



Comité Consultivo

Reunión 17 de noviembre de 2015

Participantes en la reunión:

Miembros del Comité Consultivo presentes:	Comunidad Autónoma
Juan Luis Arias Escobar	Andalucía
Miguel Díaz-Llanos La Roche	Canarias
Ignacio Javier Rivas Serrano	Castilla y León
Josep Maria Salvans Rifa	Cataluña
Pablo García Pérez	Madrid
José Gabriel Martín Aguilar	Cataluña
María Dolores Alonso Vázquez	Cataluña
Maria Carme Pons Gatell	Cataluña
Juan Luis Payá Guitart	Cataluña
Ignacio Villalobos Motlló	Cataluña
Carlos Ávila García	Madrid
María de los Ríos Jurado	Andalucía
Miguel Ángel Urcelay Uribe	País Vasco
Juan Luis Borrás Rodríguez	Comunidad Valenciana
José Antonio Conde Salazar	Castilla y León

Personal de CaixaBank

Gonzalo Gortázar – Consejero Delegado
Javier Pano – Director ejecutivo de Finanzas
Edward O’Loghlen – Director de Relación con Inversores
Meritxell Soler – Directora de Relación con Accionistas y Secretaria del Comité
Sergi Salvó – Relación con Accionistas
Íñigo Roy – Relación con Accionistas
Antonio Jerez – Relación con Accionistas
August Masa – Relación con Accionistas

Agenda del día:

Reunión del 17 de noviembre de 2015

Agenda

10h00 Bienvenida y desayuno.

10h30 Presentación a cargo del Consejero Delegado de CaixaBank, Sr. Gonzalo Gortázar.

11h30 Presentación de los nuevos miembros del Comité.

12h00 Primera sesión de trabajo.

Presentación del grado de avance en la implantación de las mejoras propuestas por el Comité en la reunión de marzo de 2015.

12h45 Segunda sesión de trabajo.

Valoración de las iniciativas y posicionamiento por comparación del departamento de Relación con Accionistas.

13h45 Almuerzo con el Director ejecutivo de Finanzas de CaixaBank, Sr. Javier Pano y el Director de Relación con Inversores, Sr. Edward O’Loughlen.

16h00 Tercera sesión de trabajo.

Presentación del plan de acción para 2016 y de las nuevas iniciativas.

Publicación de la base accionarial, a cargo de Antonio Jerez.

Vídeos y transición de “marca”, a cargo de Iñigo Roy.

Nuevo formato de Aula, a cargo de Sergi Salvó.

17h30 Fin de la jornada.

Conclusiones de las sesiones de trabajo

Primera sesión de trabajo:

Grado de avance de las propuestas de la reunión de marzo.

1. *Informar que los 500 millones de euros de presupuesto que la Fundación Bancaria destina a obra social proceden de Critería y no de los beneficios de CaixaBank.*

Acciones realizadas:

- Vídeo entrevista en newsletter a Elisa Durán, Directora General adjunta de la Fundación Bancaria “la Caixa”, explicando el rol, presupuestos y proyectos de la Obra Social
- Mención en el artículo de la newsletter sobre la base accionarial del presupuesto anual de la Obra Social
- Artículos en la Revista del accionista sobre presupuesto y proyectos de la Fundación

Resultado obtenido:

- Mayor difusión del tema planteado

Grado de consecución: 100%

2. *Difundir la posición de liderazgo que CaixaBank mantiene en el mercado, siendo el primer banco español en España.*

Acciones realizadas:

- Newsletter del mes de octubre centrada en el liderazgo de la entidad en banca minorista
- Vídeo-entrevista sobre el tema a Jordi Nicolau, Director territorial de Barcelona
- Transparencia sobre esta cuestión en la presentación corporativa

Resultado obtenido:

- Mayor difusión del tema planteado

Grado de consecución: 100%

3. Trasladar el trabajo realizado por CaixaBank durante la crisis y cómo ha repercutido en los clientes, accionistas y ciudadanos.

