

Negocios

INFORME ANUAL
INTEGRADO 2020



Banca Privada

Asesoramiento personalizado para artistas y deportistas

- La pandemia obligó a la entidad a impulsar las herramientas de asesoramiento a distancia para poder llegar a los clientes y minimizar el impacto en la actividad comercial y en la atención.
- Se iniciaron diferentes proyectos para impulsar el crecimiento a partir de nuevas segmentaciones de colectivos, como los de artistas y deportistas e instituciones religiosas. El objetivo es prestarles un asesoramiento específico y personalizado en la gestión de su patrimonio.
- A pesar de la volatilidad y caída de los mercados, el patrimonio bajo gestión se elevó a 42.814 millones de euros y el patrimonio de los servicios de gestión y asesoramiento se incrementó casi un 8%. Las comisiones de la renta variable aumentaron un 47%.

Banca Privada

	2020	2019	% Dif.
Cientes activos (nº de clientes)	42.002	38.967	+7,8
Recursos Totales (en mill€)	28.909	26.111	+10,7
Recursos Típicos (en mill€)	12.932	12.111	+6,8
Inversión (en mill€)	4.727	4.248	+11,3

Banca Personal

Aumenta el número de clientes activos y su nivel de satisfacción

- En un año tan complicado, destacó el crecimiento de clientes activos de Banca Personal (+8.4%). Además, los clientes valoraron con niveles muy altos el servicio que reciben del banco, llegando a máximos históricos con una puntuación de 36,3% en el baremo de NPS.
- El patrimonio gestionado a los clientes en el segmento superó los 25.000 millones de euros. El patrimonio neto nuevo se elevó a 2.302 millones de euros, un 68% más que en 2019. La inversión superó los 10.000 millones de euros, con la hipoteca como principal motor.
- Se lanzó 'Bankinter en Familia', una innovadora estrategia para abordar la gestión financiera familiar de forma global, incluyendo soluciones, productos y servicios adaptados a cada etapa de la vida del cliente y a las diferentes generaciones.

Banca Personal

	2020	2019	% Dif.
Cientes activos (nº de clientes)	271.060	250.132	+8,4
Recursos Totales (en mill€)	22.421	20.571	+9,0
Recursos Típicos (en mill€)	15.155	13.884	+9,2
Inversión (en mill€)	10.087	9.640	+4,6

Particulares y Extranjeros

Gran esfuerzo comercial en un año muy difícil

- 'Bk Joven' dirigido a hijos menores de edad de nuestros clientes, a estudiantes universitarios y a profesionales de hasta 35 años, superó los más de 100.000 clientes activos en su primer ejercicio.
- El esfuerzo de los equipos comerciales permitió atraer 54.382 nuevos clientes particulares y que la producción hipotecaria prácticamente igualara la cifra de 2019, pese al parón de la actividad durante varios meses por la pandemia.
- El margen bruto en el segmento de Extranjeros creció un 1,27%, con un fuerte descenso de la morosidad del 22,35%.

Particulares

	2020	2019	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	399.272	373.503	+6,9%
Recursos Totales (en mill€)	7.137	5.741	+24,3%
Recursos Típicos (en mill€)	6.214	4.916	+26,4%
Inversión (en mill€)	12.098	12.418	-2,6%

Extranjeros

	2020	2019	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	31.134	30.433	+2,3%
Recursos Totales (en mill€)	321	312	+2,9%
Recursos Típicos (en mill€)	295	290	+1,9%
Inversión (en mill€)	654	657	-0,5%

Banca Corporativa

Más financiación con la misma calidad de servicio

- En un entorno de máxima dificultad y cambios internos, los equipos de Banca Corporativa consiguieron firmar más de 2.200 millones de financiación de los préstamos ICO y CESCE. Se atendieron así las necesidades de los clientes en circunstancias tan excepcionales, sin que se penalizase la calidad de servicio.
- La implantación de nuevas fórmulas de trabajo a distancia, individuales y colectivas, permitió mantener la actividad y se formalizaron operaciones en volúmenes incluso superiores a los de una coyuntura normal.

Banca Corporativa

	2020	2019	% Dif.
Clientes activos (nº clientes)	6.034	5.861	3,0
Recursos totales (millones €)	7.878	7.861	0,2
Recursos típicos (millones €)	7.618	7.633	-0,2
Inversión (millones €)	13.089	12.300	6,4

Medianas Empresas

Una excelente gestión de las líneas ICO/CESCE

- Se concedieron créditos por importe de casi 4.000 millones de euros de las líneas ICO/CESCE establecidas por el Gobierno para paliar los efectos del COVID, lo que aportó una liquidez adicional de más de 2.600 millones a nuestros clientes.
- Gracias a la gestión de esas líneas, la inversión del banco en Medianas Empresas subió un 12,7%, hasta alcanzar los 7.509 millones de euros.
- El excelente comportamiento del margen de intereses, cuyo crecimiento fue del 12,6%, permitió que el margen bruto del segmento mejorara un 8,7%.

Medianas empresas

	2020	2019	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	25.389	24.846	2,2%
Recursos Totales (en mill€)	6.858	5.293	29,6%
Recursos Típicos (en mill€)	6.581	5.072	29,7%
Inversión (en mill€)	7.509	6.670	12,6%

Pymes

Más ingresos e inversión, pero menos morosidad

- Los ingresos del área de Pymes se incrementaron un 3,52% y el margen bruto alcanzó los 179,7 millones de euros. Además, manteniendo el perfil de calidad crediticia de la cartera, con una caída de la tasa de morosidad de 0,7 puntos porcentuales, hasta bajar al 7,36%.
- Se reforzó la propuesta de valor del Área VIP, un espacio exclusivo diseñado para las pymes en el que se impulsa su digitalización y se ofrecen soluciones globales que van más allá del ámbito financiero.
- Se formalizaron límites de préstamos y créditos ICO COVID con más de 18.000 clientes, por un valor total de 2.380 millones de euros, lo cual contribuyó a un aumento de la inversión del 11,4%.

Pymes

	2020	2019	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	75.011	74.079	1,3%
Recursos Totales (en mill€)	5.488	4.491	22,2%
Recursos Típicos (en mill€)	5.199	4.223	23,1%
Inversión (en mill€)	6.075	5.452	11,4%

Bankinter Investment

Líder de la inversión alternativa en la banca privada española

Tras el salto cualitativo que dio en 2019 con el lanzamiento de una marca propia (Bankinter Investment), la actividad de banca de inversión se consolidó en 2020 como un referente en el asesoramiento corporativo, la financiación de proyectos y activos y la inversión alternativa en España.

Desde que en diciembre de 2016 se lanzó el primer vehículo (Ores SOMICI) hasta finales del año pasado, la plataforma de inversión alternativa del banco captó más de 2.300 millones de euros de capital procedente de clientes de banca privada e institucionales españoles, con una inversión total superior a los 4.200 millones, incluido el efecto del apalancamiento.

Con el impulso de la nueva marca, el reforzamiento de sus equipos y su internacionalización, Bankinter Investment tiene como objetivo para los próximos dos años elevar el capital captado de clientes hasta los 3.500 millones de euros y alcanzar los 8.000 millones de inversión en diferentes tipologías de activos alternativos.

Estos activos alternativos constituyen la propuesta de valor del banco para los grandes patrimonios y para los clientes institucionales en el actual entorno de bajos tipos de interés y volatilidad de los mercados, que complica extraordinariamente la inversión tradicional.

