



Comitè consultiu

# Accionistes

Reunió del 23 de març de 2015

## Participants en la reunió:

<b>Membres del Comitè Consultiu presents:</b>	<b>Comunitat autònoma</b>
Juan Luís Arias Escobar	Andalusia
Miguel Díaz-Llanos La Roche	Canàries
Ignacio Javier Rivas Serrano	Castilla i Lleó
Josep Maria Salvans Rifa	Catalunya
Ramón María Castelltort Tarrida	Catalunya
José Gabriel Martín Aguilar	Catalunya
María Dolores Alonso Vázquez	Catalunya
Juan María Pérez Ortiz	Catalunya
Juan Luis Payá Guitart	Catalunya
Ignacio Villalobos Motlló	Catalunya
Carlos Ávila García	Madrid
Miguel Ángel Urcelay Uribe	País Basc
Juan Luis Borrás Rodríguez	Comunitat Valenciana
Juan José Álamo Alfonso	Comunitat Valenciana

### **Personal de CaixaBank:**

Isidre Fainé – President de CaixaBank  
Antoni Massanell – Vicepresident de CaixaBank  
Jordi Gual – Director executiu de Planificació Estratègica i economista en cap  
Edward O’Loughlen – Director de Relació amb Inversors  
Merixell Soler – Directora de Relació amb Accionistes i secretària del Comitè  
Sergi Salvó – Relació amb Accionistes  
Antonio Jerez – Relació amb Accionistes  
August Masa – Relació amb Accionistes

## **Agenda del dia:**

### **10.30 h Benvinguda i esmorzar**

### **11.00 h Primera sessió de treball**

Presentació del grau d'avançament en la implantació de les millores proposades pel Comitè en la reunió del mes de novembre del 2014.

### **11.30 h Segona sessió de treball**

Presentació de les últimes iniciatives amb accionistes i valoració per part del Comitè.

### **12.00 h Tercera sessió de treball**

Propostes de temes per cobrir a la Junta General d'Accionistes.

### **13.00 h Presentació del Pla estratègic pel vicepresident, el Sr. Antoni Massanell**

### **14.00 h Dinar amb el president de CaixaBank, el Sr. Isidre Fainé**

### **16.00 h Quarta sessió de treball**

Aplicació del Pla estratègic en la relació amb accionistes detallistes.

### **17.30 h Fi de la jornada**

## Conclusions de les sessions de treball

### Grau d'avançament de les propostes de la reunió del novembre del 2014

#### 1. Potenciar l'ús de Twitter.

Accions que s'han portat a terme:

- Anàlisi del canal, juntament amb Comunicació, per detectar-ne totes les possibilitats d'explotació (ús dels vídeos, imatges i infografies), i també les línies de continguts per al 2015 que es difondran a través de Twitter (*posts* didàctics sobre conceptes d'economia al blog de "la Caixa", esdeveniments i trobades corporatives, resultats trimestrals, remuneració, operacions corporatives, etc.).
- S'ha contactat amb diverses agències especialitzades en el canal per demanar-los propostes de millora en el format i en la difusió de continguts.
- Amb tot, s'ha establert una línia per enriquir continguts i visualitzar-los el 2015.

Resultat obtingut:

- Des del gener, totes les iniciatives adreçades a accionistes es comuniquen fent servir contingut gràfic en el canal.
- S'ha elaborat un pla de continguts comú amb l'àrea de Comunicació per difondre, d'una manera més efectiva, continguts corporatius (resultats, pla estratègic, remuneració) i didàctics sobre conceptes d'economia.
- S'han començat a difondre vídeos elaborats per a altres canals (*newsletter*).
- Des del maig, s'ha pactat amb l'agència que coordina el perfil que elabori una proposta gràfica (imatge o infografia) per publicar un tuit diari, com a mínim.
- Actualment hi ha 1.598 seguidors, que representa un increment del 16,6% des de l'octubre del 2014.

**Grau de consecució: 100%**

#### 2. Reduir el cost de custòdia d'accions de Gas Natural i Abertis (a més de Telefónica i Repsol).

Accions que s'han portat a terme:

- S'ha traslladat al departament de Valors, el qual, a petició nostra, va iniciar contactes amb els departaments de Sistemes, Costos i Comptabilitat proposant un estudi de l'impacte de la proposta.

Resultat obtingut: la iniciativa s'ha desestimat per les valoracions rebudes.

- El cost elevat de creació, desenvolupament i manteniment de les eines que permeten el seguiment adequat de les carteres per a la correcta aplicació dels descomptes en cada cas.
- La reducció d'ingressos per comissions resultants per a l'entitat.
- Gas Natural i Abertis són participacions de l'accionista majoritari, no de CaixaBank.

