



Comitè Consultiu

Reunió del 17 de novembre de 2015

Participants en la reunió:

Membres del Comitè Consultiu presents	Comunitat Autònoma
Juan Luis Arias Escobar	Andalusia
Miguel Díaz-Llanos La Roche	Canàries
Ignacio Javier Rivas Serrano	Castella i Lleó
Josep Maria Salvans Rifa	Catalunya
Pablo García Pérez	Madrid
José Gabriel Martín Aguilar	Catalunya
María Dolores Alonso Vázquez	Catalunya
Maria Carme Pons Gatell	Catalunya
Juan Luis Payá Guitart	Catalunya
Ignacio Villalobos Motlló	Catalunya
Carlos Ávila García	Madrid
María de los Ríos Jurado	Andalusia
Miguel Ángel Urcelay Uribe	País Basc
Juan Luis Borrás Rodríguez	Comunitat Valenciana
José Antonio Conde Salazar	Castella i Lleó

Personal de CaixaBank

Gonzalo Gortázar – Conseller Delegat
Javier Pano – Director executiu de Finances
Edward O’Loghlen – Director de Relació amb Inversors
Meritxell Soler – Directora de Relació amb Accionistes i Secretària del Comitè
Sergi Salvó – Relació amb Accionistes
Íñigo Roy – Relació amb Accionistes
Antonio Jerez – Relació amb Accionistes
August Masa – Relació amb Accionistes

Agenda del dia:

Reunió del 17 de novembre de 2015

Agenda

10.00 h Benvinguda i esmorzar.

10.30 h Presentació a càrrec del Conseller Delegat de CaixaBank, Sr. Gonzalo Gortázar.

11.30 h Presentació dels nous membres del Comitè.

12.00 h Primera sessió de treball.

Presentació del grau d'avançament en la implantació de les millores que va proposar el Comitè en la reunió del mes de març del 2015.

12.45 h Segona sessió de treball.

Valoració de les iniciatives i posicionament per comparació del departament de Relació amb Accionistes.

13.45 h Dinar amb el Director executiu de Finances de CaixaBank, Sr. Javier Pano, i el Director de Relació amb Inversors, Sr. Edward O'Loghlen.

16.00 h Tercera sessió de treball.

Presentació del pla d'acció per al 2016 i de les noves iniciatives.

Publicació de la base accionarial, a càrrec d'Antonio Jerez.

Vídeos i transició de "marca", a càrrec d'Íñigo Roy.

Nou format d'Aula, a càrrec de Sergi Salvó.

17.30 h Fi de la jornada.

Conclusions de les sessions de treball

Primera sessió de treball:

Grau d'avançament de les propostes de la reunió del març

1. *Informar que els 500 milions d'euros de pressupost que la Fundació Bancària destina a obra social procedeixen de Criteria, no dels beneficis de CaixaBank.*

Accions que s'han dut a terme:

- Vídeo-entrevista al *newsletter* a Elisa Durán, Directora General adjunta de la Fundació Bancària "la Caixa", explicant el rol, els pressupostos i els projectes de l'Obra Social.
- Menció en l'article del *newsletter* sobre la base accionarial del pressupost anual de l'Obra Social.
- Articles a la revista *Accionistes* sobre el pressupost i els projectes de la Fundació.

Resultat obtingut:

- Més difusió del tema plantejat.

Grau de consecució: 100 %

2. *Difondre la posició de lideratge que CaixaBank manté en el mercat, com a primer banc espanyol a Espanya.*

Accions que s'han dut a terme:

- *Newsletter* del mes d'octubre centrat en el lideratge de l'entitat en banca detallista.
- Vídeo-entrevista sobre el tema a Jordi Nicolau, Director territorial de Barcelona.
- Transparència sobre aquesta qüestió en la presentació corporativa.

Resultat obtingut:

- Més difusió del tema plantejat.

Grau de consecució: 100 %

3. *Traslladar la feina feta per CaixaBank durant la crisi i com ha repercutit en els clients, accionistes i ciutadans.*

Accions que s'han dut a terme:

- S'inclou transparència en totes les presentacions corporatives sobre com CaixaBank ha actuat de manera diferent davant dels problemes de reputació del sector (ajuts públics, venda de productes complexos, govern corporatiu).
- L'article sobre informació corporativa del *newsletter* del mes de desembre estarà enfocat cap a aquest tema.

Resultat obtingut:

- Difusió focalitzada en els esdeveniments presencials.
- Amb el *newsletter* del desembre obtindrem un impacte més gran.