Entre los vehículos puestos en marcha, que constituyen la mayor plataforma de su modalidad en España, figuran los siguientes:

- **El fondo de capital riesgo VStudent Aulis**, que tiene su foco en las oportunidades de adquisición, para su posterior gestión, en el segmento poco explorado de residencias de estudiantes.
- **El fondo Titán**, que Bankinter Investment acaba de registrar y que invertirá en infraestructuras en el norte de Europa.
- **MBV Fund**, un fondo de fondos pionero, lanzado en 2019, que invierte en las compañías tecnológicas de Silicon Valley con mayor potencial y en el que Bankinter tiene como socio al emprendedor e inversor en nuevas tecnologías Martín Varsavsky.
- Y también en 2020, en noviembre, el **fondo Rhea Secondaries**, con nuestro socio ACESS Capital y focalizado en aprovechar las oportunidades del mercado secundario de participaciones en fondo de capital riesgo de perfil paneuropeo.
- **La socimi Atom**, de inversión en activos hoteleros, que comenzó a cotizar en 2018 en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB).
- **Lasocimi Ores**, centrada en la adquisición y gestión de activos inmobiliarios de tipo comercial y que cotiza en el MAB desde 2017.
- **El fondo de capital riesgo Helia Renovables**, que invierte en un sector clave en la sostenibilidad del medio ambiente y que ha generado, debido a su éxito, cuatro ediciones del fondo; la última, Helia IV, levantada entre clientes en el mes de mayo de 2020 con un total de más de 250 millones.

La estrategia de Bankinter consiste en buscar al mejor gestor profesional posible para cada tipo de inversión y coinvertir con él en el vehículo que vaya a gestionar. No obstante, el banco está presente en los órganos de decisión, con capacidad de veto sobre todo lo que no se ajuste a lo comprometido con los inversores.

Otras actividades básicas de Bankinter Investment son:

- Asesoramiento en materia de fusiones y adquisiciones.
- Mercado de capitales.
- Operaciones inmobiliarias.
- Financiación (con balance propio del banco) de proyectos empresariales.

Banca Internacional

Premios a la gestión de la línea CESCE y a la calidad del negocio

- La aceleración de soluciones digitales para el negocio internacional facilitó el acceso a los servicios bancarios durante la pandemia, con proyectos como el bróker divisa, las remesas web de exportación, la adhesión a *Swift Global Payment Initiative* (GPI) y la transparencia en el flujo del pago a disposición de los clientes.
- Banca Internacional recibió el premio a la excelencia financiera otorgado por la Asociación Española de Financieros de Empresa como mejor proyecto del año por su gestión de la línea de liquidez de CESCE COVID-19, cuyo límite inicial fue de 2.000 millones de euros, con el fin de dar apoyo a las empresas exportadoras. Bankinter suscribió un 35% del número total de pólizas emitidas y formalizadas, siendo el primer banco en número de operaciones. Del número total de pólizas emitidas por CESCE, más del 60% fueron destinadas a Pymes. Además, el área mereció reconocimientos a la calidad del negocio transaccional por bancos de primera línea, como el británico Standard Chartered o el estadounidense JP Morgan.
- El margen bruto del área fue de 172,4 millones de euros, es decir, más de la cuarta parte del total de Banca de Empresas. El saldo medio de inversión de negocio internacional se incrementó un 4,58%, hasta los 5.806 millones de euros, pese a la desfavorable evolución de la balanza comercial española.

Mercado de Capitales

Más depósitos que créditos, por primera vez en la historia

- Los recursos crecieron sensiblemente en 2020. Como consecuencia de ello, los fondos depositados por los clientes superaron, por primera vez en la historia reciente, la inversión crediticia de Bankinter, lo que refuerza la capacidad de la entidad para afrontar situaciones de estrés.
- Se realizaron dos emisiones, en ambos casos con una gran demanda de inversores institucionales. En febrero se realizó la emisión inaugural de bonos verdes por un importe de 750 millones de euros. Para fortalecer la solvencia, en julio se emitieron 350 millones de deuda contingentemente convertible (AT1).
- El área de trading mostró una gran resiliencia en momentos de fuerte tensión en los mercados. Tras superar los bruscos movimientos del mes de marzo, se encadenaron nueve meses consecutivos de resultados positivos.

Bankinter Portugal

Apoyo a los clientes, atención a distancia y aumento del negocio

Bankinter Portugal se centró el año pasado en apoyar a sus clientes frente a los efectos económicos y financieros de la crisis sanitaria y en proteger a sus empleados mediante un estricto protocolo de medidas de seguridad que permitió mantener las sucursales abiertas incluso durante el confinamiento. Además, reforzó sus capacidades de banca telefónica y banca digital para dar respuesta a la creciente demanda de atención a distancia.

Entre otras medidas, Bankinter Portugal puso a disposición de sus clientes la posibilidad de solicitar moratorias crediticias, incluso antes de que fueran legalmente obligatorias. Se flexibilizaron los pagos de préstamos por un importe de 1.054 millones de euros, de los que 589 millones correspondieron a hipotecas, 426 a empresas y 39 a financiación del consumo.

En este escenario, el negocio recurrente de Bankinter Portugal volvió a crecer de forma consistente. El margen bruto aumentó un 13% (hasta 138 millones de euros); el margen de explotación, un 50% (54,7 millones); el volumen de negocio, un 6,3% (15.600 millones), y el crédito total concedido, un 7% (6.600 millones). Los fondos de clientes

subieron un 6%, situándose en los 4.800 millones de euros.

No obstante, el resultado antes de impuestos fue de 45 millones de euros, lo que supone una disminución del 31% respecto a 2019, debido principalmente a que se dejaron de liberar provisiones y se procedió a realizarlas, como medida de prudencia en previsión de un empeoramiento de la situación macroeconómica.

Por áreas de negocio, el comportamiento fue el siguiente:

Banca comercial. Registró otro importante crecimiento en las partidas estratégicas para el negocio, entre las que destacan los nuevos fondos propios, que sumaron 633 millones de euros, de los cuales 341 millones eran recursos fuera de balance. La base de clientes aumentó un 16 %, con una mejora de la facturación superior al 7%. El porcentaje de clientes que se relacionan con Bankinter exclusivamente de forma digital es ya del 40,6.

Banca de empresas. El segmento de empresas que ingresan hasta cinco millones de euros al año facturó 1.800 millones,

un 26% más que en 2019. El de empresas medianas y corporaciones cerró con un crecimiento del 8,3% en su cartera de préstamos, del 13,5% en el número de clientes gestionados y del 13% en el margen bruto generado. El negocio internacional registró un aumento del 22,6% en su cartera de préstamos.

Bankinter Consumer Finance. El negocio creció en torno al 18 %, hasta alcanzar los 250 millones de euros y los 140.000 clientes. Dadas las circunstancias, su objetivo prioritario fue la provisión de herramientas que permitieran utilizar medios de pago digitales y contactless rápidos, seguros y sin complicaciones, además de fomentar la contratación a distancia sin necesidad de papel ni desplazamientos físicos.

Bankinter Gestión de Activos. El año estuvo marcado por la finalización de la fusión entre Bankinter Gestão Ativos y su homóloga española Bankinter Gestión de Activos, y el establecimiento de una sucursal de esta última en Portugal el 1 de julio. Sus activos gestionados se situaban en 756 millones de euros a finales de 2020.

