

Negocios en España

2021

Informe Anual Integrado



Banca Privada

Un cambio para mejorar la experiencia de cliente

Este negocio ha integrado durante 2021 bajo un mismo departamento a los clientes de Banca Privada de la Red de Oficinas y la Red Agencial. Con este movimiento, Bankinter pretende mejorar la eficiencia del servicio, así como la experiencia del cliente, al agilizar la toma de decisiones y, en consecuencia, la respuesta a sus necesidades en un entorno como el actual, en el que es clave la rapidez de actuación.

Se puso en marcha también un nuevo modelo de segmentación de clientes, usando el big data, incorporando algoritmos con sus atributos actuales y a valor futuro y desarrollando a partir de todos estos datos modelos que permiten clasificarlos en función de sus necesidades y no de su patrimonio, de cara a ofrecer

para todos ellos un servicio adaptado. Además se ha puesto especial énfasis en adoptar un modelo de asesoramiento independiente para los clientes de rentas más altas lo que se traducirá en una mayor, aun si cabe, transparencia en costes y una mejora clara de la experiencia del cliente.

El año pasado, Banca Privada obtuvo cifras récord en inversión y en activos bajo gestión. En el caso de la inversión se superaron los 5.000 millones de euros (5.188 en concreto) y en cuanto activos bajo gestión se rondaron los 50.000 millones (49.920)

Banca Privada

	2021	2020	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	44.929	41.901	+7,2%
Recursos totales (en mill€)	32.779	29.193	+12,3%
Recursos típicos (en mill€)	13.534	13.135	+3,0%
Inversión (en mill€)	5.189	4.767	+8,8%

Banca Corporativa

La mayor aportación al margen bruto, pese a las dificultades

Fue un año especialmente complicado para el negocio por la evolución del entorno. A pesar de ello, Banca Corporativa continuó siendo el segmento con una mayor aportación al margen bruto (249,5 millones) y al beneficio antes de impuestos (185,7 millones) del banco.

Se intervino de forma activa y destacada en la generación y colocación de nuevos vehículos de inversión, como Mountain (de la empresa logística Montepino) y Tumbet (del grupo hotelero Meliá).

El riesgo de firma (avales nacionales, internacionales y créditos documentarios) registró un crecimiento muy importante. Se realizaron operaciones por 270 millones nuevos y se cerró el ejercicio en 3.589 millones.

Banca Corporativa

	2021	2020	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	6.283	5.970	5,2
Recursos totales (en mill€)	8.817	7.931	11,2
Recursos típicos (en mill€)	8.343	7.682	8,6
Inversión (en mill€)	12.775	13.120	-2,6

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

Banca Retail

Más clientes, más inversión y más patrimonio gestionado

Banca Retail, que integra los antiguos segmentos de Banca Personal y Particulares y Extranjeros, alcanzó en 2021 los 776.019 clientes activos, lo que supone una subida del 7,8% respecto al año anterior.

Este crecimiento obedece a las magníficas cifras de captación obtenidas en el ejercicio, con 107.503 nuevos clientes, un 20% más que en 2020. Sus principales motores fueron la cuenta nómina y la hipoteca. El número de cuentas nóminas comercializadas fue de 65.730 y se formalizaron un total de 19.716 hipotecas, que elevaron en 1.047 millones de euros la inversión del banco en créditos para la compra de vivienda.

El patrimonio de los clientes de Banca Retail sumaba al cierre de año 39.735 millones de euros, destacando especialmente el crecimiento en fondos de inversión, cuya actividad comercial superaba los 1.321 millones a 31 de diciembre.

A lo largo de 2021, se consolidó y desarrolló la estrategia de Bankinter para las familias, en la que se integró el proyecto de jóvenes. El objetivo es lanzar productos y servicios que den soluciones concretas a los clientes para gestionar su economía en función de la etapa vital en la que se encuentren.

Patrimonio de los clientes de Banca Retail

39.735

M€

Banca Retail, que integra los antiguos segmentos de Banca Personal y Particulares y Extranjeros, alcanzó en 2021 los 776.019 clientes activos.

Particulares

	2021	2020	% Dif.	% Dif.
Captación (nº clientes)	107.503	89.906	17.597	19,6%
Clientes activos (nº clientes)	776.019	719.814	56.205	7,8%
Recursos Totales (en mill€)	35.042	30.029	5.013	16,7%
Recursos Típicos (en mill€)	24.826	21.871	2.955	13,5%
Inversión (en mill€)	24.028	22.981	1.047	4,6%

Medianas Empresas

Las líneas ICO impulsan el margen de interés

El margen bruto mejoró un 4,6%, gracias en buena medida al comportamiento positivo del margen de interés de las líneas ICO/BEI/FEI/OTROS (+24,9%), tras el espectacular crecimiento en 2020 de la inversión en estas operaciones. También evolucionaron con gran dinamismo negocios hasta ahora menos significativos, como los fondos de inversión (+112,2%), los ingresos derivados de cuentas corrientes y pasivo a la vista (+101,1%) o el negocio documentario (+43,8%).

La inversión aumentó un 3,6%, en un año en el que el mercado concedió menos créditos a las empresas, con la consiguiente ganancia de cuota respecto a los competidores.

Se gestionó eficazmente la liquidez de los clientes, consiguiendo derivarla en gran parte a productos de valor añadido, lo que permitió un crecimiento de los saldos de intermediación de 271 millones de euros (+98,2%)

Medianas Empresas

	2021	2020	% Dif.
Cientes activos (nº de clientes)	25.900	25.347	2,2%
Recursos totales (en mill€)	7.163	6.775	5,7%
Recursos típicos (en mill€)	6.615	6.499	1,8%
Inversión (en mill€)	7.738	7.472	3,6%

Pymes

El negocio transaccional vuelve a los niveles de prepandemia

Gran parte del esfuerzo del área de Pymes se centró en reforzar la posición de los clientes, ofreciendo soluciones de reestructuración de su deuda, alargamiento de plazos y nuevas carencias. En este sentido se formalizaron novaciones por más de 1.100 millones de euros adicionales, además de nuevas líneas y financiación. Este esfuerzo contribuyó a la recuperación completa del negocio transaccional a niveles de prepandemia y a un crecimiento neto de la inversión del 1,43%.

Los ingresos del área de Pymes se incrementaron un 2,66%, el margen bruto alcanzó los 184 millones de euros. El perfil de calidad crediticia de la cartera se mantuvo, con una tasa de morosidad

del 7,5%. Para 2022, el reto vuelve a ser ganar cuota mercado y mejorar los márgenes, potenciando la actividad transaccional e internacional de nuestros clientes.

En 2021 se lanzó Bankinter Plan de Empresas, una nueva propuesta de producto y gestión del cliente que fomenta su vinculación global con la entidad y le permite no pagar comisiones. Su objetivo es incrementar el nivel de servicio del banco, en un espacio exclusivo para las pymes en el que se ofrecen soluciones globales que van más allá del ámbito financiero.

Pymes

	2021	2020	% Dif.
Cientes activos (nº de clientes)	76.599	75.013	+2,1%
Recursos totales (en mill€)	5.868	5.384	+9,0%
Recursos típicos (en mill€)	5.355	5.105	+4,9%
Inversión (en mill€)	6.162	6.065	+1,6%

Bankinter Investment

Operaciones líderes en logística y hoteles de lujo

Bankinter Investment, que se lanzó en 2019 como marca propia, consolidó el año pasado su posición de liderazgo en la inversión alternativa en la banca privada española. Desde que en diciembre de 2016 se lanzó el primer vehículo (Ores SOMICI) hasta finales del año pasado, la plataforma de inversión alternativa de la entidad ha captado más de 3.200 millones de euros de capital procedente de clientes de banca privada e institucionales españoles, con una inversión total ya cercana a los 6.000 millones, incluido el efecto del apalancamiento. Con estas cifras, el área de negocio está más cerca de los objetivos fijados para diciembre de 2022: llegar a los 4.000 millones de capital gestionado de clientes y a los 8.000 millones de inversión en diferentes tipologías de activos alternativos.

