



04.2

BANCA DE PARTICULARES

BANKIA BUSCA LA ALTA VINCULACIÓN DE SUS CLIENTES APOYÁNDOSE EN LA ESTRATEGIA SIN COMISIONES Y OFRECIÉNDOLES PRODUCTOS DE VALOR AÑADIDO.

Dentro de las distintas áreas de negocio de la entidad, Banca de Particulares se centra en las personas físicas bajo un modelo de banca universal. Sus principales objetivos son la captación de nuevos clientes, el aumento de la vinculación de los ya existentes y la mejora continua de su grado de satisfacción y fidelización mediante una atención y un asesoramiento de calidad.

La estrategia en este negocio pasa por fomentar la especialización en distintos perfiles: Banca Privada, Banca Personal, Alto Potencial y Particulares.

Esta segmentación permite al banco asignar un asesor financiero especializado a cada cliente, con lo que se consiguen mayores grados de satisfacción y se generan nuevas fuentes de negocio.

Para prestar una atención específica a cada perfil, la entidad cuenta con tres tipos de oficina física: la universal, la Oficina ágil (con un horario más amplio y destinada a hacer operaciones rápidas) y la Oficina Plus (especializada en asesoramiento financiero). A ellas se unen los servicios 'Conecta con tu experto' y 'Servicio +Valor', centrados en clientes digitales y con menor vinculación, respectivamente.

A cierre de 2017, Bankia contaba con más de 5,9 millones de clientes particulares activos, de los que casi 2,3 millones eran digitales.

Bankia ofrece a sus clientes particulares una amplia gama de productos, dependiendo del segmento al que pertenezcan: infantil, joven, senior... Para estos distintos tipos de clientes están

pensados productos como Mi Primera Cuenta y Cuenta Joven/ Cuenta_ON, la Tarjeta Joven/ Tarjeta_ON y la sección de descuentos en viajes, restaurantes, boutiques, tecnología, hogar, salud o belleza, entre otros, que se pueden contratar a través de de Bankia.es.

Además, Bankia pone a su disposición 2.108 gestores especializados en Banca Personal.

La actividad de este segmento a lo largo de 2017 ha tenido un buen desempeño. Muestra de ello es que se concedieron más de 1.300 millones de euros en préstamos al consumo, un 16,7% más que en 2016. A 31 de diciembre, 2,3 millones de clientes disponían de una línea de crédito preconcedida que se puede contratar en menos de un minuto a través de cualquier canal del banco y que se completa con una oferta continua de financiación personalizada.

El buen dinamismo también quedó reflejado en las operaciones realizadas por el servicio FinanExpress para microfinanciaciones, que superaron las 236.945, hasta alcanzar un importe de 92,5 millones de euros, un 22,2% más que un año antes. Este servicio da cobertura a operaciones que van desde compras con tarjeta de débito hasta el pago de impuestos.



5,96

Millones de
clientes particulares
activos



2.108

Número de gestores
especializados en
Banca Personal

PERFIL DEL CLIENTE PARTICULAR



HOMBRE



MUJER

48,2	PORCENTAJE DE CLIENTES	51,8
49,2	EDAD MEDIA DEL CLIENTE	51,4
16,6	PORCENTAJE DE CLIENTES CON ALTA VINCULACIÓN	12,9
29,8	PORCENTAJE DE CLIENTES CON EMPLEO	25,5
3,4	PORCENTAJE DE CLIENTES EN DESEMPLEO	3,2
19,9	PORCENTAJE DE CLIENTES PENSIONISTAS	17,7

04.2

BANCA DE PARTICULARES

'POR SER TÚ'

En 2017 Bankia mantuvo su programa 'Por ser tú', por el que los clientes particulares, tanto antiguos como nuevos, pueden beneficiarse de la exención de comisiones cumpliendo una serie de condiciones.

A cierre de año, 3,57 millones de clientes estaban adheridos al programa, un 8% más que en 2016, año de su lanzamiento. Además, el banco logró captar más de 387.000 nóminas y prestaciones de desempleo, lo que supone un 150% más respecto al cierre del ejercicio anterior.

