



Comité consultivo

Accionistas

Reunión 13 de noviembre de 2014

Participantes en la reunión:

Miembros del Comité Consultivo presentes:	Comunidad autónoma
Diego Romero Castillo	Andalucía
Juan Luís Arias Escobar	Andalucía
Miguel Díaz-Llanos La Roche	Canarias
Ignacio Javier Rivas Serrano	Castilla y León
Josep Maria Salvans Rifa	Cataluña
Ramon Maria Castelltort Tarrida	Cataluña
José Gabriel Martín Aguilar	Cataluña
María Dolores Alonso Vázquez	Cataluña
Juan María Pérez Ortiz	Cataluña
Juan Luis Payá Guitart	Cataluña
Ignacio Villalobos Motlló	Cataluña
Carlos Ávila García	Madrid
Ernesto Modrego Jiménez	Navarra
Juan Luis Borrás Rodríguez	Comunidad Valenciana
Juan José Álamo Alfonso	Comunidad Valenciana

Personal de CaixaBank:

Gonzalo Gortázar – Consejero delegado
Javier Pano – Director ejecutivo de Finanzas
Edward O’Loughlen – Director de Relación con Inversores
Meritxell Soler – Directora de Relación con Accionistas y secretaria del Comité
Íñigo Roy – Relación con Accionistas
August Masa – Relación con Accionistas
Sergi Salvó – Relación con Accionistas
Meritxell Quintana – Relación con Accionistas

Agenda del día:

- 10.00 h** Bienvenida y presentación a cargo del consejero delegado de CaixaBank, Sr. Gonzalo Gortázar
- 11.30 h** Desayuno
- 12.00 h** Presentación del grado de avance en la implantación de las mejoras propuestas por el Comité en la reunión de abril del 2014
- 12.30 h** Presentación de las últimas iniciativas realizadas con accionistas: valoración por parte del Comité Consultivo
Meritxell Quintana – Nuevo portal móvil Accionistas CaixaBank
Sergi Salvó – Accionistas LKXA
- 14.00 h** Almuerzo con el director ejecutivo de Finanzas de CaixaBank, Sr. Javier Pano
- 16.00 h** Presentación de iniciativas de Relación con Accionistas para el 2015 y valoración por parte del Comité
- 18.00 h** Fin de la jornada

Conclusiones de las sesiones de trabajo

Grado de avance de las propuestas de la reunión de abril del 2014

1. Enviar materiales de bienvenida a nuevos accionistas procedentes de canjes de bonos

Descripción:

Dar la bienvenida a los nuevos accionistas procedentes del canje de bonos convertibles y preferentes.

Acciones realizadas:

En el envío de la revista *Accionistas CaixaBank* de julio del 2014 se adjuntó una carta en la que se daba la bienvenida al accionista y se explicaba la revista y la alternancia entre correo postal y electrónico, las ventajas de ser accionista, el programa de formación Aula y el Comité Consultivo de Accionistas.

Grado de consecución: 100%

2. Valorar la posibilidad de acciones comerciales por la red con acciones de CaixaBank

Descripción:

Se han realizado iniciativas formativas e informativas a los empleados de la entidad, con la finalidad de crear "cultura de la acción".

Acciones realizadas:

- Comunicación de la iniciativa a los llamados "referentes", figura que consideramos clave para la comunicación a todas las oficinas. El objetivo es mantener un canal abierto de información con los gestores de clientes y accionistas.
- Multiconferencias trimestrales con los gestores de Banca Personal de cada delegación territorial y, de forma agregada, con los gestores de Banca Privada, con la finalidad de repasar los resultados y los principales mensajes.
- Utilización de la intranet como instrumento de difusión de los principales mensajes a toda la red.

Grado de consecución: 75%

3. Segmento infantil/joven

Propuestas del Comité:

- Programas de compra de acciones para niños
- Comité Consultivo de jóvenes
- Concurso '¿Cómo imaginas CaixaBank dentro de diez años?' para jóvenes de 18 a 20 años.

Descripción:

- Creación de un programa para jóvenes que pueda englobar todas las actividades futuras con este colectivo.
- Se ha descartado la creación de más acciones específicas para jóvenes por tratarse de una masa accionarial no crítica, teniendo en cuenta las limitaciones de recursos.
- Se contempla la posibilidad de crear una cuenta de inversión para menores.

Acciones realizadas:

- Programa Accionistas LKXA
 - o Lanzamiento del programa.
 - o Comunicación en "Finanzas e inversión", Twitter y blog de "la Caixa".
 - o Pendiente campaña en medios.
 - o Visita a los Servicios Centrales con un grupo de jóvenes.

Grado de consecución: 75%

4. Trasladar la necesidad de ofrecer un servicio competitivo de bróker

Descripción:

Los accionistas de CaixaBank transmiten la necesidad de disponer de herramientas competitivas para la gestión de sus acciones custodiadas en CaixaBank, a través de Línea Abierta y, en concreto, de Bolsa Abierta. Consideran que esta última no era una herramienta útil ni competitiva respecto a otras herramientas de inversión *on-line* del mercado.

