

05.3

COMUNICACIÓN



LA TRANSPARENCIA Y LA COMUNICACIÓN SON CLAVES PARA LA ESTRATEGIA DE LA ENTIDAD, PUES ES LA MANERA DE TRANSMITIR SU ACTIVIDAD, VISIÓN Y VALORES.

Siguiendo el principio de transparencia que rige toda la actividad del Grupo, Bankia trabaja para ofrecer a los medios de comunicación una información transparente y honesta a través de distintos canales e impulsa la participación de sus directivos en diversos foros con cobertura mediática.

En este sentido, la Dirección de Relación con Medios de Comunicación de la entidad está en contacto permanente con periodistas e intenta dar respuesta a todas las cuestiones que le plantean. Durante 2017 se publicaron 303 notas de prensa de Bankia y 199 de terceros y se organizaron 19 ruedas de prensa.

Además, Relación con Medios de Comunicación gestionó 81 vídeos y mantuvo 1.627 interacciones con periodistas.

La comunicación externa del banco se canaliza igualmente a través de la Dirección de Contenidos y Comunicación Digital, que gestiona las redes sociales de la entidad y diversos portales digitales mediante los cuales se da información sobre la actividad de Bankia y su entorno. Asimismo, esta Dirección contribuye a dar coherencia al discurso corporativo y mejorar los contenidos de la compañía.

Los esfuerzos de la entidad en esta materia han sido reconocidos por la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), que ha otorgado a José Ignacio Goirigolzarri, presidente del banco, el Premio Tintero 2017. El galardón reconoce la labor informativa del premiado, el ánimo de mejorar las políticas de comunicación y los mensajes claros y frecuentes a los medios de comunicación.

Este premio tiene un significado especial para Bankia, ya que es el resultado de cinco años de trabajo en defensa de la transparencia y de la información clara que tuvieron como punto de partida el Premio Secante recibido en 2012. Este galardón, también otorgado por la APIE, está dirigido a aquellas organizaciones que dificultan la labor informativa de los periodistas.



31.054

Seguidores



27.508

Seguidores



7.008

Suscriptores

MEDIOS SOCIALES

Con la vocación de estar donde se encuentran y comunican sus clientes, Bankia mantiene activos perfiles en las redes sociales de Twitter, Facebook, Youtube, Google+, Slideshare, Flickr y Vimeo en los que ofrece información sobre la entidad y se garantiza una comunicación bidireccional con sus grupos de interés. Además, Facebook y Twitter también ayudan a realizar labores de atención al cliente.

Tal es así, que durante el ejercicio se han atendido 3.308 consultas de clientes a través de estas dos redes, un 47% más que un año antes. Las tareas de atención al cliente mediante redes sociales se ven ampliadas a partir del segundo trimestre de 2018 con la puesta en marcha de un perfil específico, en el que ya se atenderán consultas de clientes de BMN.

Bankia cerró el ejercicio 2017 con 27.508 seguidores en Facebook y 31.054 seguidores en Twitter, además de con una comunidad de 7.008 suscriptores en Youtube.

La presencia del banco en redes sociales se vio reforzada en el mes de marzo de 2017 con el lanzamiento del perfil @BankiaTeCuenta en Snapchat, una red utilizada principalmente por jóvenes, segmento estratégico para la entidad.

El mapa *social media* de Bankia se amplió en enero de 2018, cuando se comenzó a utilizar la red social LinkedIn como canal de comunicación de contenidos corporativos. A lo largo del ejercicio, la entidad pondrá especial énfasis en formar a sus

profesionales en el manejo de redes sociales y contribuir a que actúen como embajadores de la marca Bankia a través de estos canales.

*JOSÉ IGNACIO GOIRIGOLZARRI
FUE DISTINGUIDO CON EL
PREMIO TINTERO DE LA APIE
POR FACILITAR LA LABOR
INFORMATIVA DE LOS MEDIOS.*

05.3

COMUNICACIÓN

ECOSISTEMA DIGITAL

El ecosistema digital de Bankia se compone de 29 portales: 13 corporativos, dos de empleados, seis de particulares, cinco de empresas y tres de agentes.