Grau de consecució: 50 %

4. *Comunicar el nou pla estratègic i desenvolupar els cinc pilars per assolir-lo.*

Accions que s'han dut a terme:

- El *newsletter* del mes d'abril es va centrar en aquesta qüestió.
- Es va fer un vídeo-entrevista a Jordi Gual, Director executiu de Planificació Estratègica i economista en cap de CaixaBank.
- L'article i la transcripció de l'entrevista també es van incloure a la revista *Accionistes* del juny/juliol 2015.
- Els cinc punts del pla estratègic han estat el pilar fonamental de les presentacions corporatives durant el 2015.

Resultat obtingut:

- Més difusió del contingut esmentat.

Grau de consecució: 100 %

5. *Compartir la nostra visió sobre el nou negoci bancari, centrat en l'omnicanalitat.*

Accions que s'han dut a terme:

- Article sobre la digitalització i la inversió contínua de CaixaBank en innovació, al *newsletter* del mes de juny.
- Vídeo-entrevista a Benjamí Puigdevall, Director General d'e-laCaixa.
- Rèplica de l'article i de l'entrevista a la revista *Accionistes* del juliol.
- Transparència en la presentació corporativa sobre la multicanalitat i sobre el repte d'avançament en la digitalització del pla estratègic.

Resultat obtingut:

- Difusió del contingut.

Grau de consecució: 100 %

6. *Potenciar les presentacions corporatives a la ciutat de Barcelona.*

Accions que s'han dut a terme:

- S'ha fet un exercici d'adaptació de la presentació corporativa amb la finalitat de poder-la fer servir en la majoria dels actes, posant el focus a la ciutat de Barcelona.

Resultat obtingut:

- L'any 2014 s'han fet 4 presentacions:
 - 2 esmorzars, 2 CaixaForum
- L'any 2015 s'han fet 7 presentacions:
 - 2 esmorzars, 3 CaixaForum, 1 CosmoCaixa, 1 altres actes

Grau de consecució: 75 %

7. Limitar a 12 operacions anuals l'exempció de comissions bancàries en la compra d'accions de CaixaBank.

Accions que s'han dut a terme:

- S'ha procedit a traslladar la iniciativa al departament corresponent (Mesa d'Intermediació), que està valorant els costos del desenvolupament tecnològic necessari versus l'estalvi del cost de les comissions.

Resultat obtingut:

- En estudi.

Grau de consecució: 50 %

8. Elaborar un estudi comparatiu d'avantatges financers a escala nacional i internacional.

Accions que s'han dut a terme:

- S'ha procedit a fer una consulta sobre els webs dels principals bancs espanyols (5), francesos (3), alemanys (5), danesos (3), holandesos (3), italians (3), irlandesos (3) i noruec (1).

Resultat obtingut:

- Només s'han trobat programes de fidelització en bancs espanyols i francesos.
- En el cas dels bancs francesos, els programes de fidelització se centren en avantatges no financers, concretament en entrades a esdeveniments culturals i esportius que ells mateixos patrocinen.
- En el cas dels bancs espanyols, els programes de fidelització disposen d'avantatges financers i no financers.

CaixaBank ofereix als accionistes els mateixos avantatges financers que els bancs més actius, encara que manté la seva política comercial de no oferir l'exempció de les comissions d'administració i manteniment del compte corrent associat. Actualment només ofereix aquest avantatge un sol banc.

Grau de consecució: 100 %

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

Accions que s'han dut a terme:

- S'està valorant la possibilitat d'incloure a la revista *Accionistes* i als *newsletters* del 2016:
 - Articles sobre les gammes de producte de CaixaBank.
 - Publicitat (en contraportada) de productes com ara fons d'inversió o plans de pensions.

Resultat obtingut:

- Encara no s'ha fet.

Grau de consecució: 0 % (pendent de fer)

10. Explorar la possibilitat de fer la campanya "Accionista porta accionista", oferint-los a tots dos un obsequi.

Accions que s'han dut a terme:

- Es desestima la iniciativa per les implicacions legals que pot tenir per a l'entitat el fet de fomentar la venda d'accions de la companyia.

Resultat obtingut:

- S'estan estudiant altres opcions per fomentar la prescripció d'accions de CaixaBank per altres canals.

Grau de consecució: 100 %

11. Revisar temes tècnics del newsletter, relacionats amb la visualització òptima de vídeos i del color blau en dispositius iPad.

