente. Para mejorar la atención dispensada, este servicio ha incorporado en 2014 nuevos indicadores de gestión sobre los productos y servicios de la entidad y ha optimizado los canales de comunicación (oficina, web, teléfono, sms, correo y fax).

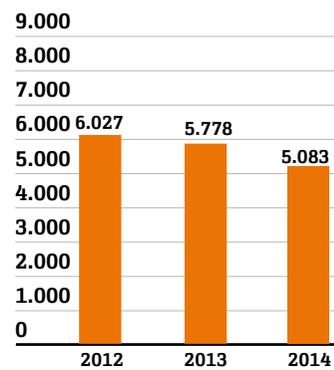
En 2014 las quejas y reclamaciones tramitadas por el Servicio de Atención al Cliente han disminuido un 12,03% respecto a 2013, hasta situarse en 5.083, resolviéndose el 47,6% de las mismas en un plazo inferior a 48 horas. Las reclamaciones de contenido económico fueron 4.121, de las que el 52,8% obtuvo una resolución favorable al cliente.

En relación con el volumen de transacciones de la entidad, las quejas y reclamaciones han disminuido hasta las 2,19 por millón de transacciones.

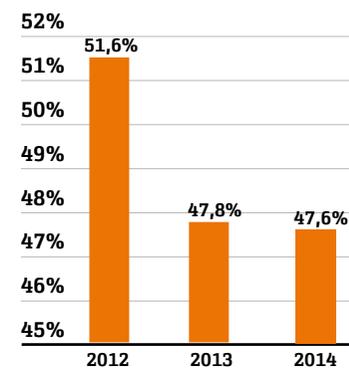
Además del Servicio de Atención al Cliente, también existe la posibilidad de dirigir las quejas y reclamaciones a un órgano independiente del banco, como es el Defensor Externo del Cliente, ya sea en caso de disconformidad con la resolución del primero o bien porque los clientes prefieran dirigir directamente a este órgano sus requerimientos.

Adicionalmente, y en caso de disconformidad con las respuestas recibidas, los clientes pueden dirigir sus quejas al Servicio de Reclamaciones del Banco de España.

Nº de quejas y reclamaciones tramitadas



% resuelto en menos de 48 horas



Eloy Antonio López Hernández
 Avda. de Bruselas , 12
 28108 Alcobendas (Madrid)
 Tel.: 900 802 081
 Fax: 91 623 44 21
 e-mail: ealopez@bankinter.es

Prevención del Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo

- La lucha activa contra ambos delitos es para Bankinter un objetivo estratégico y un compromiso ético.
- Para la detección, hay establecida una política rigurosa de identificación de personas y operativas sospechosas.
- El banco ha auditado y revisado procedimientos de control a 92 unidades de negocio de la Red de Oficinas, lo que equivale aproximadamente el 19% del total.
- El 100% de los centros ha sido analizado a través de los programas de auditoría automática y del sistema de alertas.

Objetivo estratégico y compromiso ético. La lucha activa contra la prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo forma parte de la cultura corporativa de Bankinter y se articula a través de una estrecha colaboración con los distintos órganos administrativos y judiciales competentes.

Por blanqueo de capitales se entiende la participación en cualquier actividad o procedimiento orientado a dar apariencia de legitimidad o legalidad a bienes o activos que proceden de una actividad delictiva. La financiación del terrorismo, por su parte, es cualquier forma de acción económica, ayuda o mediación que proporcione apoyo financiero a las actividades de elementos o grupos terroristas.

A continuación se describen las actuaciones más significativas llevadas a cabo para conseguir minimizar el volumen de operativas no deseadas propias de este tipo de delitos:

- El establecimiento de una política rigurosa de identificación, aceptación y conocimiento de los clientes en función de su riesgo, así como la definición de las diligencias a aplicar (reforzada, estándar y simplificada), que garantizan la detección de personas y operativas sospechosas.
- Cumplimentación de cuestionarios específicos (Know your Customer) para tener un mayor conocimiento de los clientes, del propósito y ámbito de la relación de negocio.
- La puesta en marcha de los mecanismos necesarios para detectar posibles coincidencias con personas vinculadas a actividades delictivas o bien de personas con responsabilidades públicas y sus allegados.
- Implantación de procedimientos específicos para el establecimiento de las relaciones de corresponsalía bancaria.

“

De cara a 2015, Bankinter seguirá reforzando el modelo de gestión del riesgo de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo e impulsará la supervisión de las unidades en esta materia”.