Entre las necesidades expuestas destacan:

- Seguimiento de mercados en tiempo real.
- Herramientas de análisis técnico de mercados.
- Facilidad de gestión de operaciones complejas.

Acciones realizadas:

- Se transmiten a los equipos responsables de la aplicación Bolsa Abierta las demandas de nuestros accionistas.
- Se inicia un proyecto de revisión y mejora de dicha herramienta que se planifica durante los nueve primeros meses del año 2014.
- Finalmente, en octubre del 2014 se finaliza la nueva herramienta de inversión *on-line* de CaixaBank a través de Bolsa Abierta, que dispone de tres niveles de uso, en función del perfil de los inversores: tiempo real, *streaming* y profundidad de mercado. Además, mejora las ventajas financieras obtenidas al contratarla.

Grado de consecución: 100%

5. Reducir los costes de mantenimiento en depositaría de acciones de Telefónica y Repsol

Descripción:

Gestionar la captación y mantenimiento de las acciones de estas dos participadas por CaixaBank.

Acciones realizadas:

- Se están valorando las diferentes alternativas, con la finalidad de presentar una propuesta atractiva a los departamentos de Valores y Comisiones.

Grado de consecución: 0%

6. Potenciar el uso de las redes sociales (Twitter)

Descripción:

- Mantenimiento del canal Twitter para los accionistas de CaixaBank con información sobre la remuneración, formación y ventajas. Reconocido como perfil Twitter pionero entre las empresas del IBEX-35, como canal exclusivo de información dedicado a accionistas.
- Participación en canales corporativos del Grupo "la Caixa" para el lanzamiento y difusión de contenidos destinados a accionistas (blog de "la Caixa", Canal Youtube, etc.).

Acciones realizadas:

Difusión diaria de datos sobre la cotización: informe diario de mercados (tuit mañana) / datos del cierre de la cotización (al cierre de mercado, aprox. 18.00 h).

Información puntual ofrecida a los accionistas de CaixaBank sobre contenidos de interés: información sobre la remuneración (calendario), resultados, etc.

Difusión de las ventajas y ofertas exclusivas en vigor para accionistas de CaixaBank.

Planificación y colaboración en la difusión de mensajes corporativos a través de RT de mensajes del perfil @InfoCaixa.

Grado de consecución: 100%

Presentación de las últimas iniciativas realizadas con accionistas: valoración por parte del Comité Consultivo

Nuevo portal móvil Accionistas CaixaBank (presentación a cargo de Meritxell Quintana)

El nuevo portal móvil Accionistas CaixaBank está disponible desde octubre del 2014.

Objetivos iniciales:

- Mayor enfoque a los temas e información de interés para los accionistas.
- Nueva estructura de navegación.
- Incorporación de nuevas funcionalidades (p. ej. apertura de archivos PDF) y nuevas secciones.

Principales novedades:

- Rediseño:
 - Nuevo diseño priorizando componentes más visuales.
 - Mejor navegación: acceso directo desde la página inicial a la mayoría de contenidos, a través de una estructura más intuitiva y directa.
- Nuevos contenidos:
 - Mayor relevancia del gráfico de cotización en la página inicial.
 - Acceso directo a las notas de prensa y hechos relevantes.
 - Incorporación de la nueva sección “Dividendos”.
 - Elementos más visuales para los contenidos sobre ventajas para accionistas.

Accionistas LKXA (presentación a cargo de Sergi Salvó)

Objetivo:

- Crear un programa dirigido a jóvenes accionistas (de entre 14 y 30 años, y a partir de los 18 años para los eventos) en coordinación con LKXA.
- Fidelizar a estos accionistas a través de acciones específicamente dirigidas a ellos en los ámbitos de la educación, el ocio y los concursos.
- Acercar la información corporativa a los jóvenes accionistas.

Incluye tres aspectos:

- Formación: la base del programa, tanto *on-line* (finanzas y mercado de valores) como presencial (sesiones de Aula). Se realiza en colaboración con centros formativos de prestigio.
- Eventos corporativos: visitas a Servicios Centrales de CaixaBank, al Palacio de la Bolsa...; asistencia a la Junta General de Accionistas, etc.
- Ventajas: en coordinación con el programa de clientes LKXA (concursos, eventos deportivos, patrocinios corporativos, etc.).

Presentación de iniciativas de Relación con Accionistas para el 2015 y valoración por parte del Comité

1. Presencia en las Oficinas A

Aprovechar este espacio de innovación para integrar los contenidos de comunicación e información para accionistas.

El objetivo principal es hacer partícipes a los clientes no accionistas.