Bankinter Seguros de Vida. Las reservas matemáticas alcanzaron los 1.596 millones de euros, con una mejora del 2,5%, que contrasta con la caída del 4,2% experimentada por el conjunto del mercado en Portugal. Las primas emitidas también crecieron por encima de la media. Destacó el enorme éxito de los seguros de vida en el ámbito empresarial como factor de protección financiera familiar para sus suscriptores.

Por lo que se refiere a 2021, la prioridad de Bankinter Portugal, que celebra su quinto aniversario, es mantener su protección a empleados y clientes y las medidas de apoyo a la economía portuguesa, así como el refuerzo y lanzamiento de herramientas que promuevan la operativa a distancia.

Será también un año de reafirmación del carácter innovador y diferenciador de la oferta de productos y soluciones del banco que, junto con el compromiso y la calidad del equipo, permitirá a Bankinter reforzar su posición de referencia en la prestación de servicios bancarios de excelencia en Portugal.

Gestión de activos

Un resultado en general positivo en un año de muchas turbulencias de mercado

Resultados

El comportamiento absoluto y relativo a la competencia de los fondos y carteras ha sido en general positivo en un año de muchas turbulencias de mercado. Se han seguido reforzando los procesos de toma de decisiones para implementar los movimientos tácticos y estratégicos de las carteras, primando la flexibilidad y agilidad en los movimientos y profundizando en el conocimiento de los activos subyacentes.

Servicio

Con una clara vocación de dar a conocer y potenciar la venta de todos nuestros servicios y productos, el departamento comercial, creado a finales de 2019, se ha enfocado en incrementar la comunicación interna con los diferentes segmentos y potenciar las relaciones externas con clientes, medios de comunicación y redes sociales.

Producto

Hemos simplificado nuestra gama de perfilados, creado clases de reparto, lanzado productos sectoriales e indicados, reforzando el enfoque sostenible en varios productos. Al mismo tiempo, se ha trabajado en diseñar la gestora de los próximos años para extender la filosofía ASG a nuestra gama de productos y reforzar el área de gestión discrecional de carteras. Todo ello unido a una fuerte apuesta por comunicar a través de vídeos, mejora de fichas y presentaciones.



Renta Variable

Récord de ingresos y de actividad digital

- Fue un ejercicio récord en ingresos por comisiones de renta variable. En un contexto de enorme volatilidad y con un escenario macroeconómico muy deteriorado se impulsó el negocio de los mercados internacionales, rebalanceando la cartera principalmente hacia Estados Unidos.
- También fue un año extraordinario en captación de nuevos clientes con cuenta de valores. Se utilizaron nuevos métodos de captación de alcance digital. Se mejoró la oferta *online* de la Academia Bróker y se celebraron eventos *online* de gran calidad. Asimismo, aumentó considerablemente el número de usuarios y transacciones, consolidándose la nueva App como un gran contribuidor de actividad transaccional.
- La actividad de adaptación regulatoria se centró en la información pre y post contractual, la información sobre depreciación mayor al 10%, la oferta de ETF de Estados Unidos para clientes profesionales y la creación del dominio de valores.

Renta variable

	2020	% Dif.
Efectivo negociado (en mill€)	28.992	59%
Número de operaciones (miles €)	1.724	84%
Nuevos clientes con cta valores	18.624	105%
Valor efectivo total depositado	20.432	-4%
ingresos (int+com) ex socimi (miles €)	67.279	49%

2020 fue un año extraordinario en captación de nuevos clientes con cuenta de valores.



Bankinter Consumer Finance

Rigor en la política de riesgos y nueva oferta hipotecaria en Irlanda

- La crisis sanitaria fue afrontada en España, Portugal e Irlanda con un mayor rigor de las políticas de riesgos aplicables a los créditos al consumo, una reducción de las actividades de captación en las poblaciones de mayor riesgo potencial y un ajuste de precios, entre otras medidas.
- Uno de los hitos de 2020 fue el lanzamiento de créditos hipotecarios en Irlanda, bajo la marca 'AvantMoney', que a 31 de diciembre copaban el 1,4% de las solicitudes del mercado, con un volumen de 149 millones de euros, pese a que el producto se puso en marcha en los tres últimos meses del año.
- En línea con las ayudas establecidas por el Gobierno para los colectivos más vulnerables, con el fin de atenuar las consecuencias de la pandemia, Bankinter Consumer Finance se sumó a la moratoria de los préstamos al consumo, facilitando así el cumplimiento de las obligaciones crediticias de sus clientes.

Seguros y planes de pensiones

Facilidades en el pago de las pólizas de vida y hogar

- Con el fin de ayudar a los clientes a sobrellevar las consecuencias de la pandemia, se dieron facilidades para el pago de los seguros de vida y hogar y se aplicaron descuentos a pymes y autónomos durante el estado de alarma. Las aseguradoras del grupo participaron en el fondo solidario que permitió constituir una póliza colectiva de seguros de vida en favor de los profesionales sanitarios afectados por el COVID-19.
- La actividad comercial tuvo como resultado un aumento del 4,0% en los ingresos por primas en el ramo de vida, que se situaron por encima de los 93 millones de euros.
- Bankinter lanzó en 2020 su primer plan de pensiones con criterios ASG (ambientales, sociales y de buen gobierno) y, gracias a la recuperación de los mercados en la última parte del año, su patrimonio gestionado en este tipo de inversión colectiva superó los 2.750 millones de euros.

Bankinter in Luxembourg

Niveles de capital y liquidez que transmiten confianza

- El trabajo y dedicación del equipo hizo posible prestar en remoto un servicio de calidad con normalidad.
- En línea con los ejercicios anteriores Bankinter in Luxembourg continuó desarrollando su crecimiento orgánico, tanto en el incremento de su base de clientes de Banca Privada como en activos bajo gestión y resultados positivos.
- El crecimiento permitió reforzar los principales ratios de gestión. Los elevados niveles de capital y de liquidez ayudaron a transmitir confianza en la solidez del negocio, tanto a los clientes como al resto de grupos de interés (accionistas, reguladores, proveedores, empleados...).

Bankinter Global Services

Agilidad en la gestión de moratorias y créditos ICO

- El área de Operaciones se adaptó de forma ágil y eficiente para gestionar las moratorias hipotecarias, tanto las sectoriales como las legislativas, así como para formalizar las diferentes líneas de crédito habilitadas por el ICO para ayudar a las empresas.
- La inversión en reingeniería y digitalización hizo posible conseguir escalabilidad y agilidad en la prestación de servicios a los clientes.
- Se concluyeron proyectos de transformación tecnológica que permitieron la implantación de nuevos sistemas de monitorización avanzados y más robustos.

Línea Directa Aseguradora

Cifras récord y compromiso en la lucha contra el coronavirus

Línea Directa Aseguradora, participada al 100% por Bankinter, mantuvo su pulso comercial en 2020 y registró unas cifras récord, en medio de las difíciles circunstancias creadas por la pandemia. Superó los 3,2 millones de clientes, lo que supone un crecimiento del 1,6% respecto a 2019; facturó 899 millones de euros (+0,9%), y obtuvo un beneficio antes de impuestos de 180 millones (+25%). Simultáneamente, desplegó una batería de medidas de apoyo y protección para sus asegurados y empleados, y contribuyó con amplios recursos a la lucha contra el virus.