- Uso de sistemas de identificación de operativa sospechosa o con indicios de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.
- Formación obligatoria en la materia para las nuevas incorporaciones y un plan de formación continua anual para todos los empleados y agentes del banco.
- Informe anual, realizado por un experto externo independiente y por la auditoría interna, que evalúa los procedimientos y controles implantados.
- La entidad cuenta con un manual de procedimientos que recoge las políticas, procedimientos y controles desarrollados para prevenir y detectar este tipo de actuaciones delictivas, siendo de obligado cumplimiento para todos los empleados de Bankinter, así como de su Red de Agentes.

Además, el banco dispone de dos órganos de control destinados a prevenir el blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo: el Órgano de Control Interno (OCI), que tiene la responsabilidad de establecer las políticas de prevención, su seguimiento y control, y el área de Prevención de Blanqueo de Capitales, encargada de velar por el cumplimiento de las políticas y procedimientos adoptados por la entidad en materia de prevención del blanqueo de capitales.

Durante 2014, el Grupo Bankinter ha consolidado la herramienta informática implantada en 2013, que permite realizar una gestión integrada del modelo de prevención de blanqueo basado en el control del riesgo. A través de ella, se realiza la gestión de los cuestionarios de 'conocimiento del cliente' y de origen de los fondos, la clasificación de su perfil de riesgo, la detección de la operativa sospechosa y la gestión de listas de vigilancia.

Dentro del continuo proceso de mejora, Bankinter ha endurecido las políticas de aceptación de clientes y las medidas de diligencia en aquellos titulares con un nivel de riesgo superior, con la finalidad de adaptar sus sistemas y procedimientos a las mejores prácticas de mercado. Adicionalmente, se ha incrementado la inversión en recursos y sistemas, reforzando los medios humanos para llevar a cabo las medidas de control establecidas.

También se han realizado importantes esfuerzos de actualización de datos con la finalidad de cumplir con el plazo establecido en la disposición transitoria séptima de la Ley 10/2010, de 28 de abril, de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo, mediante la cual las entidades tienen que disponer de toda la documentación que conforme su diligencia debida antes del 28 de abril de 2015.



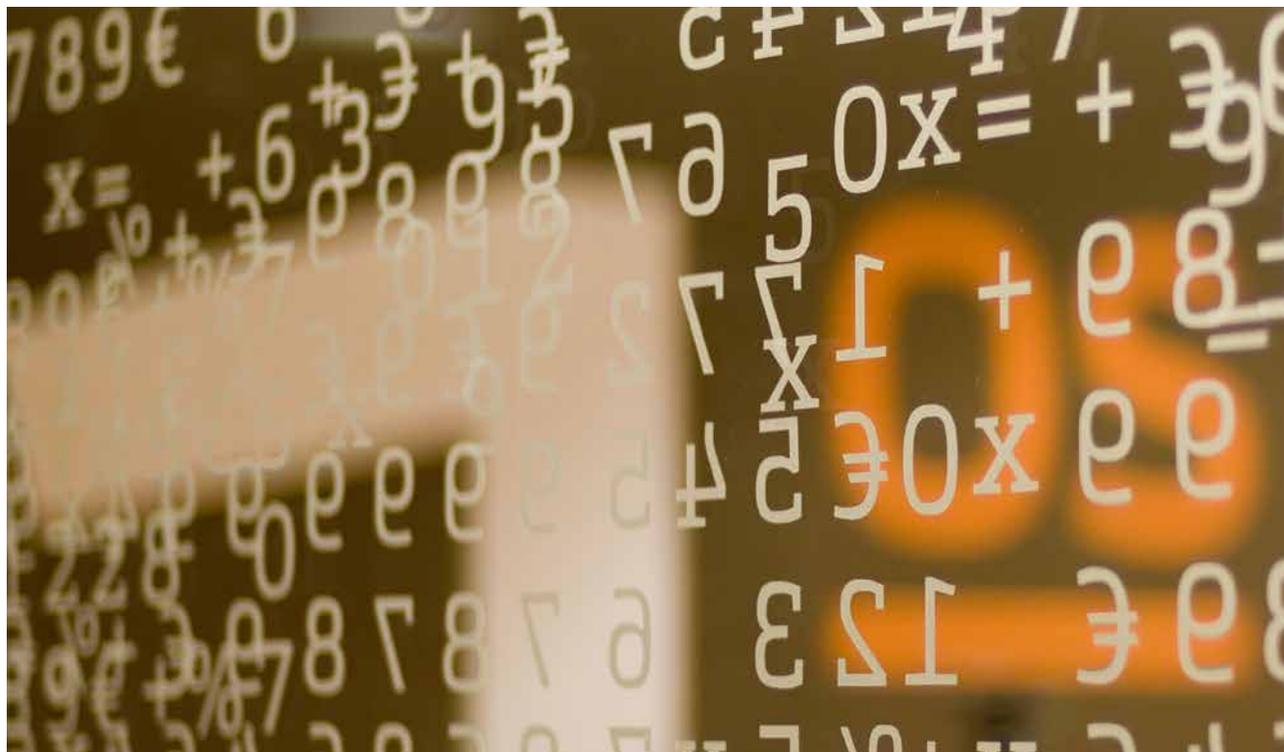
1.304

empleados y agentes han participado en actividades y talleres presenciales y online de formación para la red comercial