Sin embargo, no es la única forma de no pagar este recargo, ya que los clientes que no tengan los ingresos domiciliados pueden librarse del abono de estas cantidades si cumplen alguno de estos requisitos:

- Tener menos de 18 años
- Tener entre 18 y 25 años con servicio de correspondencia exclusivo por internet
- Ser titular de al menos 1.000 acciones de Bankia
- Tener un saldo a final de meses en recursos mayor de 75.000 euros
- Ser titular de una Cuenta_ON

RESULTADOS DE 'POR SER TÚ'

	2017	2016
NÓMINAS Y DESEMPLEO CAPTADOS	387.469	154.427
PENSIONES CAPTADAS	91.316	25.038
TOTAL CLIENTES CON DOMICILIACIONES	2.775.858	2.668.887
NÚMERO DE NUEVAS TARJETAS DE CRÉDITO	345.001	279.714
NÚMERO DE NUEVAS TARJETAS DE DÉBITO	393.107	242.856



3,57 MILLONES

Clientes

que disfrutaron de la exención de comisiones

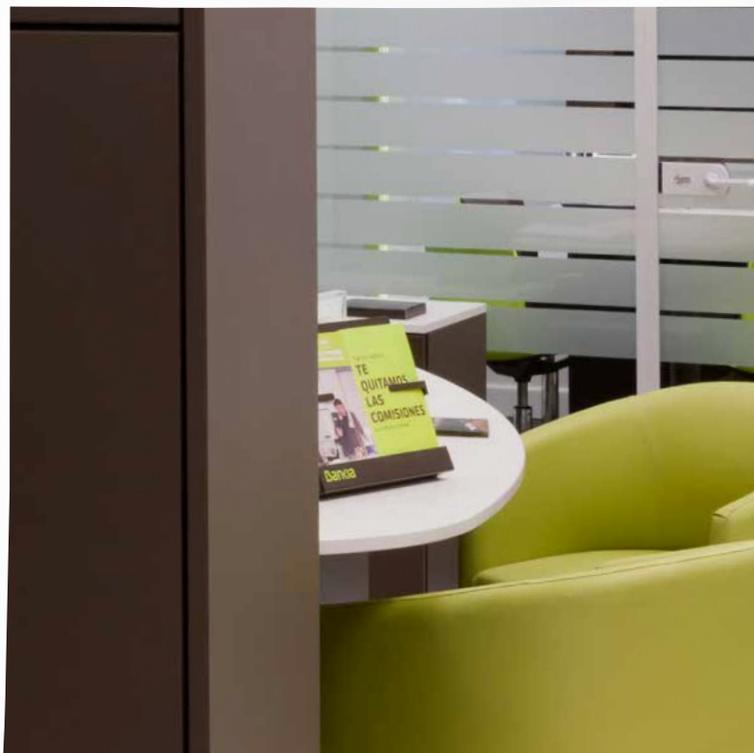
LA HIPOTECA SIN COMISIONES, OTRO PASO ADELANTE

En consonancia con la actuación sin comisiones y con la intención de dar un paso más en el posicionamiento centrado en los clientes particulares con ingresos domiciliados, la entidad presentó el 11 de enero la Hipoteca Sin Comisiones, dirigida a los clientes más vinculados, ya sean antiguos o nuevos.

Este producto elimina todos los cargos asociados a este préstamo (apertura, amortización parcial y amortización total) solo por tener los ingresos domiciliados. Además, no exige la contratación de ningún otro producto adicional de la entidad para beneficiarse de estas condiciones.

Durante 2017, Bankia concedió hipotecas por 1.908 millones de euros, de las que más del 72% fueron sin comisiones.

Para ayudar a clientes y no clientes en la toma de decisiones en cuestión hipotecaria, Bankia presentó en 2016 un simulador en el que el usuario accede a información sobre la cantidad que puede financiar, los gastos de constitución que tendría la hipoteca, la cuota mensual y cómo variaría dependiendo de la evolución del euríbor. A lo largo de 2017 esta herramienta ha realizado 542.671 simulaciones.



EL SIMULADOR HIPOTECARIO REALIZÓ 542.671 SIMULACIONES EN 2017.