Accions que s'han dut a terme:

- S'han fet reunions amb el proveïdor de maquetació del *newsletter* i amb el proveïdor d'enviament d'*e-mailings* per optimitzar els formats d'enviament del *newsletter*.
- S'ha revisat la gamma cromàtica que es fa servir al *newsletter* perquè es pugui visualitzar correctament.

Resultat obtingut:

- Disminució significativa de les incidències reportades.

Grau de consecució: 100 %

Segona sessió de treball:

Valoració d'iniciatives i posicionament per comparació del departament de Relació amb Accionistes

Aquesta sessió de treball va tenir un caràcter qualitatiu i estava orientada a conèixer l'opinió dels membres del Comitè sobre els diversos canals de comunicació que s'ofereixen als accionistes actualment, tant en informació financera com en informació corporativa i d'avantatges per a accionistes.

Les iniciatives sobre les quals es va debatre van ser:

- Informe diari
- Informe setmanal
- *Newsletter*
- Revista
- Canal Twitter

Valoració per part del Comitè:

	Rellevància per als accionistes
Revista	8
Newsletter	8,83
Inf. Diari	4,5
Inf. Setmanal	7,6

Valoració: 1, molt millorable – 10, excel·lent

Conclusions:

- La iniciativa més ben valorada va ser el **newsletter**. el Comitè el considera actualment com la millor opció de comunicació pel potencial que ofereix degut a la seva versatilitat en el format i la inclusió de vídeos.
- D'altra banda, la iniciativa pitjor valorada va ser l'**informe diari**, ja que el Comitè considera que ha quedat obsolet amb l'aparició de canals nous, com ara el perfil de Twitter o l'informe setmanal, el qual afegeix una visió més àmplia i, per tant, més valor en termes de comunicació.

Per acabar, vam fer un qüestionari amb la finalitat de saber com percep el Comitè el posicionament de CaixaBank respecte d'altres companyies de l'IBEX. Els vam preguntar la seva percepció sobre qui:

- Comunica millor la informació financera de la companyia.
- Comunica millor el dia a dia de la companyia.
- Utilitza millor les noves tecnologies amb els seus accionistes.
- Fa esdeveniments més interessants.
- Ofereix avantatges millors.
- Lidera la relació amb els accionistes.

Valoració per part del Comitè:

	CAIXABANK	Posició vs Comparables
Comunica millor la informació financera de la companyia	8,18	Primer
Comunica millor el dia a dia de la companyia	7,9	Primer
Utilització millor les noves tecnologies amb els seus accionistes	8,81	Primer
Realitza esdeveniments més interessants	7,72	Primer
Ofereix millors avantatges	7,36	Segon
Lidera la relació amb accionistes	8,09	Primer

Valoració: 1, molt millorable – 10, excel·lent

Conclusions:

- El Comitè percep CaixaBank com l'entitat més ben posicionada en termes d'iniciatives per a accionistes, excepte en avantatges ("Ofereix avantatges millors"), que el situa en segona posició.

Tercera sessió de treball:

Presentació del pla d'acció per al 2016

Per al 2016, ens proposem continuar avançant en la comunicació efectiva i l'atenció a accionistes seguint aquests objectius:

- Millorar la **qualitat** en l'atenció a l'accionista.
- Fomentar el **contacte directe** amb els accionistes en diversos formats.
- Promoure la **relació digital** amb els accionistes.
- Valorar el programa **Aula, formació per a Accionistes**.
- Donar suport als **gestors de la xarxa** en la seva relació amb els accionistes i, alhora, fomentar la cultura corporativa.
- Donar suport als **diversos negocis** de CaixaBank, tant des de la comunicació com en la participació en esdeveniments.

En la reunió, es van presentar als membres del Comitè Consultiu algunes iniciatives que responen als objectius marcats.

Propostes de millora per part del Comitè

1. Comunicació:

- **Informes i revista**
 - Informe diari: valorar la possibilitat d'eliminar-lo i el traspàs dels continguts més consultats a altres canals que permetin una difusió més immediata.
 - Informe setmanal: se suggereix ampliar-ne la informació amb continguts de l'informe diari adaptats al marc setmanal.
 - Revista: valorar la possibilitat d'introduir-hi apartats amb un enfocament més lúdic, amb la finalitat de fer-la més atractiva.
- **Altres**
 - Comunicar als accionistes el lideratge tecnològic de CaixaBank posant en valor els premis que ha rebut.

2. Altres:

- Estudiar la possibilitat de tenir presència en altres xarxes socials, com LinkedIn.
- Revisar temes tècnics del concurs "Encerti la cotització", ja que alguns navegadors no permeten totes les funcionalitats.