Por ramos, Línea Directa bajó su facturación un 0,8% en el de Autos, frente a la caída de casi el 2% experimentada por el conjunto del sector, que se resintió del fuerte retroceso de las matriculaciones de turismos. En Hogar, las primas emitidas aumentaron un 9,3%, el triple que la media sectorial, a pesar de que la compraventa de vivienda cayó un 17,7%. Y en Salud, su marca Vivaz creció un 38,6% (frente al 5% general) y superó las 80.000 pólizas con apenas tres años de actividad.

El liderazgo de la compañía en materia de transformación digital y su carácter innovador le están permitiendo además adaptarse mejor y ser pionera en el nuevo escenario de movilidad que ha surgido de la mayor concienciación medioambiental y de la irrupción de nuevas formas de acceso al vehículo. Durante 2020, Línea Directa alcanzó las 14.500 unidades de motos de alquiler compartido (motosharing) aseguradas, se hizo con el 10% de los nuevos vehículos eléctricos del mercado con su Póliza Respira y lanzó Llámalo X, el primer seguro a todo riesgo con coche incluido.

Ese comportamiento diferencial respecto del sector, un modelo de negocio eficiente y rentable (con un ROE del 35%, muy por encima de sus comparables) y el potencial de crecimiento de la compañía hacen de Línea Directa Aseguradora una entidad con gran atractivo inversor de cara a su futura salida a Bolsa, que la Junta de Accionistas de Bankinter aprobó el 19 de marzo de 2020.

Este anuncio coincidió además con el 25 aniversario de la compañía, que desde su nacimiento ha sido una clara palanca de modernización y dinamización del mercado asegurador español y ha contribuido a la sociedad con la generación de más de 5.200 empleos, una aportación fiscal superior a los 2.600 millones de euros y el abono de más de 7.600 millones en prestaciones a sus asegurados.

El compromiso de Línea Directa con sus grupos de interés y con el conjunto de la sociedad se vio reforzado en 2020 a raíz de la pandemia. Incrementó su plantilla en 360 personas; adoptó medidas de flexibilidad en el pago de las primas; contribuyó económicamente al primer seguro de vida colectivo para los sanitarios creado por el sector asegurador español; colaboró con centros de mayores y con fundaciones para impulsar la igualdad laboral de personas con discapacidad; ofreció a la Administración pública la colaboración de sus empleados en la atención sanitaria telefónica, así como su flota de vehículos de sustitución, y financió la adquisición de 17 robots de análisis de PCR para los principales hospitales públicos del país.

Superó los 3,2 millones de clientes, lo que supone un crecimiento del 1,6% respecto a 2019; facturó 899 millones de euros (+0,9%), y obtuvo un beneficio antes de impuestos de 180 millones (+25%).

EVO

El 'mejor banco digital' ronda ya los 900.000 clientes

- Pese a las dificultades del entorno, EVO firmó en 2020 un gran año, en el que además recibió dos reconocimientos importantes, ambos de la prestigiosa publicación internacional *The World Finance*: el premio al mejor banco digital y el premio a la mejor app financiera.
- El número de clientes creció un 48%, al pasar de 593.900 a 878.800; las nuevas formalizaciones de hipotecas se multiplicaron por 3,5 (de 112 a 395 millones de euros); el saldo hipotecario dentro de balance subió un 37%, hasta los 1.152 millones, y la mora se contuvo en el 1,35%.
- Entre las novedades del año destacan la eliminación de todas las comisiones y condiciones para ser cliente de la entidad, el lanzamiento de la primera hipoteca 100% digital y la puesta en marcha de una nueva generación de banca móvil que permite, entre otras cosas, la contratación *online* de todos los productos, la gestión automatizada de carteras de inversión y el análisis inteligente de la actividad financiera.

Red de Agentes

Más cerca del cliente y mayor supervisión

- La Red de Agentes intensificó su cercanía a los clientes para anticiparse a sus decisiones de inversión en un mercado muy condicionado por la crisis sanitaria, y atender sus necesidades financieras derivadas de la pandemia, siempre dentro del marco de riesgos del banco.
- Se puso el foco en los segmentos de mayor valor añadido de Banca Privada y Banca Personal, lo que permitió diversificar los ingresos y un crecimiento de dos dígitos (el 10%) en los procedentes de comisiones.
- La red reforzó su estructura de control con la creación de una nueva área de seguimiento y planificación, que desarrolla tareas de supervisión en primera línea, de acuerdo con las exigencias regulatorias, y aporta criterios cualitativos a la retribución de los agentes y del equipo comercial que les da soporte.

Red de Agentes

	2020	2019	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	39.703	38.171	+4
Recursos Totales (en mill€)	9.529	8.505	+12,4
Recursos Típicos (en mill€)	2.510	2.433	+3,1
Inversión (en mill€)	1.713	1.625	+5,4

Banca Partnet

4.500 nuevos clientes y más oportunidades de negocio

- El modelo de negocio a distancia de Banca Partnet aprovechó las restricciones a la movilidad para acercarse más a los socios y sus empleados. La organización de actividades *online* y la concertación de citas mediante videoconferencia contribuyeron a marcar un hito en la captación de nuevos clientes: 4.556, un 31% más que en 2019.
- La mayor cercanía a los socios y a sus empleados facilitó también la detección de oportunidades de negocio, con el consiguiente incremento de un 18% del activo de este negocio, en el que destaca el comportamiento de las hipotecas (+17%) y de la inversión en personas jurídicas (+29%).
- El esfuerzo comercial, pese a las adversas circunstancias, se tradujo en un crecimiento del 11% en el margen bruto, que alcanzó los 65,1 millones de euros, con una mejora del 13% en el margen de intereses y del 6% en el de comisiones.

Banca a Distancia

Aumento espectacular de la captación y buenos resultados

- Para adaptarse a las circunstancias derivadas de la pandemia, Banca a Distancia reorganizó sus equipos y aplicó el teletrabajo, lo que le permitió atender un 4% más de llamadas, emitir un 7% más de contactos y gestionar un 23% más de correos de clientes que en 2019.
- Todo ello tuvo como consecuencia que la captación a distancia registrara un crecimiento espectacular durante el año (58%), a pesar de los inconvenientes derivados de la crisis sanitaria.
- La actividad comercial del *contact center* aumentó un 21%, siendo especialmente significativos sus resultados en renta variable y fondos de inversión, que prácticamente duplicaron los datos obtenidos en el ejercicio anterior.

Banca Partnet

	2020	2019	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	40.279	37.868	+6,4
Recursos Totales (en mill€)	5.795	5.978	-3,0
Recursos Típicos (en mill€)	4.164	4.391	-5,2
Inversión (en mill€)	3.190	2.686	+18,7

El índice global agregado de calidad percibida en España y Portugal, medido a través del Net Promoter Score (NPS), alcanzó en 2020 el 41,5% (un 6,7% más que el año anterior).

Calidad

Un esfuerzo excepcional en un año excepcional

El contexto económico del ejercicio 2020 fue más complejo de lo habitual. La pandemia tuvo un impacto global en todas las economías del mundo y a lo largo del ejercicio las distintas autoridades adoptaron medidas para paliar el efecto de la crisis sanitaria en la economía.

La excepcional situación vivida durante 2020 como consecuencia de la pandemia hizo que Bankinter centrara sus esfuerzos en estar al lado de los clientes para entender y dar una respuesta ágil a sus necesidades y ayudarles a afrontar los efectos de la crisis sanitaria en sus negocios, en su operativa habitual y en sus inversiones.