Nº DE HIPOTECAS NUEVAS FORMALIZADAS

17.674

VOLUMEN DE HIPOTECAS FORMALIZADAS (MILLONES DE EUROS)

1.908

Nº DE HIPOTECAS NUEVAS FORMALIZADAS QUE PERTENECEN AL PROGRAMA SIN COMISIONES

12.776

VOLUMEN DE HIPOTECAS FORMALIZADAS QUE PERTENECEN AL PROGRAMA SIN COMISIONES (MILLONES DE EUROS)

1.443

04.2

BANCA DE PARTICULARES

PRODUCTOS CON ORIENTACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

Bankia juega un papel importante a la hora de velar por el impacto que supone la actividad de inversión y

financiación en aspectos sociales y ambientales. Por ello, ofrece un conjunto de productos y servicios con esta orientación para que clientes y consumidores tengan acceso a servicios financieros que facilitan el consumo responsable para mejorar el bienestar y la calidad de vida.

PRINCIPALES PRODUCTOS

SECTOR	DENOMINACIÓN DEL PRODUCTO	SEGMENTO DE CLIENTE	
	CONSUMO	Crédito Joven	Persona física joven
		Consumo Sostenible	Personas físicas
	FINANCIACIÓN	Préstamo Sostenible Negocios	Personas físicas Autónomos
	SEGUROS AGROPECUARIOS		Personas físicas y jurídicas con actividad agropecuaria-pesquera
	SEGURO PARA INSTALACIONES SOLARES FOTOVOLTAICAS		Pymes y empresas
	SEGUROS MÉDICOS		Personas físicas
	MEDIOS DE PAGO	Tarjeta ONG*	Personas físicas
	INVERSIÓN	Bankia Futuro Sostenible	Personas físicas / personas jurídicas

Préstamo personal universal para consumo (estudios, adquisición de mobiliario, compra de vehículo, etc.) para clientes con edad entre 18 y 30 años.

Préstamo para la financiación de proyectos sostenibles como vehículos ecológicos, reformas en viviendas para la mejora de la ecoeficiencia (calderas, ventanas, etc.) y electrodomésticos de bajo consumo.

Préstamo para la financiación de proyectos sostenibles como vehículos ecológicos, reformas en locales para la mejora de la ecoeficiencia y equipos e instalaciones de bajo consumo.

Cobertura para actividades correspondientes al sector agrario, ganadero y pesquero, y explotaciones relacionadas con ese sector.

Cobertura para daños de montaje, daños materiales, responsabilidad civil y pérdida de rendimiento por falta de sol (horas e intensidad).

Accesibilidad a la sanidad y atenciones privadas.

Tarjeta de débito o crédito por la cual Bankia contribuye a las asociaciones y fundaciones adheridas al programa ONG, cediendo un importe fijo anual por cada tarjeta operativa: 16€ por cada tarjeta de crédito y 8€ por cada tarjeta de débito.

Aplica criterios financieros y de inversión socialmente responsable excluyentes (no invierte en empresas que atenten contra la vida o dignidad humana), valorativos (lucha contra la pobreza, hambre, desigualdad, fomento de la salud, bienestar, consumo responsable, protección del medioambiente, Derechos Humanos y laborales) contribuyendo al impacto positivo a los ODS.

* En 2017, pertenecían al programa ONG un total de 379 organizaciones (siete con tarjeta ONG personalizada: Unicef, Acnur, Cruz Roja, Acción Contra el Hambre, Ayuda en Acción, Manos Unidas, Medicus Mundi y 372 ONG vinculadas a la tarjeta ONG genérica).

MEDIOS DE PAGO

El ejercicio 2017 ha sido el año de los pagos, tanto por la importancia de las cifras de negocio alcanzadas como por la multitud y calado de los nuevos proyectos que se han desarrollado.

La tarjeta cobra cada vez más importancia a la hora de hacer un pago, desplazando al efectivo en las transacciones familiares, un impulso que en gran parte viene dado por la evolución de las compras *online*.