En el actual entorno de tipos de interés bajos, o incluso negativos, y de volatilidad de los mercados, que complica extraordinariamente la inversión tradicional, los activos alternativos constituyen la propuesta de valor de Bankinter para los grandes patrimonios y para los clientes institucionales.

La estrategia consiste en buscar al mejor gestor profesional posible para cada tipo de inversión y coinvertir con él en el

vehículo que vaya a gestionar. En cualquier caso, el banco se asegura su presencia en los órganos de decisión y se reserva capacidad de veto sobre todos aquellos aspectos de la gestión que no se ajusten a lo comprometido con los inversores.

En 2021 Bankinter Investment ejecutó diferentes operaciones e inversiones. Dos de ellas destacaron por su tamaño y singularidad:

- La compra de la plataforma logística de Montepino, cuya cartera comprende 22 activos con una superficie bruta de 865.000 metros cuadrados. Bankinter Investment se impuso a diferentes oferentes internacionales y pudo captar de clientes más de 600 millones de euros de capital para ejecutar la compra. Fue la mayor operación logística del mercado español en 2021.
- La adquisición al grupo Meliá Hotels International de un conjunto de ocho hoteles, en su mayoría emblemáticos y fundamentalmente destinados al turismo de lujo, a través del vehículo denominado Victoria Hotels. La nueva sociedad está participada por Bankinter y clientes de altos patrimonios e institucionales de la entidad.

La mayor plataforma alternativa

Con estas dos operaciones Bankinter Investment se consolida como actor principal en el sector. En los últimos cinco años, ha lanzado 16 vehículos de inversión de éxito, que constituyen la mayor plataforma alternativa existente en España. Entre ellos, destacan los siguientes:

- La socimi Atom, de inversión en activos hoteleros, que comenzó a cotizar en 2018 en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB).
- La socimi 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. Debido a su éxito, se han lanzado cuatro ediciones del fondo. La última, Helia IV, fue levantada entre clientes en el mes de mayo de 2020 con más de 250 millones.
- El fondo de capital riesgo VStudent Aulis, que se centra en las oportunidades de adquisición, para su posterior gestión, de residencias de estudiantes, un segmento poco explorado en España.

- El fondo Titán, cuyo objetivo es invertir 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.
- El fondo Rhea Secondaries, creado en 2020 en colaboración con Access Capital y especializado en aprovechar las oportunidades del mercado secundario de participaciones en fondos de capital riesgo de perfil paneuropeo.

Otras actividades básicas que realiza Bankinter Investment son el asesoramiento en materia de fusiones y adquisiciones, mercado de capitales, operaciones inmobiliarias y financiación con balance propio del banco de proyectos empresariales.

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

Banca Internacional

Un negocio en expansión y reconocido por su calidad

La actividad internacional de Bankinter obtuvo en 2021 crecimientos del 76% en el negocio documentario y del 27% en el volumen de cobros y pagos internacionales intermediados. Destacó también el comportamiento del bróker online de divisas, con un aumento del 40% en su volumen gestionado.

El margen bruto alcanzó los 167,7 millones de euros, de los que correspondieron a comisiones un 55% (cuatro puntos más que en 2020). El saldo medio de inversión se incrementó un 10,4% hasta los 6.378 millones, pese al complicado entorno

económico internacional derivado de las disrupciones de la cadena de suministros y de la aparición de las nuevas variantes de la COVID-19.

Gracias a las mejoras introducidas en la oferta de servicios financieros y transaccionales de calidad en un contexto de transformación digital del negocio, Banca Internacional se posicionó el año pasado como uno de los servicios más reconocidos en los indicadores de calidad internos de Bankinter, tras haber ocupado el tercer puesto en el ejercicio anterior.

Mercado de capitales

Un colchón de activos líquidos suficiente para situaciones de estrés

En términos de liquidez, los recursos crecieron en 2021 más de 7.000 millones de euros y al cierre del ejercicio ya suponían el 108% de la inversión crediticia, tanto en Bankinter España como en el Grupo. El colchón de activos líquidos generado es suficiente incluso para las situaciones más estresadas. En junio se realizó una emisión de deuda subordinada de 750 millones con una excelente aceptación por parte de la base inversora.

Desde la tesorería se siguió respondiendo a las necesidades de los clientes para la gestión de sus operaciones de divisa, renta fija y tipo de interés.

Bankinter Gestión de Activos superó el año pasado los 10.000 millones de euros en fondos de inversión gestionados, varios de los cuales ocuparon las primeras posiciones de su clase en rentabilidad para el inversor.

Mercado de capitales

	2021	2020
Ratio de depósitos de clientes sobre inversión crediticia	108,5%	103,2%
Colchón de activos líquidos con capacidad de emisión de cédulas	30.700	24.221
LCR	228,6%	198,1%

Gestión de activos

Notable crecimiento de la cartera y alta rentabilidad

Los activos bajo gestión crecieron con fuerza, especialmente en los productos perfilados, hasta alcanzar los 16.600 millones (+18,5%), gracias al entorno favorable de los mercados financieros y a la dinámica actividad comercial. Además, se consiguieron rentabilidades muy competitivas en la mayoría de los productos, especialmente en los fondos perfilados y en las carteras de gestión discrecional.

Se diseñaron nuevos servicios de gestión discrecional de carteras para Banca Patrimonial, en línea con la mayor demanda de personalización por parte de los clientes con mayores rentas. También

se lanzaron nuevos productos de bajo riesgo (renta fija y renta fija mixta) para dar respuesta a la demanda de inversión de clientes de perfiles más prudentes con elevados niveles de liquidez.

En el proceso de inversión se incluyó la medición, monitorización y control de los riesgos de sostenibilidad. Con ello sientan las bases para elevar el volumen de activos bajo gestión que deseen incorporar criterios sostenibles y se cumplen nuevos requerimientos legales cuya implantación se extiende hasta 2023.

Fondos de inversión

Fuerte subida de los ingresos por comisiones

El año pasado se alcanzó un récord en los ingresos por comisiones derivados de los fondos de inversión. Sumaron 198 millones de euros, con un incremento del 25% respecto a 2020. Ningún otro negocio de Banca Comercial alcanzó esa cifra por el mismo concepto, lo que confirma que la recuperación de los mercados y el elevado volumen de liquidez hacen de los fondos de inversión un destino muy atractivo para los ahorradores.

También fue 2021 un año récord en lo que se refiere al crecimiento de la cartera, que llegó a los 25.700 millones de euros, un volumen no alcanzado nunca hasta la fecha y que representa una subida del 27% sobre el año anterior.

A lo largo del último ejercicio se produjo una sustancial mejora de la oferta del banco en materia de fondos con capital protegido y un incremento de la oferta formativa destinada a los inversores, que se materializa a través de cursos online a los que tienen acceso desde la plataforma digital.

Fondos de inversión

	2021	2020	% Dif.
Valor cartera total depositada (en mill€)	25.662	20.157	27%
Ingresos Ex FCR (en miles €)	197.7784	157.942	25%

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

Seguros y planes de pensiones

Más de 3.100 millones de ahorro gestionado, pese a las restricciones

A pesar de la reducción de los límites máximos de aportaciones a planes de pensiones individuales, Bankinter superó los 3.100 millones de euros gestionados en planes de pensiones y Entidades de Previsión Social Voluntaria (EPSV), gracias a la recuperación de los mercados financieros y al esfuerzo de la actividad comercial.

