

Un nuevo sistema de **asistencia sanitaria de calidad**

...ro respecto a las mejores compañías del mercado **VidaCaixa Salud**

DE EMPLEO DE PROMOCIÓN CONJUNTA

os para **omom**
imprevistos **ados** **alud**



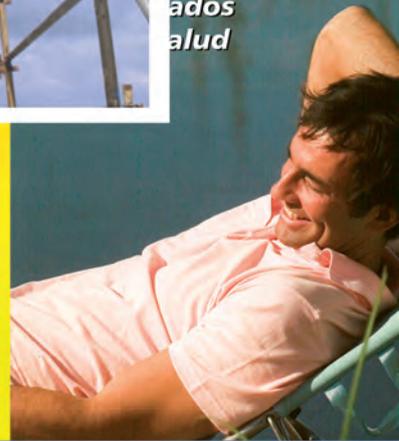
Preparí'ls un futur **ple de color**

"laCaixa"

SEGURCAIXA PERSONAL



Tu seguro de **utomóvil**, con **ago mensual**



Evolución del número

Seguros de vida, **accidentes y hogar**

Planes de pensiones

¿Sabe cómo **asegurarse un buen complemento para su jubilación?**



Seguros **la vivienda**

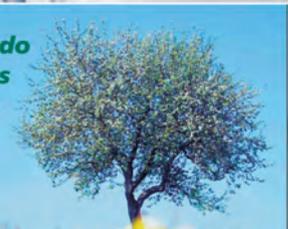
Porque las casas **son para vivirlas**



Plan de pensiones sectorial
Plan de pensiones de promoción conjunta
de los trabajadores del comercio de flores y plantas



Para que cuando **faltes no les falte tu ayuda**



SegurCaixa Repatriación

Único requisito,
pensar en ellos

SEGURO INGRESO

PlanCaixa 7

"la Caixa"

04

Seguros de ac

Descubra las ventajas
de su plan de pensiones
y promoción conjunta

Vid

PRINCIPALES HECHOS
Y PROYECTOS DEL EJERCICIO

VidaCaixa
PREVISIÓN SOCIAL



de clientes

CAIFOR

VidaCaixa Convenios

mientras ellos se divierten

"la Caixa"

2.722

2.914

3.093

Hacemos su mundo
más seguro

"la Caixa"

Seguro Ingreso

Libreta Futuro

04

2005

2006

2007

Productos de previsión social
para pymes

SegurCaixa Hogar

Cúidelos
aún más

"la Caixa"

"la Caixa"

Ahora, con una
2ª opinión médica

de reconocidos especialistas
internacionales

SegurCaixa



04

PRINCIPALES HECHOS Y PROYECTOS DEL EJERCICIO

LOS VALORES DE CAIFOR

En 2007 se ha desarrollado un proyecto de gran relevancia para el Grupo, denominado *Los valores de CaiFor*. Así, en enero, se inició un proceso de investigación para identificar cuáles eran, de entre todos los atributos que caracterizan a CaiFor, aquéllos que se erigían en sus valores esenciales, los que definían su manera de ser y de desarrollar su actividad. Con este objetivo, a lo largo del primer semestre de 2007 se han realizado numerosas entrevistas en profundidad y dinámicas de grupo, en las que han participado cerca de cien colaboradores de los Servicios Centrales y de AgenCaixa, pertenecientes a todos los departamentos y niveles organizativos, tanto de Barcelona como de Madrid.

Las conclusiones de la investigación han manifestado una gran homogeneidad en cuanto a los valores afirmados por los empleados del Grupo. Así, dos de los pilares básicos de CaiFor son la Confianza y la Calidad, que son compartidos por todos y además coinciden con dos de los valores propios de "la Caixa". Adicionalmente, durante las diversas dinámicas de grupo y entrevistas llevadas a cabo, ha surgido con fuerza el tercer valor propio del Grupo: el Dinamismo.