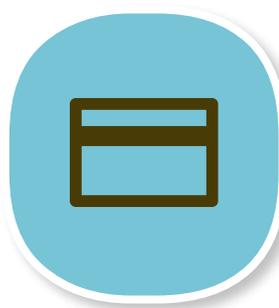
Este contexto ha favorecido que la facturación por compras en establecimientos físicos con tarjetas de Bankia aumentara en 2017 a un ritmo del 12% y del 23% en el ámbito digital, que aporta ya un 14% del volumen total de operaciones. El banco superó en 2017 los 7,2 millones de tarjetas emitidas, debido al esfuerzo de la red y al lanzamiento de nuevos productos, en especial los dirigidos a colectivos digitales (Tarjeta Crédito ON), profesionales y pymes (Tarjeta Solred) y nuevos clientes.

Consciente de las ventajas que ofrece la cartera digital Bankia Wallet, la entidad ha lanzado una nueva versión que incorpora nuevos servicios y soluciones, como el acceso con huella digital, la posibilidad de sacar dinero sin tarjeta o el apagado y encendido de tarjetas.

Respecto a las nuevas formas de pago, destaca la evolución de Bizum, solución nacional de la industria de pagos inmediatos que alcanza ya el millón de usuarios. Las actuaciones realizadas para difundirla entre los clientes del banco llevaron a alcanzar en 2017 una cuota del 8,03% en usuarios y del 9,86% en transacciones.

Bankia también ha sido pionera en el desarrollo a nivel nacional e internacional de los pagos inmediatos – transferencias 24x7 de IBAN a IBAN en tiempo real –, uniéndose a un reducido grupo de entidades en Europa.

Además, ha lanzado Bankia Ysi, una pasarela de pago que la entidad pone a disposición de sus clientes y que permite obtener financiación inmediata para realizar compras *online*.



7,2
MILLONES

Número total
de tarjetas
emitidas



1.846,4
MILLONES €

Importe de la
facturación con
tarjetas en comercio
electrónico

Nº total de tarjetas contactless	2.508.531
Nº total de TPV	125.344
Nº total de stickers de Bankia Wallet	93.356
Nº total de descargas de la aplicación Bankia Wallet	262.874

04.2

BANCA DE PARTICULARES

MULTICANALIDAD

Durante 2017 se siguieron cubriendo metas de la estrategia definida por Bankia en 2015 con el fin de acompañar a los clientes en el uso cada vez más extendido de los medios digitales.

Así, se potenció el servicio ‘Conecta con tu experto’, que ya suma más de 580.000 clientes y se ha convertido en una red comercial complementaria a la tradicional. Este servicio dispone de 511 gestores especializados y cuenta con un índice de satisfacción de clientes del 92,5%.

Además, Bankia se ha volcado en desarrollar y renovar servicios digitales tales como:

- **Bankia Online.** Esta área privada, que sustituye a la Oficina Internet, nació en julio de 2017. A través de ella se puede solicitar a un gestor que contacte con el cliente, compartir la pantalla o mantener una conversación a través de la web. Permite además el acceso a otras funcionalidades sin identificarse, lo que mejora la experiencia de usuario. Las novedades operativas abren la posibilidad de encendido o apagado de las tarjetas, de sacar dinero en cajeros sin necesidad de usarlas y de gestionar sus límites para los distintos tipos



92,5%

Índice de satisfacción de clientes ‘Conecta con tu experto’



511

Nº de gestores especializados ‘Conecta con tu experto’

I GRI 102-43

de operaciones. La contratación de productos se efectúa con los mínimos pasos posibles y se facilita el acceso a financiación preconcedida. Asimismo, se han comenzado a explorar nuevas formas de negocio en forma de colaboraciones con terceros.

- **Nueva app Bankia Wallet.** Con esta aplicación móvil se pueden realizar pagos instantáneos entre particulares a través de Bizum, pagar con el móvil

en comercios (solo para el sistema operativo Android) y consultar las tarjetas, entre otras posibilidades.

- **App Bankia.** Incorpora nuevas funciones de carácter comercial, como la contratación de depósitos o el acceso sencillo a ofertas de financiación. Otras novedades están orientadas a simplificar la operativa y la usabilidad, como la entrada directa a Bankia Wallet o la gestión de las transferencias periódicas.

- **Web pública Bankia.es.** Se ha implantado el alta *online* de nuevos clientes a través de vídeo y la posibilidad de recuperar las claves de acceso a los canales de Bankia. Los simuladores hipotecarios o de préstamos personales y los comparadores de fondos de inversión que contiene la web pública, todos ellos gratuitos, son medios que mejoran la experiencia del cliente y facilitan la venta. Bankia.es recibió una media de 268.176 visitas diarias durante 2017.

