



1

**La responsabilidad corporativa
en el centro de la estrategia**

1.1

Diálogo con los grupos de interés

La percepción de la gestión responsable de VidaCaixa Grupo por parte de los grupos de interés

El diálogo con los grupos de interés -empleados, clientes, accionistas, proveedores, entorno ambiental y sociedad- está integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo.

Para gestionar el diálogo, VidaCaixa Grupo pone a disposición de sus grupos de interés un conjunto de canales de comunicación a través de los cuales se pueden hacer llegar las opiniones y expectativas respecto al Grupo.

Accionistas	<ul style="list-style-type: none">• Representación en los Órganos de Gobierno.• Colaboración y comunicación fluida entre las áreas de responsabilidad corporativa.• Participación en la reunión de expertos de Responsabilidad Corporativa.
Clientes	<ul style="list-style-type: none">• 2.634 empleados de VidaCaixa Grupo.• Red de más de 5.400 oficinas de "la Caixa".• 46 oficinas propias de VidaCaixa Adeslas.• 1.800 centros médicos propios y concertados.• 155 clínicas dentales propias y concertadas.• 23 delegaciones de AgenCaixa.• Encuestas telefónicas sobre satisfacción.• Oficina de Atención al Cliente.• <i>Call Center</i>.• Cartas al Director.• Encuentros con clientes del segmento de empresas.
Empleados	<ul style="list-style-type: none">• <i>Área Informativa</i>, la revista interna de VidaCaixa Grupo.• Encuestas periódicas de satisfacción.• Intranet corporativa y comunicados corporativos.• Reuniones y encuentros presenciales con la Dirección.• Programa One to One, Programa Comunic@ y Road Shows para explicar novedades sobre el negocio e informar sobre el proceso de integración.• Plataforma Virtual VCPS para la formación del personal de VidaCaixa Previsión Social.• <i>Conéctate</i>.• <i>Canal Ideas</i> (Innova).
Proveedores	<ul style="list-style-type: none">• Contactos con los gestores de los contratos.• Portal de profesionales sanitarios.• Diálogo fluido con las gestoras de fondos en el marco de los PRI.
Sociedad y medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">• Obra Social "la Caixa".• <i>Retorn</i>.• Participación en instituciones del sector del aseguramiento y la previsión social y de la responsabilidad corporativa.• Participación en foros y conferencias y envío de notas de prensa y comunicados a los medios.

El diálogo mediante estos canales se complementa a través del Comité de Responsabilidad Corporativa y los tres Subcomités consultivos en los que se hallan representados los empleados, los clientes, la sociedad y el medio ambiente. Estos tres subcomités tienen una función consultiva y a través de ellos se organizan encuentros periódicos con cada uno de los grupos de interés para conocer sus expectativas y obtener su opinión sobre el desempeño responsable de VidaCaixa Grupo.

En este sentido, VidaCaixa Grupo ha realizado dos encuentros: uno con representantes de empresas clientes para conocer sus expectativas respecto al aseguramiento y la previsión social y otro con expertos en responsabilidad corporativa. En este último encuentro, instituciones académicas y del sector asegurador, asociaciones de consumidores, sindicatos, organizaciones sociales y medioambientales y medios de comunicación han expresado su opinión acerca de la gestión responsable de VidaCaixa Grupo.

Principales conclusiones del encuentro con representantes de empresas clientes

- Existe una necesidad de mejorar la cultura de previsión social en las empresas y en la sociedad en general. La previsión social empresarial es un tema relevante, aunque todavía no ha sido asumido como estratégico por parte de los departamentos de Recursos Humanos.
- Los atributos más valorados de una empresa de previsión social son: un servicio excelente, fiabilidad, transparencia, diálogo y compromiso con los grupos de interés.
- En el ámbito de los productos, existe una asociación muy directa con los planes de pensiones y los seguros de salud. Los responsables de los recursos humanos de las empresas perciben los productos de aseguramiento y previsión social como complejos desde el punto de vista técnico.
- Existe la necesidad de mejorar los mecanismos de información que las empresas utilizan para informar y sensibilizar a sus empleados sobre los temas de aseguramiento y previsión social.



Encuentros con representantes de empresas clientes.

Principales conclusiones del encuentro con expertos en responsabilidad corporativa

- La gestión responsable de VidaCaixa Grupo es valorada en general de forma positiva, evidenciándose una progresión favorable en la mejora del desempeño.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo es mejor que la de la competencia, según los expertos consultados, son:
 - Seguridad y transparencia en la relación con los clientes.
 - Innovación en productos y servicios.
 - Aplicación de criterios sostenibles en las inversiones.
 - Productos y servicios de la máxima calidad.
 - Un buen lugar para trabajar.
 - Mecanismos de diálogo con los grupos de interés.
 - Buen gobierno y transparencia.
 - Gestión prudente y solvente del negocio.
 - Incremento del valor para el accionista.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo es similar a la de la competencia son:
 - Accesibilidad a los productos de aseguramiento y previsión social.
 - La satisfacción de los clientes.
 - La generación de conocimiento sobre productos de ahorro entre la población.
 - La gestión de los recursos humanos: conciliación, formación, diálogo.
 - La gestión del impacto medioambiental.
 - El fomento de hábitos saludables.
 - La relación con los proveedores.
- Los ámbitos en los que la percepción del desempeño de VidaCaixa Grupo es mejorable respecto a la de la competencia son:
 - Políticas de igualdad en la gestión de recursos humanos.
 - Realización de iniciativas de acción medioambiental.