Con el fin de ampliar la gama de soluciones aseguradoras a personas físicas y empresas en 2021 se inició la comercialización de nuevos productos. Entre ellos, se lanzaron seguros de protección de alquileres y de accidentes

colectivos para empresas, así como una nueva modalidad de seguro de salud individual sin copago.

La actividad comercial del banco tuvo como resultado un aumento del 5% en los ingresos por primas en el ramo de vida, hasta superar los 98 millones de euros.

Bankinter Consumer Finance

Una evolución favorable, con Irlanda como locomotora

La inversión crediticia evolucionó de manera favorable en 2021. El crecimiento total fue del 22,6%, hasta los 3.527 millones de euros. Esa mejora se produjo en los tres países con presencia de Bankinter Consumer Finance (España, Portugal e Irlanda), si bien el mayor incremento correspondió a este último, con un 96,8%.

Parte del crecimiento experimentado en 2021 se sustentó en el negocio de hipotecas en Irlanda, donde un año después de su lanzamiento Bankinter Consumer Finance presenta ya volúmenes importantes. A mediados de diciembre, la producción anual acumulada allí ascendía a 401 millones de euros, lo que equivale a una cuota de mercado del 3,5%.

En España se lanzó con éxito una nueva línea de productos amparados en la sanción online y el big data y que se ofertan a todo tipo de clientes, no solo los que ya lo son del grupo. La inversión de cierre de 2021 sumaba 36,8 millones de euros, con buenas perspectivas de crecimiento.

Renta Variable

Fuerte aumento de la cartera y buen ritmo de captación de clientes

El negocio de Renta Variable cerró el año pasado un buen ejercicio, tanto por lo que se refiere al volumen de ingresos como al de efectivo depositado, gracias a la mejora de la actividad en los mercados internacionales y al mantenimiento del ritmo de captación de nuevos clientes, que es uno de sus objetivos clave.

Los ingresos crecieron hasta los 68 millones de euros, lo que supone un nuevo récord, superando la cifra de 2020, que ya había crecido significativamente. La cartera, por su parte, alcanzó los 23.800 millones de efectivo depositado, su mayor dato histórico, con un 17% de crecimiento sobre el año anterior.

Por lo que se refiere a los servicios de apoyo, en 2021 se introdujeron mejoras en la plataforma formativa digital Academia Bróker Bankinter, en la que expertos profesionales comparten sus conocimientos con los clientes, y en la app del Bróker.

Renta Variable

	2021	2020	% Dif.
Valor efectivo total depositado (en mill€)	23.832	20.434	17%
Ingresos (Int+Comi) ExSocimi (en miles €)	67.963	67.339	1%

Banca Partnet

La captación de socios y el negocio hipotecario, principales palancas

Se incorporaron nuevos socios de gran relevancia en el entorno económico, lo cual es la base fundamental para la captación de buenos clientes y para la mejora de la cuenta de resultados y la notoriedad de Banca Partnet.

La inversión en Banca Comercial creció un 14%, gracias sobre todo al impulso en la producción hipotecaria (+51%, con la firma de 336 millones de euros) y al aumento en préstamos personales y otros créditos. Esta evolución positiva compensó en buena medida la caída de la inversión en Banca de Empresas. En este segmento del negocio destacó, sin embargo, el excelente comportamiento de las comisiones.

Se confirmó en 2021 la tendencia favorable del negocio Institucional de Bankinter Partnet. Es la única entidad que ofrece a entidades reguladas por la CNMV un servicio integral para sus clientes que incluye depositaría de vehículos, intermediación de órdenes de contratación y financiación.

Banca Partnet

	2021	2020	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	43.538	40.239	8,2
Recursos totales (en mill€)	6.599	5.795	13,9
Recursos típicos (en mill€)	4.725	4.164	13,5
Inversión (en mill€)	3.101	3.190	-2,8

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

Red de Agentes

Un modelo de negocio reforzado que casi duplica sus beneficios

La Red de Agentes de Bankinter reforzó en 2021 su modelo de negocio, que constituye toda una referencia en el sector, con la incorporación de nuevos indicadores alineados con la normativa regulatoria y con una nueva segmentación de estos profesionales, en virtud de criterios tanto cuantitativos como cualitativos.

Este reforzamiento, junto con la estrategia de poner el foco en las actividades de mayor valor añadido de Banca Privada y Banca Personal, ya implementada en 2020, permitieron alcanzar un beneficio antes de impuestos de 35 millones de euros, un 85% más que en el ejercicio precedente.

La Red, compuesta por unos 400 profesionales con oficina propia que se asocian con Bankinter para prestar servicios financieros, gestionaba al cierre del año pasado unos recursos totales de 11.305 millones de euros (+18,6%) y atendía a 41.869 clientes (+5,8%). El balance medio por agente era de 60 millones.

Red de agentes

	2021	2020	% Dif.
Clientes activos (nº de clientes)	41.869	39.560	5,8
Recursos totales (en mill€)	11.305	9.530	18,6
Recursos típicos (en mill€)	2.599	2.510	3,6
Inversión (en mill€)	1.874	1.714	9,3

Red a Distancia

Cifras récord en los niveles de satisfacción del cliente

La calidad del servicio percibida por los clientes marcó en 2021 cifras récord. El 81,40% quedaron satisfechos y el 65,15% lo recomendaría. Además, en el 87,06% de las llamadas el cliente indicó que su gestión había quedado resuelta en el momento.

Banca Telefónica implantó nuevas tecnologías que facilitaron la gestión eficiente de los 2,1 millones de llamadas registradas a lo largo del ejercicio. La incorporación de un asistente virtual facilitó la autogestión de los clientes en más de medio millón de llamadas desde

mediados de año. Además, la implantación de un marcador automático hizo posible un aumento del 7% en las interacciones comerciales.

Las casi 800.000 llamadas realizadas con fin comercial se centraron en productos de valor (fondos de inversión, planes de pensiones y renta variable), así como en la nueva producción hipotecaria y en renovaciones de operaciones de activo no hipotecario, gestión integral de pago y negocio internacional. Banca Telefónica intervino en la comercialización de más de 91.000 operaciones.

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

Bankinter Portugal

Cinco años de continuo crecimiento

Aunque 2021 tuvo un comienzo complicado en Portugal, con diversas limitaciones a la movilidad y su consiguiente impacto en la actividad económica, la recuperación alcanzó luego un ritmo superior al esperado, lo cual llevó las cifras de paro a mínimos históricos. Los principales motores de la recuperación fueron el consumo privado y la inversión, mientras que el aumento de las exportaciones fue más moderado, debido a las dificultades con las que tropezó el relanzamiento del sector turístico.

En este contexto, Bankinter Portugal, que celebró en 2021 su quinto aniversario, siguió protegiendo a sus empleados mediante estrictos protocolos de seguridad, y prestó apoyo a sus clientes frente a los efectos económicos y financieros causados por la pandemia, tanto a través de la red de agencias como de la banca telefónica y digital, que se vieron reforzadas.

El resultado antes de impuestos, que confirma el continuo crecimiento de ejercicios anteriores, fue de 50,3 millones de euros, lo que supone un incremento del 11% respecto al ejercicio anterior. El negocio recurrente con clientes arrojó un margen bruto de 152,1 millones de euros (+10%), un margen operativo de 65,5 millones (+20%) y una facturación de 18.300 millones (+18%). El crédito total concedido ascendió a 7.600 millones de euros, con un aumento del 9%, muy por encima de la media del mercado, que fue del 3,8%, según datos de noviembre del Banco de Portugal. Los recursos de clientes crecieron un 23%, hasta los 5.900 millones.