**Grau de consecució: 0%**

### **3. Incorporar un enllaç entre Línia Oberta i el portal mòbil.**

Accions que s'han portat a terme:

- Es va analitzar, juntament amb els responsables del portal mòbil de CaixaBank i de "la Caixa", la possibilitat suggerida d'incorporar un enllaç des del portal mòbil de CaixaBank fins a la consulta de les carteres del client que estigués navegant pel portal mòbil de CaixaBank.
- Els responsables de "la Caixa" ens indiquen que la idea principal és tenir un punt d'accés únic a tots els serveis que "la Caixa" ofereix als clients i accionistes des del mòbil i que aquest punt d'accés és l'app actual de "la Caixa", des d'on es pot accedir tant a Línia Oberta com a Borsa Oberta i al portal mòbil de CaixaBank, i també a molts altres serveis.
- Afegir nous enllaços entre les diferents aplicacions i portals és una funcionalitat que, en comptes de facilitar la navegació, creuen que fins i tot pot arribar a confondre els clients. A més, totes les aplicacions i els portals són accessibles fàcilment d'una manera centralitzada a través de l'app de "la Caixa", amb un número reduït de clics.

Resultat obtingut: es desestima la proposta per les raons indicades anteriorment.

**Grau de consecució: 0%**

### **4. A les oficines A, valorar la creació d'un pack de benvinguda per a accionistes.**

Accions que s'han portat a terme:

- S'han fet diverses reunions/visites a les oficines A per tractar aquest assumpte i d'altres relacionats amb els accionistes.
- Per la nostra banda, tenim un document de propostes per desenvolupar a les oficines A, sobretot pel que fa a comunicació corporativa i d'avantatges per ser accionista, i també en el desenvolupament d'actes amb accionistes en aquestes oficines.
- Actualment, i després de gairebé dos anys de posar-ho en marxa, s'està analitzant el funcionament de tots els canals de comunicació i les activitats de les oficines A, per la qual cosa les noves iniciatives no es podran dur a terme fins que no acabi aquest procés.
- En qualsevol cas, el *pack* de benvinguda no era una de les prioritats per implementar, pel que fa a accionistes, a causa de la seva relació cost/benefici.

Resultat obtingut: parcial (es desenvoluparan altres iniciatives a les oficines A)

**Grau de consecució: 0%**

### **5. Més comunicació de les presentacions corporatives a través d'e-mail.**

Accions que s'han portat a terme:

- S'ha fet un *newsletter* corporatiu mensual que s'envia per correu electrònic als accionistes de l'entitat des del mes de febrer. Aquest material cobreix l'objectiu proposat de dues maneres:
  - Explica diverses qüestions d'actualitat sobre l'entitat d'una manera paral·lela a les reunions presencials. A més, es tracta d'un format digital amb diversos continguts visuals (*pop-ups*, vídeos) que faciliten la comprensió i l'assimilació de la informació comunicada, com també estan fent altres empreses cotitzades.

- S'ha incorporat una agenda al *newsletter* que informa de les pròximes trobades corporatives, perquè els accionistes que vulguin assistir en aquesta mena d'esdeveniments es puguin posar en contacte amb nosaltres i informar-se de la localitat o el lloc de la presentació, l'hora, etc.

Resultat obtingut:

- El nou *newsletter* s'està enviant cada mes a 168.000 accionistes. El percentatge d'obertures dels correus enviats és del 30%, estimat alt en aquest tipus d'enviaments.
- Com a projecte per al 2015, es crearà una secció a l'Espai de l'Accionista on estaran disponibles les presentacions actualitzades de les trobades corporatives. A més, s'espera poder-ne fer difusió en premsa local i per endavant de les trobades.

**Grau de consecució: 80%**

## **6. Vincular l'Obra Social a aquestes presentacions corporatives.**

Accions que s'han portat a terme:

- En les presentacions corporatives i en els cursos del programa Aula s'ha inclòs un vídeo en el qual es fa referència a l'Obra Social.
- En aquests mateixos actes s'ha indicat als delegats territorials, que són els encarregats de fer el discurs de benvinguda i la presentació de l'esdeveniment, que facin una menció especial a l'Obra Social i que aprofundeixin en les accions fetes en el seu territori.

Resultat obtingut: s'ha valorat molt positivament per part dels accionistes perquè han percebut la proximitat de l'Obra Social, que la majoria desconeixia.

**Grau de consecució: 100%**

## **7. A Línia Oberta, fer servir les eines de missatgeria ja creades i el mur per comunicar-se amb els accionistes.**

Accions que s'han portat a terme:

- S'ha elaborat un pla de coordinació amb l'equip d'e-laCaixa que coordina Stocktactics, la xarxa social d'inversors en renda variable amb accés a Línia Oberta. Aquest pla s'està executant des de finals del 2014.

Resultat obtingut:

Aquestes són les accions que s'estan portant a terme o que s'han planificat per al 2015:

- Per part de Stocktactics:
  - Enllaços a Stocktactics a vídeos formatius d'Aula i d'Accionistes LKXA.
  - Enllaços a Stocktactics a altres vídeos que llancem el 2015.
  - Publicació al mur de tuits de @AccionistaCABK que considerin rellevants (remuneració, resultats, conversions, etc.). Cada setmana compartim amb ells la planificació perquè estiguin informats dels tuits amb una previsió de 7 dies i els puguin seleccionar.