A tal fin, se potenciaron la comunicación y el contacto a través de todas las redes comerciales (que, presencialmente o teletrabajando, lograron mantener su nivel de servicio) y de la banca telefónica (que también se adaptó rápidamente a la nueva situación, con un significativo aumento del volumen de llamadas y de correos electrónicos gestionados).

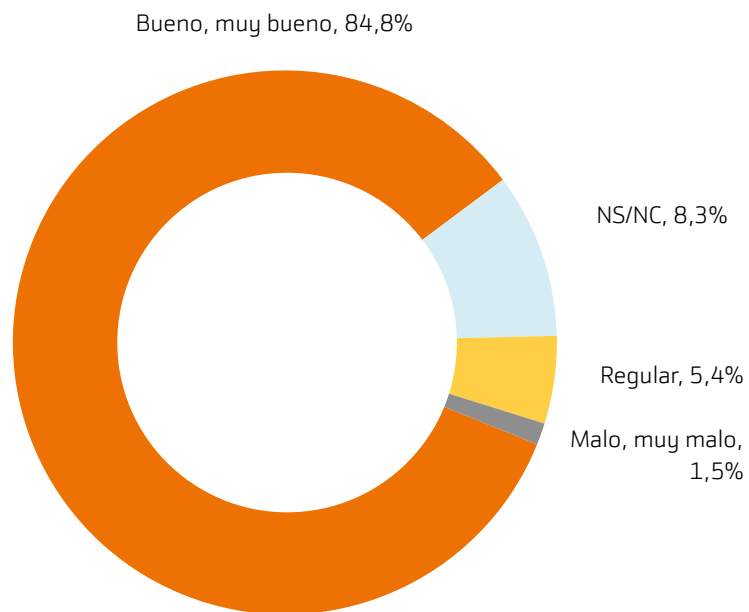
En banca digital cabe destacar la plena operatividad y el buen funcionamiento de todas las webs y apps, que permitieron hacer frente al incremento de las consultas y de la operativa. Se agilizaron y adaptaron procesos (firma digital, financiación...) y se implementaron numerosas medidas acordes con las demandas de los clientes (nuevos productos, flexibilización y mejora de las condiciones...).

En banca digital cabe destacar la plena operatividad y el buen funcionamiento de todas las webs y aplicaciones atendiendo al incremento de las consultas y operativa de cliente.

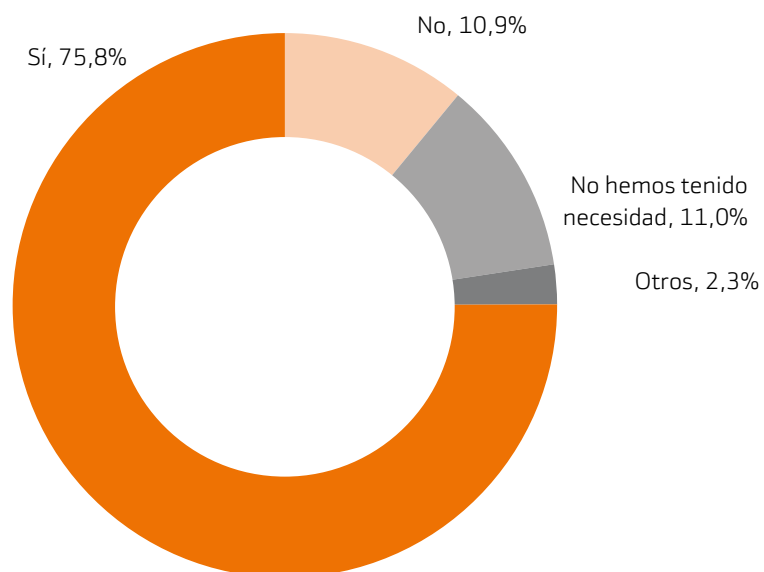
Todo ese esfuerzo se tradujo en un significativo crecimiento de la satisfacción de los clientes con el banco. El índice global agregado de calidad percibida en España y Portugal, medido a través del Net Promoter Score (NPS), alcanzó en 2020 el 41,5% (un 6,7% más que el año anterior). En España se situó en el 42,1% (+7,1%) y en Portugal, en el 34,4% (+20,7%).

El índice de recomendación (clientes que recomendarían el banco a otras personas) fue en España del 51,7% (+3,8%) y en Portugal del 47,3% (+6,5%), mientras que el porcentaje de clientes insatisfechos bajaba al 9,7% (-7,6%) y al 12,9% (-18,4%), respectivamente.

Los canales digitales (webs, apps) presentaron los mayores incrementos de satisfacción (+9,4% en España y +9,3% Portugal), aunque Banca Telefónica y la Red de Oficinas también obtuvieron niveles de recomendación muy altos.



El 84,8% de los clientes ha valorado como bueno o muy bueno el servicio ofrecido a través de los diferentes canales (Apps, Webs, Banca Telefónica).

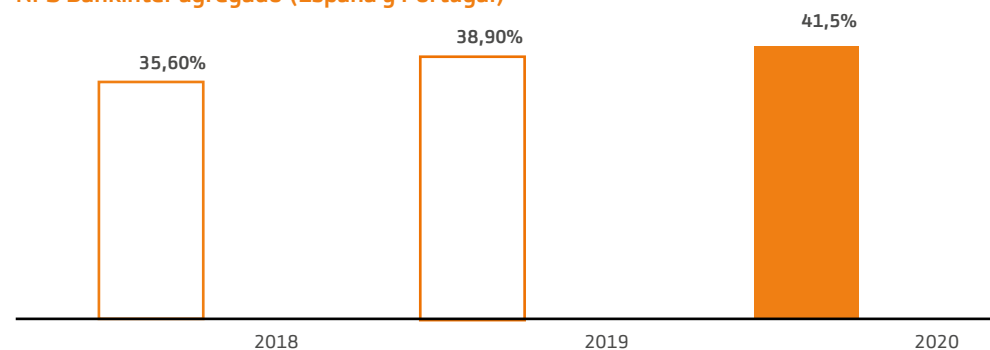


El 75,8% de los clientes ha percibido que Bankinter está a su disposición dando respuesta a sus consultas y necesidades durante la pandemia.

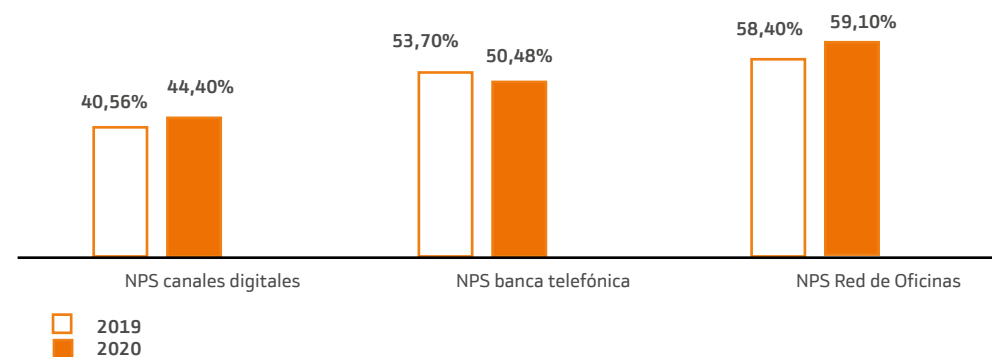
Se mantiene una evolución muy positiva en el nivel de satisfacción de los clientes.

Por canales de relación destaca en 2020 el nivel de satisfacción con los canales digitales (webs, apps) que incrementan la valoración de los clientes.