Los resultados por áreas fueron los siguientes:

Banca Comercial. Volvió a registrar un crecimiento significativo en partidas estratégicas de negocio. El nuevo patrimonio neto aumentó en 1.178 millones de euros, de los que 660 millones correspondían a recursos fuera de balance. Los fondos de inversión registraron una producción neta anual de 313 millones de euros, con 156 millones en fondos propios. Los créditos para vivienda subieron un 24%, muy centrados en las hipotecas a tipo fijo. Banca Privada incrementó su base de clientes un 6%, registró un crecimiento de la facturación superior al 25% (700 millones de euros más) y aumentó su margen bruto un 26%. La captación y gestión de clientes exclusivamente online experimentó un notable avance, tras las inversiones y el desarrollo de plataformas digitales realizados en los dos últimos años.

Banca de Empresas. En un año lleno de desafíos, aún marcado por la pandemia, Bankinter Portugal mantuvo su apuesta por la proximidad y el apoyo a sus clientes empresariales. El segmento de Negocio (pymes con ingresos de hasta 5 millones de euros) superó los 2.000 millones de facturación, con un incremento del 14% (255 millones) respecto a 2020. Mediana Empresa y Corporativo alcanzaron los 3.180 millones de euros (+41%). Internacional cerró 2021 con un crecimiento del 35,2% en la cartera de crédito.

Bankinter Consumer Finance. El volumen de negocio subió un 25%, superando los 310 millones de euros de saldos concedidos y los 160.000 clientes, de los que aproximadamente el 50% proceden del modelo de mercado abierto (sin requerimiento bancario). Las dificultades financieras provocadas por la pandemia tuvieron su punto álgido en 2021, por el fin de las moratorias crediticias y la reanudación periódica de los pagos. Para atenuar su impacto, Bankinter Consumer Finance mantuvo una plena disposición a encontrar las soluciones menos lesivas para sus clientes. Siguiendo la tendencia ya observada en 2020, se detectó un aumento en el uso de los canales digitales, que fueron objeto de mejoras significativas

Bankinter Gestión de Activos. 2021 fue el primer ejercicio completo de actividad de la sucursal de Bankinter Gestión de Activos en Portugal. Los activos bajo gestión se situaban en 1.127 millones de euros a 31 de diciembre, de los que 358 millones eran fondos de inversión. Se procedió al lanzamiento del fondo Bankinter Mega TT PPR, cuyo objetivo es aprovechar el potencial de rentabilidad a medio plazo del negocio asociado a la sostenibilidad, las tendencias de consumo y empresa, y también la digitalización. A finales de año, este fondo contaba con un volumen bajo gestión cercano a los 20 millones de euros.

Bankinter Seguros de Vida. Las reservas matemáticas totales cerraron 2021 en 1.620 millones de euros (+1,5%), frente a una caída del 3% en el mercado de seguros de vida en Portugal. En volumen de primas emitidas, el crecimiento también fue superior a la media, lo que demuestra la resiliencia y confianza de los clientes en los productos de riesgo e inversión ofrecidos por el banco.

Bankinter Portugal

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

Bankinter Luxemburgo

Elevada rentabilidad, solvencia y seguridad

Durante el ejercicio destacó el compromiso del equipo, tras un período con rotaciones y combinación de trabajo presencial y remoto debido a las condiciones sanitarias. El esfuerzo hizo posible mantener el estándar de calidad de servicio del Grupo Bankinter.

La actividad se centró en los productos de valor añadido, que registraron un crecimiento del 30%, lo que permitió a Bankinter Luxemburgo cerrar el ejercicio con un resultado antes de impuestos de 7,2 millones de euros y una tasa de rentabilidad sobre el capital (ROE, por sus siglas en inglés) del 10,63%.

Se mantuvo el elevado nivel de solvencia (TIER por encima del 26%) que, en combinación con el rating AAA que otorgan a Luxemburgo las principales agencias de calificación, supone un nivel de seguridad adicional para los clientes.

EVO

Vocación de liderazgo con una propuesta 100% digital

EVO Banco se consolidó en 2021 como uno de los mayores bancos digitales de España, con más de 678.000 clientes financieros. Se reforzó la estrategia comercial para situar a EVO como el banco principal de sus clientes, facilitándoles la cancelación de sus otras cuentas y el traspaso en apenas cinco minutos de los recibos, nóminas o transferencias de ingreso y pago.

El ejercicio se cerró con un crecimiento del 14% del margen bruto y con una cifra récord en inversión crediticia que alcanzó los 1.860 millones, un 52% más respecto a los 1.224 millones de 2020. El volumen de nuevas hipotecas contratadas ascendió a 729 millones de euros, frente a los 395 millones del año anterior.

En relación con el negocio de fuera de balance, EVO rediseñó su plataforma de inversión para dar una respuesta 100% digital a las distintas necesidades de sus clientes, destacando el lanzamiento del Bróker Inteligente EVO, primero de la banca española para invertir sin comisiones en el mercado americano y que permite el acceso en condiciones preferentes a más de 15.000 valores de todo el mundo.



Calidad

Medir para mejorar y ofrecer un mejor servicio

Tras un ejercicio de 2020 de gran complejidad por la crisis sanitaria y económica, el año pasado, con todos los países todavía bajo los efectos de la pandemia, Bankinter mantuvo una gestión muy cercana a sus clientes, y con una apuesta firme por avanzar en la digitalización y la mejora continua de la calidad.

Con este fin, en 2021 se realizaron encuestas al 28,3% de los clientes del banco para conocer su experiencia en su relación con la entidad mediante 63 mediciones en procesos y servicios. De igual forma se evaluaron 104 procesos internos para conocer la satisfacción de los empleados con los Servicios Centrales de la entidad. Las mediciones permiten conocer la percepción de ambos colectivos y ponerla a disposición de las distintas áreas del banco con el fin de impulsar iniciativas de mejora en sus procesos y adaptar la oferta de productos y servicios a las expectativas de los clientes, tanto en las redes comerciales y banca digital como en las áreas de negocio y soporte técnico y operativo.

La participación de clientes y empleados en las encuestas resulta vital para mejorar la gestión de la calidad y para buscar la excelencia en el servicio. Los resultados de 2021 muestran una evolución positiva en la calidad que perciben los clientes y los empleados, como describimos a continuación.

Clientes más satisfechos

En 2021 el índice global agregado de la calidad percibida por los clientes de España y Portugal, medido a través del Net Promoter Score (NPS), se situó en el 42,5%, con un aumento del 2,4% respecto al año anterior. En España se elevó al 42,9% (+ 1,9%) mejorando la calidad percibida de los clientes en las distintas redes comerciales del banco y en el 56% de los centros de la red de oficinas. En Bankinter Portugal el NPS de clientes se situó en el 36,2% (+5,2%), con mejoría en el 57% de los centros.

Asimismo, registró una evolución positiva en el nivel de satisfacción de los clientes: en España, el 52,6% (+1,7%) de ellos indican que recomendarían Bankinter, mientras los insatisfechos se mantuvieron en el 9,7%; en Portugal, los porcentajes son del 49,4% (+4,4%) y del 13,1%, respectivamente.

Por canales de relación destacó en 2021 el aumento del nivel de satisfacción con los canales digitales (webs y apps), con un 5% en España y poco más del 6% en Portugal. Banca Telefónica y la Red de Oficinas también presentan elevados niveles de recomendación.

Para mejorar el servicio de los activos digitales, en 2021 medimos 28 procesos en las webs y apps del banco (+27,3% más que hace un año) que aportan información muy importante de los clientes para agilizar procesos, perfeccionar el diseño, ampliar funcionalidades y mejorar su funcionamiento. De esta forma, los equipos técnicos disponen de información en tiempo real sobre la percepción, las reclamaciones y las sugerencias de los clientes. En transformación de procesos internos se miden 64 procesos en tiempo real que dan soporte operativo a las redes comerciales.



Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

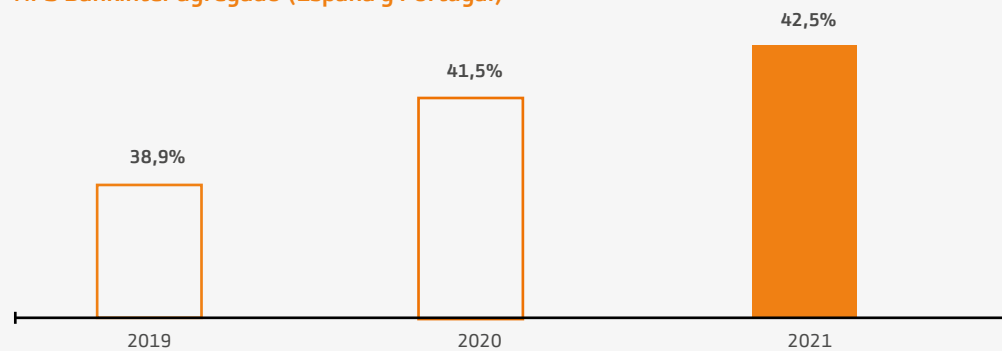
Gobierno

Sostenibilidad

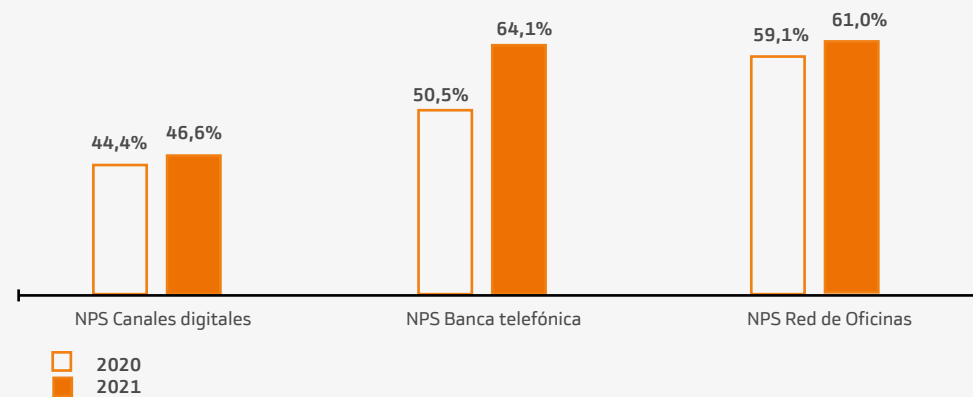
Personas

Anexo

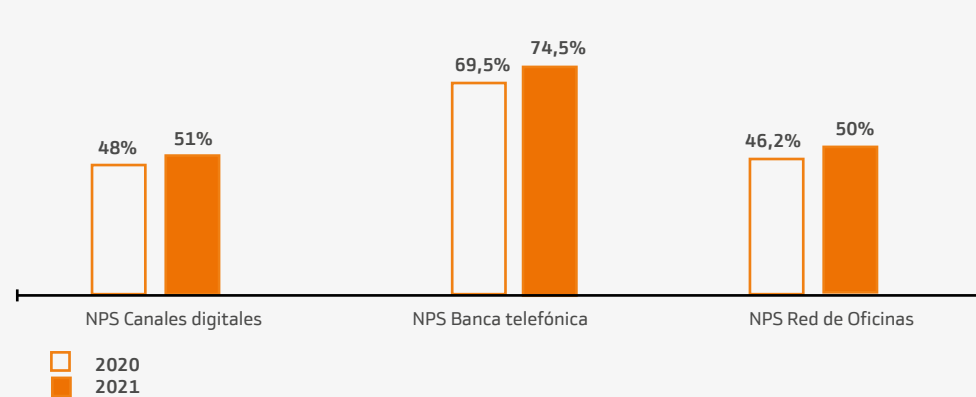
NPS Bankinter agregado (España y Portugal)



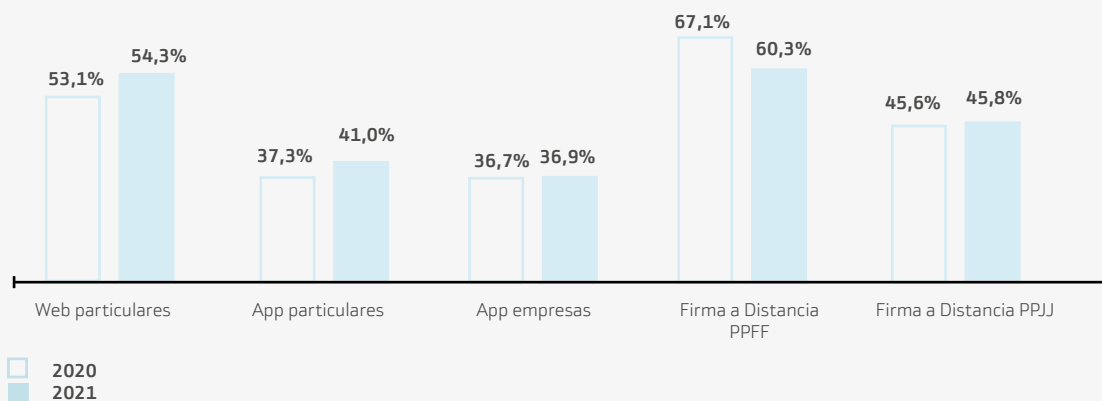
NPS por canales en España



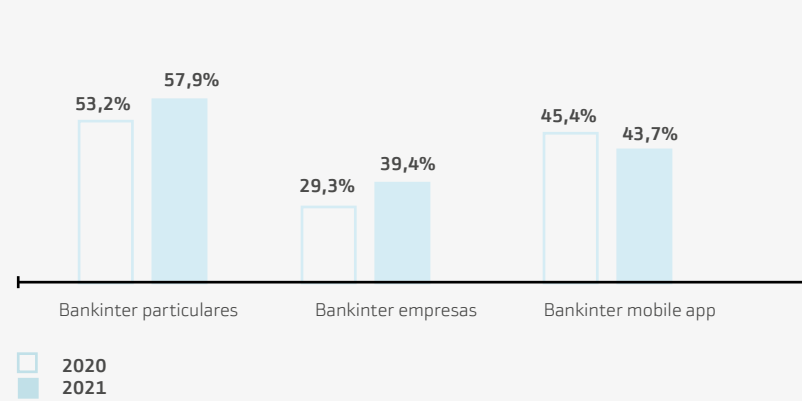
NPS por canales en Portugal



NPS canales de digitales en España



NPS canales de de digitales en Portugal



Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

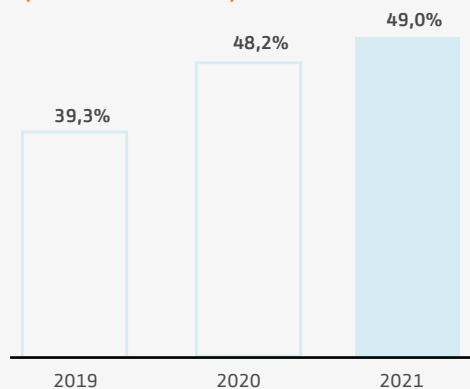
Calidad interna

Al igual que en el caso de los clientes, se evalúa sistemáticamente la calidad de los procesos internos de la entidad, mediante estudios y mediciones continuas que permiten conocer la opinión de los empleados sobre los Servicios Centrales. La finalidad es identificar prioridades de actuación e impulsar su mejora para adecuarse a sus necesidades y promover la excelencia en el servicio.