Así pues, ha quedado establecido que estos tres valores definen a CaiFor: la Confianza de clientes, empleados y sociedad como principal activo de la organización; la Calidad de los productos y servicios ofrecidos en base al esfuerzo en común y al elevado grado de exigencia de todos los integrantes de CaiFor, y el Dinamismo que impulsa a los integrantes del Grupo a ser proactivos, a anticiparse a las necesidades de los clientes y a estar abiertos a la innovación permanente.



PREMIO A LAS BUENAS PRÁCTICAS EN INFORMACIÓN FINANCIERA



La transparencia es un elemento indispensable del buen hacer empresarial, del que depende la confianza de empleados, clientes, proveedores, accionistas y el resto de grupos de interés. En este sentido, el Premio a las Buenas Prácticas en Información Financiera de la Asociación Catalana de Contables y Directivos otorgado a CaiFor por su Informe Anual de 2005 es un reconocimiento al buen ejercicio de esta virtud. Bajo la premisa de lograr ser transparentes al máximo, desde hace varios años viene desarrollándose en CaiFor un plan de mejora continua del Informe Anual del Grupo. Éste contiene amplia información sobre la evolución de CaiFor durante el año, junto con las Cuentas Anuales, el Informe de Gobierno Corporativo o el repaso a los principales aspectos de las políticas de Responsabilidad Corporativa.

IV BARÓMETRO VIDACAIXA: EL VALOR DEL SEGURO PARA LOS AUTÓNOMOS

En marzo de 2007 ha sido presentado el IV Barómetro de VidaCaixa Previsión Social, que bajo el título *El valor del seguro para los autónomos* ha analizado las necesidades y aspiraciones del colectivo de trabajadores autónomos, un grupo de clientes por el cual CaiFor apuesta de forma decidida y para el que dispone de una amplia oferta de productos y servicios especializados, en el ámbito del ahorro y la previsión personal. Las conclusiones del estudio, cuyo completo desarrollo puede hallarse en el archivo de notas de prensa de la página web de CaiFor, indican que los autónomos son un colectivo consciente de los beneficios derivados de la contratación de un seguro privado, que en general requieren mayor información sobre la oferta existente, así como de las ventajas o incentivos fiscales que pueden beneficiarles.



TRES MILLONES DE CLIENTES INDIVIDUALES Y 26.000 CLIENTES EMPRESA

Durante 2007 CaiFor superó los tres millones de clientes individuales, una cifra que refleja la gran difusión de sus productos y servicios en el mercado español, y muestra el fuerte nivel de desarrollo del Grupo. Desde 1992, año de

su nacimiento, la base de clientes de CaiFor ha aumentado de forma ininterrumpida año tras año, acumulando un crecimiento interanual medio del 16%.



La amplia base de clientes de CaiFor está formada por un 56% de hombres y un 44% de mujeres, de los cuales más del 73% tienen entre 26 y 55 años. El Grupo cuenta además con 235.000 clientes mayores de 65 años y con 225.000 menores de 25 años. Hay que destacar que desde 2002 el número de clientes pertenecientes al colectivo de los nuevos residentes ha crecido a un ritmo anual medio del 40%, integrando clientes llegados de más de 200 países distintos, con predominio de América Central y del Sur, norte de África, Europa y Asia.

Por otra parte, el lanzamiento del SegurCaixa Auto en abril de 2007 ha convertido al Grupo CaiFor en operador global de seguros, con capacidad para dar cobertura integral a las nece-

sidades de las familias en materia de aseguramiento y previsión.

En el ámbito de las empresas y los colectivos, CaiFor cuenta con más de 26.000 clientes, entre los que destacan 21 compañías que forman parte del IBEX 35, cerca de 400 grupos multinacionales y 190 organismos públicos, así como más de 22.000 Pymes.

➤ CAIFOR SUPERÓ LOS TRES MILLONES DE CLIENTES INDIVIDUALES EN 2007, LO QUE REFLEJA LA GRAN DIFUSIÓN DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN NUESTRA SOCIEDAD

LA CALIDAD SOMOS TODOS

El Plan La Calidad Somos Todos, iniciado en 2007, ha sido concebido para continuar incrementando de manera constante el nivel de calidad del servicio; y para conseguir tan ambicioso objetivo, se ha lanzado una amplia batería de proyectos, que lo integran y en los que se ha implicado gran parte de la plantilla del Grupo. Estos proyectos han abordado cuestiones diversas que van desde la modernización de la operativa y los servicios destinados a los canales de distribución y al cliente final, hasta la tecnología, la gestión de proveedores o la innovación.