‘CONECTA CON TU EXPERTO’, UN SERVICIO CONSOLIDADO

‘Conecta con tu experto’, dirigido a clientes con perfil digital, ya se ha consolidado como un actor más dentro del sistema de distribución de Bankia. Algunas de las muchas ventajas con las que cuenta un creciente número de clientes de Bankia son la existencia de un gestor personal (siempre el mismo) para atender a quienes necesiten un asesoramiento especializado, la posibilidad de hacer cualquier trámite (salvo operaciones con efectivo) o disfrutar de un horario extendido.

En un principio, el servicio ‘Conecta con tu experto’ tenía el objetivo de alcanzar los 500.000 clientes en 2017. A cierre de 2017, este servicio atendía a 584.491 clientes en los centros multicanal situados en Madrid, Logroño, Valencia, Alicante, Canarias (Las Palmas y Tenerife) y Barcelona. En ellos trabajan 51 directores y 511 gestores, que complementan la red tradicional y están sentando las bases del nuevo modelo de distribución de Bankia.



584.491

Cientes ‘Conecta
con tu experto’

04.2

BANCA DE PARTICULARES

MODERNIZACIÓN DE CAJEROS

Bankia dispone de un parque de 5.016 cajeros, de los que 4.353 están instalados en oficinas y 663 son desplazados. A esta cifra hay que sumar los 1.070 dispositivos de

BMN. Gracias a las renovaciones de los últimos años, el banco está a la cabeza del sector en la implantación del modelo avanzado de estos dispositivos, en los que se pueden realizar más de 51 operaciones distintas, admiten operaciones más complejas y están presentes ya en el 80% de las oficinas.

LOS CAJEROS DE BANKIA PERMITEN REALIZAR 51 OPERACIONES DISTINTAS.

CÓMO SE RELACIONAN LOS CLIENTES CON BANKIA *

* Datos de octubre de 2017



5,67
MILLONES

Clientes Mayores de edad



En el marco de mejora de los canales de Bankia, a lo largo de 2017 se incorporaron nuevas funcionalidades a los cajeros, como la retirada de efectivo con el móvil gracias a la tecnología NFC, el reintegro sin tarjeta o la recarga de tarjetas de transporte mensuales y la nueva Tarjeta Multi del Consorcio Regional de Transporte de Madrid. El 65% de los cajeros son accesibles a personas con alguna discapacidad.

MARKETING DIGITAL

El desarrollo tecnológico está abriendo grandes oportunidades para ampliar e impulsar la actividad comercial del banco, razón por la que a lo largo del ejercicio se ha hecho hincapié en el desarrollo de campañas digitales y se ha trabajado para hacer más visible la imagen de Bankia en el medio digital.

Con el objetivo de captar clientes, la entidad ha desarrollado una intensa labor en Marketing de Buscadores (SEM), con 89 campañas, y se ha centrado en el Marketing de Afiliación, que le ha permitido aparecer en los principales comparadores financieros así como en soportes especializados.

Para optimizar la inversión en campañas digitales, el banco ha puesto en marcha un DMP (Data Management Platform) para poder unir los segmentos de clientes con las diferentes plataformas de publicidad y poder impactar en las personas correctas.

BIG DATA E INTELIGENCIA DEL NEGOCIO

La tecnología abre nuevos caminos a desarrollos novedosos que ya han empezado a ser una realidad en Bankia. Un ejemplo de ello es la explotación de la información que, mediante el uso del Big Data, facilita un mayor conocimiento del cliente. Otro ejemplo es la entrada en el negocio tradicional de la banca de nuevos jugadores y la posibilidad de explorar formas de colaboración con terceros que redunden en un beneficio mutuo.

Durante 2017 se implementó un nuevo motor de distribución de acciones comerciales que sirve para priorizar la oferta comercial que se ofrece a los clientes, dado que es necesario buscar el momento adecuado para relacionarse con ellos.

Para favorecer esta actividad también se ha desarrollado un motor de generación de eventos que facilitará la interacción con los clientes prácticamente en tiempo real.