Participantes en las consultas a grupos de interés

Accionistas

- Criteria
- "la Caixa"

Empresas-clientes

- Agbar
- Esteve
- TMB
- ESADE

Instituciones académicas y medios de comunicación

- IESE
- ESADE
- MediaResponsable

Organizaciones sociales y medioambientales

- Edad & Vida
- SECOTBcn
- Acció Natura

Organizaciones de consumidores y sindicatos

- UGT - Observatorio RSE
- Comfia - CCOO
- CECU Madrid - Confederación Española de Consumidores y Usuarios

Instituciones del sector seguros

- UNESPA - UCEAC
- ICEA

Determinación de los temas relevantes

Para la identificación de los temas relevantes VidaCaixa Grupo ha realizado un proceso de análisis y consulta interna y externa a los grupos de interés, basado en la metodología AA1000, que ha consistido en:

- La revisión de otros informes de responsabilidad corporativa del sector asegurador a nivel nacional e internacional.
- La consulta a los grupos de interés: responsables de responsabilidad corporativa de empresas clientes del negocio colectivo de VidaCaixa Previsión Social y expertos en responsabilidad corporativa.
- La consulta a través de cuestionario a 84 Directores, Directores de Área y Responsables de VidaCaixa Grupo acerca de los temas relevantes a incluir en el presente Informe. El porcentaje de participación ha sido del 74%.

A continuación en la siguiente tabla se muestran los temas relevantes sobre los que se ha centrado el reporte sobre la gestión responsable de VidaCaixa en el período de 2010.

MATRIZ DE TEMAS RELEVANTES

		Madurez del tema	
		En consolidación	Integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo
Importancia para los grupos de interés	Muy importante	Aplicación de criterios sostenibles en las inversiones.	Satisfacción de los clientes. Un buen lugar para trabajar. La gestión prudente, sostenible y solvente del negocio. El buen gobierno y la transparencia.
	Importante	La innovación, reto permanente. Implicación de los empleados en la sociedad con causas sociales.	Seguridad y transparencia en la relación con los clientes. Productos y servicios de máxima calidad. Accesibilidad a los productos de aseguramiento y previsión social. Gestión responsable con el medio ambiente. La función social de la actividad de aseguramiento y previsión social. Fomento de hábitos de salud saludables. Políticas de igualdad. Desarrollo profesional. Políticas de conciliación. El incremento constante de valor para el accionista.
	Creciente	El cumplimiento de criterios medioambientales por parte de los proveedores. Integración laboral.	Mecanismos de diálogo. Formación. El nivel de satisfacción de los canales de distribución. La implicación de los empleados de VidaCaixa Grupo con el medio ambiente en el lugar de trabajo. Criterios de relación con el legislador/Administración.

Temas relevantes relacionados con clientes.
Temas relevantes relacionados con empleados.
Temas relevantes relacionados con sociedad.

Temas relevantes relacionados con medio ambiente.
Temas relevantes relacionados con accionistas.

Alcance

El perímetro del Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 se centra en la actividad de VidaCaixa Grupo, que integra la antigua SegurCaixa Holding y la antigua Adeslas, exceptuando su grupo hospitalario. Los datos reportados cubren la totalidad de la información proveniente de estas sociedades para los años 2009 y 2010, y en el caso de que alguno no estuviera disponible se informa debidamente.

Los datos del citado informe correspondientes al ejercicio 2010 han sido sometidos a revisión externa independiente, mientras que la información de la antigua Adeslas relativa al 2009, que se incorpora por primera vez en el citado informe, no ha sido sometida a revisión externa.

1.2

Principales actuaciones desarrolladas en responsabilidad corporativa

Confianza, Calidad, Dinamismo y Cercanía son los valores de VidaCaixa Grupo

VidaCaixa Grupo establece su modelo de gestión responsable en torno a sus cuatro valores corporativos -Confianza, Calidad, Dinamismo y Cercanía-, este último incorporado tras la integración de Adeslas, los cuales aspira a compartir con sus grupos de interés: empleados, clientes, accionistas, proveedores, entorno ambiental y sociedad.

La responsabilidad corporativa está integrada en la gestión del Grupo y se articula a través de un conjunto de actuaciones que persiguen la mejora constante en su desempeño. En este sentido, y en línea con la actuación desarrollada en los últimos años, durante 2010 VidaCaixa Grupo ha seguido concediendo prioridad a la gestión responsable y a la relación con sus grupos de interés. Este compromiso se ha concretado en las siguientes actuaciones:

- El Grupo ha llevado a cabo dos encuentros con sus grupos de interés: uno con representantes de empresas clientes para conocer sus expectativas respecto al aseguramiento y la previsión social, y otro con expertos en responsabilidad corporativa.



Reunión con expertos en responsabilidad corporativa.

- En línea con el objetivo de promover los principios del PRI entre los proveedores de productos y servicios de inversión de VidaCaixa Grupo, se ha empezado a evaluar la respuesta por parte de este grupo de interés respecto a la acción realizada en 2009. En este sentido, cabe destacar la buena acogida y predisposición por parte de las 22 gestoras de inversiones con las que se dialogó acerca de las prioridades manifestadas por el Grupo y su alineamiento con estos principios. Además, la Compañía ha cumplimentado su primer informe de progreso de los PRI.



- VidaCaixa Grupo ha continuado trabajando para escuchar las preocupaciones de sus clientes y darles respuesta a través de productos y servicios innovadores, dirigidos a cubrir sus necesidades de aseguramiento y previsión social. A lo largo de 2010, la oferta del Grupo se ha ampliado con once nuevos productos.
- Respecto al código ético, que se elaboró y difundió en 2009, se ha procedido en 2010 a trabajar en su adaptación a la realidad del nuevo Grupo, con el objetivo de implantarlo en el 2011 en toda la organización.
- Asimismo, el Grupo ha continuado priorizando la mejora de la calidad del servicio a sus clientes, alcanzando en los ramos de hogar y autos los números 1 y 2, respectivamente, en el ranking elaborado por ICEA en calidad del servicio.
- Uno de los principales retos del proceso de integración al que se ha enfrentado la organización en 2010 ha sido la incorporación de los empleados de Adeslas a VidaCaixa Grupo. Este proceso de integración se ha llevado a cabo a través de un proyecto de gestión de cambio, aplicado en toda la Compañía.
- VidaCaixa Grupo ha lanzado la campaña “Llegó la hora de cuidar al paciente más importante: nuestro planeta” para sensibilizar e involucrar a todos los empleados de servicios centrales, centros médicos y oficinas propias de VidaCaixa Adeslas.
- Colaboración con GAVI Alliance y la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil. Esta colaboración se enmarca en la estrategia de responsabilidad corporativa de VidaCaixa Grupo y ha consistido en destinar a esta causa el presupuesto anual para obsequios navideños. Además, ha hecho extensible la colaboración a los empleados del Grupo y al colectivo de empresas cliente de VidaCaixa Previsión Social.