- Per part de Relació amb Accionistes:
  - Possibilitat de comunicar la xarxa/comunitat Stocktactics a la revista de l'Accionista, i també fer algun tuit sobre això.

**Grau de consecució: 50%**

### **8. Al nou newsletter, oferir informació en format molt sintètic, que s'ampliï amb un clic.**

Accions que s'han portat a terme:

- Al nou *newsletter* corporatiu s'han desenvolupat dues accions en aquesta línia:
  - A l'*e-mailing* que s'envia a l'accionista, i sense haver d'entrar directament a la secció específica, apareix el preu de tancament de l'acció en l'última sessió del mes anterior i la variació que ha tingut en percentatge durant el període. També apareix la quantitat anual de remuneració a l'accionista i el percentatge que suposa de rendibilitat. Si l'accionista en vol més informació (i les claus que expliquen l'evolució de la borsa durant el període), només ha de clicar aquesta informació.
  - En les diverses seccions s'ha intentat oferir la informació d'una manera molt sintètica i que sempre aparegui un botó de "Més informació" per ampliar la informació amb finestres emergents.

Resultat obtingut:

- Per grau d'obertures del *newsletter* i per adaptació als formats nous de consulta de la (internet, mòbil i *tablet*), considerem que l'objectiu s'ha cobert correctament. El nou *newsletter* suposa un pas important per a la digitalització de la informació a l'accionista.

**Grau de consecució: 100%**

## Presentació d'iniciatives de Relació amb Accionistes per al 2015 i valoració que en fa el Comitè

### **1. *Promovent la digitalització i l'automatització.***

- Nou sistema d'enviament d'invitacions que permet a l'accionista la possibilitat de confirmar l'assistència a través del mateix *e-mail*. Aquest sistema ens genera un fitxer d'assistents automatitzat.

### **2. *Potenciar el missatge corporatiu a accionistes.***

- S'han fet presentacions corporatives en el format habitual per a accionistes.
- S'ha adaptat la presentació corporativa per poder-la fer en tots els esdeveniments que ho permetin (visites guiades a exposicions, esdeveniments esportius...).

### **3. *Reforçar la comunicació als accionistes a través de la xarxa d'oficines.***

- Potenciació de l'Oficina de l'Accionista Itinerant en les oficines principals, coordinant-ho amb els directors d'àrea de negoci del territori i els directors de sucursals.

### **4. *Redissenyant la informació perquè s'adapti millor a les necessitats comunicatives, tant en format com en continguts i canals.***

- Nou *newsletter* corporatiu:
  - Substitueix l'informe mensual i el *newsletter* d'avantatges
  - Nous formats fent servir més infografies i vídeos
- Nou informe setmanal per a accionistes



## Propostes de temes per cobrir a la Junta General d'Accionistes

### 1. *Explicar als accionistes la nova política de remuneració. Exposar els motius de:*

- Per què es tornen a alternar els pagaments en efectiu amb els del programa Dividend/Acció?
- Per què no es faran tots els pagaments en efectiu el 2015/2016?
- Per què no s'ha ajustat la remuneració a 0,16 €?

### 2. *Centrar les preguntes dels accionistes a l'ordre del dia.*

### 3. *Cenyir les intervencions dels accionistes a 5 minuts.*

## Propostes de millora per part del Comitè

### 1. *Comunicació:*

- **Revista de l'Accionista i *newsletter***
  - Informar que els 500 milions d'euros que la Fundació Bancària destina a obra social procedeixen de Criteria i no dels beneficis de CaixaBank.
  - Difondre la posició de lideratge que CaixaBank manté en el mercat, com el primer banc espanyol a l'Estat.
  - Traslladar la feina feta per CaixaBank durant la crisi i com ha repercutit en els clients, accionistes i ciutadans.
  - Comunicar el nou Pla estratègic i desenvolupar cinc pilars bàsics per dur-lo a terme.
  - Compartir la nostra visió sobre el nou negoci bancari, centrat en l'omnicanalitat.
- **Esdeveniments presencials**
  - Potenciar les presentacions corporatives a la ciutat de Barcelona.

### 2. *Avantatges:*

- Limitar a 12 operacions anuals l'exempció de comissions bancàries en la compra d'accions de CaixaBank.
- Fer un estudi corporatiu d'avantatges financers a escala nacional i internacional.

### 3. *Altres:*

- Estudiar la possibilitat d'incloure publicitat a la revista de l'Accionista, per assegurar el manteniment de l'edició impresa, atès l'impacte destacat sobre la base accionarial.

- Explorar la possibilitat de fer la campanya “Accionista porta accionista”, oferint un obsequi a tots dos.
- Revisar temes tècnics del *newsletter*, relacionats amb la visualització òptima de vídeos i del color blau als dispositius iPad.