**> CON EL PLAN
LA CALIDAD SOMOS TODOS,
CAIFOR CONCENTRA ESFUERZOS
EN UNO DE LOS OBJETIVOS
PRIORITARIOS DE SU
ESTRATEGIA CORPORATIVA:
SEGUIR MEJORANDO
DE MANERA CONSTANTE
EL NIVEL DE CALIDAD
DE SERVICIO**



Se trata de un plan enmarcado dentro de un objetivo principal y permanente en la estrategia del Grupo CaiFor: la mejora continua en la calidad del servicio. En este sentido, la mayoría de los proyectos iniciados en 2007 tienen continuidad en 2008.

SEGUROS EXPRESS

En 2007 ha finalizado un proyecto iniciado en mayo de 2006 con el propósito de mejorar las aplicaciones informáticas del Grupo de con-



sulta y gestión de seguros para las oficinas de "la Caixa". El trabajo se ha basado en cuatro principios: homogeneidad, simplicidad, enfoque al cliente y, por encima de todo, el convencimiento de que podía ser llevado a cabo con éxito. El desarrollo de dicho proyecto coincidió con el proyecto de renovación de la plataforma de oficinas de "la Caixa", cuya filosofía se ajustó perfectamente a la de este proyecto de CaiFor. Durante el mismo fueron necesarios siete tests de oficinas, y con cada uno de ellos el prototipo se ajustaba más a las expectativas de los usuarios. Finalmente, en noviembre se

han puesto las primeras pantallas a disposición de las oficinas y ya hay más de mil oficinas utilizándolas. El proceso ha significado innovación, cooperación en el desarrollo de una nueva arquitectura y creación de un nuevo modelo de diseño y enfoque de los proyectos.

The screenshot shows a web-based financial application with a menu bar (Posiciones, Comercial, Datos Persona, Riesgo, Análisis, Informes) and a main content area titled 'Lista Operativa > Planes de pensiones'. It features a table with columns for 'Contrato', 'Rel.', 'Aportaciones (€)', 'Derechos Consolidados (€)', 'Rentabilidad Inversor', and 'Historico'. A summary table at the bottom shows 'Aportaciones año en curso' with values for 'En planes propios (€)', 'En planes de pensiones (€)', and 'En planes de discapacidad (€)'. A note at the bottom states: '*No se contemplan aportaciones depositadas en otras entidades'.