Clientes

En 2010, VidaCaixa Grupo ha continuado su actuación en línea con los años anteriores, priorizando sus esfuerzos en la gestión sostenible de las inversiones, la mejora del servicio al cliente y el desarrollo de nuevos productos de aseguramiento y previsión social.

Compromiso 2009

Formalizar en el manual de procedimientos criterios de Inversión Socialmente Responsable (SRI) para cualquier tipo de inversión inspirados en el Pacto Mundial sobre Principios de Inversión Responsable (PRI).

Incrementar el objetivo de inversión mínima en SRI en la renta variable del fondo de pensiones de los empleados de "la Caixa".

Mantener un elevado nivel de solvencia.

Confeccionar y documentar los mapas de procesos de VidaCaixa Grupo y de los riesgos y controles asociados.

Progreso 2010

- Se ha evaluado el 100% de la cartera según criterios ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG).
- A lo largo del 2010 se ha cumplimentado la primera encuesta de progreso de los PRI, donde VidaCaixa Grupo da cuenta del seguimiento de los principios.
- Se ha evaluado el *feedback* por parte de los gestores y proveedores de VidaCaixa Grupo respecto a la acción realizada en 2009 con el objetivo de reforzar el circuito SRI de selección externa de activos.

- Se ha incrementado de forma gradual la inversión en SRI.

- VidaCaixa Grupo ha participado en el estudio de impacto cuantitativo de solvencia, QIS 5, cuyo objetivo es determinar los factores que influirán en los nuevos requisitos de capital derivados del proyecto Solvencia II.
- El Grupo ha continuado con el diseño del modelo propio interno para que la medición del riesgo sea más exhaustiva.
- Se ha presentado ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones la presolicitud de modelo parcial interno para su aprobación.

- Se ha finalizado la aplicación de gestión de riesgos y control interno.

Retos de futuro

- Mantener el compromiso activo: participación en foros, sponsorización de eventos y fomento de la Inversión Socialmente Responsable.
- Profundizar en el análisis de la cartera de inversiones según los criterios SRI, no sólo en las carteras de renta variable sino también para la renta fija corporativa.
- Incrementar el diálogo con las gestoras con revisiones bianuales.
- Mantener la incorporación de mejoras en el desarrollo interno que permitan adaptar los progresos de VidaCaixa Grupo y los que se produzcan a nivel de la industria.

- Consolidar la posición SRI estratégica con incrementos graduales.

- Continuar participando en los grupos de trabajo del sector para el desarrollo legislativo haciendo especial énfasis en reducir la carga de capital en los productos de vida a largo plazo.
- Participar en el estudio de *stress test* y en los estudios completos o parciales que se realicen sobre el impacto cuantitativo QIS 5.
- Solicitar la autorización del modelo interno ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Compromiso 2009

Seguir ampliando el portafolio de productos y servicios de aseguramiento y previsión social, teniendo en cuenta las necesidades reales de los clientes, derivadas del actual entorno económico.

Seguir introduciendo innovaciones que mejoren la relación con el cliente, ofreciendo soluciones tecnológicas alineadas con sus necesidades reales.

Potenciar la cultura de innovación interna.

Progreso 2010

- La oferta del Grupo se ha ampliado con once nuevos productos, orientados tanto a los ramos de ahorro y planes de pensiones como a los de riesgo, vida y no-vida.

- A lo largo del 2010 se ha trabajado de forma intensa en unificar los sistemas de gestión e información de VidaCaixa Grupo, con el objetivo de funcionar como una única compañía.
- En 2010 se ha llevado a cabo:
 - La elaboración del Plan de Sistemas 2011-2015.
 - Un proyecto de análisis y diseño de la página web para mejorar su usabilidad.
 - Se han realizado cambios en los *newsletter* trimestrales de VidaCaixa Previsión Social.
 - Se ha desarrollado una aplicación para teléfonos móviles que facilita el acceso a distintos servicios por parte de los clientes.
 - Se ha incorporado el e-mailing en las acciones de fidelización y recordatorio para las coberturas de asistencia informática y protección jurídica vinculadas con el producto de la antigua SegurCaixa Holding.

- Se ha recibido un premio a la innovación por SegurCaixa Maps, surgido del programa Innova+.
- Se han aportado 864 nuevas ideas, de las cuales 121 corresponden a VidaCaixa Grupo, un 70% menos que en 2009, y 743 a la red de oficinas de "la Caixa", un 68% más que en el año anterior.

Retos de futuro

- Ampliar los productos y modalidades en el ámbito de la asistencia sanitaria (visión, dental y ambulatorio) y otros seguros (decesos o cobertura de cuota de colegios en caso de paro) para particulares. Desde el punto de vista del segmento de personas mayores, crear nuevos productos: rentas temporales y capitales diferidos.
- Prestar especial atención a las necesidades de los distintos segmentos de clientes.
- Diseñar nuevos productos vinculados a las necesidades de pymes y autónomos, responsabilidad civil y seguro de industria.

- Finalizar la unificación de los sistemas de gestión e información de VidaCaixa Grupo.
- Mejorar la usabilidad de las consultas de productos de seguros en Línea Abierta.
- Mejorar la oferta de servicios y operativas de seguros y previsión para telefonía móvil.
- Poner a disposición de los clientes un teléfono único donde centralizar las consultas, trámites, etc.
- Continuar incorporando las nuevas tecnologías en la comunicación con los clientes: e-mailing, folletos digitales, funcionalidades para telefonía móvil (para los productos de auto, hogar y salud), etc.