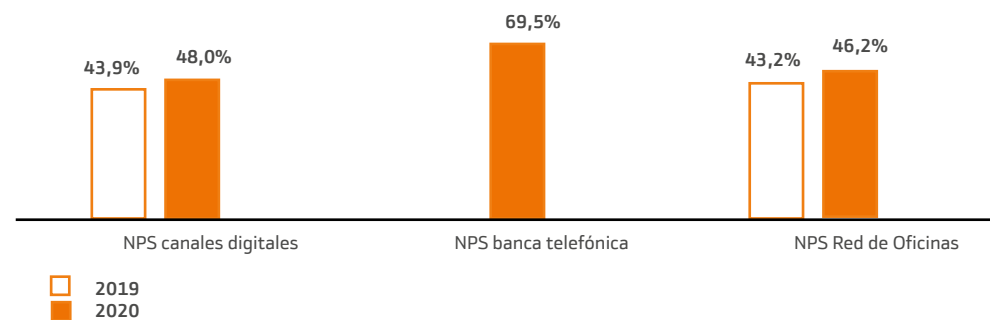
NPS Bankinter agregado (España y Portugal)



NPS por canales España



NPS por canales Portugal



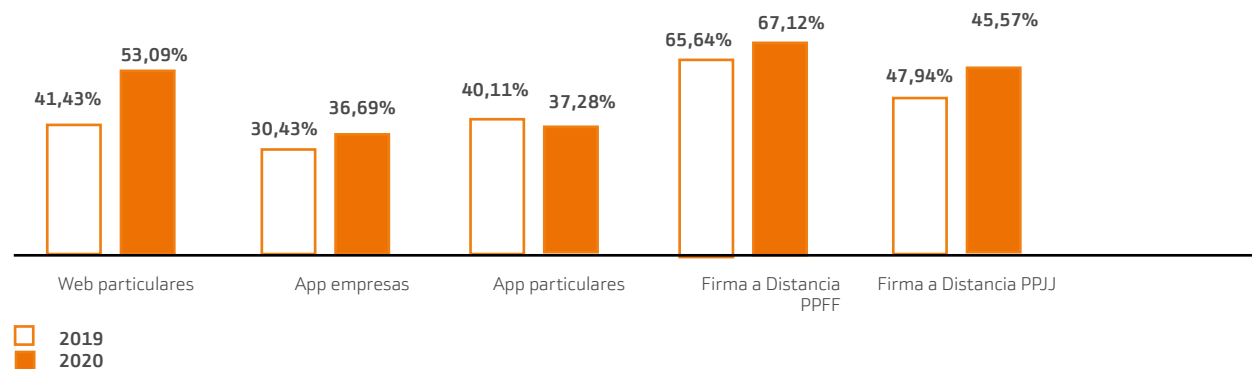
Banca Digital

En 2020 se midieron 22 procesos en las webs y apps del banco (un 37,5% más que hace un año), con el fin de obtener información que permitiera mejorar el diseño, las funcionalidades y la operativa de los distintos aplicativos. La valoración de los clientes que usan las plataformas y webs continuó su progresión hasta alcanzar un NPS agregado del 44,4% (+ 9,4%).

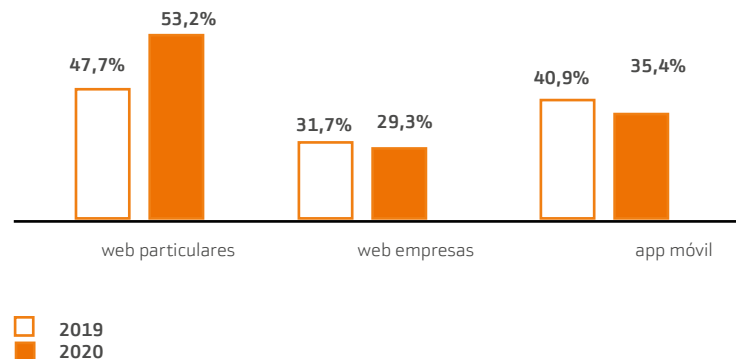
En España destacan el incremento de valoración de la web (+28,3%) y los altos niveles de recomendación del proceso de firma a distancia. Bankinter Portugal también presenta niveles altos de recomendación de sus clientes en la web de particulares (+11,5%) y banca móvil (+11%).

El área de transformación de procesos midió 72 de ellos en tiempo real para conocer y optimizar la experiencia de los empleados en el tratamiento de las operaciones. El grado de satisfacción neta (NSS) se situó en un excelente 71,2% (+20% respecto al año anterior).

NPS canales de digitales Bankinter España



NPS canales de de digitales Bankinter Portugal



Destaca el incremento de valoración de la web (+28,3%) y los altos niveles de recomendación del proceso de firma a distancia.

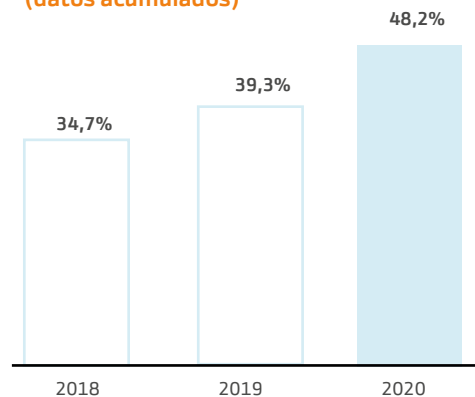
Calidad interna

Los servicios centrales del banco hicieron un despliegue encomiable durante 2020, a raíz de la declaración del estado de alarma, con objeto de dotar a la red de las herramientas necesarias para prestar el mejor servicio posible. Se adaptaron instalaciones; se redobló la información y apoyo a los responsables de asesorar a los clientes; se agilizaron y flexibilizaron los procesos relacionados con los préstamos ICO, y se dio el soporte tecnológico imprescindible para hacer realidad el teletrabajo.

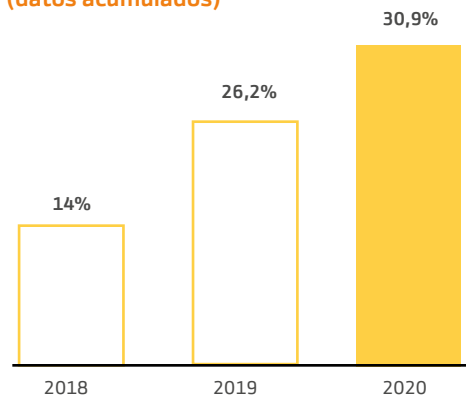
En 2020 se llevaron a cabo 109 mediciones de calidad interna, que aportaron miles de opiniones y sugerencias. Se desarrollaron 118 iniciativas centradas, especialmente, en los procesos y su digitalización, la información a clientes y empleados, el apoyo y asesoramiento a las redes comerciales, la mejora de productos y el desarrollo de otros nuevos, y el fomento de la comunicación, la atención y la formación del cliente interno.

Gracias a todo ello, el grado de satisfacción con los servicios centrales mantuvo una evolución muy positiva, aumentado un 23% en España sobre al año anterior. En Portugal subió al 30,9% (+18%), después de que se acometieran acciones principalmente en tres campos: la comunicación entre áreas, la cercanía con las personas y con las demás áreas, y la simplificación de procesos internos mediante la digitalización.