Acciones realizadas:

- Se incluye transparencia en todas las presentaciones corporativas sobre como CaixaBank ha actuado de forma diferente ante los problemas de reputación del sector (ayudas públicas, venta de productos complejos, gobierno corporativo)
- El artículo sobre información corporativa de la newsletter de diciembre estará enfocado en este tema

Resultado obtenido:

- Difusión focalizada en los eventos presenciales
- Con la newsletter de diciembre obtendremos un mayor impacto

Grado de consecución: 50%

4. Comunicar el nuevo Plan Estratégico y desarrollar los cinco pilares para su consecución.

Acciones realizadas:

- La newsletter del mes de abril estuvo centrada en esta cuestión
- Se realizó un vídeo-entrevista a Jordi Gual, Director ejecutivo de Planificación Estratégica y economista jefe de CaixaBank
- El artículo y la transcripción de la entrevista se incluyeron también en la Revista del Accionista de junio/julio 2015
- Los cinco puntos del Plan Estratégico han sido el pilar fundamental de las presentaciones corporativas en 2015

Resultado obtenido:

- Mayor difusión del contenido citado

Grado de consecución: 100%

5. *Compartir nuestra visión acerca del nuevo negocio bancario, centrado en la omnicanalidad.*

Acciones realizadas:

- Artículo sobre la digitalización y la inversión continua de CaixaBank en innovación en la newsletter del mes de junio
- Vídeo-entrevista a Benjamí Puigdevall, Director General de e-laCaixa
- Réplica del artículo y de la entrevista en la Revista del Accionista de julio
- Transparencia en presentación corporativa sobre la multicanalidad y sobre el reto de avance en digitalización del plan estratégico

Resultado obtenido:

- Difusión del contenido

Grado de consecución: 100%

6. *Potenciar las presentaciones corporativas en la ciudad de Barcelona.*

Acciones realizadas:

- Se ha realizado un ejercicio de adaptación en la presentación corporativa con la finalidad de poder utilizarla en la mayoría de actos realizados, poniendo el foco en la ciudad de Barcelona

Resultado obtenido:

- Año 2014 se realizaron 4 presentaciones:
 - 2 desayunos, 2 CaixaForum
- Año 2015 se han realizado 7 presentaciones:
 - 2 desayunos, 3 CaixaForum, 1 CosmoCaixa, 1 otros actos

Grado de consecución: 75%

7. Limitar a 12 operaciones anuales la exención de comisiones bancarias en la compra de acciones de CaixaBank.

Acciones realizadas:

- Se ha procedido a trasladar la iniciativa al departamento correspondiente “Mesa de intermediación” y estos están valorando los costes del desarrollo tecnológico necesario versus el ahorro del coste de las comisiones

Resultado obtenido:

- En estudio

Grado de consecución: 50%

8. Realizar un estudio comparativo de ventajas financieras a nivel nacional e internacional.

Acciones realizadas:

- Se ha procedido a realizar una consulta de las webs de los principales bancos españoles (5), franceses (3), alemanes (5), daneses (3), holandeses (3), italianos (3), irlandeses (3) y noruego (1)

Resultado obtenido:

- Únicamente se han encontrado programas de fidelización en bancos españoles y franceses
- En el caso de los bancos franceses los programas de fidelización se centran en ventajas no financieras, concretamente en entradas a eventos culturales y deportivos que patrocinan los mismos
- En el caso de los bancos españoles los programas de fidelización cuentan con ventajas financieras y no financieras

CaixaBank ofrece a sus accionistas las mismas ventajas financieras que los bancos más activos, aunque mantiene su política comercial de no ofrecer la exención de las comisiones de administración y mantenimiento de la cuenta corriente asociada. Actualmente solo ofrece esta ventaja un banco

Grado de consecución: 100%

9. Estudiar la posibilidad de incluir publicidad en la Revista del Accionista, para asegurar el mantenimiento de la edición impresa, dado el destacado impacto sobre la base accionarial.

Acciones realizadas:

- Se está valorando la posibilidad de incluir en la Revista del Accionista y newsletters de 2016:
 - Artículos sobre las gamas de producto de CaixaBank
 - Publicidad (en contraportada) de productos como fondos de inversión o planes de pensiones

Resultado obtenido:

- Todavía no realizado

Grado de consecución: 0% Pendiente de realización

10.Explorar la posibilidad de realizar la campaña “Accionista trae a accionista”, ofreciendo un obsequio a ambos.

Acciones realizadas:

- Se desestima la iniciativa por las implicaciones legales que puede tener para la entidad el fomentar la venta de acciones de la propia compañía.

Resultado obtenido:

- Se están estudiando otras vías para fomentar la prescripción de acciones CaixaBank por otros canales

Grado de consecución: 100%

11. Revisar temas técnicos de la newsletter, referentes a la óptima visualización de vídeos y del color azul en dispositivos iPad.