- Poner a disposición de todos los empleados de servicios centrales y de la Red territorial, la herramienta web de generación de Ideas y el proceso de análisis de las mismas.
- Reinventar el proceso de innovación, fomentando la generación de ideas relacionadas con el Plan Estratégico y aumentando la calidad de las ideas recibidas, a través de la plataforma de Innovación y Campañas de Incentivación.

Compromiso 2009

Mejorar los instrumentos y la formación interna en el ámbito de la seguridad en el tratamiento de la información confidencial.

- Se han adecuado las medidas técnicas y de seguridad para preservar la intimidad y confidencialidad de los clientes.
- Se ha editado y difundido entre todos los empleados el boletín periódico semestral sobre la normativa en materia de LOPD.
- Se ha desarrollado un documento estándar de cumplimiento de la LOPD, que se facilita a todos los clientes del negocio colectivo que lo solicitan.
- Se ha difundido una carta de condiciones para los mediadores que son miembros de ADECOSE (Asociación Española de Corredurías de Seguros).
- Se ha impartido un curso de formación específico sobre temas de seguridad y confidencialidad a toda la plantilla de la antigua SegurCaixa Holding.
- Se han revisado las cláusulas de tratamiento y cesión de datos de todos los productos de la Compañía para su homogeneización y adaptación a la nueva situación.
- Se ha realizado una nueva Jornada Anual para la Mejora del Paisaje de la Oficina, para dar cumplimiento a los requerimientos de seguridad de ficheros no automatizados.
- Se ha extendido el Reglamento Interno de Conducta de VidaCaixa, S.A. de Seguros y Reaseguros a todas las personas afectadas como consecuencia de la integración de Adeslas.

Progreso 2010

Continuar mejorando la información a los clientes en los aspectos de claridad y transparencia.

- Como continuidad de la acción iniciada en 2009, se ha implementado la "Guía de Redacción" en el canal de oficinas de "la Caixa".
- Se han llevado a cabo cinco estudios para conocer la opinión y valoración de los clientes respecto a las acciones de comunicación vinculadas a diferentes campañas comerciales.
- El Grupo se adhirió al nuevo documento de autorregulación del sector, "Guía de buenas prácticas en materia de información previa a la contratación en los seguros de salud", promovido por UNESPA.
- Se ha incorporado la imagen corporativa de los Principios para la Inversión Responsable (PRI) y un texto explicativo del significado y alcance de los mismos en toda la información de planes de pensiones dirigida a clientes.
- Se ha implantado el diseño de notas informativas adaptadas al estándar del sector y establecido en la "Guía de buenas prácticas en materia de información previa a la contratación en los seguros Unit Link".
- Se ha implantado el diseño de notas informativas adaptadas al estándar del sector y establecido en la "Guía de buenas prácticas en materia de información previa a la contratación en los seguros de multirriesgos y automóviles".

Retos de futuro

- Revisar los contratos de prestación de servicios y vinculación con Documento de Seguridad.
- Realizar la auditoría interna en 2011 sobre temas de seguridad y prueba de los planes de contingencia de los sistemas de seguridad y comunicación de los datos del cliente.
- Revisar las cláusulas de tratamiento y cesión de datos de todos los productos de la Compañía para su homogeneización y adaptación a la nueva situación consecuencia de la futura operación de Mutua Madrileña con VidaCaixa Adeslas, así como por la sustitución de "la Caixa" por CaixaBank.
- Adaptar los sistemas y la normativa interna de la LOPD como consecuencia de la fusión de Adeslas y de la futura operación con Mutua Madrileña.
- Definir una política de comunicación comercial del Grupo Asegurador, con el objetivo de garantizar el cumplimiento de la Ley general de Publicidad.
- Extender el curso de formación sobre seguridad y confidencialidad a toda la plantilla.
- Desarrollar un portal de facturación para Grandes Cuentas.

- Continuar con la realización de los estudios de opinión a clientes.
- Valorar la posibilidad de que el Grupo Asegurador cumpla los requisitos y se adhiera a un organismo de Autocontrol reconocido por el Banco de España.
- Continuar en la misma línea de difusión de los Principios para la Inversión Responsable (PRI).
- Implantar las notas informativas de los seguros de asistencia sanitaria al modelo estándar del sector por parte de VidaCaixa Adeslas.

Compromiso 2009

Continuar desarrollando la accesibilidad a los productos y servicios que ofrece el Grupo a través de la proximidad geográfica, la multicanalidad y la eliminación de barreras físicas y sensoriales.

Accesibilidad a los productos y servicios

Mantener el esfuerzo para medir constantemente la calidad, con el fin de mejorar el nivel de satisfacción de los clientes y canales de distribución.

Satisfacción de los clientes

Progreso 2010

- En los canales presenciales se ha conseguido incrementar la capilaridad territorial mediante la integración de las oficinas propias y centros médicos y dentales de VidaCaixa Adeslas, además de las redes de agentes.
- Respecto al resto de canales no presenciales, se ha ampliado la oferta de productos que se pueden contratar a través del canal telefónico.
- Posibilidad de consulta y contratación de productos a través de la página web de Adeslas, con el servicio telefónico de asesoramiento y contratación "Call Me Now", atendido por un agente telefónico.
- En la página web de VidaCaixa Grupo se han creado nuevos contenidos y se ha rediseñado el menú de seguros, con el fin de facilitar la comprensión de las garantías que ofrecen los productos de seguros y previsión social.
- Se ha avanzado en la mejora de Línea Abierta Web, el servicio de banca *on-line* de "la Caixa", con nueva información para facilitar la comprensión al cliente.
- Se han desarrollado nuevos elementos que otorgan mayor autonomía al canal y facilitan el autoservicio del cliente.
- Todas las campañas de VidaCaixa Grupo que se han llevado a cabo en 2010 para promover el aseguramiento y la previsión social, además de difundirse a través del portal del Grupo, se han comunicado en Línea Abierta Web.
- A través de Línea Abierta Móvil se han llevado a cabo nuevos desarrollos, dirigidos a *smartphones*, facilitando así diversas operativas en planes de pensiones, como la posibilidad de consultar la rentabilidad y las aportaciones realizadas.