La publicación del Real Decreto 304/2014, de 5 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 10/2010, ha supuesto algunas modificaciones que están en proceso de adaptación por parte del entidad. Uno de los cambios más significativos ha sido la identificación formal de cuantas personas físicas o jurídicas pretendan establecer relación de negocio o intervenir en cualesquiera operación ocasional cuyo importe sea igual o superior a 1.000 euros y los cambios en la identificación del titular real, aspectos ambos que ya han sido implantados por la entidad.

La puesta en marcha de los nuevos sistemas de seguimiento y control de prevención de blanqueo de capitales ha requerido llevar a cabo planes de formación y de comunicación a la plantilla. A lo largo de 2014, Bankinter ha impartido numerosos cursos de formación presencial, como los talleres para la red comercial, con actividades específicas o centralizadas en determinada tipología de clientes. Un total de 1.304 empleados y agentes han participado en una serie de cursos online y programas presenciales para empleados y agentes con clientes de perfil de riesgo alto. Paralelamente, en los foros internos del banco se han publicado asiduamente informes diversos sobre buenas prácticas en la materia, protocolos de actuación, recordatorio y actualización de procedimientos, etc.

La entidad tiene previsto consolidar el proceso de mejora global del marco de prevención de blanqueo de capitales, dentro del modelo de riesgo definido, y adoptar las medidas necesarias para reforzar la implicación de toda la red comercial en la prevención y en la detección de operaciones sospechosas.



Protección de datos

Clientes informados y protegidos. Bankinter ha sido una entidad pionera en el compromiso con la protección de datos personales y la confidencialidad de la información, así como en ofrecer a sus clientes medidas que garanticen en todo momento el cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD) y su normativa de desarrollo, que entró en vigor el 19 de abril de 2008 con el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, adaptando sus sistemas a la misma.

La política de protección de datos personales del banco se apoya sobre dos pilares básicos: observancia legal y técnica. Todos los contratos que firman los clientes con Bankinter incorporan una cláusula de protección de datos a través de la cual no sólo se recaba su consentimiento para el tratamiento de sus datos, sino que también se les informa detalladamente de la finalidad del tratamiento de los mismos. Asimismo, se les da la posibilidad, desde el primer momento, de oponerse al tratamiento de sus datos con fines comerciales, mediante la marcación de una casilla que permite manifestar su voluntad.

La cláusula de protección de datos, además, informa a los clientes de los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición al tratamiento que les asisten y la forma de ejercerlos, garantizando un poder de control sobre sus datos personales. Se han habilitado para ello canales de comunicación sencillos y

rápidos, ya sea a través de Banca Telefónica, o bien por escrito a la dirección informada al afecto, al margen de la posibilidad de acudir a su oficina.

En lo relativo a la confidencialidad y seguridad de los datos, la política de seguridad de Bankinter garantiza en todo momento que los datos se transmiten por canales adecuados, seguros y fiables, afianzando la integridad y confidencialidad de las operaciones generadas por los clientes. Asimismo, el banco ha asumido el compromiso de supervisar las medidas de seguridad periódicamente, realizando auditorías sobre sus propios sistemas y sobre los sistemas de aquellos proveedores con los que la entidad mantiene relaciones comerciales y que puedan tener acceso a datos de carácter personal de los clientes.

En materia de formación, existe un curso online de obligado cumplimiento para todos los empleados.

Al cierre de 2014, el Grupo Bankinter ha recibido cuatro sanciones de la Agencia de Protección de Datos por tratar los datos sin el consentimiento del titular, imponiendo al Grupo Bankinter multas por importe total de 33.300 euros.

En definitiva, Bankinter sigue cumpliendo cada año con su compromiso de garantizar a todos los clientes la protección, integridad y confidencialidad de sus datos, reforzando e innovando las estrictas medidas internas de protección.

“

La política de seguridad de Bankinter garantiza en todo momento que los datos se transmiten por canales adecuados, seguros y fiables”.

Transparencia en la información

Bankinter asume el compromiso de informar a los mercados, a las autoridades supervisoras, a los inversores, a los accionistas y en general a la comunidad financiera en los términos más amplios y con la mayor transparencia posible. Una Comisión de Auditoría integrada por consejeros externos verifica, con carácter previo, la información financiera y contable que se ofrece públicamente.