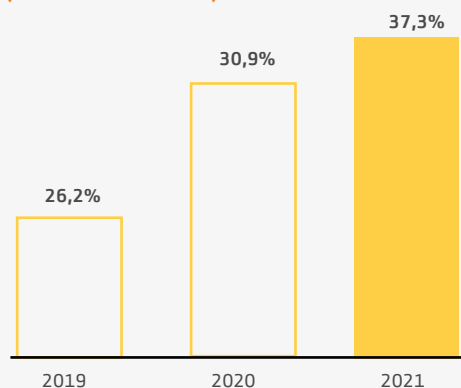
Para ello, en 2021 se hicieron 104 mediciones que aportaron miles de opiniones y sugerencias e impulsaron la implantación de 346 iniciativas dirigidas a agilizar procesos, mejorar la información a clientes, perfeccionar productos, apoyar a las redes comerciales y potenciar la formación interna. La información que aportan las encuestas internas (que se realizan periódicamente y que cuentan con un alto nivel de participación de los empleados del banco) son una fuente fundamental para la mejora continua de los Servicios Centrales.

El grado de satisfacción con los Servicios Centrales en España mantuvo en 2021 una evolución positiva. El índice de satisfacción neta fue de un 49,01% lo que supone un incremento de un +1,7% sobre 2020.

Calidad interna España (datos acumulados)



Calidad interna Portugal (datos acumulados)



En Bankinter Portugal el nivel de satisfacción global fue del 37,3%, (+20,7%) confirmándose su excelente evolución. Las acciones de mejora se desarrollaron principalmente a través de tres tipos de acciones:

- Mejorar el proceso de comunicación entre áreas (tiempo de respuesta y facilidad de contacto).
- Incrementar la cercanía entre el cliente interno y las áreas prestadoras de servicios.
- Simplificar los procesos internos y aportar soluciones digitales que aumenten la eficiencia.
- Se mantiene el objetivo de acelerar los procesos de digitalización, la simplificación de procesos en todas las áreas y el incremento de la eficiencia.

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

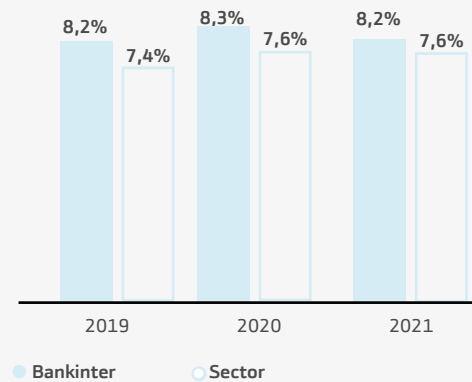
Anexo

Líderes en servicio

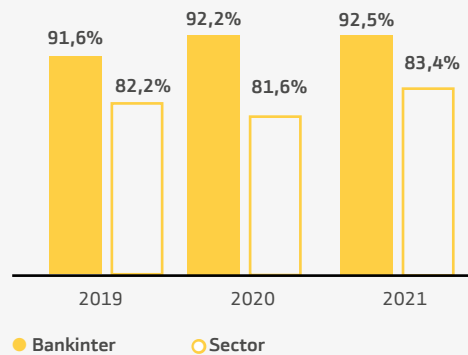
Bankinter se situó en 2021 como uno de los líderes en España en servicio de la red comercial. Así lo acreditó el estudio EQUOS RCB-2021, realizado por una empresa independiente, que examina la calidad objetiva de la atención comercial a clientes potenciales en la red de oficinas de las principales entidades financieras españolas mediante la técnica del mystery shopping (pseudocompras). La entidad destacó en el trato, la amabilidad y el interés en la atención al cliente, el tiempo que se le dedica, la rapidez en la atención personal y la explicación de productos.

Asimismo, Bankinter Portugal mantuvo el liderazgo de forma consistente sobre un total de 14 entidades bancarias analizadas. La valoración de 2021 siguió siendo muy superior al promedio del mercado.

Calidad objetiva red comercial España (datos acumulados)



NPS Bankinter Portugal (datos acumulados)



Objetivos

En 2022, el área de Calidad seguirá trabajando en los siguientes objetivos:

- Ampliar la medición de procesos en Banca Digital y en Servicios Centrales para mejorar la experiencia de clientes y empleados.
- Apoyar a las oficinas y centros con bajas valoraciones para alinear los niveles de calidad con las expectativas de sus clientes, ayudándoles en el diseño de sus propuestas e iniciativas de mejora.
- Poner a disposición de todos los equipos las buenas prácticas de calidad de las oficinas y centros con mejores resultados de NPS.
- Mejorar y agilizar la información de calidad facilitada a todos los equipos del banco para la mejor gestión de sus resultados.
- Continuar con la automatización de todas las opiniones de calidad (de clientes y empleados) para agilizar la identificación de las oportunidades de mejora.
- Avanzar en los procesos de digitalización, la simplificación de procesos en todas las áreas y el incremento de la eficiencia (Portugal).
- Gestionar los procesos con menor valoración para implantar planes de mejora.

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

Marketing

Impulsando el negocio

Dar el mejor servicio posible a todo el banco y contribuir activamente al impulso del negocio fueron los retos del área de Marketing en un año que volvió a estar marcado por la evolución de la crisis sanitaria.

Bajo el posicionamiento 'El banco que ve el dinero como lo ves tú', lanzado en 2020, se pusieron en marcha nuevas campañas publicitarias, entre las que destaca 'Tus cuentas de rap a balada', cuyo tema central interpretaba el grupo musical Dvicio.

El objetivo prioritario de esas campañas fue la captación de nuevos clientes a través de las cuentas de Bankinter, con un estilo de publicidad notorio y diferencial en la categoría financiera.

Se reforzó la actividad en televisión y se emprendieron acciones en medios masivos digitales (banners y redes sociales), así como en YouTube, sin olvidar la difusión a través de la radio, un medio que genera grandes resultados.

Fruto del trabajo realizado durante los últimos años, Bankinter, que ya recibió en 2020 la distinción como mejor anunciante de España, fue galardonado en 2021 con el Gran Premio Nacional de Marketing, el Gran Premio a la Eficacia y el Premio Ondas a la Mejor Campaña en Radio (oro en la categoría de Mejor Campaña Integrada y plata en la de Estrategia más Innovadora).

El esfuerzo del banco en esta materia también fue reconocido a escala internacional con una docena de galardones en el festival El Ojo de Iberoamérica y recibió el premio a la Mejor Idea Latina para el mundo.



Eventos con frescura

A lo largo del año pasado se mantuvo el contacto con los clientes y potenciales a través de eventos principalmente online, sin perder la frescura e interés de los formatos presenciales.

Más de 2.500 personas se registraron en las 32 convocatorias de las Aulas de Fondos de Inversión; siguieron las actividades de CFO Fórum, la plataforma de contenidos orientados al mundo empresarial, y se organizaron eventos para clientes de Banca Privada.

También se prepararon los espacios web y los materiales necesarios para el lanzamiento y promoción de Bankinter Capital Advisor, el nuevo servicio de asesoramiento 100% digital.

Por otra parte, mejoró el conocimiento sobre el comportamiento de los clientes mediante la entrega de nuevos proyectos de huella digital (Bróker, Empresas y Blog); se sentaron las bases de medición y aprovechamiento comercial de los datos de los nuevos activos digitales creados por el banco, y se potenció la personalización de la web, tanto a clientes como a potenciales, optimizando mensajes, contenidos y simuladores.

Todo ello permitió mejorar las tasas de captación digital del banco.