Acciones realizadas:

- Se han realizado reuniones con el proveedor de maquetación de la newsletter y con el proveedor de envío de emailings para optimizar los formatos de envío de la newsletter
- Se ha revisado la gama cromática empleada en la newsletter para que se pueda visualizar correctamente

Resultado obtenido:

- Disminución significativa de las incidencias reportadas

Grado de consecución: 100%

Segunda sesión de trabajo:

Valoración de iniciativas y posicionamiento por comparación del departamento de Relación con Accionistas.

Esta sesión de trabajo tuvo un carácter cualitativo y estuvo orientada a conocer la opinión de los miembros del comité acerca de los diferentes canales de comunicación que actualmente se ofrece a los accionistas, tanto en información financiera como en información corporativa y de ventajas para accionistas.

Las iniciativas sobre las que se debatió fueron:

- Informe diario
- Informe semanal
- Newsletter
- Revista
- Canal Twitter

Valoración por parte del Comité:

	Relevancia para los accionistas
Revista	8
Newsletter	8,83
Inf. Diario	4,5
Inf. Semanal	7,6

Valoración, 1 muy mejorable - 10 excelente

Conclusiones:

- La iniciativa mejor valorada fue la **Newsletter**: el comité la considera actualmente como la mejor opción de comunicación por el potencial que ofrece debido a su versatilidad en el formato y la inclusión de vídeos.
- Por otro lado, la iniciativa peor valorada fue el **Informe diario**, que el comité considera que ha quedado obsoleto con la aparición de nuevos canales, como por ejemplo el perfil de Twitter o el informe semanal que añade una visión más amplia y por lo tanto más valor en términos de comunicación.

Finalmente realizamos un cuestionario con la finalidad de conocer su percepción en cuanto al posicionamiento de CaixaBank respecto a otras compañías del Ibex. Así que preguntamos por su percepción acerca de quién:

- Comunica mejor la información financiera de la compañía
- Comunica mejor el día a día de la compañía
- Utiliza mejor las nuevas tecnologías con sus accionistas
- Realiza eventos más interesantes
- Ofrece mejores ventajas
- Lidera la relación con accionistas

Valoración por parte del Comité:

	CAIXABANK	Posición vs Comparables
Comunica mejor la información financiera de la compañía	8,18	Primero
Comunica mejor el día a día de la compañía	7,9	Primero
Utiliza mejor las nuevas tecnologías con sus accionistas	8,81	Primero
Realiza eventos más interesantes	7,72	Primero
Ofrece mejores ventajas	7,36	Segundo
Lidera la relación con accionistas	8,09	Primero

Valoración, 1 muy mejorable - 10 excelente

Conclusiones:

- El Comité percibe a CaixaBank como la entidad mejor posicionada en términos de incitativas para accionistas excepto en ventajas, (“Ofrece mejores ventajas”) que sitúa en segunda posición.

Tercera sesión de trabajo:

Presentación del plan de acción para 2016.

Para 2016, nos proponemos seguir avanzando en la comunicación efectiva y atención a accionistas siguiendo estos objetivos:

- Mejorar la **calidad** en la atención al accionista
- Fomentar el **contacto directo** con los accionistas en distintos formatos
- Promover la **relación digital** con los accionistas
- Poner en valor el programa '**Aula, formación para Accionistas**'
- Apoyar a los **gestores de la red** en su relación con los accionistas, a la vez que fomentando la cultura corporativa
- Apoyar los **distintos negocios** de CaixaBank, tanto desde su comunicación como en la participación en eventos

En la reunión, se presentó a los miembros del Comité Consultivo algunas iniciativas que responden a los objetivos marcados.

Propuestas de mejora por parte del Comité

1. Comunicación:

▪ Informes y revista

- Informe diario: valorar la eliminación del mismo y el traspaso de los contenidos más consultados a otros canales que permitan una difusión más inmediata.
- Informe semanal: se sugiere ampliar la información del mismo con contenidos del informe diario adaptados al marco semanal.
- Revista: valorar la posibilidad de introducir apartados con un enfoque más lúdico, con la finalidad de hacerla más atractiva.

▪ Otros

- Comunicar a los accionistas el liderazgo tecnológico de CaixaBank poniendo en valor los premios recibidos.

2. Otras:

- Estudiar la posibilidad de tener presencia en otras redes sociales, como LinkedIn.
- Revisar temas técnicos del concurso 'Acierte la cotización', ya que en algunos navegadores no permite todas las funcionalidades.