El cumplimiento de las normas reguladoras de la actividad bancaria no es sólo una obligación externa que se impone al banco, sino un deber interiorizado en la cultura del mismo.

Desde los miembros del Consejo de Administración, hasta los empleados de más reciente incorporación, todas las personas que trabajan en Bankinter deben conocer y cumplir las normas que por la naturaleza de las funciones que realicen dentro del banco se estime necesario, así como otra serie de normas de conducta de los mercados de valores, de transparencia bancaria, de prevención del blanqueo de capitales, protección de datos y demás normas aplicables al sector.

La transparencia se proyecta de la misma forma sobre el ámbito interno de la empresa, que se caracteriza por tener una cultura corporativa abierta y desjerarquizada. La información financiera, comercial y administrativa más relevante está a disposición de los empleados

del banco, sin perjuicio del cumplimiento de los deberes de confidencialidad. Las bases de datos de Bankinter están abiertas a la plantilla y la comunicación interna está diseñada como un modelo sin límites por razones de jerarquía o de función, con una relación directa y fluida entre directivos y empleados.

Con el objetivo de defender y proteger los intereses de los clientes, el Grupo Bankinter dispone de un reglamento interno dedicado a regular los procedimientos de funcionamiento del Servicio de Atención al Cliente, resultado de la aplicación de diferentes disposiciones legales: la Ley 44/2002, de 22 de noviembre, de Medidas de Reforma del Sistema Financiero en su capítulo V; los artículos 7 a 15 del Real Decreto 303/2004, de 20 de febrero, por el que se aprueba el Reglamento de los Comisionados para la Defensa del Cliente de los Servicios Financieros, cuya vigencia se mantiene transitoriamente por la Disposición Transitoria Quinta de Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.; así como la Orden del Ministerio de Economía 734/2004, de 11 de marzo, sobre los Departamentos y Servicios de Atención al Cliente y el Defensor del Cliente de las entidades financieras, entre otras disposiciones.

Desde la trasposición al derecho español de la normativa de prestación de servicios de inversión en el ámbito europeo hasta la entrada en vigor de la Circular 3/2013, de 12 de junio, de



la Comisión Nacional del Mercado de Valores, sobre el desarrollo de determinadas obligaciones de información a los clientes a los que se les prestan servicios de inversión, en relación con la evaluación de la conveniencia e idoneidad de los instrumentos financieros, Bankinter ha evaluado la adecuación y eficacia de los procedimientos establecidos y de las medidas adoptadas para la mejora continua en la gestión del riesgos regulatorio.

Dicho esquema será de aplicación en todas las normas y directrices futuras que se aprueben en relación a la prestación de servicios de inversión.

Además, a nivel interno, la entidad cuenta con un manual de comercialización de productos y un procedimiento de validación de iniciativas y prácticas comerciales que asegura que, con carácter previo al lanzamiento de todos los productos o al establecimiento de una práctica comercial, se comprueba que éste ofrezca no sólo las garantías mínimas exigidas desde el punto de vista legal o regulatorio, sino también los estándares de calidad que persigue el banco.

El Comité de Productos es el encargado de coordinar el proceso al que hemos hecho referencia de lanzamiento de nuevos productos e implantación de prácticas comerciales, garantizándose así la puesta en el mercado de unos productos de acuerdo con unos mínimos establecidos por el banco.

En lo que respecta a la publicidad, como entidad financiera, Bankinter somete voluntariamente las campañas de publicidad, en particular todas las que contienen condiciones económicas, a la supervisión de organismos independientes, como Autocontrol. Además, el banco es miembro de Inverco y ha suscrito su Código General de Conducta Publicitaria de las Instituciones de Inversión.

Bankinter pone a disposición de sus empleados todos los medios necesarios (técnicos y de formación) para que ofrezcan a los clientes la máxima calidad referida tanto a la prestación del servicio de asesoramiento como a la información sobre las características y riesgo de los productos financieros que se ofrecen a los clientes, buscando siempre la mejor adecuación a sus necesidades, intereses y conocimientos financieros.

Bankinter dispone, asimismo, de un código de ética para asegurar que todos sus empleados cumplen con las más altas normas de conducta en sus actividades diarias. El código está disponible y es recordado a través de los canales de comunicación interna, además de estar disponible en la Web Corporativa, junto con una serie de códigos de conducta que regulan la actividad de los empleados: Reglamento Interno de Conducta del Mercado de Valores, Política de prevención de Blanqueo de Capitales, Política de Medio Ambiente, Política de Accesibilidad...