Calidad interna España
(datos acumulados)



Calidad interna Portugal
(datos acumulados)



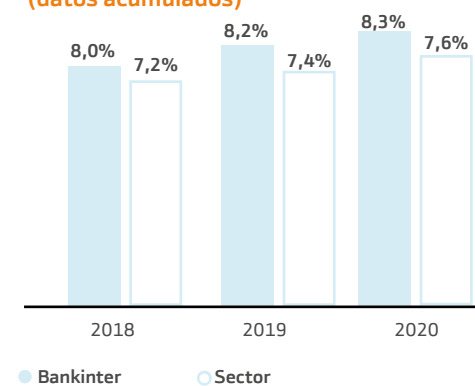
Comparación con la competencia

El estudio anual EQUOS RCB, que realiza una empresa independiente, evalúa la atención prestada por las principales entidades financieras mediante la técnica de *mystery shopping* (pseudocompras). Los resultados obtenidos por Bankinter en ese informe evolucionaron positivamente el año pasado una vez más, destacando el tiempo dedicado a clientes, el conocimiento de sus necesidades y la explicación de los productos. Por su parte, Bankinter Portugal conserva el liderazgo de forma consistente entre un total de 15 entidades y 6.962 oficinas bancarias analizadas. Su valoración es superior en más de 10 puntos a la media del mercado y destaca la mejora en atención global al cliente.

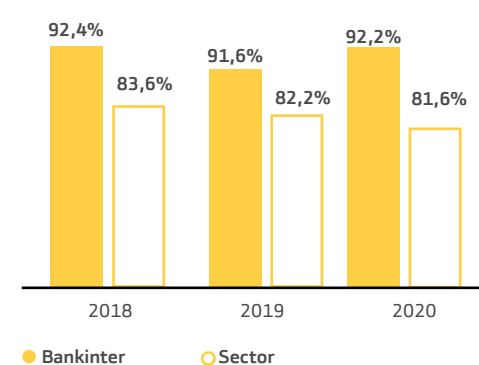
Objetivos

Para 2021 el área de Calidad se fija como retos: ampliar la medición de procesos en banca digital y operaciones, continuar digitalizando procesos internos, implantar un modelo de calidad predictiva en la red comercial, mejorar la información de gestión para todas las áreas del banco y prestar apoyo a los centros de negocio con bajos índices de NPS.

Calidad objetiva red comercial España
(datos acumulados)



NPS Bankinter Portugal
(datos acumulados)



La comunicación comercial de Bankinter fue reconocida en 2020 con el Gran Premio a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes.

Marketing

Mayor notoriedad y actividad digital

El área de Marketing, cuya misión es el diseño y lanzamiento de iniciativas conducentes a acelerar el crecimiento del banco a través de la captación, retención y fidelización de clientes, promovió en 2020 las multipremiadas campañas publicitarias 'Dinero' y 'Retratos' con el nuevo posicionamiento publicitario: 'El banco que ve el dinero como lo ves tú'.

Ambas campañas, puestas en circulación durante los meses de abril y septiembre, consiguieron superar los objetivos de notoriedad, consideración, preferencia de marca y captación, logrando incluso que su canción (que fue número uno en la aplicación musical Shazam y superó los tres millones de visualizaciones en Youtube) se convirtiera en un himno para muchas personas.

La comunicación comercial de Bankinter fue reconocida en 2020 con el Gran Premio a la Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes (los Goya de la publicidad), con lo que el banco se incorporó al olimpo de las marcas que lo poseen. Las campañas también recibieron el Premio Ondas y, a escala internacional, el Gran Ojo, que reconoce a la mejor idea latina para el mundo.



Debido a las restricciones a la movilidad impuestas por las autoridades a partir de marzo del 2020, toda la actividad formativa y de eventos se trasladó al entorno digital, consiguiendo entre clientes y potenciales un notable éxito de asistencia. Más de 4.500 personas se conectaron a las sesiones de información sobre mercados realizadas con el equipo de Bankinter Gestión de Activos. La actividad de formación en Renta Variable permitió que más de 7.600 clientes y potenciales pudiesen acceder a la formación impartida a través de la web de Academia Bróker Bankinter.

En junio se lanzó al público CFO Fórum, la plataforma de formación e información para empresas de Bankinter, que es el primer lugar de encuentro específico para directores financieros y sus equipos. Cerca de 2.000 empresas se interesaron por los 16 webinar llevados a cabo a lo largo del año. La actividad de la plataforma cubrió temas inspiracionales, como la gestión de personas o las cualidades que tienen en común los directores financieros, así como asuntos más sectoriales y formativos, que en conjunto sumaron más de 2.400 visualizaciones.

Bankinter ha reaccionado ante una crisis nunca antes vivida con la rapidez que siempre le ha caracterizado en sus comunicaciones internas.



Comunicación Corporativa

Proactividad y cercanía en la Comunicación Corporativa

En situaciones de crisis, los empleados emergen como el principal grupo de interés. Solo una información transparente, fiable y continua puede crear cohesión y compromiso en la plantilla.

La comunicación interna es estratégica, al igual que lo es identificar los canales clave en cada momento para favorecer la difusión de los diferentes mensajes e innovar en formatos y herramientas. En Bankinter la Alta Dirección asumió la comunicación interna en primera persona durante la pandemia, informando a diario de la evolución de la situación, así como las prioridades del banco. La seguridad y salud de los empleados han estado en el foco, así como las medidas adoptadas para ayudar a clientes. Se creó para ello un microsite con todos los detalles y con apartados específicos de información de interés para empleados y clientes. La consejera delegada estuvo enviando a diario un mensaje a toda la plantilla con las novedades e indicadores internos de la crisis, tanto en formato email como en formato vídeo, mostrándose siempre cercana.

También se promovió la práctica del ejercicio físico a través de un desafío solidario en el que participaron más de 600 empleados aportando minutos de ejercicio que se tradujeron en dinero de ayuda a Cruz Roja Española.

Se creó un microsite en la Intranet que recogía los protocolos de seguridad y medidas adoptadas, así como los principales indicadores de evolución e impacto de la crisis. Semanalmente, la CEO se dirigía a los empleados durante el estado de alarma y semanas posteriores, a través de un vídeo que se difundía también externamente en redes sociales. Los propios empleados también lo compartieron desde sus perfiles por razón de su alto orgullo de pertenencia.

En definitiva, Bankinter ha reaccionado ante una crisis nunca antes vivida con la rapidez que siempre le ha caracterizado en sus comunicaciones internas.

Nueva Intranet

En octubre de 2019 lanzamos la nueva Intranet de Bankinter, el punto de acceso diario a Bankinter para todos los empleados, una herramienta de trabajo y un punto de información para estar actualizado de todo lo que nos afecta dentro y fuera del banco.

Los principales objetivos de este proyecto transversal han sido dos:

El primero, personalizar la Intranet todo lo posible y hacerla accesible, intuitiva y moderna desde el punto de vista tecnológico y de diseño.

El segundo, crear una nueva estructura de la información agrupando los contenidos por temáticas globales que faciliten la usabilidad y la búsqueda para cualquier empleado.

En definitiva, una Intranet centrada en el empleado y con la posibilidad de personalizar contenidos en función de la diversidad de perfiles que tenemos en el banco.

Comunicación Externa

Bankinter cuenta con un Departamento de Comunicación Externa cuya labor es dar respuesta a las peticiones de información de los medios de comunicación, difundir la actividad de Bankinter e identificar oportunidades para poner en valor la evolución del banco. Desde esta área se diseñan las diferentes estrategias, globales y específicas, encaminadas a difundir en los medios la misión, la visión y los valores de la compañía, así como sus principales resultados y actuaciones.

