

02.3

ESTRATEGIA.

HACE UN AÑO, BANKIA HIZO BALANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO 2012-2015, EN EL QUE SE CUMPLIÓ LA PRÁCTICA TOTALIDAD DE LOS COMPROMISOS ASUMIDOS CON LOS INVERSORES Y LA SOCIEDAD, TANTO EN TÉRMINOS DE RENTABILIDAD, COMO DE EFICIENCIA, GENERACIÓN DE CAPITAL Y LIQUIDEZ, Y CALIDAD DEL BALANCE. EL BANCO CERRÓ ESE AÑO COMO LÍDER ENTRE LAS SEIS MAYORES ENTIDADES ESPAÑOLAS EN SOLVENCIA, EFICIENCIA Y RENTABILIDAD.

En aquel momento ya se explicó que la falta de definición del entramado regulatorio, en particular de las nuevas reglas en materia de capital, dificultaban la asunción de compromisos a medio y largo plazo, por lo que se pospuso la publicación de nuevo plan financiero hasta que se fijaran los criterios definitivos de lo que se conoce como Basilea III.

En paralelo, Bankia puso en marcha un nuevo posicionamiento dirigido a sentar las bases de la relación con su clientela, con una clara aspiración a medio plazo: que los usuarios al pensar en Bankia lo identificaran como un banco cercano, sencillo y transparente.

La primera medida del nuevo posicionamiento fue quitar todas las comisiones a los clientes que tuviesen sus ingresos, tanto nómina como pensión, domiciliados en Bankia. La iniciativa benefició inicialmente a 2,4 millones de clientes, que pasaron a tener de forma gratuita su tarjeta de débito y también la de crédito con solo usarla una vez. También desde entonces pueden hacer transferencias ilimitadas por cualquier canal sin coste alguno, cobrar cheques o

sacar dinero de todos los cajeros de Bankia de manera gratuita y, hasta cuatro veces al mes, también gratis, de los cajeros de Euro6000 y Banco Sabadell.

Esta iniciativa se está desarrollando con unos resultados muy satisfactorios, pues en el primer año de aplicación Bankia ha incrementado en casi 172.300 el número de clientes que tienen sus ingresos domiciliados en el banco.

La medida se fue completando a lo largo del ejercicio con la incorporación de nuevos colectivos. Así, en mayo de 2016 se extendió la exoneración de comisiones a todos los autónomos con solo domiciliar el pago de impuestos o de los seguros sociales a través de Bankia. Y, en noviembre, se lanzó la Cuenta ON, totalmente gratuita para clientes que se quieran relacionar con el banco a través de canales digitales.

El 11 de enero de 2017, en el primer aniversario de la puesta en marcha del nuevo posicionamiento, Bankia dio un paso más con el lanzamiento de la Hipoteca SIN Comisiones. Un producto que ahonda en los principios de



sencillez y transparencia al eliminar en los nuevos préstamos las comisiones que tradicionalmente se vinculaban a este tipo de préstamos: apertura, amortización parcial y cancelación. El único requisito que hay que cumplir es tener los ingresos domiciliados. No se obliga al cliente que la contrata a tener ningún producto adicional con Bankia para beneficiarse de estas condiciones.

Con su lanzamiento, Bankia se ha marcado como objetivo duplicar la producción de hipotecas a lo largo del año 2017, hasta alcanzar los 1.600 millones de euros, frente a los 800 millones concedidos en 2016, en una senda que se prevé sea creciente en los próximos ejercicios.

Asimismo, Bankia pretende seguir incrementando la facturación en crédito al consumo y de empresas, de forma que el saldo crediticio en ambos segmentos continúe creciendo y permita orientar el balance hacia segmentos de mayor rentabilidad.

Otro de los ejes de desarrollo de los próximos ejercicios tiene que ver con la multicanalidad. Bankia cerró el año 2016 con cerca de 300.000 clientes gestionados a través de 255 asesores personales en el marco del proyecto denominado 'Conecta con tu Experto'. La intención es duplicar en 2017 la cifra de asesores, de forma que el número de clientes que puedan ser gestionados mediante este sistema supere los 500.000.

Si el pasado año Bankia cambió la parte pública de su web de clientes y lanzó una nueva aplicación para dispositivos móviles, los planes a lo largo de este ejercicio pasan tanto por incorporar nuevas funcionalidades a la aplicación como por hacer un cambio completo de la parte de operativa

EL OBJETIVO DE 'CONECTA CON TU EXPERTO' ES SUPERAR **500.000 CLIENTES**

bancaria de la web, de manera que permita incorporar nuevas funcionalidades, acompañadas de un diseño más sencillo.

Otra de las ideas en las que trabajará la entidad es en poner a disposición de sus clientes y no clientes herramientas innovadoras de un alto valor añadido. Es el caso, por ejemplo, de Bankia Índicex, que permite a las pymes analizar su competitividad digital; Inveinte, una herramienta para identificar y canalizar la solicitud de ayudas públicas, o el simulador y valorador inmobiliario, que permite, por un lado, hacer cálculos de los costes de un préstamo hipotecario, incluyendo escenarios de modificaciones de tipos de interés o ingresos, y, por otro, obtener el valor de cualquier inmueble de España.

En definitiva, toda una serie de iniciativas dirigidas a incrementar el grado de satisfacción de los clientes y elevar la capacidad de atracción al banco, aspectos en los que los resultados de los últimos ejercicios son alentadores, pero en los que se quiere seguir progresando.

Ofreciendo a los clientes el mejor servicio al precio más competitivo posible, el objetivo de Bankia es preservar su liderazgo entre los grandes bancos en materia de eficiencia y solvencia, con una rentabilidad superior a sus competidores de forma sostenible en el tiempo.