- En 2010 se ha mejorado el sistema de encuestas a clientes, con 80.081 encuestas, incrementando un 10% el número de clientes entrevistados respecto a 2009, debido a la incorporación del segmento de salud y al incremento de la actividad experimentada en el resto de ramos.
- El departamento de Calidad unifica, coordina, mide los resultados de todas las encuestas y las difunde internamente.
- VidaCaixa Grupo también mide la calidad de los encuestadores. Se ha superado el objetivo mínimo del 8,5 sobre 10, mejorando así los resultados de 2009.

Retos de futuro

- Ampliar el acceso a productos y servicios aseguradores y de previsión, potenciando la venta cruzada de productos a través de la red de agentes comerciales y la red propia en los centros de VidaCaixa Adeslas.
- Abrir nuevas clínicas dentales para acercar el servicio a más clientes de la geografía nacional.
- Mediante un programa de formación continuada, acercar el producto a las oficinas de "la Caixa", facilitando así a todos los públicos el acceso a información de calidad y transparencia en materia de seguros y previsión.
- Potenciar la cercanía del canal telefónico para ofrecer productos sencillos, asequibles y sin reconocimientos médicos ni control de suscripción, que faciliten el acceso a la contratación inmediata.
- Ampliar el servicio *Call me now* de asesoramiento por agente telefónico a todos los productos de la Web.
- Invertir en mejorar la accesibilidad de las oficinas propias (VidaCaixa Adeslas) para facilitar el acceso y servicio a los clientes.
- Mejorar la oferta de servicios y operativas de seguros y previsión para telefonía móvil como reto permanente.
- Incorporar la gama de seguros al segmento de Banca Personal en el portal Web de "la Caixa".
- También en el entorno portal Web de "la Caixa" y Línea Abierta, se prevé continuar con la mejora de la usabilidad de las consultas de productos de seguros.

- Avanzar hacia un modelo común de seguimiento de la calidad percibida en todos los ramos de la Compañía.
- Iniciar en 2011 la medición de calidad del servicio en reembolsos de salud y revisar la encuesta de calidad para suscripción en salud.
- Mantener un nivel elevado de exigencia a los proveedores en los que se confía la medición de la calidad percibida.

Compromiso 2009

Progreso 2010

Retos de futuro

Satisfacción de los clientes

Seguir reduciendo el tiempo medio de los plazos de espera de las consultas y reclamaciones.

- En 2010, el plazo de respuesta de las peticiones procedentes de la red de oficinas de "la Caixa" se ha situado en 0,78 días, frente a la media de 1,23 días en 2009, y sólo un 0,74% han tenido una contestación fuera del plazo estipulado.
- El esfuerzo realizado por ofrecer el mejor servicio a los clientes en cada uno de los ramos se ha traducido en elevados niveles de satisfacción:
 - Hogar (clientes con siniestro): 93%
 - Negocio (clientes con siniestro): 93%
 - Autos (asistencia): 95%
 - Autos (siniestros): 92%
- Liderazgo en los rankings de satisfacción de clientes elaborados por ICEA para los ramos de hogar y autos.

Profundizar en el modelo de calidad predictivo.

- En el ámbito de los seguros de hogar, se ha continuado trabajando en la centralización del seguimiento de los siniestros mediante sistemas de calidad predictiva, consistentes en facilitar información a los gestores de VidaCaixa Grupo sobre la probabilidad de insatisfacción de un cliente en el tratamiento de su siniestro.

Implantar medidas para la mejora continua del nivel de calidad de servicio.

- El alcance de la certificación ISO 9001 en VidaCaixa Adeslas en 2010 incluye todas las zonas y oficinas propias, además de las oficinas centrales, y las 31 clínicas dentales.
- Se ha extendido la certificación ISO 9001 a los procesos de facturación a clientes y a 12 clínicas dentales más.
- Se ha finalizado la implementación del sistema *customer relationship management* (CRM) para los clientes individuales y colectivos, iniciado en 2009 en la antigua SegurCaixa Holding.
- En los seguros de salud, se ha procedido a la modificación de la periodicidad de la facturación del copago y la eliminación de la caducidad de la tarjeta sanitaria.
- Se ha procedido también a flexibilizar el pago a asegurados en la mayoría de los seguros.
- A lo largo del año 2010, la gestión realizada por los profesionales Contact Center de clientes con seguros de salud ha permitido situar el nivel de calidad en un 8,3 sobre 10, superior al 8,08 del año 2009.

Relaciones con proveedores

Fomentar la concienciación de los proveedores a través de nuevos acuerdos y políticas comunes de sensibilización.

- El Grupo incorpora, en sus contratos con proveedores de servicios generales, una cláusula de cumplimiento de la legislación medioambiental vigente y actúa proactivamente en la difusión de su compromiso a favor de la sostenibilidad.
- La adopción de los principios PRI en la gestión de inversiones supone el análisis de las cuestiones ASG para todos los proveedores de inversión.

- Agilizar la respuesta a consultas y reclamaciones, de tal manera que los clientes reciban la mejor atención en plazo y contenido.
- Avanzar hacia un modelo común de gestión de quejas, sugerencias y reclamaciones en toda la Compañía, que permita recoger, gestionar y utilizar de manera eficiente y homogénea esta vía de entrada de información de clientes.
- Apostar por un modelo de gestión de la calidad que asegure un mismo nivel de estándares de servicio en toda la Compañía.
- Revisar periódicamente el dimensionamiento de los equipos internos y externos para asegurar el mantenimiento del cumplimiento de los niveles de servicio con las peticiones de las oficinas de "la Caixa".

- Continuar con el esfuerzo por medir la calidad percibida de los clientes, desarrollando nuevos modelos predictivos que permitan optimizar esfuerzos y actuaciones.
- Mantener el modelo de asignación de carga de trabajo a los proveedores en función de su desempeño reflejado en las encuestas de calidad.
- Iniciar la distribución de cargas de trabajo para proveedores en el seguro de comercios.