Otra novedad fue el lanzamiento de la guía 'Mejores decisiones financieras para tu hipoteca', con información sobre todos los pasos, trámites y papeleos que supone la búsqueda y la compra de una vivienda

Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo

Comunicación Corporativa

Innovación y cercanía a los empleados en tiempos de pandemia



Durante 2021, Bankinter estuvo de nuevo muy cerca de sus empleados. Se exploraron nuevos canales de comunicación, como los podcasts y Teams (Bankinter News), y se crearon *sites* temáticas (resultados, salida

a Bolsa de Línea Directa...) para facilitar el acceso a la información de las personas que trabajan en el banco. Su política se centró en tres ejes estratégicos: información permanente sobre la Covid-19, wellbeing e innovación.

- **Covid-19.** La evolución de la pandemia obligó a mantener una comunicación transparente y continuada sobre la Covid-19. Se informó cada 15 días de los efectos del coronavirus sobre la plantilla y de las indicaciones y medidas acordadas para frenar su propagación. Además, se generaron diferentes impactos extraordinarios para concienciar a todos los colectivos de interés sobre la importancia de contribuir a frenar el problema.

- **Wellbeing,** En lo que respecta al bienestar general de los empleados, continuó el desarrollo del programa 'Bankinter te cuida' con diferentes iniciativas novedosas y pioneras. Se incluyó la dimensión mental, para complementar las propuestas encaminadas a lograr el bienestar físico, que ya llevaban en marcha desde hace varios años. Se creó una nueva web dentro de la Intranet lanzada a finales de 2019. Se realizaron numerosos webinars de diferentes temáticas (alimentación, sueño, motivacionales...). Y se puso en marcha una nueva aplicación, Bankinter Healthy, que fomenta la actividad a través de la gamificación. En su primer año de vida, esta aplicación, disponible para todas las geografías donde está presente Bankinter (España, Portugal, Luxemburgo e Irlanda) en sus respectivos idiomas, fue descargada por más de 2.000 empleados, más de un tercio de la plantilla total.

- **Innovación.** Bankinter siempre ha sido una entidad pionera e innovadora en todos los aspectos relacionados con la tecnología, y durante 2021 entraron en funcionamiento diferentes iniciativas para fomentar la creatividad y las nuevas ideas entre los empleados. Una de ellas fue el 'minuto Bdigital', una comunicación ágil y visual en la que se explicaban cuestiones relacionadas con la tecnología o se daban consejos sobre determinadas funciones digitales incorporadas en nuestro día a día. También se implementó el primer programa de ideas innovadoras de Bankinter, en el que casi un centenar de empleados enviaron propuestas novedosas de negocio en las que la tecnología y la digitalización eran las protagonistas.

Proactividad en la comunicación externa

El Departamento de Comunicación Externa de Bankinter tiene como objetivo gestionar las relaciones del banco con los medios de comunicación, atender sus peticiones de información y poner en valor las ventajas competitivas de la entidad y su posicionamiento en el mercado.

Desde este Departamento se diseña y se lleva a cabo la estrategia de comunicación del banco, en línea con los objetivos y el perfil marcados por la alta dirección en cada momento.

A lo largo de 2021, Bankinter ha mantenido una línea de comunicación proactiva, en consonancia con la reactivación económica general, y en especial, del negocio del banco, tras un año complicado como lo fue 2020 con motivo de la pandemia.

Entre las acciones más destacadas llevadas a cabo en 2021 cabe señalar la comunicación sobre la segregación y posterior salida a Bolsa de Línea Directa y, como consecuencia, sobre los nuevos planes de negocio del banco tras la marcha de la aseguradora. También han sido reseñables las acciones de comunicación referidas a actividades tan principales en la estrategia de la entidad como Banca Patrimonial, Banca de Empresas o Sostenibilidad, o al lanzamiento de nuevos servicios de gestión para los clientes como Bankinter Capital Advisor.

Según los análisis periódicos realizados por la consultora Rebold a las noticias publicadas sobre el banco en medios de comunicación y redes sociales, y su comparación frente al resto de entidades, Bankinter habría alcanzado de forma continuada una calificación para sus noticias superior a la media del sector. La nota media obtenida por Bankinter, según los datos objetivos del análisis cualitativo de Rebold, sería de un 6,5 (puntuación entre 0 y 10) frente a una media sectorial del 6,0, situándose Bankinter en primer lugar entre los bancos analizados y como líder en porcentaje de menciones positivas y menor porcentaje de negativas.

Desde este Departamento se diseña y se lleva a cabo la estrategia de comunicación del banco, en línea con los objetivos y el perfil marcados por la alta dirección en cada momento.

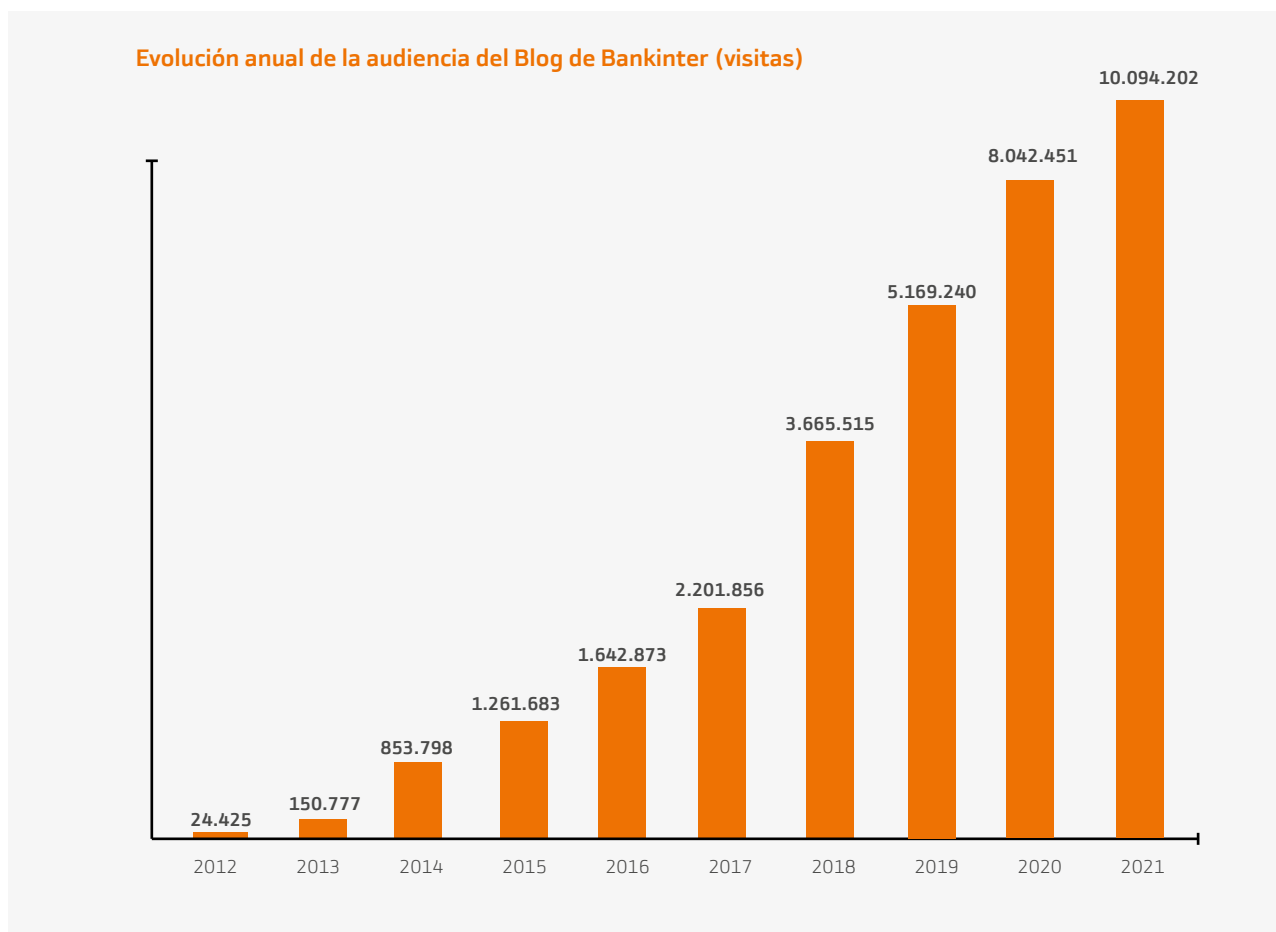


Redes Sociales

Del 'like' a la venta

El año pasado estuvo marcado por el décimo aniversario del lanzamiento del Blog de Bankinter, un espacio que nació como un pequeño cuaderno de bitácora digital y que con el paso del tiempo se ha convertido en un completo portal de contenidos financieros de gran audiencia y que se sitúa en el centro neurálgico de la comunicación digital del banco.