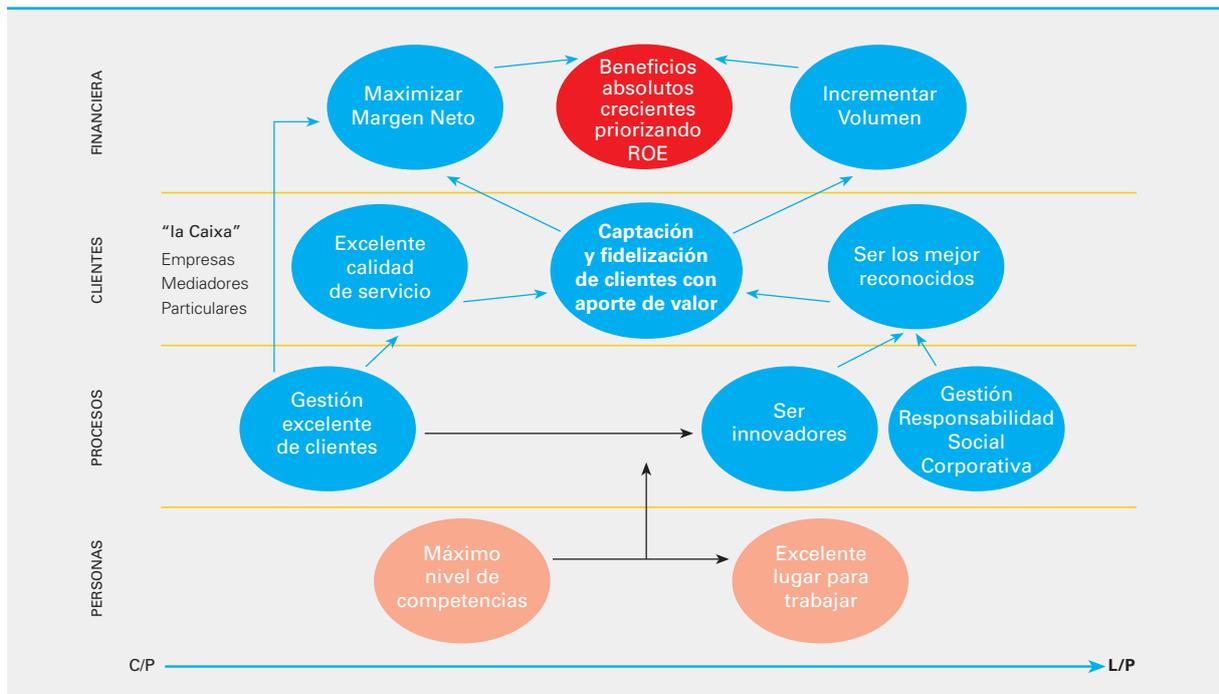
EL CUADRO DE MANDO INTEGRAL



El Cuadro de Mando Integral (CMI) de CaiFor cuenta con una experiencia de más de ocho años, a lo largo de los cuales se ha constituido en una herramienta estratégica primordial para el Grupo. El CMI engloba todos los objetivos de CaiFor en cuatro perspectivas: Clientes, Procesos, Financiera y Personas.

➤ ESTE MODELO DE GESTIÓN APORTA LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA VALORAR LA EVOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA Y PERMITE TOMAR DECISIONES EN LÍNEA CON EL MAPA ESTRATÉGICO DEL GRUPO

Mapa estratégico del Grupo CaiFor



Los objetivos departamentales, así como los individuales de cada empleado, se encuadran también dentro de estas perspectivas. Más de 300 indicadores permiten monitorizar trimestralmente tanto los objetivos generales como los departamentales y analizarlos para que el Comité de Dirección evalúe su grado de consecución. Gracias a este modelo de gestión se cuenta en todo momento con la información