- Certificación ISO 9001 del Proceso de Comisionamiento.
- Flexibilizar el modelo de facturación a clientes.
- Continuar en la Unidad Dental la implantación y certificación del Sistema de Gestión de la Calidad en todas las clínicas propias de nueva apertura o incorporación.
- Potenciar el expediente electrónico y reducir las transacciones de papel a través de la implementación del gestor documental Filenet.

- Mantener el objetivo establecido.

Empleados

En línea con los años anteriores, VidaCaixa Grupo ha mantenido su compromiso por la creación de empleo de calidad y el desarrollo profesional de la plantilla, y aspira a ser cada año un mejor lugar para trabajar.

Compromiso 2009

Progreso 2010

Retos de futuro

Compromiso con el empleo de calidad

Mantener el desarrollo paralelo y compensado del negocio y la plantilla.

- Se ha procedido a iniciar el proceso de equiparación de las condiciones laborales de todos los empleados de VidaCaixa Grupo, a través de un nuevo acuerdo global.
- En el año 2010 se han producido 21 movimientos horizontales, 5 más que en 2009, y 38 promociones verticales, de las cuales el 53% corresponden a mujeres.

- Formalizar el acuerdo sobre condiciones laborales de los empleados de la Compañía.
- Poner en valor el nuevo acuerdo global de homogeneización de condiciones laborales.
- Mantener el desarrollo paralelo y compensado del negocio y la plantilla.



Selección, acogida, retención y satisfacción de los empleados

Continuar con la aspiración de hacer de VidaCaixa Grupo una excelente empresa en la que trabajar.

- Se ha empezado a trabajar en el proceso de unificación del Plan de Acogida para su implantación en toda la organización a largo de 2011.
- Desarrollo de un modelo de conciliación extensible a toda la organización de VidaCaixa Grupo.

- Implantar el Plan de Acogida en toda la organización a lo largo de 2011.
- Analizar, definir e implantar el Plan de medidas de conciliación, bajo el ámbito de la certificación EFR, en toda la organización.
- Implantar un Modelo de conciliación único para toda la organización.



Formación y desarrollo profesional

Diseñar un nuevo plan de formación.

- Como prueba de la firme apuesta del Grupo por la formación y el desarrollo de los empleados, en 2010 se han realizado un total de 639 acciones de formación, con una participación de 1.555 empleados y más de 49.000 horas impartidas.
- El Grupo ha continuado con el desarrollo de programas personalizados dirigidos a sus Directores de Área y Jefes de Departamento, cuyo objetivo ha sido la mejora de sus competencias y habilidades.
- Se ha desarrollado la formación inicial de los gestores comerciales sobre todos los productos lanzados en 2010.

- Revisar la Política y Normativa Interna de Formación de la nueva entidad.
- Definir e implantar el Plan de Formación 2011.
- Impartir la formación continua a los gestores comerciales en los nuevos productos y en el desarrollo de las habilidades de venta.
- Definir e implantar el programa de gestión del cambio segmentado por colectivos.



Seguir desarrollando el nivel de competencias de conocimiento de la plantilla para incrementarlo y mejorarlo.

- Se ha incrementado el nivel de competencias de conocimiento, en el ámbito de la antigua SecurCaixa Holding, hasta el 84%.

- Analizar, definir e iniciar la implementación de un proyecto que permita desarrollar las capacidades organizacionales necesarias para la consecución del Plan Estratégico.
- Rediseñar el Sistema de Gestión de competencias para implantarlo en la globalidad de los servicios centrales.



Compromiso 2009

Progreso 2010

Retos de futuro

Diálogo, participación y comunicación

Fomentar una cultura participativa en la que los empleados puedan aportar sus opiniones, sugerencias e ideas, facilitando los canales adecuados para ello.

- Se ha realizado un Plan de Comunicación Interna para difundir a toda la plantilla los objetivos y proyectos vinculados al nuevo Plan Estratégico 2011-2015.
- Se han organizado diversos *road shows* para difundir temas puntuales relacionados con la integración del Grupo, como por ejemplo: la política retributiva y el proyecto de venta cruzada de productos a clientes.
- Se ha creado el Programa Comunic@, a través de workshops dirigidos a los mandos intermedios para que la comunicación interna sea eficaz.
- Se ha celebrado la I Convención de Directivos.
- Se ha puesto en marcha el programa One to One, con el objetivo de identificar las expectativas de los empleados del Grupo con respecto al proceso de integración.
- Se han publicado dos números de la revista interna *Área Informativa*.
- Se ha puesto a disposición de los empleados los canales de comunicación interna telemáticos (radio y Lotus Notes).
- Buzón de sugerencias y canal de ideas.
- Se han realizado numerosas comunicaciones corporativas, que el Grupo envía a todos los empleados a través del correo electrónico.
- Se ha consolidado la herramienta VCPS como uno de los principales canales de comunicación interna para el equipo de empresas y colectivos.

- Diseñar una Intranet corporativa para VidaCaixa Grupo que abarque toda la estructura de la nueva compañía.
- Desplegar el Cuadro de Mando Integral a todos los niveles (General, Específico y Personal) a los servicios centrales del nuevo Grupo, facilitando así la comunicación de la estrategia y su materialización a través de los objetivos individuales y departamentales.
- Implantar el Plan de Comunicación Interna, apalancada en la Intranet corporativa de la nueva Compañía.

Mecanismos de compensación, ventajas y beneficios sociales*

- En 2010, no se ha procedido a la unificación de criterios en los mecanismos de compensación. Se ha seguido funcionando con los sistemas de remuneración de la antigua SegurCaixa Holding y de Adeslas, por separado.

- Definir una única política retributiva.
- Hacer extensivo a toda la plantilla el sistema de retribución variable como herramienta de compensación y de alineamiento con los objetivos estratégicos de la Compañía y de cada unidad organizativa.
- Completar la homogeneización de los mecanismos de compensación.

* Nota: No se evalúa el progreso en este apartado, debido a que se han aplazado los objetivos para el 2011 a causa de la integración de Adeslas.