A lo largo de 2020, un año marcado por una gran complejidad debido a la pandemia, dicho departamento incrementó de forma significativa la difusión de noticias acerca de las medidas tomadas por Bankinter para ayudar a empresas y familias a superar el bache financiero causado por los efectos macroeconómicos del coronavirus, lo que permitió que todos sus públicos tuvieran conocimiento tanto de las propias medidas como de su marco de aplicación.

El área de Comunicación Externa realiza periódicamente, a través de la consultora independiente *Rebold*, un análisis cuantitativo y cualitativo de todas las noticias referidas a Bankinter aparecidas en los medios de comunicación, comparándolas con las de sus principales competidores. Según estos análisis, y debido a la mayor proactividad antes mencionada, el banco ha aumentado su notoriedad en 2020, situándose mes a mes entre la primera y la tercera posición de las entidades con mejor calificación mediática.

El banco ha aumentado su notoriedad en 2020, situándose mes a mes entre la primera y la tercera posición de las entidades con mejor calificación mediática.



Bankinter volvió a renovar en 2020 su liderazgo de positividad en Redes Sociales de la banca española gracias a su estrategia de contenidos de alta calidad.

Redes Sociales

Ayudando al negocio

En un ejercicio en el que la pandemia provocó una actividad atípica en los canales físicos, los medios digitales del banco adquirieron más importancia que nunca. En este punto, las Redes Sociales cumplieron con su cometido vital de comunicar, informar y ayudar a clientes y demás públicos de interés, que encontraron en estos canales un punto de contacto y comunicación actualizado y disponible en todo momento.

Así, los diferentes perfiles de Redes Sociales del banco (Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram) estuvieron ofreciendo información durante los peores meses del confinamiento, recuperando posteriormente su frenética actividad habitual. Mención aparte merece el canal de Youtube del banco, que alojó los cientos de vídeos informativos y de ayuda que ha elaborado la entidad durante este año. Dentro de los vídeos destacaron muy especialmente los exitosos anuncios de Bankinter en 2020, que acumularon millones de visitas y cientos de comentarios, en su mayoría positivos.

En el capítulo de comentarios en Redes Sociales, Bankinter volvió a renovar en 2020 su liderazgo de positividad de la banca española gracias a su estrategia de contenidos de alta calidad. Así, según la firma externa e independiente *Rebold*, las menciones favorables alcanzaron el 59,6%, porcentaje al que no llegó ningún otro banco español.

El Blog de Bankinter, otro año récord

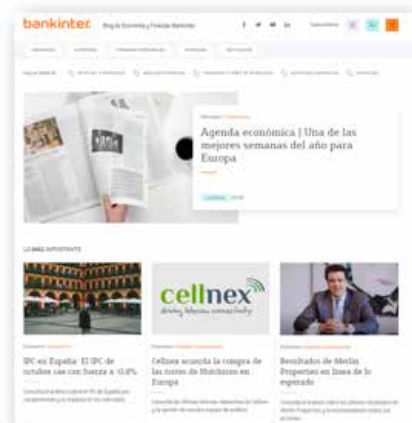
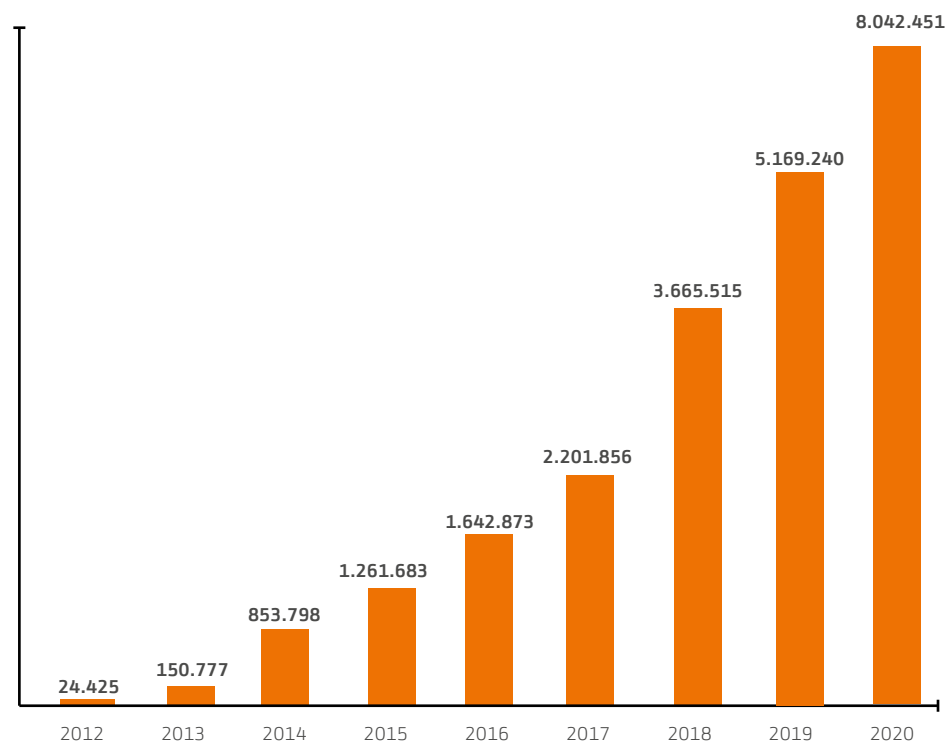
Capítulo aparte merece muy especialmente el Blog de Bankinter, cuyas cifras de audiencia también demuestran su enorme actividad y uso por parte de los clientes y público en general. Así, durante 2020, el portal de contenidos de la entidad volvió a firmar otro año récord al conseguir 8.042.451 visitas, lo que supuso un ascenso del 55% respecto a lo logrado el anterior ejercicio, según los datos de Google Analytics.

Con este ascenso, el Blog de Bankinter, que vivió un cambio de diseño en septiembre, completa un lustro dorado en el que su audiencia se ha multiplicado por seis veces, dejando clara su vocación hacia clientes y potenciales de poner a su disposición contenidos de ayuda e información financiera de calidad.

Igualmente, el Blog ha continuado siendo la piedra angular del banco en su estrategia de Comunicación Digital, convirtiéndose en 2020 en un espacio imprescindible para el conocimiento y difusión del contenido corporativo. Así, el Blog ha sido un difusor clave de los exitosos anuncios del banco y de las medidas de ayuda que la entidad puso en marcha para sus clientes particulares, de empresas, empleados y proveedores con motivo del COVID-19.

Adicionalmente, la estrategia de contenidos en Redes Sociales de Bankinter fue otro año más reconocida como la mejor de la banca española, según el VI Informe de Inversión Digital de FeelCapital, que destaca la gran cantidad de contenido que el banco comparte a través de su Blog.

Evolución anual de la audiencia del Blog de Bankinter (visitas)



Diseño más moderno + programación más potente

Versión 2020

El Departamento de Comunicación Digital/ Redes Sociales ha fortalecido durante 2020 sus alianzas estratégicas con departamentos clave del banco para optimizar la captura de negocio. Así, junto a Marketing Digital y CRM se han dado los primeros pasos para tejer toda una estrategia de contenidos para ofrecer valor tanto a lectores como a la propia entidad.

Se trata de un paso muy importante para el Blog en particular, y para las redes sociales en general, que estarían así escalando de categoría y pasando de ser una herramienta de Comunicación, a ser una herramienta de Comunicación y Negocio.