Durante 2021, el Blog de Bankinter volvió a vivir un ejercicio histórico, al superar los 10 millones de visitas, una cifra que pulverizó el anterior récord de 2020. Consiguió así un crecimiento superior al 25% anual y casi duplicar el registro de hace dos años (ver gráfico), según los datos de Google Analytics.



Más allá del crecimiento de visitas del Blog, que facilitó una mayor presencia de Bankinter en los dispositivos de clientes y potenciales, el departamento de Redes Sociales/Comunicación Digital trató de aprovechar esa audiencia y la visibilidad de sus redes sociales en beneficio del negocio. Unas de las ratios más seguidas dentro del departamento pasaron a ser las ventas y el montante económico que el Blog y las redes sociales aportan al banco, por encima de las otrora tan seguidas ratios de likes y seguidores.

La colaboración con otras áreas de Bankinter, como CRM, Banca Corporativa y Banca Comercial, se convirtió en primordial para alcanzar este objetivo de aumento del negocio, conseguido a través del Blog, pero también alimentado por las redes sociales por las que el banco actualmente apuesta (Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram).

Se trata de un evolución estratégica muy importante para el Blog en particular y para las redes sociales en general, que de considerarse una herramienta solo de comunicación pasaron a ser una herramienta de comunicación y negocio.

Consolidación y lanzamiento de nuevos canales

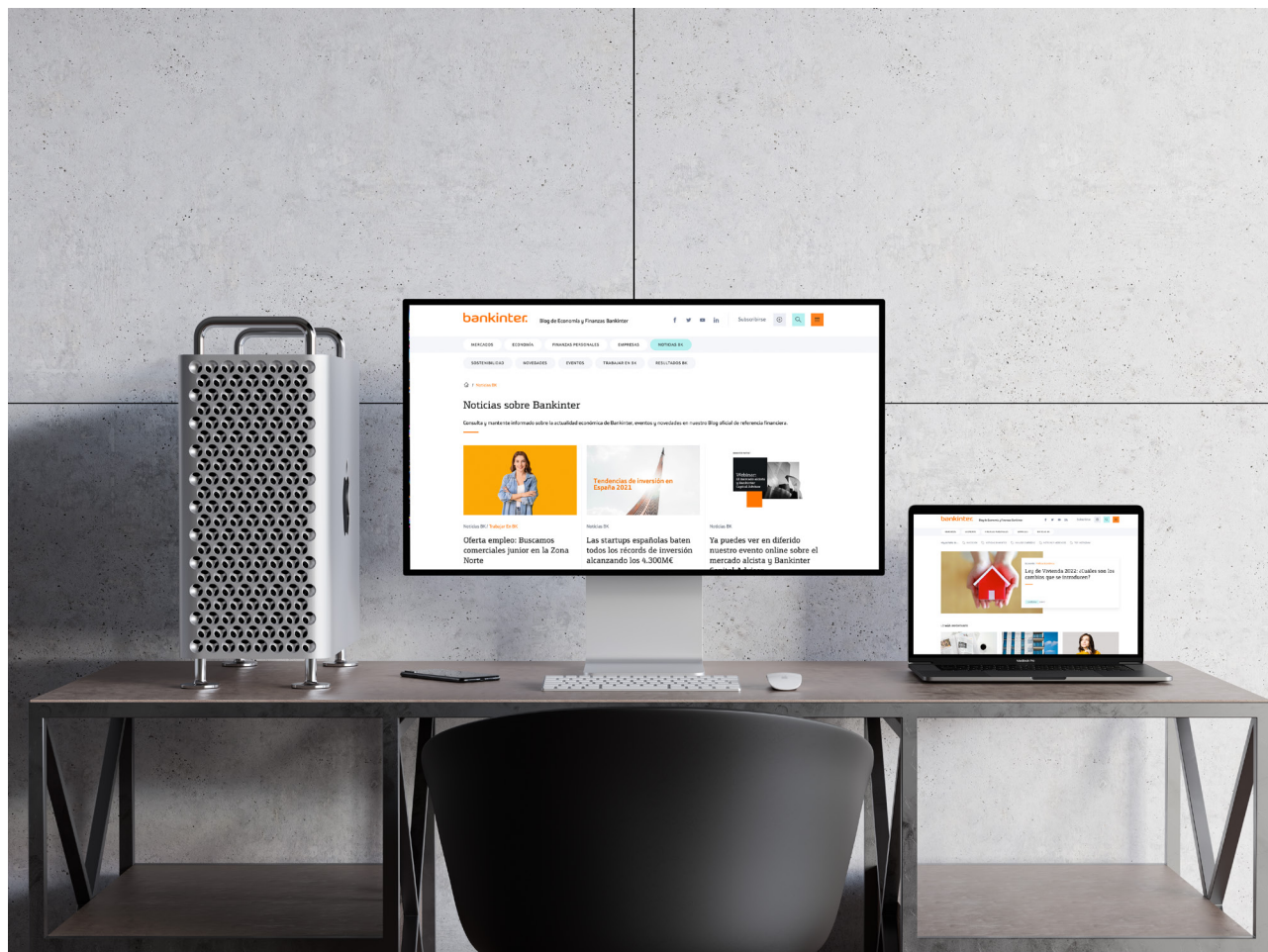
En su afán por estar siempre a la vanguardia y maridar de forma positiva las oportunidades/riesgos que se van planteando con la aparición de nuevas plataformas digitales de contenido, el departamento de Redes Sociales/Comunicación Digital de Bankinter siguió avanzando con la consolidación de algunos de sus canales más jóvenes en Telegram (mensajería) y iVoox (podcasts).

Adicionalmente, el banco lanzó su canal de Spotify en el que almacena y facilita el acceso a los recientes éxitos musicales de sus anuncios.

En el capítulo de comentarios en redes sociales, Bankinter volvió a renovar en 2021, por octavo año consecutivo, el liderazgo de positividad de la banca española, gracias a su estrategia de contenidos de alta calidad, el buen hacer de la entidad reflejado en los medios de comunicación y la favorable acogida de algunas de sus campañas de marketing. Según la firma externa e independiente Rebold, antigua Acceso, las menciones positivas alcanzaron el 61,7% del total.

Formación a empleados

De la mano de Gestión de Personas y de su programa Bdigital, el departamento de Redes Sociales/Comunicación Digital formó en 2021 a decenas de empleados y estudiantes en prácticas de Bankinter en asuntos como la marca personal digital o la importancia de su presencia en redes sociales. Esa formación se canalizó a través de unos talleres prácticos que tuvieron una gran asistencia y aceptación entre los empleados.



Hitos de 2021

Entrevistas

Resultados

Negocios

Riesgos

Innovación

Gobierno

Sostenibilidad

Personas

Anexo