Compromiso con los derechos laborales

Compromiso 2009

Mantener la continuidad del Plan Familia.

Cumplir con los derechos colectivos de los empleados.

Progreso 2010

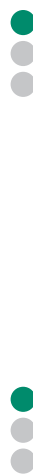
- Se ha dado continuidad al Plan Familia, en colaboración con la Fundación Adecco, para facilitar a los familiares con discapacidad de los empleados de VidaCaixa Grupo orientación y ayuda que facilite su integración social y laboral.
- Se ha continuado con el proyecto Discatel, que hace posible que personas con problemas de movilidad puedan trabajar en el Contact Center desde casa.

- No se ha producido ninguna incidencia ni denuncia de los empleados por cuestiones relacionadas con la libertad de asociación ni con el proceso de negociación colectiva.
- Cumplimiento de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

Retos de futuro

- Extender el Plan Familia al nuevo colectivo proveniente de la antigua Adeslas.
- Migrar el 70% de la actividad del Contact Center a SERTEL, Centro Especial de Empleo, con un 70% de empleados con discapacidad.

- Negociar y acordar con la RLT un alcance homogéneo de los beneficios sociales (condiciones laborales) para los empleados en la nueva entidad.
- Desarrollar acciones preventivas.



Sociedad

Más allá de la colaboración indirecta en las actividades que desarrolla la Obra Social de "la Caixa", a través de la contribución que VidaCaixa Grupo realiza al resultado económico del Grupo "la Caixa", cabe destacar la actividad de prevención para la salud, la involucración de los empleados a nivel social, la presencia institucional lograda y la función social propia que desempeña su actividad de aseguramiento y previsión.

Compromiso 2009

Contribuir a la difusión sobre la importancia de la previsión y el aseguramiento entre los ciudadanos y las empresas, y al diálogo con los grupos de interés.

Progreso 2010

- VidaCaixa Previsión Social ha puesto en marcha el blog "Gana tu futuro", al cual se accede desde la dirección www.vidacaixaprevisionsocial.com
- Para fomentar el diálogo con los grupos de interés, VidaCaixa Previsión Social realizó un encuentro con responsables de Recursos Humanos y Responsabilidad Corporativa, con el objetivo de conocer su opinión sobre los productos de previsión social en las empresas y su utilidad como instrumentos para afianzar la gestión de los recursos humanos.
- En el mes de octubre se organizó por tercera vez el Foro de Comisiones de Control, promovido por la Comisión de Control del Plan de Pensiones de Empleados de "la Caixa".
- Convocatoria del III Premio VidaCaixa-Seguros - Universidad de Barcelona (UB).
- En el año 2009 se patrocinó la V Edición del Premio Edad & Vida, cuya investigación "Valores, actitudes y comportamiento de los ciudadanos españoles respecto a las necesidades de ahorro y previsión para la jubilación" se ha desarrollado durante el 2010.
- Desde VidaCaixa Grupo se ha seguido fomentando la participación activa de los directivos y mandos intermedios en instituciones del sector del aseguramiento y la previsión social, a través de conferencias y ponencias.
- Se ha puesto a disposición de los asegurados tres nuevos planes de prevención y de cuidados a través de la web corporativa de Adeslas, www.adeslas.es, y el portal de prevención www.prevencion.adeslas.es.

Retos de futuro

- Continuar promoviendo el estudio y la difusión de la previsión y el aseguramiento.
- Dialogar con el Grupo de interés de empresas y corporaciones en torno a la previsión social empresarial en el marco de la Responsabilidad Corporativa.
- Patrocinar y organizar diversos actos de difusión y promoción de la previsión social empresarial.
- Incluir acciones de promoción de la salud a los miembros de mutualidades del Estado, a través de los planes de prevención de cáncer de mama y de cuello de útero.
- Enviar recordatorio de mamografía preventiva y/o recordatorio de citología.
- Llevar a cabo acciones de formación y de concienciación sobre el cáncer.
- Incrementar la presencia en Redes Sociales.
- Desarrollar acciones de promoción en el ámbito de la salud infantil, específicamente en diabetes, obesidad y asma.
- Introducir nuevos planes de prevención.
- Crear un área personal en la web para introducir datos, con posibilidad de seguimiento por un coach/médico en planes de cuidados.
- Difundir consejos de prevención en el *Newsletter* del Club Adeslas.
- Fomentar los encuentros con médicos a través de charlas y eventos, en colaboración con laboratorios, colegios de médicos, etc.
- Continuar la colaboración con el Instituto para el Desarrollo e Integración de la Sanidad (IDIS): participando en las plataformas de comunicación creadas para dar a conocer el instituto (*newsletter*, *web...*), apoyando en las acciones informativas para los diversos sectores de la población (congresos, seminarios...) y favoreciendo el establecimiento de acuerdos de colaboración con entidades, grupos estratégicos y medios de referencia.

Compromiso 2009

Alcanzar la madurez del proyecto Retorn, llevando a cabo nuevas actividades en los ámbitos de personal, medio ambiente y sociedad.

Adherirse a iniciativas que contribuyan a la mejora en responsabilidad corporativa de VidaCaixa Grupo.

Progreso 2010

- A lo largo de 2010 se han realizado un total de 16 actividades, en colaboración con 15 organizaciones sociales y medioambientales, y con una contribución de 51.389 euros.
- VidaCaixa Grupo, en 2009, se sumó a la iniciativa de la Alianza Empresarial para la Vacunación Infantil, promovida por "la Caixa" y GAVI Alliance. En 2010, y por segundo año consecutivo, se ha aprovechado la Campaña de Navidad para informar a los clientes de dicha iniciativa, destinándose a esta causa el importe equivalente del presupuesto reservado a regalos navideños.
- Difusión de los Principios de Inversión Responsable entre los gestores de carteras de inversión y, en general, entre todos los agentes implicados.

Retos de futuro

- Potenciar la involucración de los empleados en la sociedad a través de Retorn.
- Avanzar en el desempeño a través de los principios del Pacto Mundial y de los Principios de Inversión Responsable.
- Mantener el enfoque social en los obsequios navideños del Grupo.