La Dirección de Contenidos y Comunicación Digital se encarga de la gestión de:

- **Bankia.com.** Portal corporativo y sede electrónica del banco destinado a cubrir las necesidades de información de sus *stakeholders* (medios de comunicación, analistas, accionistas, inversores y sociedad en general). Este portal se ha rediseñado en el primer trimestre de 2018, con una significativa mejora de sus funcionalidades y experiencia de usuario.
- **Blog Bankia.** Blog corporativo de la entidad que ofrece contenido divulgativo y de actualidad sobre temas de economía, economía doméstica, finanzas, negocio... Su público objetivo son pymes, autónomos y público general.
- **Bankia Responde.** Canal de comunicación en el que Bankia da respuesta a las preguntas corporativas y de gestión que plantean los ciudadanos.
- **En-acción.** Portal destinado a divulgar la huella social de Bankia, con contenidos especializados en acción social, FP Dual y patrocinio social.
- **Bankia Fintech.** Portal centrado en el ámbito fintech nacional e internacional en el que se publican las convocatorias de Bankia Fintech by Innsomnia, actualidad del sector, principales datos y agenda.
- **Dar Cuerda.** Portal de negocio que mensualmente ofrece información sobre el crédito que otorga Bankia.
- **BFA Tenedora de Acciones.** Portal que aloja toda la información referente a BFA.
- **Bankia Informe Anual.** Web que contiene los informes anuales de la entidad.
- **Bankia Trabajamos desde los Principios.** Portal con contenido relativo al grado del cumplimiento del Plan Estratégico 2012-2015.
- **Escolta València.** Portal en el que se recoge toda la información referida al patrocinio y apoyo a las bandas regionales en la Comunidad Valenciana.
- **FP Dual.** Portal dedicado a la Formación Dual en el que se detalla la información relativa a este tipo de becas.
- **Inveinte.** Herramienta gratuita lanzada por Bankia para ayudar a las empresas a conocer las ayudas oficiales a las que pueden optar.
- **Bankia Educación Financiera.** Portal lanzado en octubre de 2017 con el que se pretende ayudar a los ciudadanos, sean o no clientes de la entidad, a tener un mayor conocimiento de la terminología y de los productos financieros para que estén mejor formados a la hora de tomar decisiones sobre su economía.

También apoya la gestión de:

- **Bankia Estudios.** Web de análisis dirigida a evaluar, asesorar y promover el debate sobre las cuestiones económicas, bancarias y de actualidad.

COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

En 2017 se emprendió un proyecto para la mejora de las comunicaciones escritas a clientes. Su objetivo principal era aportar claridad y comprensión en todos los mensajes que emite el banco en los diferentes canales y herramientas. La puesta en marcha constó de tres fases:

- Elaboración de un diagnóstico y un análisis comparativo con el sector, a fin de identificar los puntos fuertes y débiles en lo que a estilo de comunicación escrita se refiere.

- Realización de la guía de estilo corporativa y unas pautas para la elaboración de las comunicaciones centralizadas y descentralizadas por los diferentes emisores.
- Rediseño de las comunicaciones más enviadas, así como la creación de un modelo de gobierno y los circuitos oficiales para la elaboración de comunicaciones.

A principios del 2018 se inició el envío a los clientes de los rediseños ejecutados, que corresponde al 80% del volumen total de comunicaciones. La meta es alcanzar el 100% a lo largo del año.

BANKIA RESPONDE, UNA APUESTA MÁS POR LA TRANSPARENCIA

El compromiso de Bankia con la transparencia ha quedado patente con el lanzamiento de Bankia Responde, un nuevo canal de comunicación *online* en el que la entidad resuelve las dudas a nivel corporativo y de gestión que plantean los ciudadanos, sean o no clientes de la entidad.

El banco da respuesta a las preguntas que recibe a través de este portal en un plazo máximo de tres días. Bankia Responde actúa, además, como un repositorio de preguntas y respuestas, convirtiéndose en un sitio de consulta en internet.

Desde su presentación en el mes de julio hasta el 31 de diciembre, Bankia Responde ha recibido 291 preguntas, de las que 62 se han respondido de forma pública y 125 de manera privada. Otras 102 han sido rechazadas por no estar relacionadas con la gestión del banco.

COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Bankia tiene un firme compromiso con el cumplimiento y aplicación de los principios y normas que regulan la actividad publicitaria de las entidades bancarias, de modo que todas las comunicaciones comerciales que emite respetan los valores de veracidad, objetividad, lealtad y honestidad.

El compromiso con el respeto a los valores indicados queda reflejado en:

- La existencia de una Política de Comunicaciones Comerciales a Clientes, aprobada por el Consejo de Administración, en la que se recogen los criterios y normas de obligado cumplimiento en el proceso de creación y lanzamiento de la publicidad de la entidad.
- La adscripción de Bankia a Autocontrol, asociación independiente para la autorregulación de la publicidad, y a la Asociación Española de Anunciantes, que es una asociación profesional sin ánimo de lucro que representa a las empresas anunciantes y que garantiza la ética, la responsabilidad y la eficiencia en la comunicación y el diálogo de las empresas con la sociedad, y defiende la libertad de competencia y comunicación.