- Proyección del vídeo de iniciativas a accionistas en las pantallas de la entrada.
- Dispositivos de consulta (*tablets*). En el menú de navegación específico creado para estos dispositivos, incluir un punto de acceso a “Accionistas CaixaBank”; difundir los materiales *on-line* editados (revista *Accionistas*, Guía del Accionista, folletos), y publicitar los concursos para que los accionistas puedan participar en la zona de espera.
- Información a través de la revista *Accionistas* de la progresiva apertura de las diferentes Oficinas A.
- Cursos de formación exprés (mediodías) en formato reducido.

2. Potenciar las presentaciones corporativas

Realizar encuentros corporativos en los que se presentan tanto los resultados como la estrategia de la compañía, con la finalidad de ofrecer una visión global de lo que es CaixaBank y su capacidad de generación de valor para el accionista.

Potenciar los encuentros presenciales más masivos con accionistas actuales y futuros, con la finalidad de mejorar la cercanía y la transparencia de la entidad.

Se pretende que los accionistas identifiquen estas reuniones como encuentros periódicos donde CaixaBank reconozca su situación de accionista, además de la de cliente.

3. Desarrollar la presencia en Línea Abierta

Más de cinco millones de clientes realizan operaciones diarias a través de Línea Abierta, siendo CaixaBank líder europeo de banca *on-line*.

Proponemos aumentar la presencia en Línea Abierta del Espacio del Accionista. Los clientes y accionistas tendrán así la posibilidad de conocer todas las ventajas que CaixaBank ofrece a sus accionistas, a la vez que realizan sus operaciones más habituales.

Se trata de dinamizar los contenidos de forma que incorporen las ventajas y los concursos vigentes en cada momento, la información sobre pago de dividendos y su rentabilidad, así como la información relativa a la Junta o los diferentes informes para accionistas.

El objetivo final es que los clientes y accionistas perciban Línea Abierta como uno más de los espacios de referencia donde encontrar toda la información necesaria sobre CaixaBank y la acción.

4. Nueva *newsletter* corporativa

La nueva *newsletter* Accionista CaixaBank sustituirá a la actual *newsletter* de ventajas que se envía la última semana de cada mes.

El objetivo es incorporar contenidos corporativos a la nueva *newsletter* electrónica:

- Novedades sobre la entidad (operaciones corporativas, resultados trimestrales, remuneración al accionista).
- Cuestiones relacionadas con CaixaBank y el Grupo "la Caixa" (posicionamiento en innovación, proyectos de la Obra Social, nuevos servicios para clientes, etc.).
- Novedades relacionadas con los accionistas (próximos eventos corporativos, cursos de formación, ventajas, etc.).

Se utilizarán enfoques similares a los de la revista *Accionistas* para la elaboración de los artículos sobre información corporativa: entrevistas a miembros del equipo directivo, maquetación visualmente atractiva y vídeos explicativos.

5. Nuevos vídeos en la web corporativa

Explicar cuestiones corporativas de interés para el accionista o dar formación sobre determinados temas, a través de vídeos de 3-4 minutos disponibles en la web corporativa de CaixaBank. Los vídeos propuestos para el 2015 son los siguientes:

- Cómo funciona un banco
- La remuneración al accionista
- Cómo se interpreta la cuenta de resultados trimestrales
- Resultados trimestrales de CaixaBank
- Todo lo que significa ser accionista de CaixaBank

Los vídeos estarán disponibles en abierto en las secciones del Espacio del Accionista y Aula.

6. Mejora de la calidad de la atención primaria

Proyecto de mejora de los canales de atención primaria al accionista (*call center* y *mail center*), que consiste en una reformulación de los procedimientos que permitan:

- Reducir el tiempo de espera del accionista
- Mayor calidad de la respuesta
- Redireccionamiento inmediato de aquellas llamadas que no pertenezcan al servicio

Propuestas de mejora realizadas por el Comité

- Potenciar el uso de Twitter.
- Reducir el coste de custodia de acciones de Gas Natural y Abertis (además de Telefónica y Repsol, como ya se propuso).
- En el portal móvil, incorporar enlace a Línea Abierta.
- En las Oficinas A, valorar la creación de un *pack* de bienvenida para accionistas.
- En las presentaciones corporativas:
 - o Mayor comunicación de las presentaciones corporativas vía *e-mail*.
 - o Vincular la Obra Social en estas presentaciones corporativas.
- En Línea Abierta, utilizar las herramientas ya creadas de mensajería y el muro para comunicarse con accionistas.
- En la nueva *newsletter*:
 - o Ofrecer información en formato muy sintético, que se amplíe con un clic.
 - o Incluir repositorio en la web corporativa.
- En formación:
 - o Segmentar por niveles
 - o Identificar el nivel de la formación
 - o Potenciar tests de autoevaluación

Algunos miembros del Comité Consultivo de Accionistas de CaixaBank nos han hecho llegar propuestas adicionales que recogemos a continuación:

- Aumentar el descuento de accionista en la compra de inmuebles en Servihabitat, del 6% al 10%.
- Fomentar la comunicación sobre tecnología.
- Incluir una *app* en el portal móvil que permita confirmar la asistencia a eventos y anotarlos en la agenda del usuario.