Medio ambiente

El compromiso con el medio ambiente está integrado en la estrategia de VidaCaixa Grupo y en el comportamiento de sus empleados, que son una pieza clave de la mejora en el desempeño.

Compromiso 2009

Mantener y potenciar el consumo energético responsable a través de nuevas iniciativas.

Profundizar en la medición de la huella de carbono de partida para reducirla.

Mejorar el tratamiento aplicado a los residuos generados.

Reforzar la comunicación de sensibilización medioambiental.

Progreso 2010

- Se ha continuado con el proceso, iniciado en 2008, de racionalización de los equipos de impresión de los servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding en Barcelona y Madrid.
- Se han instalado nuevas unidades de videoconferencia para facilitar la comunicación a distancia y evitar desplazamientos, contribuyendo así a una mayor eficiencia y un menor impacto sobre el medio ambiente.

- En 2009 se procedió a realizar el cálculo de partida de la huella de carbono de VidaCaixa Grupo. Con motivo del proceso de integración de Adeslas en VidaCaixa Grupo, las acciones de continuidad para mejorar el impacto se han desplazado a 2011.

- Se ha celebrado una nueva Jornada para la Mejora del Paisaje de Oficina en los servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding, a través de la cual –y con la participación de los empleados– se ha conseguido recoger 1.781 kilos de papel, un 45% menos que en 2009.
- Se ha procedido, de lunes a jueves entre las 23:00 h y las 6:00 h, al cierre de la luz del letrero de VidaCaixa Grupo situado en lo alto del edificio de servicios centrales de Barcelona.
- La cantidad de papel reciclado en 2010 se ha incrementado 7 puntos porcentuales respecto a 2009.

- Se ha lanzado en 2010 la campaña “Llegó la hora de cuidar al paciente más importante: nuestro planeta” para sensibilizar a todos los empleados de servicios centrales, centros médicos y oficinas propias de VidaCaixa Adeslas.
- VidaCaixa Grupo ha seguido sensibilizando a los empleados de servicios centrales de la antigua SegurCaixa Holding en Barcelona y Madrid en el uso responsable de la energía en el centro de trabajo.

Retos de futuro

- Continuar implementando medidas para reducir el consumo energético.
- Potenciar el uso de la videoconferencia.
- Realizar nuevas campañas y comunicaciones de sensibilización para reducir las emisiones de los desplazamientos de los empleados a su lugar de trabajo.

- Estudiar medidas para reducir la huella de carbono.

- Celebrar una nueva Jornada para la Mejora del Paisaje de Oficina.
- Mantener la implementación de medidas dirigidas a reducir el volumen de residuos generados.

- Continuar con la política de sensibilización de los empleados de VidaCaixa Grupo.

1.4

Reconocimientos y premios

El compromiso de VidaCaixa Grupo con la gestión responsable se traduce en una mejora de la percepción por parte de los grupos de interés. En este sentido, VidaCaixa Grupo ha aparecido en el lugar 47º del Ranking General de Empresas del estudio MERCO, que evalúa la reputación de las principales empresas del país. VidaCaixa Grupo ha sido la segunda empresa que más posiciones ha escalado en esta última edición, pasando de la posición 90 a la 47.

También fruto del esfuerzo innovador y la buena gestión de sus productos y servicios, VidaCaixa Grupo ha sido galardonada en 2010 con diversos premios que reconocen su excelente labor.

- En el marco de la Primera Edición de los Premios Ejecutivos Catalunya, fueron otorgados el Premio a la Mejor Trayectoria Profesional al Presidente de VidaCaixa Grupo, Ricardo Fornesa, y el Premio Servicio al Cliente al Director General de VidaCaixa Grupo, Mario Berenguer.
- Morningstar y “elEconomista” entregaron a VidaCaixa el Premio al Mejor Plan de Pensiones de Renta Fija por su producto “PlanCaixa Ambición”. Esta categoría concentra el 42% del patrimonio total gestionado en planes de pensiones en España. Entre los aspectos más destacados que explican su elección, se encuentra el mantenimiento de la rentabilidad del producto en los cinco últimos años y el haber logrado rentabilidades superiores a las de productos similares de la competencia en al menos tres de los cinco últimos años.
- Asimismo, VidaCaixa Grupo ha obtenido también los premios a la Mejor Gestora de Planes de Pensiones de Renta Fija y de Renta Mixta, otorgados por el diario *Expansión* y la consultora financiera Interactive Data. Del mismo modo, el Plan de Pensiones “PlanCaixa Ambición” fue reconocido también como Mejor Plan de Pensiones de Renta Fija del año 2010. Éste es el tercer año consecutivo que VidaCaixa Grupo consigue 3 de los 6 premios otorgados a planes y gestoras de pensiones.



Entrega de premios del diario *Expansión*.

- En el ámbito de la calidad, el Contact Center de clientes de Adeslas ha mejorado el índice de satisfacción, obteniendo una valoración de 8,30 sobre 10 en 2010. Esta aspiración por lograr la mejora de la satisfacción del cliente ha sido reconocida con el Premio al Mejor Servicio de Fidelización y Retención, en la categoría de Excelencia de la Atención Telefónica, en la 1ª Edición de Premios Contact Center, organizada por la revista *Contact Center*.

- Por último, fruto del esfuerzo constante en innovación, VidaCaixa Grupo ha sido galardonada con el II Premio a la Innovación, que concede ICEA. Este reconocimiento ha sido al desarrollo de una aplicación para la localización y seguimiento de los siniestros de hogar, que ofrece información geográfica cuando se reporta un siniestro. Esta aplicación mejora la capacidad de reacción ante hechos relevantes que pueden afectar a más de una vivienda o asegurado, anticipándose –en los casos en que esto es posible– a la propia declaración del siniestro por parte del cliente. Además, permite conocer el impacto que un fenómeno meteorológico de gran magnitud puede suponer sobre la gestión de VidaCaixa Grupo y facilita el proceso de peritación.



Entrega de Premios a la Innovación de ICEA.