necesaria para valorar la evolución de la compañía y tomar decisiones de acuerdo con el Mapa Estratégico del Grupo.

Cada trimestre se comunican a la plantilla los datos sobre la última situación de los indicadores del Cuadro de Mando Integral, lo que convierte al CMI en un elemento de comunicación esencial entre la Dirección y los empleados.

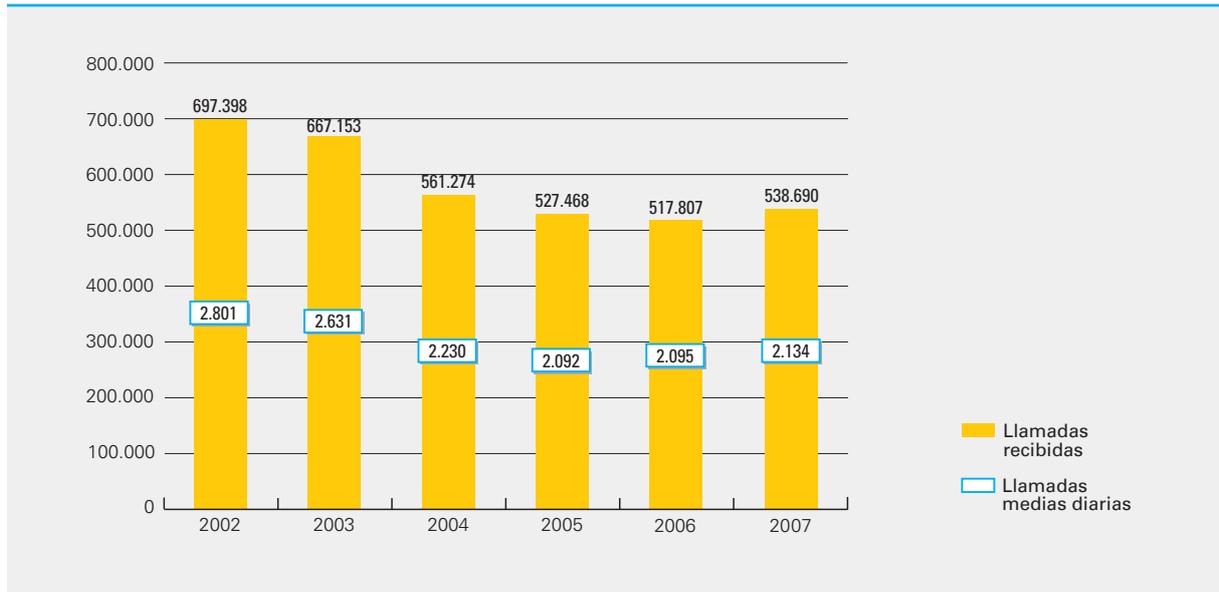
SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Cerca de cuarenta personas dedicadas a brindar atención a las oficinas de "la Caixa" y a los clientes finales del Grupo conforman el Servicio de Atención Telefónica de CaiFor. Todos ellos cuentan con un elevado nivel de profesionalidad y conocimiento de los productos y servicios del Grupo, así como de sus aplicaciones informáticas. El equipo dispone de herramientas de gestión especializadas del más alto nivel.

En 2007, el Servicio atendió 538.690 llamadas, lo que supone una media diaria de 2.134 llamadas entrantes y un incremento en la cantidad de llamadas recibidas respecto a los dos años anteriores debido al aumento en la actividad comercial del Grupo.



Número de Llamadas al Servicio de Atención Telefónica



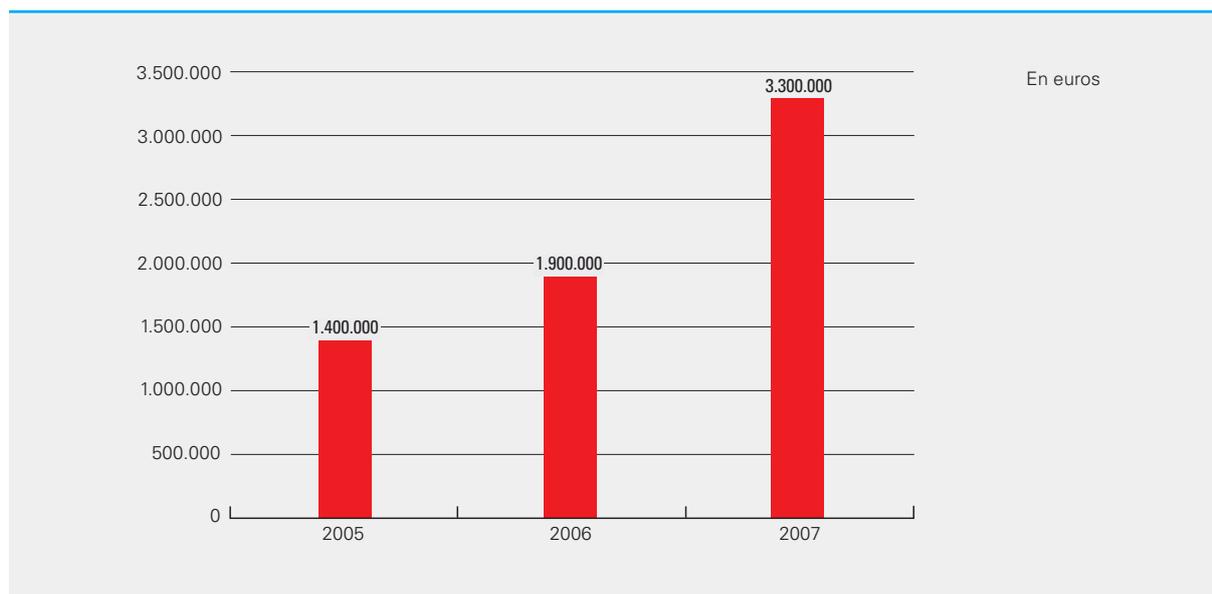
INTERNET

La estrategia comercial de CaiFor es fundamentalmente bancoaseguradora pero utiliza, a la vez, la multicanalidad. Bajo dicha estrategia, Internet es uno de los canales de distribución que ha experimentado un mayor desarrollo en los últimos años. En este sentido, en 2007 se ha mantenido el aumento gradual de productos contratables o consultables a través de Línea Abierta Web, el portal de Internet de "la Caixa", en el que durante este año se han llevado a cabo diversas mejoras en el ámbito de los seguros. En este sentido, en febrero, se abrió la contratación del VidaCaixa Salud Dental y, al finalizar el ejercicio, un 10% de la producción total de dicho producto se ha realizado a través del canal Internet. Por otro lado, en abril y coincidiendo con el lanzamiento comercial del SegurCaixa Auto, se habilitó su contratación a través de Internet. En 2007, un 26% de las simulaciones y un 11% de las



contrataciones del producto se han llevado a cabo a través de canales no presenciales: teléfono e Internet.

Evolución del volumen de traspasos externos a planes de pensiones individuales a través de Internet



Por lo que se refiere a los planes de pensiones, producto tradicional de CaiFor que año tras año gana mayor peso en el canal Internet, en 2007 se incrementó en un 5% el volumen de operaciones de contratación realizadas a través de Línea Abierta Web. Por otro lado, el importe de traspasos externos solicitados mediante el servicio Línea Abierta desde otras entidades hacia VidaCaixa se incrementó en un 70%, alcanzando los 3,3 millones en 2007.

Finalmente, la venta de seguros de vida-riesgo aumentó respecto a 2006, impulsada en gran parte por el seguro de vida-riesgo individual ligado a los préstamos de abono inmediato co-

mercializados por "la Caixa", que fue dado de alta en junio de 2006. Así, las primas de seguros de vida-riesgo y accidentes individuales comercializadas por Internet se multiplicaron por 3,5 en 2007, con más de 7.600 operaciones en total.

➤ EN 2007 SE HA INCREMENTADO EN UN 70% EL IMPORTE DE TRASPASOS EXTERNOS A PLANES DE PENSIONES DE OTRAS ENTIDADES A VIDACAIXA SOLICITADOS A TRAVÉS DEL SERVICIO LÍNEA ABIERTA

NUEVA WEB DE PERITOS

Los peritos son determinantes en la percepción del nivel de calidad del servicio por parte del cliente en lo que se refiere a asistencia prestada por el seguro del hogar, por lo que resulta fundamental habilitar los mejores canales de comunicación con ellos. En 2007 se ha dado un paso muy importante en ese sentido: la implantación de una nueva web de peritos, a través de la cual

SegurCaixa puede realizar los distintos encargos *on-line* y los peritos pueden informar sobre sus gestiones en tiempo real, lo cual confiere una absoluta transparencia a la gestión y sirve de ayuda a los gestores de siniestros y al Servicio de Atención Telefónica ante las distintas consultas de los clientes.



> LA IMPLANTACIÓN DE UNA NUEVA WEB DE PERITOS EN 2007 HA PERMITIDO MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE Y HACER MÁS EFICAZ LA GESTIÓN

La nueva web de peritos permite que SegurCaixa realice vía Internet el encargo al perito, quien contacta con el cliente ese mismo día para concertar una visita. En su encuentro con el cliente, el perito le informa de las coberturas y de todas las circunstancias relevantes del siniestro, y en un máximo de diez días tramita el informe pericial, con el fin de agilizar al máximo reparaciones e indemnizaciones. Este sistema

supone, en definitiva, un adelanto tecnológico, que es también una mejora en el servicio al cliente y un avance hacia una mayor eficiencia en la gestión.

Actualmente, SegurCaixa encarga tareas periciales relativas a seguros del hogar a 25 gabinetes diferentes distribuidos por toda España. En total son unos 120 peritos, que realizan más de 25.000 peritajes cada año. Estos gabinetes tienen mucha experiencia en siniestros del hogar y se encuentran muy vinculados a SegurCaixa, a través de una misma ética de compromiso con la calidad.